

УДК 330.163

М.В. Цымбалюк, Е.В. Ковалева

Сибирский государственный индустриальный университет, Новокузнецк,
email: tsymbalyukmarina@yandex.ru, kovaleva_ev2015@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ

Ключевые слова: поведение потребителя, спрос, поведенческая экономика, доход, разумное потребление, когнитивные ловушки.

Предметом исследования стали новые вызовы, с которыми сталкиваются потребители в современной российской экономике. Вызовы трансформируют экономическое поведение покупателей, которые через приобретение тех или иных благ посылают сигналы производителю что, в каком количестве, как и для кого производить. Поведение потребителя играет важную роль, как с точки зрения микроэкономики, так и макроэкономики. Решение потребителя относительно соотношения между потребляемой и сберегаемой частями дохода выступает как фактор экономического роста и как задача межвременного выбора домашних хозяйств. В работе был сделан акцент на исследование типов потребительского поведения, а также факторов, влияющих на принятие потребительских решений. Основой для исследования стала методология поведенческой экономики. Предложенная сегментация типов потребителя по поведенческим признакам может быть использована в разработке и улучшении инструментов адресного характера стимулирования спроса, как государством, так и организациями. В качестве одного из инструментов адресного воздействия на потребителя со стороны государства предлагается пересмотр действующей шкалы подоходного налога.

M. V. Tsymbalyuk, E. V. Kovaleva

Siberian State Industrial University, Novokuznetsk, email: tsymbalyukmarina@yandex.ru,
kovaleva_ev2015@mail.ru

TRANSFORMATION OF CONSUMER BEHAVIOR: NEW CHALLENGES

Keywords: consumer behavior, demand, behavioral economics, income, smart consumption, cognitive traps.

The subject of the study was the new challenges faced by consumers in the modern Russian economy. Challenges transform the economic behavior of buyers, who, through the acquisition of certain goods, send signals to the manufacturer what, in what quantity, how and for whom to produce. Consumer behavior plays an important role, both from a microeconomics and macroeconomics perspective. The consumer's decision regarding the relationship between the consumed and saved parts of income acts as a factor of economic growth and as a problem of intertemporal choice of households. The work focused on the study of types of consumer behavior, as well as factors influencing consumer decision making. The basis for the study was the methodology of behavioral economics. The proposed segmentation of consumer types by behavioral characteristics can be used in the development and improvement of targeted tools for stimulating demand, both by the state and organizations. A revision of the current income tax scale is proposed as one of the tools for targeted influence on consumers by the state.

Поведение потребителя зависит от множества факторов, как экзогенных, так и эндогенных. Причем решения потребитель должен принимать в условиях высокой степени неопределенности и волатильности экономики.

Важным фактором, влияющим на решение потребителя тратить или сберегать, являются реальные доходы. В период с 2014 до начала 2023 года доходы снижались, что сдерживало возможности, как потребления, так и сбережения. На ситуацию также повлияли ковидный период и СВО. В результате сформировался так называемый «акционный» (он же «сберегающий») тип потребителя

и параллельно начала бурно развиваться электронная торговля. Несмотря на то, что потребитель оценил экономию и другие преимущества маркетплейсов, в общем, происходило сокращение спроса.

Видя, что продажи в целом падают, банки в 2023 году расширили кредитные программы, а государство через господдержку сформировало практически для всех слоев населения льготные программы по ипотеке. Параллельно в прошлом году наблюдался беспрецедентный рост реальных доходов населения.

Результатом указанных изменений стал рост текущего потребления, зафиксированный в 2023 году. Поскольку

одним из основных факторов такой покупательской активности стал кредит, то появился новый тип потребителя – «профессиональный должник».

Еще одним фактором, увеличившим спрос в 2023 году, стали инфляционные ожидания населения. Появился тип потребителя, имеющий высокий уровень дохода, который он предпочел либо просто тратить (а не вкладывать в долгосрочные сбережения), либо трансформировать свой спрос в материальные активы в виде дорогостоящих товаров. Ожидание роста цен и растущие доходы стали причинами появления данного типа потребителя как «бегущего от инфляции».

С одной стороны, в 2023 году сформировалась экономическая ситуация, в которой преобладание текущего потребления как источника роста по сравнению со сбережениями создало угрозу для макроэкономической стабильности в будущем: препятствуя сбережениям превращаться в инвестиции, стимулируя импорт и влияя на курс рубля в понижающую сторону. С другой стороны, ситуация негативно влияла на экономику с точки зрения благосостояния самого потребителя, так как появилась высокая кредитная задолженность.

Таким образом, множественность экзогенных факторов сформировала разные типы потребительского поведения, которые в свою очередь, принимая самостоятельные решения стали менять структуру спроса в экономике, в частности в 2023 создавать угрозу ее перегрева.

Цель исследования

Целью исследования является определение того, как под влиянием изменений в экономике в результате интеграции поведенческих (когнитивных, психологических, эмоциональных) и социальных факторов формируется тот или иной тип поведения потребителя; а также какие адресные инструменты воздействия можно предложить для разных типов потребителей, учитывая их ожидания и поведенческие особенности.

Материал и методы исследования

Данное исследование проводилось на основе анализа научных публикаций

представителей поведенческой экономики как зарубежных, так и отечественных авторов, а также с использованием общенаучных методов исследования: анализа и синтеза, статистического и логического методов, сравнительного анализа и системного подхода.

Результаты исследования и их обсуждение

Традиционная классическая и неоклассическая экономическая наука предполагает, что поведение людей определяется правилами рациональности, а оптимальные решения принимаются в целях максимизации полезности результатов. Однако люди под воздействием различных факторов не всегда ведут себя рационально, практика часто противоречит аксиомам традиционной экономической науки.

Влияние субъективных факторов на принятие решений было отмечено как представителями классической политэкономии (Адам Смит использовал понятия «честность», «справедливость»), так и неоклассической экономической теорией (теория субъективной ценности богатства Д. Бернулли), а также представителями институционализма (М. Вебер показал связь этических норм и экономического поведения) [1].

В XX веке целый ряд экономистов получают премии памяти А. Нобеля по экономике за исследования в области трансформации взглядов поведения людей в экономике. Это концепция Г. Саймона ограниченной рациональности (1978 год), теория оптимальной полезности М. Алле (1988 год) и др. Однако в экономической литературе считают, что начало поведенческой экономики в середине 1970-х годов положили работы израильско-американских психологов Д. Канемана и А. Тверски. Ими была сформулирована «теория перспектив», согласно которой экономические действия людей являются следствием их психологических приоритетов и предубеждений. Д. Канеман в 2002г. получил премию памяти А. Нобеля «за применение психологической методики в экономической науке, в особенности – при исследовании формирования суждений и принятия решений в условиях неопределенности».

Основой же создания поведенческой экономики как нового научного направления является Р. Талер (лауреат премии А. Нобеля 2017 года). Его исследования стали связующим звеном между экономикой и психологическим анализом индивидуальных решений.

Работы отечественных авторов, связанные с возможностями использования методов психологии в экономической науке, появились в России в 1980-1990-х годах. Это были учебники и учебные пособия для ВУЗов, например, работы А.И. Китова, С.В. Малахова, В.М. Соколинского.

Начинает формироваться новое направление науки – экономическая психология, в которой Райзберг выделил психологию денежного поведения, трудового поведения и управленческую психологию. [1]

Появление такого типа поведения, как «сберегающий потребитель» характерно для так называемого ковидного периода российской экономики. Причиной, определившей данный потребительский тип, стало соотношение между потребляемой и сберегаемой частями дохода. За 2022 год Росстат зафиксировал прирост сбережений россиян – их доля в структуре доходов увеличилась на 6,4 п.п. (почти 1,3 трлн. руб.) [2]. Население продолжало придерживаться сберегательной стратегии до 2023 года.

Нельзя сказать, что в ковидный период спрос сильно упал, скорее он трансформировался с традиционных способов приобретения товаров на те, которые стали более удобны в период локдауна. Бурное развитие получила онлайн торговля. Потребитель оценил ее преимущества, одним из которых, безусловно, стала стоимость товаров – важный, но не единственный фактор привлечения спроса. Возникновение прямого контакта производителя с потребителем – это своеобразный ренессанс средневековых отношений ремесленника с заказчиком. В современной экономике исполнителем таких отношений выступает, например, технология управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). CRM (Customer Relationship Management) – управление взаимоотношениями с клиентами – современная концепция управления бизнесом, ориентированная

на клиента. Это стратегия и корпоративная философия, которая ставит потребителя в центр бизнес-операций для увеличения прибыли путем налаживания долгосрочных отношений с клиентом и стимулирования потребления, это концепция проактивного управления взаимоотношениями с покупателем.

Потребители отдают предпочтение тем web-практикам, которые предоставляют достаточную информацию не только о самих товарах и услугах, но и об условиях возврата, о наличии товара на складах до момента заполнения формы покупки, о стоимости и сроках доставки и, главное, о конфиденциальности передачи данных. Для того, чтобы в максимальной мере соответствовать запросам покупателей, ряд интернет-магазинов формирует необходимую материальную базу, и внедряет соответствующие торговые технологии.

Развитие электронной торговли базируется на персонализации модели поведения покупателя в сети (подбор продуктов, услуг, содержания и оформления сайта), что достигается интеллектуализацией электронного рынка (e-intelligence) посредством интерактивного взаимодействия с покупателем в пределах всех циклов бизнес-процесса.

В маркетинге реального мира учитывается тот факт, что человек не может «раздвоиться», он заключен в определенные рамки пространства-времени, и поэтому потребитель ненавязчиво затягивается в виртуальный рынок и провоцируется на покупку. Таким образом, цифровизация ведет к персонализации индивида как покупателя на рынке в Сети и, «угадывая» его потребности, стимулирует потребление.

Можно сказать, что мотивация потребителей к поиску наименьшей цены сформировала, так называемый, «акционный тип потребителя». Желание «не переплачивать», найти скидки или более низкую цену во многом вызывалось невысокими реальными доходами населения и геополитической обстановкой начала 2022 года. В условиях неопределенности и «сберегающий», и «акционный» потребитель представляют собой по сути одного и того же индивида, поведение которого связано с ожиданием непрогнозируемых рисков

относительно и внешних изменений, и динамики своих доходов. Когнитивная психология предоставила эффективный инструмент, позволяющий рассматривать такое поведение человека как результат получения информации из окружающей среды, ее хранения в сознании, а затем преобразование во внутреннее знание, от которого зависит принятие решений. Ограниченная рациональность по Р. Таллеру – это был ответ на вызов «сберегающего человека».

Завершение пандемии связано с началом изменений в экономике и, соответственно в поведении потребителя. В конце 2022 года и начале 2023 года на экономику начали оказывать влияние новые факторы – масштабное развитие кредитной системы, растущая доступность кредитных ресурсов (множество программ льготного периода) и рост заработных плат. Можно констатировать, что, с одной стороны, возникли возможности относительно легко воспользоваться кредитными деньгами, с другой стороны, приход больших реальных денег изменил потребительское поведение.

Рост реальной зарплаты за 2023 год составил 7,7%, сообщил глава Минтруда Антон Котяков. «Общий рост реальной зарплаты за прошлый год впечатляет», – отмечает Павел Селезнев, декан факультета международных экономических отношений Финансового университета при правительстве России. Такого роста этого показателя не было в России последние десять лет, подтверждает Людмила Иванова-Швец, доцент РЭУ им. Г.В. Плеханова [3].

Таким образом, в 2023 году зафиксировано оживление потребительского спроса, вызванное не только дешевыми кредитами, но и ростом заработных плат почти на 10%, а также масштабной государственной поддержкой малоимущих слоев населения. Указанные факторы вылились не только в рост потребительского спроса, но и в рост ВВП в целом, который составил 3,6%.

Хорошие темпы роста показала российская торговля. В январе-октябре 2023 года оборот розничной торговли вырос на 5,5%, по сравнению с аналогичным с периодом прошлого года. Продажи пищевых продуктов, включая напитки и табак, за 10 месяцев этого года вы-

росли на 2,6% с учетом поправок на рост цен. А продажи непродовольственных товаров за 10 месяцев подскочили на 8,4%. И этот рост продаж непродовольственных товаров отразился и в статистике реальных покупок [2].

Тенденция больше тратить, а не сберегать была подстегнута в октябре-ноябре 2023 года ростом инфляционных ожиданий россиян, что усилило потребительские настроения (такие выводы были даны в обзоре Банка России). Медианная оценка инфляционных ожиданий населения на годовом горизонте составила 12,2%, увеличившись в ноябре к октябрю 2023 года на один процентный пункт [4]. Причиной такого поведения во многом стала ключевая ставка процента, выступающая ориентиром, как для потребления, так и сбережения. Ключевая ставка Центрального банка РФ за 2023 менялась следующим образом:

- с 24.07.2023 она установилась на уровне 8,5%;
- с 15.08.2023 она установилась на уровне 12%;
- с 18.08.2023 она установилась на уровне 13%;
- с 30.10.2023 она установилась на уровне 15%;
- с 15.12.2023 она установилась на уровне 16% [4].

Как видно из приведенной динамики ключевая ставка росла на протяжении всего 2023 года, ее текущий уровень стал очень высоким, что соответствующим образом отразилось на трансформации реальных доходов населения и решений домохозяйств относительно расходов.

Интересно посмотреть на еще один тип потребителя, являющийся следствием произошедших событий. В ноябре 2023 года резко выросла доля россиян «бегущих от инфляции», предпочитающих тратить свободные деньги на покупку дорогостоящих товаров, а не откладывать их. У потребителей с высоким уровнем дохода, особенно в «богатых» регионах, где у многих заработная плата 100 тысяч рублей в месяц и выше, возникло желание потратить деньги сегодня, в связи с неопределенностью завтрашнего дня и высокими инфляционными ожиданиями. Этот тип потребителя характеризуется дорогими покупками, большим чеком ресторана. При

этом есть определенные сложности с выездом и соответственно возможностью потратить деньги за пределами страны. Можно констатировать, что часть потребителей, прогнозируя негативные изменения в инфляции, стремилась перевести свои сбережения в текущие траты и материальные активы. Статистика продаж дорогостоящих товаров показывает обозначенные тенденции. Например, по итогам сентября 2023 года в России было реализовано 110 358 новых легковых автомобилей, что в 2,5 раза больше, чем в том же месяце прошлого года [5].

Более того, в стране высокими темпами выросло число людей, чья официальная зарплата превышает миллион рублей в месяц. Сегодня такие доходы зафиксированы у 24,4 тысяч россиян. За два года число подобных «миллионеров» увеличилось на 43% [6].

Активное потребление трансформировало структуру вкладов населения в части их сокращения, как в целом, так и уменьшении вкладов долгосрочного типа, в частности. На начало 2023 года россияне хранили на долгосрочных вкладах около 7,92 триллионов рублей, что является минимумом за последние 10 лет. За 2022 год объем сбережений на депозитах сроком от одного года сократился на 30,4%, до 3,45 триллионов рублей. Большее падение зафиксировано в валютных вкладах. По итогам 2022 года в рублевом выражении они уменьшились на 62,4%, до 1,18 триллиона рублей, а длинные вклады за тот же период в российской валюте просели на 24,3%, до 6,74 триллиона рублей [4].

Потребители «бегущие от инфляции» и предпочитающие текущее потребление долгосрочным вкладам внесли весомый вклад в рост потребительского спроса и, как следствие, создали дополнительную угрозу перегреву экономики.

Как уже отмечалось выше, другим фактором, ускорившим рост потребительского спроса, стала растущая доступность кредитных ресурсов.

Так, например, выглядели ставки в 2022 году: по льготной ипотеке – от 4% до 8% (по усмотрению банка), Дальневосточной ипотеке – не более 2%, семейной – 6%, сельской – 3%, строительство дома – 6,1%, для военнослужащих – от 5,85% до 12%, ИТ – 5% [3]. Субсидиро-

ванное государством кредитование выступило, по сути, стратегией «поведенческого подталкивания» Р. Талера. Последняя основана на влиянии на выбор индивида архитектора выбора, который наделяется полномочиями деликатного подталкивания людей к определенному решению. Под подталкиванием Талер понимал ненавязчивое и предсказуемое влияние на выбор людей, при этом самого выбора индивид не лишается. Льготное кредитование охватило самые разные слои населения: и по семейному, и по социальному, профессиональному статусу, географии проживания. Так, в июле 2023 года объем выданной ипотеки увеличился до 172 тысяч кредитов на 654 млрд. рублей, что на 2% больше предыдущего месяца и на 88% больше аналогичного периода 2022 года. Динамика ипотечных кредитов, представленная в таблице 1, демонстрирует их постепенное увеличение.

Таблица 1

Динамика ипотечных кредитов по годам

Годы	Количество выданных новых ипотечных кредитов	Объем выданных ипотечных кредитов, млрд. руб.
2020 год	85,3	239,4
2021 год	86,5	471,9
2022 год	152,4	848,3
2023 год*	288,4	448,6

Примечание: * по состоянию на 1 октября 2023 г. [4].

О высокой потребительской активности домохозяйств в 2023 свидетельствует также рост объемов розничного кредитования. По темпам прироста на втором месте после ипотеки стоят кредиты наличными. Объем кредитов физическим лицам за 10 месяцев 2023 года вырос на 5,7 трлн. рублей, что существенно выше, чем увеличение средств граждан в банках, где прирост составил 3,6 трлн. рублей. Во всех сегментах рост выдач за 2023 год превышает выдачи 2022 года более чем на 45% [7].

Желание жить хорошо здесь и сейчас, с одной стороны, и растущее социальное расслоение (когда одни берут кредит с целью дорогостоящего путешествия,

а другие – с целью купить товары первой необходимости), с другой стороны, ведут к когнитивным искажениям принимаемых решений. Причины отклонений от разумного отношения к кредиту можно найти в работах Д. Канемана и А. Тверски, в их «теории перспектив» [8]. К ним относятся:

- неверная оценка исходного состояния, относительно которого человек оценивает последствия экономических действий;

- неприятие или избегание потерь, что означает, что индивид всегда стремится минимизировать потери;

- искаженное восприятие вероятностей: при принятии решений в условиях неопределенности и риска индивиды склонны завышать вероятности исходов событий, близких к нулю и занижать вероятности исходов событий, близких к единице.

В результате когнитивных искажений растет не только количество выданных кредитов, но и уровень кредитной задолженности, формируется еще один тип потребителя – «профессиональный должник». Особенностью таких должников являются долги не только по кредитам, но и по платежам за ЖКХ, обычная задолженность «у соседей». По данным Федеральной службы судебных приставов с января по сентябрь 2023 года количество неплательщиков по банковским кредитам выросло на 22% и достигло 21,1 миллиона человек, то есть почти половина из 47 миллионов граждан России, у которых есть кредиты, просто перестала обслуживать долги. Описывая портрет среднего должника, Федеральная служба судебных приставов приводит следующие данные:

- возраст 30-45 лет;
- средняя сумма долга 173 тысячи рублей;
- официальной работы нет;
- есть единственное жилье, которое по закону арендовать нельзя [9].

При этом, давая характеристику, такому типу домохозяйств, директор Федеральной службы судебных приставов (ФССП) Д. Аристов, выступая летом 2023 года на Петербургском международном юридическом форуме, отметил, что на исполнение в организации находится более 12 млн. документов в отно-

шении физических лиц, не оплативших вовремя кредитную задолженность, как банковским учреждениям, так и микрофинансовым учреждением (МФО) и профессиональным коллекторным организациям на общую сумму почти 2 трлн. рублей. К началу 2023 года в среднем на одного трудоспособного гражданина России приходилось примерно 330 – 360 тыс. руб. долга перед банками [9].

Рост долгов у населения в целом ведет к тому, что в практике банкротства с начала 2023 года растут обращения граждан, оказавшихся в сложной финансовой ситуации, с инициативой списать долги посредством банкротства.

Практика показывает, что люди не делают выбор так, как будто он соответствует модели рационального поведения, соизмеряя издержки и результат, природа выбора лежит в области когнитивной (поведенческой) психологии. При решении вопроса о покупке того или иного товара в том числе в кредит, потребители попадают в ловушку так называемого эффекта «страуса», избегая негативной, но потенциально полезной информации. Попадая в когнитивную ловушку эскалации обязательств, испытывают избыточную уверенность в точности своей информации при принятии решения о покупке, переоценивают свои результаты по сравнению с реальностью, а также свои способности по сравнению с другими [10].

Таким образом, поведение потребителя, с одной стороны, формируется экзогенными факторами, например, ставкой процента, геополитикой. Кредит стремятся оформить здесь и сейчас, потому что завтра будет дороже. Перевести заработанное в материальные активы сегодня: завтра будет дороже. Как следствие такого поведения – высокие инфляционные ожидания, а это уже эндогенный фактор, влияющий на потребителя с точки зрения его когнитивного восприятия происходящих процессов, когда роста инфляции еще нет, но он «подталкивается» изнутри и разгоняет потребительский спрос, потребительскую активность [11]. В таких условиях население больше тратит, чем зарабатывает. И занимает, чтобы поддерживать уровень жизни, к которому привыкло. В этом случае вступает

в силу парадокс межвременных предпочтений и процессы потери самоконтроля (Р. Таллер). Для российской экономики это чревато тем, что она растет за счет текущего потребления. Такой рост является угрозой финансовой стабильности в будущем.

Учитывая указанные тенденции в поведении домашних хозяйств, можно отметить, что в дальнейшем дифференциация потребителей по структуре расходов будет только возрастать, трансформируя потребителей в различные социальные категории и усиливая социальное расслоение.

Таким образом, 2022, 2023 годы демонстрируют с одной стороны, достаточно динамично сменяющие друг друга тенденции жить за счет собственных или заемных средств. С другой стороны, растет число таких потребителей – должников, которым сберегать вообще невозможно, а тратить приходится по-минимуму.

Изменение потребностей вынуждает экономику измениться. Для этого необходимы новые ресурсы, что и порождает экономическую активность, для которой нужно создавать условия ее реализации.

В настоящее время российской экономике для проведения реиндустриализации, технической модернизации, импортозамещения нужна модель рационального поведения потребителя. Решение Центробанка в декабре 2023 года о повышении ключевой ставки до 16% явилось переломным моментом в изменении поведения потребителя сберегать или тратить в пользу первого.

Еще одним шагом в направлении изменения поведения потребителя стало решение правительства об ужесточении правил получения льготной ипотеки. Вырос первоначальный взнос по всем ключевым ипотечным программам с госучастием с 10 и 15% сначала до 20% (сентябрь 2023 года), а затем и до 30% (декабрь 2023 года). Снижение уровня инфляции, охлаждение потребительского спроса экономика почувствовала через определенный лаг времени так же, как и решения об ограничении кредита ипотеки, и росте ставок по депозитам в банках.

В 2024 году ЦБ комментируя свое решение о сохранении уровня ключе-

вой ставки на отметке 16% констатировал, что: «Повышение ключевой ставки привело к увеличению ставок по кредитам и депозитам и транслировалось в замедление кредитования и активный рост вкладов». И далее: «Норма сбережений в конце прошлого года возросла. В начале этого года сберегательная активность также остается высокой». Таким образом, видно, что принятые государством мероприятия трансформировались в новые решения потребителей. Однако на фоне продолжающегося роста доходов потребление тоже остается высоким. ЦБ отмечает, что произошедшее снижение инфляционных ожиданий должно способствовать предпочтению сбережений относительно потребления [11].

При формировании типа рационального потребителя можно отметить, что один из вызовов, с которым сталкиваются потребители, это изменение приоритетов в удовлетворении своих потребностей в сторону нематериальных.

Смена интересов поколений происходит, как известно, через 15-17 лет. Формируется цикл, движимый потребностями людей в сохранении своего здоровья:

- здорового питания;
- строительства из экологически чистого материала, используемой одежды, бытовой техники;
- полноценном, комфортном отдыхе;
- повышении уровня и качества образования и культуры;
- необходимых для удовлетворения этих потребностей рекреационных ресурсах.

Рациональное потребление стало важным фактором трансформации поведения потребителя, оно признано и глобальной целью человечества, и главным трендом современной жизни.

Термин «разумное потребление» означает осознанный подход к выбору и покупке тех или иных продуктов либо вещей. Синоним «разумного» – «ответственный» – потребитель покупает только то, что действительно необходимо. Покупка в рамках удовлетворения только лишь необходимых потребностей подразумевает в то же время решение глобальной проблемы экономичного использования природных ресурсов. Большинство покупок люди совершают

спонтанно или по привычке, и они часто оказываются ненужными.

Разумное потребление основано на том, что человек совершает свой выбор, ориентируясь не только на стоимость и качество товара, но и на его влияние на окружающую среду и сообщества других людей. Цель такого подхода – устранить зависимость между экономическим ростом и разрушением окружающей среды, связанной с перепотреблением и образованием отходов.

Психология бесконтрольных покупок – это проявление незрелой личности, в противовес которой получило развитие «движение «SustainableFashion» – устойчивая мода. Оно основано на трех составляющих – экономии, этике и экологии.

Осознанное потребление – это бережное отношение к природным ресурсам и помощь окружающей среде. Оно основано на следующих принципах: сокращение потребления, отказ от перерабатываемых товаров, повторное использование, переработка отходов, замена одноразовых предметов на многоразовые, приобретение опыта, а не вещей.

Вещи, продукты питания, бытовые предметы и условия жизни должны удовлетворять насущные потребности, а не потакать роскоши. Новые вещи не делают человека счастливее, шопоголизм считается болезнью XX века. Neolonicadaptation (гедонистическая адаптация) – это понятие означает привыкание к хорошему, зависимость от эмоций, которые вынуждают нас тратить все больше и больше. Поэтому главным врагом разумного потребления считают импульсивные покупки.

Разумное потребление означает так же, что потребитель не тратит попусту воду и электричество, не покупает пластиковые пакеты, сортирует мусор, бережно относится к любым ресурсам, в том числе и к финансовым.

Разумному потреблению отвечает концепция совместного потребления, созданная Рэйчел Ботсман и Ру Роджерс в 2010 году. В российской экономике институты совместного использования получили развитие на основе модели взаимодействия экономических агентов. Это так называемый перераспределительный вариант институциональных изменений. Примерами служат коворкинг, Airbnb

«ячеистая экономика», аренда жилья, техники и др. Накопление у пользователей огромного количества неиспользуемых предметов стало важным фактором стимулирования развития долевой экономики.

Нужно отметить, что разумное потребление может быть связано не только с высоким уровнем сознания человека как гражданина, но и с низким уровнем дохода, заставляющим очень рационально подходить к тратам. Таких людей достаточно много. Росстат оценил количество живущих за чертой бедности в 15,7 млн. человек (второй квартал 2023 года), или 10,8% россиян. [2] Поэтому распространение получил тип российского потребителя, который направлен на распродажи, покупки товаров по акциям. При анализе структуры потребительской корзины обращает на себя внимание тот факт, что покупаются в основном товары первой необходимости, т.е. потребитель просто закрывает так свои ежедневные потребности.

Главное, что отличает разумное потребление от неразумного – то, как именно индивид использует и сколько пользы от купленного получает. Как научиться отличать желания от реальных потребностей и тратить деньги рационально? Купить только то, что нужно – это целая наука, которой нужно учиться, постигая азы финансовой, экологической грамотности, экономической культуры. Разумное потребление предполагает и необходимость сбережений. На этом пути потребителя могут подстерегать так называемые когнитивные ловушки. Чтобы не попадать в такие ловушки, ему нужно научиться не доверять первому впечатлению, использовать независимые суждения; не позволять одному мнению стать основой для остальных. И здесь государство может направить, «подтолкнуть» в требуемом направлении.

Поскольку задачей государства является достижение всеобщего благосостояния, то необходимо понимать, как выглядят различные типы потребительского спроса. Рассмотренные в работе типы потребителя наглядно демонстрируют с одной стороны, общее для всех желание, жить хорошо, а с другой, различие источников спроса и мотивов совершения покупок. Адресность разрабатываемых

мых государством экономических и социальных программ будет стимулировать спрос, а значит и экономику к развитию.

Выводы

Именно решения потребителя сэкономить или тратить, во что инвестировать реализуют заложенную экономическую политику. Ужесточение требований банков к кредиторам, повышение процентной ставки Центрального Банка, точечность, адресность государственной поддержки ипотеки, повышение банками ставки по депозитам, новая Программа долгосрочных сбережений уже меняют модели поведения потребителей.

Иницилируемые государством мероприятия по росту доходов населения должны обязательно опережать рост кредитования. Потребление должно расти не в ущерб будущим инвестициям.

Необходимо пересмотреть действующую шкалу подоходного налога,

формируя адресный подход к каждому сегменту домохозяйств. В качестве одного из вариантов новой шкалы подоходного налога разумным было бы введение нулевой ставки для доходов в размере МРОТ, и более дробного деления по доходам, т.к. «разбег» до 5 млн. руб. в год уравнивает слишком разные слои населения; причем разные по многим составляющим: и по доходам, и по мотивации, и по потребительским особенностям и другим.

Формирование у домохозяйств разумного подхода к потреблению, снижение дифференциации доходов через пересмотр подоходного налога, изменение инструментов денежно-кредитной политики ЦБ, адресность бюджетной и социальной политики позволяют государству добиться как роста благосостояния граждан, так и роста потенциала экономики в настоящем и будущем.

Библиографический список

1. Нариманова О.В. Поведенческая экономика: интеграция и синергия экономики и психологии // Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие. 2023. Т. 11, № 3(42). С. 205-218. DOI: 10.23888/humJ2023113205-218.
2. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 25.01.2024).
3. Статья «Рост реальных зарплат в 2024 году продолжится. Об этом сообщает «Рамблер». [Электронный ресурс]. URL: https://finance.rambler.ru/economics/52238720/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 25.01.2024).
4. Банк России. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения: 06.02.2024).
5. Статья «Продажи новых легковых автомобилей в России в сентябре 2023 года». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/55792/> (дата обращения: 28.01.2024).
6. Статья «В России резко выросло число людей с зарплатами от миллиона рублей: где столько платят». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/daily/27590/4861641/> (дата обращения: 12.02.2024).
7. Статья «По итогам декабря 2023 года объем выдач кредитов составил 1,43 трлн рублей». [Электронный ресурс]. URL: <https://frankrg.com/news/po-itogam-dekabrya-2023-goda-obem-vydach-kreditov-sostavil-1-43-trln-rublej> (дата обращения: 12.02.2024).
8. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: АСТ, 2013. 625 с.
9. Статья «Описан типичный портрет должника в РФ». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10989372> (дата обращения: 12.02.2024).
10. Положихина М.А. Уровень развития поведенческой экономики за рубежом и в России // Социальные новации и социальные науки. 2023. № 2 (11). С. 10-28. DOI: 10.31249/snsn/2023.02.01.
11. Ковалева Е.В., Цымбалюк М.В. Факторы потребительского спроса, определяющие экономический рост российской экономики // Вестник Сибирского государственного индустриального университета. 2023. № 2 (44). С. 103-110. DOI: 10.57070/2304-4497-2023-2(44)-103-110.
12. Выступление главы ЦБ после решения по ключевой ставке. Подробнее на РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/finances/16/12/2022/639c5a4d9a7947b93a6128c3?from=copy> (дата обращения: 12.02.2024).