

ОТ ПЛАНОВОЙ ЭКОНОМИКИ К ЭПОХЕ ИНТЕРНЕТА: ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Н. В. Барина

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В. Р. Барин

Московский политехнический университет,
Москва, Россия

Одним из важных направлений экономических учений является изучение экономического поведения индивида. В данной статье проанализированы основные подходы к изучению экономического поведения агентов в рамках поведенческой экономики, интерес к изучению которой в последние годы значительно возрос. Авторами приведены определения термина «экономическое поведение», представленные в научной литературе различными исследователями. Основное содержание статьи составляет рассмотрение экономического поведения российских потребителей в условиях экономических трансформаций за период с 70-х гг. XX в. и до начала XXI в. В исследовании отмечены этапы экономических преобразований данного периода и проанализировано влияние различных факторов на формирование моделей поведения в каждом из рассматриваемых периодов. В заключение авторами сделаны выводы о тенденциях развития экономического поведения потребителей в эпоху цифровизации и внедрения искусственного интеллекта в область принятия экономических решений.

Ключевые слова: поведенческая экономика, принятие решений, трансформационная экономика, экономический подход, экономический кризис.

FROM PLANNED ECONOMY TO THE INTERNET ERA: ECONOMIC BEHAVIOR TRANSFORMATIONS OF RUSSIAN CUSTOMERS

Natalya V. Barinova

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

Vladimir R. Barinov

Moscow Polytechnic University,
Moscow, Russia

One of the most significant lines in economic studies is investigation of economic behavior of individual. The article analyzes key approaches to studying economic behavior of agents within the frames of behavioral economics that arouses higher and higher interest today. The authors provide definitions of the term 'economic behavior' that can be found in academic literature. The principle content of the article is made up by studying economic behavior of Russian customers in conditions of economic transformations within the period from the 1970-s to the early 21st century. The research marked stages of economic reforms of this period and analyzed the impact of different factors on shaping the model of behavior in each of the mentioned periods. The authors draw conclusions about trends of developing economic behavior of customers in the era of digitalization and introduction of artificial intellect in the field of making economic decisions.

Keywords: behavioral economics, decision-making, transformation economics, economic approach, economic crisis.

Вторая половина XX в. ознаменовалась появлением нового направления в экономической науке, получившего название «поведенческая экономика». Новая отрасль научного знания возникла в 70-е гг. прошлого века на стыке нескольких наук: экономики, социологии и психологии.

Основным направлением поведенческой экономики является изучение влияния психологических воздействий на принятие агентами экономических решений [10; 11; 15]. Поведенческая экономика – одно из современных направлений неоклассической теории. В научной литературе представители данного направления пытаются дать ответ на вопросы поведения индивидов в ситуации принятия экономического решения. Они рассматривают в своих трудах модели поведения экономических агентов в ситуациях, ограничивающих их выбор.

Основным отличием нового направления от классической экономической теории стало признание иррациональности поведения экономических агентов в ситуации принятия экономических решений. Представители нового направления путем экспериментального подхода выяснили, что поведение людей не отвечает принципу рациональности, в то время как представители классического направления считают, что в процессе принятия экономических решений индивиды руководствуются именно данным принципом. При этом экономические агенты задействуют весь спектр имеющихся у них средств, включая сбор информации и проведение расчетов.

Безусловно, в таком подходе теоретиков классической теории есть рациональное зерно, однако стоит принять во внимание, что в условиях реального выбора большинство людей подвержено влиянию различных факторов, начиная от определенных предпочтений и заканчивая эмоциональным состоянием в момент принятия решения. Именно на изучении влияния различных факторов на поведение индивидов в процессе принятия экономических

решений основывается поведенческая экономика.

Как справедливо указывает С. И. Пономарева, «поведенческая экономика не претендует на объяснение рационального выбора, она лишь исследует субъективный процесс принятия решений в ситуации неопределенности и предоставляет модель, которая дает точную картину поведения человека» [17. – С. 18].

Основоположниками поведенческой экономики принято считать Г. Саймона и Дж. Катона, заложивших методологические основы нового направления, а также известных психологов А. Тверски и Д. Канемана, описавших в своих работах наиболее типичные ошибки людей при принятии ими экономических решений. В работах этих авторов впервые были опубликованы термины «несклонность к потерям» (loss aversion), «точка отсчета» (reference point), «эффект наделенности» (endowment effect), «ментальный учет» (mental accounting), которые позже легли в основу методологии поведенческой экономики [7; 23; 25; 26; 27].

Активное изучение экономического поведения началось в начале прошлого века и продолжается по сей день. За этот период зарубежными и российскими учеными-исследователями было опубликовано большое количество работ в данном научном направлении.

Основоположником изучения экономического поведения в научной литературе принято считать Адама Смита. В своих трудах ученый пишет: «В хозяйственной жизни человек ведет себя определенным специфическим образом, и этот тип поведения является основой всей системы экономических отношений» [22. – С. 16]. По мнению Смита, *экономическое поведение* представляет собой «модель поведения человека, ориентированного на следование частному интересу и на сотрудничество на основе взаимной выгоды» [22. – С. 19]. Другими словами, такая формулировка очень близка реальному поведению людей.

Представляет большой научный интерес работа Г. В. Белеховой «Экономическое поведение населения: осмысление категории», в которой автором проведено масштабное исследование различных подходов. В частности, заслуживает внимания классификация подходов по изучению экономического поведения людей:

- экономический подход (представители: А. Смит, Д. Рикардо, Бентам, Дж. С. Милль, У. С. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас, Дж. М. Кейнс, Дж. Хикс, М. Фридман, И. Фишер, А. Шварц, К. Бруннер, А. Маршалл, П. Самуэльсон, Т. Веблен, У. Митчелл, Дж. Р. Коммонс, Дж. К. Гэлбрейт);

- междисциплинарный экономико-социальный подход (представители: М. Вебер, Э. Дюркгейм, С. Линденберг);

- междисциплинарный экономико-психологический подход (представители: Г. Тард, Дж. Катона, Д. Канеман, А. Тверски, Р. Талер, Г. Саймон, Дж. Хекман, Р. Шиллер, Дж. Акерлоф, Ж. Тироль, Д. Макфадден) [5].

Каково определение термина «экономическое поведение», как его можно охарактеризовать?

Экономическое поведение индивида можно охарактеризовать возможностью выбора максимально выгодного варианта из совокупности альтернатив с точки зрения максимизации выгоды и принятия решения на основе анализа информации.

Другими словами, *экономическое поведение* представляет собой разновидность социального поведения, которое отражает участие личности в экономической жизни общества. В работе «Экономическое поведение молодежи в условиях модернизации российского общества» авторами уточнено, что «данное участие реализуется посредством различных форм экономической деятельности, в основе которых лежит социальный интерес индивида, а также его материальные возможности» [8. – С. 122].

Авторская трактовка понятия «экономическое поведение» Г. В. Белеховой изложена следующим образом: «экономическое поведе-

ние населения представляет собой форму активности человека, его осознанную деятельность в воспроизводственной сфере, направленную на субъективную оптимизацию результатов (максимизацию ожидаемой полезности) вследствие соотнесения имеющихся предпочтений и ограниченных ресурсов с возможными вариантами их использования» [5. – С. 80].

Заслуживает внимания трактовка известного экономиста В. Л. Макарова, в которой под *экономическим поведением* понимается «рациональное поведение в мире ограниченных ресурсов и безграничных потребностей, когда необходимо постоянно принимать альтернативные решения» [Цит. по: 5. – С. 78].

Наиболее точной нам кажется формулировка исследователя Е. Т. Байльдинова, который считает, что «под *экономическим поведением* следует понимать деятельность человека (общества), направленную на получение доходов и их использование в целях удовлетворения своих потребностей» [1. – С. 149].

Изучение экономического поведения представляет собой сложную задачу, связанную с проведением междисциплинарных исследований.

Согласимся с исследователем Е. А. Лысовой, которая указывает, что в научной литературе существует большое количество подходов к изучению поведения потребителей с учетом экономических, маркетинговых, социально-психологических и иных факторов, что свидетельствует о глубоко изучении проблемы с различных сторон. При этом для раскрытия темы нашего исследования наиболее важен экономический подход, при котором рассматривается поведение потребителя на основе понятий «стоимость», «затраты», «выгода», «потери» [12].

Высокую научную ценность имеют исследования известного ученого Г. С. Беккера, впервые применившего экономические методы для анализа человеческого поведения: «экономический подход уникален по своей мощи... он способен интегри-

ровать множество разнообразных форм человеческого поведения... Экономический подход предлагает плодотворную унифицированную схему для понимания всего человеческого поведения... является всеобъемлющим и применим ко всякому человеческому поведению» [4. – С. 35].

Именно экономический метод превалирует над остальными в силу универсальности его применения, возможностей сбора и обработки информации, а также разработки нормативных документов, в том числе на государственном уровне, так как на его основе имеется возможность построения прогнозов для больших групп людей. Согласимся с исследователем С. И. Пономаревой, что значительная часть результатов научных исследований может успешно применяться в области государственной политики с целью разработки эффективных мер экономической и социальной политики [18. – С. 8]. В то же время поведенческая экономика, принимая в расчет факторы психологического и иного воздействия на поведение индивида, в результате сталкивается с неоднозначностью полученных результатов. Поэтому в большинстве случаев результаты этих исследований применимы в основном для малых групп людей и часто носят дискуссионный характер.

Современное состояние исследований основывается преимущественно на изучении поведения потребителей как экономических агентов.

Что представляет собой термин «поведение потребителя»?

Исследователь Г. М. Россинская приводит трактовку понятия «поведение потребителя» как «одну из разновидностей экономического поведения, включающую осознанные действия потребителя в сфере обращения и потребления, направленные на удовлетворение собственных потребностей, предшествующие этому намерения, а также результаты этих действий, выраженные в определенной степени потребительского удовлетворения» [20. – С. 81]. Стоит согласиться с выводами автора о том, что в ситуации экономического выбо-

ра человек стремится минимизировать издержки и максимизировать выгоду, тем самым демонстрируя рациональное поведение.

Представляют научный интерес исследования Е. А. Яковлевой, которая указывает, что «человек гораздо болезненнее воспринимает потери, нежели радуется приобретениям. Большинство людей менее склонны рисковать, нести потери уже имеющихся благ, чем получать выигрыш такой же ценности, который можно приобрести в перспективе, с той же вероятностью. Люди эмоционально и болезненно воспринимают любые потери. Важное социально-экономическое следствие – несклонность к потерям – делает стабильность более предпочтительной, чем изменения» [24. – С. 65].

Большой научный интерес вызвали исследования нобелевского лауреата Ричарда Талера, который опубликовал результаты исследований поведения потребителей. Свой тезис ученый сформулировал так: «экономические агенты – это люди, и экономические модели должны это учитывать». Талер доказал в своих исследованиях, что стоит отказаться от *homo economicus* (человека рационального) и вернуться к *homo sapiens* (человеку разумному), что позволит «разобраться в потребительском поведении... требуется вернуться к изучению просто Людей, а не рационалов» [21. – С. 9].

Изучение экономического поведения имеет многолетнюю историю. Истоки изучения экономического поведения многие исследователи относят к началу XX в. Именно в те годы во многих университетах США начали читать лекции по данному направлению. В Европе изучение экономического поведения началось раньше, чем в США. В 20–30-е гг. XX в. в Европе проводилось изучение поведения потребителей на основе опросов. В ходе этих исследований были заложены основы для многих научных трудов по экономическому поведению. В 50–60-е гг. XX в. в изучение экономического поведения потреби-

телей добавились исследования из области психологии познавательных процессов.

В 70-е гг. XX в. была опубликована книга Д. Хокинса «Поведение потребителей», которая многими исследователями считается классической в области принятия экономического решения. Д. Хокинс обозначил в ней основные этапы принятия потребителем решения о покупке: осознание потребителем наличия проблемы, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив покупки, непосредственно покупка, использование покупки, оценка решения.

Стоит отметить, что исследования экономического поведения потребителей в США и Европе происходили по-разному. Основной акцент исследований в США был направлен на изучение стимулов и воздействий, обеспечивающих в конечном итоге нужную реакцию покупателей. В то же время в Европе исследования были направлены на психологическую составляющую процесса покупки. В этом случае объектом исследований становились ценности, мотивы, установки индивида. Другими словами, американские исследования были направлены на изучение масс, а европейские – на изучение индивида.

В 80–90-е гг. XX в. в изучении экономического поведения потребителей был сделан упор на социальную компоненту.

В СССР изучение экономического поведения осуществлялось в рамках политэкономии, которая была подвержена влиянию политического режима. Подавляющее большинство исследований было посвящено изучению потребления населением страны продуктовых и промышленных товаров, а также влиянию научно-технического прогресса на процесс потребления. Социальная и экономическая политика имела патерналистский характер, т. е. «государственные структуры определяли жизненную парадигму каждого гражданина и каждой семьи, гарантируя достаточный с позиции господствующей идеологии уровень и соответствующий ему образ жизни» [6. – С. 142].

Экономический период того времени характеризовался несколькими ключевыми моментами. Плановая экономика – именно так во многих научных источниках характеризуют модель экономики СССР. Финансовые средства (вклады, облигации и просто наличные деньги) имели высокую ликвидность. Многие люди, откладывая средства в течение некоторого времени, смогли собрать приличные накопления. Существовал культ накопления. Повсеместно были размещены транспаранты «Копейка рубль бережет», «Храните деньги в сберегательной кассе».

В СССР существовала распределительная система. Это один из феноменов экономики социалистического периода. Суть его состояла в следующем. Товары повышенного спроса распределялись для определенных категорий населения в порядке очереди по записи. Ветераны, многодетные семьи, Герои Социалистического Труда получали дополнительные социальные льготы. Такие списки существовали и на предприятиях, где члены трудовых коллективов тоже являлись участниками получения товаров повышенного спроса, к которым относились предметы длительного пользования: холодильники, цветные телевизоры, шерстяные ковры, автомобили и т. д. В этом состоял парадокс эпохи застоя. В СССР производилось большое количество товаров легкой, пищевой промышленности, но при этом существовал дефицит товаров.

При стабильности рубля такая система функционировала достаточно долго. Товары, производимые в СССР, имели высокое качество, выпускались по ГОСТу. Многие из них маркировались знаком качества. Единственным недостатком, возможно, считался дизайн советских товаров. При этом существенным преимуществом был срок службы. Некоторые бытовые приборы служат до сих пор.

Отличительная черта брежневского периода развития экономики – стабильный уклад. Последующие годы развития эко-

номики характеризовались значительными трансформациями.

С распадом СССР экономика России пережила многочисленные кризисы, которые отразились на экономическом поведении потребителей.

Большую исследовательскую работу по изучению экономического поведения в условиях кризиса провели О. Ю. Дмитриева, Н. А. Дмитриева, О. Е. Кузина, М. А. Мосесян, М. С. Щербаль, Л. И. Ниворожкина.

Распад СССР ознаменовал в России переход к новой модели экономического поведения потребителей. Если до этого периода подавляющее большинство товаров повседневного и длительного использования были отечественного производства (за редким исключением), то в 1990-х гг. иностранные производители получили в России новую территорию для продвижения своих товаров.

В условиях тотального дефицита товаров из-за рубежа началось агрессивное заполнение рынка товарами под известными брендами и не всегда высокого качества. Основной поток товаров начал поступать из Польши, Турции, а также Монголии.

Трансформации 1990-х гг. оказали значительное влияние на модель экономического поведения людей. Смена политического режима и последующие кризисы коренным образом изменили не только мировоззрение людей, но и их экономическое поведение. Известно, что экономическое поведение потребителей значительно меняется в период кризиса. Можно сказать, что поведение экономических агентов переходит в так называемый режим экстремального сохранения имеющихся у них финансовых средств.

Как указывают в своей работе исследователи М. А. Петров и К. А. Прозоровская, период 90-х гг. XX в. был схож с периодом 20-х гг. XX в. (периодом НЭПа) и характеризовался сменой государственного строя и резким переходом от одной экономической модели к другой [16. – С. 175].

За рассматриваемый период Россия пережила несколько экономических кризисов, характеризующихся различной природой. Кризис 1991–1995 гг. для нашей страны имел переломный, трансформационный характер, связанный со сменой политического и экономического строя. Он протекал крайне тяжело, большинство производственных предприятий были разрушены, доходы и покупательная способность населения значительно сократились.

Экономические кризисы 1998-го и 2008–2009 гг. имели другую структуру, чем кризис 1991–1995 гг., являясь частью мировых экономических процессов. Корни первого из них находились в Азии, но в России он осложнился дефолтом и последующим дальнейшим спадом производства, которое не совсем восстановилось после предыдущего кризиса, и значительным падением финансовых доходов населения страны. Кризис 2008–2009 гг. зародился в США в банковской сфере, однако позднее он перерос в общеэкономический, что в очередной раз негативно отразилось на состоянии экономики России [6. – С. 139; 9. – С. 22].

В самом начале реформ 1990-х гг. происходила ломка экономических и социальных стереотипов при нарастании инфляционных процессов, безработицы, расслоения населения, стремительного падения доходов и роста бедности подавляющего большинства россиян. В таких экстремальных условиях экономическое поведение россиян изменилось кардинальным образом. Начало реформ 1990-х гг. было также осложнено остаточными явлениями дефицита товаров, который привел к массовому наполнению рынка товарами сомнительного качества, но первоначальный массовый спрос на них был удовлетворен [19. – С. 148].

Период 90-х гг. XX в. характеризовался хаотичным и массовым наполнением товаров самого разного качества и ценового диапазона. В условиях высокой конкуренции многим фирмам пришлось в буквальном смысле слова бороться за свою марку у потребителей. В тот период еще не суще-

ствовало сети Интернет и борьба за потребителя осуществлялась при помощи телевидения, радио и печатных изданий, а также расширения розничной сети магазинов, действуя по принципу «ближе к потребителю». Этот период характеризовался большим количеством рынков, кооперативов и других форм предпринимательской активности, основной задачей которых было насыщение спроса потребителей.

При этом многие потребители просто не имели возможности приобретать товары, так как отличительной чертой начала 1990-х гг. была массовая невыплата заработной платы, т. е. разрушение производственного сектора экономики. В организациях, финансируемых из средств федерального бюджета, размеры заработной платы были крайне низкими, что привело к оттоку большей части квалифицированных научных кадров за рубеж. Продолжалось расслоение на богатых и бедных, при этом население сельских территорий оказалось в неравных условиях.

Исследователи Н. А. Львова, Н. В. Покровская, Н. С. Воронова рассмотрели проблемы переходного периода от плановой экономики к рыночной и сделали вывод о значительном увеличении дифференциации российских регионов и материальном расслоении населения [13].

Когда первый этап 1990-х гг. был пройден и первоначальный дефицит был удовлетворен, наступил период некоторой стагнации. Но он оказался недолгим. В 1994 г. произошел очередной экономический кризис. В этот период доходы большинства россиян значительно снизились, и возникла проблема не производства, а реализации товара. В 1998 г. произошел еще один экономический кризис. По оценкам многих экономистов, его последствия продлились до 2000-х гг.

Исследователь Г. М. Россинская приводит в своей работе «Факторы и закономерности потребительского поведения домохозяйств в условиях трансформационной российской экономики» развернутый анализ трансформаций экономического пове-

дения россиян. Анализируя период второй половины 1990-х гг., автор указывает, что в результате реформ сформировался «дефицит в условиях товарного изобилия», который характеризуется неравными возможностями для различных социальных групп в условиях потребления. Позднее дефицит наоборот превратился в денежный дефицит, который усугубляется с течением времени и продолжает оказывать негативное влияние на экономическое поведение. Другими словами, «если у состоятельных групп населения формируются новые потребности и возможности их удовлетворения, то у малоимущих и бедных... происходит вынужденный выход на первый план наиболее насущных потребностей в продуктах питания» [19. – С. 149].

В России экономическое поведение потребителей значительно отличается от европейского. Это связано в первую очередь с тем, что российская экономическая система подвержена большему количеству трансформаций. Как следствие, уровень доходов многих россиян настолько низкий, что большая часть маркетинговых приемов влияния на потребителя не может быть использована. А экономическое поведение россиян характеризуется именно этим фактором.

На всем протяжении реформ 1990–2000 гг. население с низким уровнем доходов беднело значительно больше, так как рост цен на товары первой необходимости значительно превышал средний уровень роста цен. В результате потребление определенных групп товаров по-прежнему осталось для них недоступным, в то время как у высокодоходных групп населения появляются все новые потребности, которые они стремятся удовлетворять [12; 21].

Кроме того, на потребительские привычки россиян оказывает влияние большая территориальная протяженность страны и географическая неоднородность проживания. В связи с этим экономическое поведение жителя города-миллионника значительно отличается от поведения жителя города с малой численностью. И есте-

ственно, экономическое поведение городского жителя отличается от поведения сельского жителя. К тому же Россия – многонациональная страна с большим количеством религиозных и культурных различий, которые отражаются на моделях экономического поведения. Поэтому сложно сделать общие выводы модели экономического поведения при такой неоднородной структуре населения.

В 2000-е гг. процессы дефицита продолжали развиваться, несмотря на то, что средние показатели жизненного уровня в статистических отчетах оставались благоприятными. Однако, по мнению Л. И. Ниворожкиной, которое мы разделяем, продолжал развиваться «режим понижающей адаптации», при котором значительная часть населения России сжимает потребление с уменьшением своих доходов, оставаясь в таком положении продолжительное время [14. – С. 85].

Кризис 2014–2015 гг. не был связан с мировыми экономическими тенденциями. Это внутренний кризис российской экономики, осложненный некоторыми внешними политическими факторами, к которым можно отнести падение цен на нефть, экономические санкции западных стран в отношении России. Последствия этого кризиса также отрицательно отразились на экономическом положении россиян, что в свою очередь привело к снижению покупательной способности. У потребителей, имеющих низкий и средний уровень дохода, экономическая модель поведения с потребительской изменилась на сберегающую. По оценке некоторых исследователей, кризис 2014–2015 гг. не завершен, его последствия по-прежнему негативно отражаются на экономике России.

В конце XX в. экономическое поведение потребителей большим числом исследователей рассматривается с учетом культурной и социальной составляющих данного процесса. Другими словами, представители определенных социальных групп вкладывают в понятие «потребление» не только базовые потребности, но и определен-

ный символический или культурный смысл, демонстрирующий их принадлежность к той или иной группе. Примером такой модели экономического поведения может служить молодежь, представители которой приобретают электронику, модную одежду, обувь, спортивные товары высокого ценового сегмента и часто их меняют, чтобы продемонстрировать в своей среде следование модным тенденциям.

Этот вывод подтверждают исследования Е. А. Лысовой. В своей работе «Поведение потребителей: содержание понятия, социально-экономическая сущность» автор приводит вывод о влиянии социальных факторов на экономическое поведение индивида. Она отмечает, что на процесс принятия решения об индивидуальном приобретении существенно влияет мнение определенной социальной группы, к которой человек принадлежит или соотносит себя. При этом экономическое поведение потребителя находится в определенных границах, и все варианты вне их либо не рассматриваются, либо отбрасываются как несостоятельные [12. – С. 24].

Трансформации 1990–2000 гг. оказали значительное влияние на модель экономического поведения людей, особенно среднего и старшего поколений. Коренным образом изменилось их мировоззрение, что в свою очередь повлияло на экономическое поведение. Несмотря на достаточное количество товаров повседневного спроса, они делают покупки впрок, поскольку не уверены в стабильности экономической ситуации в стране. В силу пережитых потрясений многие из них делают запасы на черный день.

Современная молодежь, напротив, предпочитает не делать накоплений, жить здесь и сейчас, покупать еду на ходу, тратить деньги на вещи и развлечения.

Можно сделать вывод, что нестабильность экономической ситуации последних десятилетий оказала значительное влияние на модели экономического поведения различных групп населения.

XXI в. характеризуется стремительными темпами информатизации. При этом Интернет стал не только пространством для коммуникации, но и площадкой для интернет-покупок, во многом вытеснив розничные покупки. Сегодня значительная часть покупок обусловлена не столько необходимостью, сколько другими факторами: влиянием рекламы, модой, следованием определенным групповым тенденциям.

Начало XXI в. характеризуется окончательным формированием социальных классов. И если количественные характеристики данного сегмента проанализированы достаточно полно, то качественные еще предстоит изучить. В первое десятилетие нового тысячелетия реальные доходы некоторой части российских потребителей стабилизировались или возросли, что отразилось на экономической модели потребления. Потребители стали использовать товары фирм, имеющих устойчивую репутацию с целью приобретения товаров более высокого качества и на длительный срок. Многие из них активно используют интернет-ресурсы не просто для поиска различных товаров, но и для того, чтобы выбрать товар по соотношению «цена – качество».

Несмотря на возрастание доли интернет-покупок, существенная их часть происходит в крупных торговых центрах. Попадая туда, многие люди попадают в так называемое мощное торговое поле, которое заставляет большинство людей совер-

шать импульсивные покупки. Такое поле оказывает негативное влияние даже на тех людей, которые приехали в торговый центр с целью приобрести конкретный товар. Во многих случаях люди приобретают незапланированные товары либо начинают сомневаться в правильности первоначального выбора товара и могут отказаться от покупки вовсе. Подобный механизм с успехом используют маркетологи с целью увеличения продаж.

В целом современный этап развития экономического поведения потребителей достаточно разнообразен по формам своего проявления и изучается представителями различных научных направлений: социологии, психологии, экономики. Таким образом, поведение современных потребителей представляет собой обширное поле для новых исследований, особенно в области поведенческой экономики. С большой долей вероятности можно сказать, что мы стоим на пороге больших изменений в моделях экономического поведения, связанных с цифровизацией и внедрением искусственного интеллекта в область принятия экономических решений [2; 3].

Уже сегодня появляются первые магазины, в которых процесс покупки осуществляется индивидом без участия человека – с помощью системы компьютерного зрения и систем бесконтактных расчетов. Такая среда формирует новую модель экономического поведения и мышления. Но это тема отдельного исследования.

Список литературы

1. Байльдинов Е. Т. Культурные истоки экономического поведения и факторы устойчивого социально-экономического развития // Вопросы современной науки: проблемы, тенденции и перспективы : материалы III Международной научно-практической конференции / отв. ред. Э. И. Забнева. – Кемерово, 2019. – С. 145–158.
2. Баранова Н. В. Новая реальность: технологии искусственного интеллекта меняют жизнь потребителей // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Технологическое лидерство: взгляд за горизонт : материалы IV Международного научного форума. – М., 2021. – С. 107–112.
3. Баранова Н. В., Баранов В. Р. Цифровая экономика, индустрия 4.0 и искусственный интеллект // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2021. – Т. 18. – № 3 (117). – С. 82–91.

4. Беккер Г. С. Человеческое поведение: экономический подход : избранные труды по экономической теории : пер. с англ. – М. : ГУ ВШЭ, 2003.
5. Белехова Г. В. Экономическое поведение населения: осмысление категории // Проблемы развития территории. – 2018. – № 5 (97). – С. 68–83.
6. Белехова Г. В., Басова Е. А. Финансовое поведение населения в период экономического кризиса 2014–2015 годов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2019. – Т. 12. – № 4. – С. 137–153.
7. Белянин А. В. Ричард Талер и поведенческая экономика: от лабораторных экспериментов к практике подталкивания // Вопросы экономики. – 2018. – № 1. – С. 5–25.
8. Володин В. М., Михнева С. Г. Экономическое поведение молодежи в условиях модернизации российского общества // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2012. – № 3 (23). – С. 121–126.
9. Дмитриева О. Ю., Дмитриева Н. А. Финансовое поведение россиян в кризис: сберегать или тратить // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. – № 8-6. – С. 21–25.
10. Капелюшников Р. И. Поведенческая экономика и «новый» патернализм // Вопросы экономики. – 2013. – № 9. – С. 66–90.
11. Капелюшников Р. И. Поведенческая экономика: несколько комментариев о рациональности и иррациональности // Журнал экономической теории. – 2018. – Т. 15. – № 3. – С. 359–376.
12. Лысова Е. А. Поведение потребителей: содержание понятия, социально-экономическая сущность // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2019. – № 4. – С. 21–27.
13. Львова Н. А., Покровская Н. В., Воронова Н. С. Концепция финансовых парадоксов: предпосылки становления и траектории развития // ЭКО. – 2017. – № 6. – С. 164–177.
14. Ниворожкина Л. И. Текущие доходы и финансовое поведение домохозяйств: кто в кризис теряет больше? // Прикладная эконометрика. – 2017. – Т. 48. – С. 85–96.
15. Николаева А. А., Гольдман С. М. Альтернативный метод формирования экономической модели России // Наука и практика Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2018. – № 3 (31). – С. 70–75.
16. Петров М. А., Прозоровская К. А. Девиантное экономическое поведение в России в период НЭПа и в 1990-е годы: сравнительно-исторический анализ // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2019. – Т. 9. – № 3 (32). – С. 174–181.
17. Пономарева С. И. Нормативные установки поведенческой экономики и формы «поведенческой» политики // Управленец. – 2018. – Т. 9. – № 3. – С. 14–19.
18. Пономарева С. И. Формирование новой нормативной модели экономической политики // Human progress. – 2017. – Т. 3. – № 4. – URL: http://progresshuman.com/images/2017/tom3_4/Ponomareva.pdf
19. Россинская Г. М. Факторы и закономерности потребительского поведения домохозяйств в условиях трансформационной российской экономики // Уровень жизни населения регионов России. – 2016. – № 3 (201). – С. 147–156.
20. Россинская Г. М. Экономическое поведение потребителя: многоуровневый подход к анализу // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 3 (23). – С. 80–83.
21. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. – М. : Эксмо, 2017.
22. Чаплыгина И. Г. «Экономический человек» Дж. С. Милля и А. Смита: методологический аспект // Научные исследования экономического факультета. – 2015. – Т. 7. –

Вып. 2. – С. 15–27. – URL: <https://archive.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=3642&p=attachment> (дата обращения: 23.02.2022).

23. Шинкаренко В. Д. Особенности и перспективы развития экономической культуры // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. – 2020. – Т. 6. – № 2. – С. 25–35.

24. Яковлева Е. А. Поведенческая экономика как область научного знания в современной экономической науке // Journal of Economic Regulation. – 2014. – Т. 5. – № 2. – С. 62–69.

25. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: an Analysis of Decision under Risk // Econometrica. – 1979. – Vol. 47. – N 2. – P. 263–291.

26. Katona G. Psychological Analysis of Economic Behavior. – New York, McGraw-Hill, 1951.

27. Simon H. A. Behavioral Economics. The New Palgrav / edited by J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman. – New York, W. W. Norton, 1987.

References

1. Bayldinov E. T. Kulturnye istoki ekonomicheskogo povedeniya i faktory ustoychivogo sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya [Cultural Origins of Economic Behavior and Factors of Sustainable Socio-Economic Development]. *Voprosy sovremennoy nauki: problemy, tendentsii i perspektivy, materialy III Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Issues of Modern Science: Problems, Trends and Prospects. Materials of the 3th International scientific and practical conference], edited by E. I. Zabneva. Kemerovo, 2019, pp. 145–158. (In Russ.).

2. Barinova N. V. Novaya realnost: tekhnologii iskusstvennogo intellekta menyayut zhizn potrebiteley [New Reality: Artificial Intelligence Technologies are Changing the Lives of Consumers]. *Shag v budushchee: iskusstvoennyy intellekt i tsifrovaya ekonomika. Tekhnologicheskoe liderstvo: vzglyad za gorizont, materialy IV Mezhdunarodnogo nauchnogo foruma* [Step into the Future: Artificial Intelligence and the Digital Economy. Technological Leadership: a Look Beyond the Horizon. Materials of the 4th International Scientific Forum]. Moscow, 2021, pp. 107–112. (In Russ.).

3. Barinova N. V., Barinov V. R. Tsifrovaya ekonomika, industriya 4.0 i iskusstvennyy intellekt [Digital Economy, Industry 4.0 and Artificial Intelligence]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2021, Vol. 18, No. 3 (117), pp. 82–91. (In Russ.).

4. Bekker G. S. Chelovecheskoe povedenie: ekonomicheskiy podkhod, izbrannyye trudy po ekonomicheskoy teorii [Human Behavior: an Economic Approach. Selected works on economic theory], translated from English. Moscow, Higher School of Economics, 2003. (In Russ.).

5. Belekova G. V. Ekonomicheskoe povedenie naseleniya: osmyslenie kategorii [Economic Behavior of the Population: Understanding the Category]. *Problemy razvitiya territorii* [Problems of Territory's Development], 2018, No. 5 (97), pp. 68–83. (In Russ.).

6. Belekova G. V., Basova E. A. Finansovoe povedenie naseleniya v period ekonomicheskogo krizisa 2014–2015 godov [Financial Behavior of the Population During the 2014–2015 Economic Crisis]. *Ekonomicheskie i sotsialnye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast], 2019, Vol. 12, No. 4, pp. 137–153. (In Russ.).

7. Belyanin A. V. Richard Taler i povedencheskaya ekonomika: ot laboratornykh eksperimentov k praktike podtalkivaniya [Richard Thaler and Behavioral Economics: from Laboratory Experiments to the Practice of Nudging]. *Voprosy ekonomiki*, 2018, No. 1, pp. 5–25. (In Russ.).

8. Volodin V. M., Mikhneva S. G. Ekonomicheskoe povedenie molodezhi v usloviyakh modernizatsii rossiyskogo obshchestva [The Economic Behavior of Youth in the Conditions of Modernization of Russian Companies]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki* [News of Higher Educational Institutions. Volga Region. Social Science], 2012, No. 3 (23), pp. 121–126. (In Russ.).
9. Dmitrieva O. Yu., Dmitrieva N. A. Finansovoe povedenie rossiyan v krizis: sberegat ili tratit [Financial Behavior of Russians in Crisis: Save or Spend]. *Sovremennye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologii* [Modern Trends in the Development of Science and Technology], 2016, No. 8-6, pp. 21–25. (In Russ.).
10. Kapelyushnikov R. I. Povedencheskaya ekonomika i «novyy» paternalizm [Behavioral Economics and "New" Paternalism]. *Voprosy ekonomiki*, 2013, No. 9, pp. 66–90. (In Russ.).
11. Kapelyushnikov R. I. Povedencheskaya ekonomika: neskolko kommentariyev o ratsionalnosti i irratsionalnosti [Behavioral Economics: Several Comments on Rationality and Irrationality]. *Zhurnal ekonomicheskoy teorii* [Journal of Economic Theory], 2018, Vol. 15, No. 3, pp. 359–376. (In Russ.).
12. Lysova E. A. Povedenie potrebitel'ev: sodержanie ponyatiya, sotsialno-ekonomicheskaya sushchnost [Consumer Behavior: the Content of the Concept, Socio-Economic Essence]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Economics and Management], 2019, No. 4, pp. 21–27. (In Russ.).
13. Lvova N. A., Pokrovskaya N. V., Voronova N. S. Kontseptsiya finansovykh paradoksov: predposylki stanovleniya i traektorii razvitiya [The Concept of Financial Paradoxes: Prerequisites for Formation and Trajectory of Development]. *ECO*, 2017, No. 6, pp. 164–177. (In Russ.).
14. Nivorozhkina L. I. Tekushchie dokhody i finansovoe povedenie domokhozyaystv: kto v krizis teryaet bolshe? [Current Income and Financial Behavior of Households: Who Loses More in the Crisis?]. *Prikladnaya ekonometrika* [Applied Econometrics], 2017, Vol. 48, pp. 85–96. (In Russ.).
15. Nikolaeva A. A., Goldman S. M. Alternativnyy metod formirovaniya ekonomicheskoy modeli Rossii [Alternative Method of Forming the Economic Model of Russia]. *Nauka i praktika Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Science and Practice of the Plekhanov Russian University of Economics], 2018, No. 3 (31), pp. 70–75. (In Russ.).
16. Petrov M. A., Prozorovskaya K. A. Deviantnoe ekonomicheskoe povedenie v Rossii v period NEPa i v 1990-e gody: sravnitel'no-istoricheskii analiz [Deviant Economic Behavior in Russia during the NEP and in the 1990s: Comparative Historical Analysis]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* [Proceedings of the Southwestern State University. Series: Economics. Sociology. Management], 2019, Vol. 9, No. 3 (32), pp. 174–181. (In Russ.).
17. Ponomareva S. I. Normativnye ustanovki povedencheskoy ekonomiki i formy «povedencheskoy» politiki [Normative Frames of Behavioural Economics and Forms of "Behavioural" Policy]. *Upravlenets* [The Manager], 2018, Vol. 9, No. 3, pp. 14–19. (In Russ.).
18. Ponomareva S. I. Formirovanie novoy normativnoy modeli ekonomicheskoy politiki [Formation of a New Normative Model of Economic Policy]. *Human progress*, 2017, Vol. 3, No. 4. (In Russ.). Available at: http://progresshuman.com/images/2017/tom3_4/Ponomareva.pdf
19. Rossinskaya G. M. Faktory i zakonomernosti potrebitelskogo povedeniya domokhozyaystv v usloviyakh transformatsionnoy rossiyskoy ekonomiki [Factors and Patterns of Consumer Behavior of Households in the Conditions of the Transformational Russian

Economy]. *Uroven zhizni naseleniya regionov Rossii* [Standard of Living of the Population of Russian Regions], 2016, No. 3 (201), pp. 147–156. (In Russ.).

20. Rossinskaya G. M. Ekonomicheskoe povedenie potrebitelya: mnogourovnevnyy podkhod k analizu [Consumer Economic Behavior: a Multi-Level Approach to Analysis]. *Problemy sovremennoy ekonomiki* [Problems of the Modern Economy], 2007, No. 3 (23), pp. 80–83. (In Russ.).

21. Taler R. Novaya povedencheskaya ekonomika. Pochemu lyudi narushayut pravila traditsionnoy ekonomiki i kak na etom zarabotat [The New Behavioral Economy. Why People Violate the Rules of the Traditional Economy and How to Make Money on It]. Moscow, Eksmo, 2017. (In Russ.).

22. Chaplygina I. G. «Ekonomicheskiy chelovek» Dzh. S. Millya i A. Smita: metodologicheskiy aspekt ["Economic Man" by J. S. Mill and A. Smith: Methodological Aspect]. *Nauchnye issledovaniya ekonomicheskogo fakulteta* [Scientific Research of the Faculty of Economics], 2015, Vol. 7, Issue 2, pp. 15–27. (In Russ.). Available at: <https://archive.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=3642&p=attachment> (accessed 23.02.2022).

23. Shinkarenko V. D. Osobennosti i perspektivy razvitiya ekonomicheskoy kultury [Features and Prospects of Economic Culture Development]. *Uchenye zapiski Krymskogo federalnogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Sotsiologiya. Pedagogika. Psikhologiya* [Scientific Notes of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Sociology. Pedagogy. Psychology], 2020, Vol. 6, No. 2, pp. 25–35. (In Russ.).

24. Yakovleva E. A. Povedencheskaya ekonomika kak oblast nauchnogo znaniya v sovremennoy ekonomicheskoy nauke [Behavioral Economics as a Field of Scientific Knowledge in Modern Economic Science]. *Journal of Economic Regulation*, 2014, Vol. 5, No. 2, pp. 62–69. (In Russ.).

25. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: an Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 1979, Vol. 47, No. 2, pp. 263–291.

26. Katona G. Psychological Analysis of Economic Behavior. New York, McGraw-Hill, 1951.

27. Simon H. A. Behavioral Economics. The New Palgrav, edited by J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman. New York, W. W. Norton, 1987.

Сведения об авторах

Наталья Владимировна Барина

кандидат экономических наук,
главный специалист отдела научных
мероприятий и защиты интеллектуальной
собственности РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: barinova23@mail.ru

Владимир Романович Барин

аспирант кафедры инфокогнитивных
технологий Московского Политеха.
Адрес: ФГОУ ВО «Московский
политехнический университет»,
105094, Москва,
Большая Семеновская ул., д. 38.
E-mail: inarael@yandex.ru

Information about the authors

Natalya V. Barinova

PhD, Chief Expert of the Department
of Academic Events and Intellectual Property
Protection of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997,
Russian Federation.
E-mail: barinova23@mail.ru

Vladimir R. Barinov

Post-Graduate Student of the Department
for Infocognitive Technologies
of the Moscow Poly.
Address: Moscow Polytechnic University,
38 B. Semenovskaya Str., Moscow, 105094,
Russian Federation.
E-mail: inarael@yandex.ru