

ОСОЗНАННОСТЬ КАК НОВАЯ ФИЛОСОФИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Зульфакарова Л.Ф., к.э.н., доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет

Рудалева И.А., к.э.н., доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет

Шафигуллина Г.И., старший преподаватель, Казанский (Приволжский) федеральный университет

Ибайдуллаев Т.Г., доцент, филиал Казанского (Приволжского) федерального университета в г. Джизаке

Атамуратова Г.М., ассистент, филиал Казанского (Приволжского) федерального университета в г. Джизаке

Аннотация: В статье проанализированы особенности потребительского спроса, складывающегося под воздействием современных трендов развития экономики и потребительской сферы, выявлено, что осознанный потребительский спрос характерен для большого количества потребителей. Домохозяйства выступают за необходимость снижение потребление, прежде всего, с целью минимизации воздействия на окружающую природную среду.

Ключевые слова: Потребительский спрос, осознанный потребительский спрос, потребительское поведение, потребитель, товар, совместное использование товаров, потребление, ценность.

Abstract: The article analyzes the characteristics of consumer demand, which is formed under the influence of modern trends in the development of the economy and consumer sphere, it is revealed that conscious consumer demand is characteristic of a large number of consumers. Households advocate the need to reduce consumption, primarily in order to minimize the impact on the environment.

Keywords. Consumer demand, conscious consumer demand, consumer behavior, consumer, product, sharing of products, consumption, value.

Потребительский спрос является одним из главных индикаторов, определяющих уровень экономического развития государства. Домашние хозяйства как экономический агент способны демонстрировать рост потребления выше значений роста валового внутреннего продукта, при этом в условиях экономического кризиса потребление существенно снижается.

Потребительское поведение определяется множеством факторов. Так, в рамках теории потребительских ценностей [2], потребительское поведение определяется: полезностью товара (функциональная ценность), возможностью реализации демонстративного потребления (социальная ценность), эмоциональным состоянием (эмоциональная ценность), новизной товара (познавательная ценность), ситуативной полезностью (условная ценность). Ценность каждого товара в рамках потребительского поведения индивидуальна, однако обработка большого массива данных о потребительских предпочтениях позволяет выявлять ценности, которые мотивируют потребителей [13].

По данным СберПРО [6], потребительские расходы в 2024 году увеличились на 6 % по сравнению с предыдущим, при инфляции в 9,52%. Наибольшие расходы (50 000 рублей в месяц) приходится на потребителей в возрасте от 30 до 44 лет, при этом в расходах потребителей не только «стандартный набор» из расходов на продукты питания, услуги ЖКХ, ипотеку/аренду, но и на внутренний туризм и здоровый образ жизни.

Особенностью потребительского поведения в 2024 году явилось то, что потребитель сократили расходы на продукты питания в пользу готовой еды. По данным СберПРО [5], в 2024 году рынок готовый еды превысил 1 трлн. рублей, продемонстрировав рост на 40% по сравнению с предыдущим годом. Взрывной рост также демонстрирует доставка еды, который увеличился в 2024 году на 21% и составил более 600 млрд. рублей. Развитие рынка готовой еды и доставки еды из любых заведений общественного питания привело к тому, что заведения общественного питания работают без зала для приема посетителей, ориентируясь только на рынок доставки готовой еды, что в определенной степени позволяет им снижать издержки, связанные с содержанием персонала, зала для приема посетителей и др.

Анализ РБК показал, что у потребителей возрастают требования к сервису доставки, потребители не готовы как длительно ожидать доставку готовой еды, так и платить за ее доставку. Наибольший объем рынка доставки (38%) занимают Додо Пицца, Маркет Деливери и Яндекс Еда [12].

Трансформация потребительского поведения во многом объясняется классическим выбором между трудом и отдыхом, в котором процесс приготовления пищи рассматривается как «работа во вторую смену», преимущественно возложенная на женщин. Повышение уровня доходов позволяет отказаться от приготовления пищи дома в пользу доставки готовой еды.

Изменения потребительских предпочтений оказывается воздействие и на потребительский рынок, который в современных экономических условиях вынужден адаптироваться к новым рынкам сырья с нестабильной ценовой политикой, приобретать оборудование и комплектующие на новых рынках под воздействием санкционной политики, учитывать уже-сточение требований в связи с введением обязательных маркировок и др.

В настоящее время общий тренд потребительского поведения – осознанность. Осознанное потребительское поведение ориентировано на снижение потребление с целью минимизации воздействия на окружающую природную среду. Осознанное потребительское поведение может быть также часть личных моральных убеждений, предписывающих отказ от товаров, при производстве которых не учитывались экологические факторы (в том числе тестирование на животных, углеродный след), использовался труд несовершеннолетних, не соблюдались права тружеников и др.

Частью осознанного потребительского поведения является также экономия коммунальных ресурсов (воды, электроэнергии), сортировка мусора с целью последующей переработки, снижение объемов покупки продуктов. Так, согласно докладу ООН [3] в мире ежедневно выбрасывается около 1 млрд. порций еды, где 60% приходится на домашние хозяйства. Фудшеринг как концепция передачи еды нуждающимся не имеет широкого распространения и носят чаще характер одноразовых акций, чем сложившейся практики. Медиапроект «Профудшеринг» [14] отмечает, что несмотря на то, что в России еже-

годно образуется порядка 18 млн тонн пищевых отходов, развитие рынка фудшеринга осложняется налогом на добавленную стоимость, который хозяйствующий субъект должен заплатить при бесплатной передаче продуктов нуждающимся.

В настоящее время фудшеринг преимущественно развит в Москве и Санкт-Петербурге, где крупные сетевые магазины и дарксторы поддержали эту инициативу. 90% продуктовых пожертвований приходится на фудшеринговую платформу «Банк еды «Русь», которая сотрудничает с 71 компанией [8].

Неотъемлемой частью осознанного потребления является повторное использование вещей (переработка, благотворительность, секонд-хенд и др.). Текстильные отходы занимают порядка 5% в общем объеме бытовых отходов. Сбором текстильных отходов для переработки занимается благотворительный фонд «Второе дыхание», по данным которого 78% текстильных отходов пригодны для переработки, для переработки свыше 18 % текстильных отходов (многослойный текстиль) в России отсутствуют соответствующее оборудование, около 3 % - не подлежат переработке. Между тем, региональные операторы по обращению ТКО не устанавливают контейнеры для сбора текстильных отходов. Сбор отходов преимущественно осуществляется благотворительными организациями, ритейлерами, коммерческими компаниями, специализирующимиися на переработке.

Совместное использование вещей (шеринг) также является одним из трендов осознанного потребительского поведения. Как правило, используются дорогостоящие товары длительного потребления, которые используются не на ежедневной основе и чаще всего приставают [9].

Согласно исследованию [1], в совместном использовании товара все участники равны между собой, формируется коллективный опыт и устойчивый образ жизни, при этом на основе платы обеспечивается использование редковостребованного товара.

В 2024 году в России шеринговая экономика увеличилась на 40 %. По данным шеринговой платформы Арентер [7], чаще всего в аренду брали игровые приставки, клининг-оборудование, ноутбуки, электроинструменты. Активное внедрение шеринговых постаматов способно обеспечить ежегодное увеличение рынка на 20-40%. Согласно прогнозу агентства Smart Ranking [4], основная выручка приходится на каршеринг (Делимобиль за первое полугодие 2024 года заработал 12 700 млн. рублей), наиболее быстрорастущим сегментом стала аренда пауэрбанков

(+70%), высокий потенциал развития имеет кикшеринг.

Шеринговая экономика перестает быть только рынком для домашних хозяйств, развивается составляющая B2B (каршеринг для бизнеса, аренда каргобайков, пауэрбанк-шеринг).

Временное пользование товарами в рамках шеринговой экономики привело к смене модели потребления: отказ от собственности в пользу временного владения по необходимости.

Осознанное потребление со стороны домашних хозяйств также предполагает снижение эмоционально нагруженного потребления, к которым Радаев В.В. [10] относит паническое (из-за опасения удешевления), импульсивное (незапланировано, без предварительного анализа) и компульсивное (как форма борьбы со стрессом) потребление. Эмоционально нагруженное потребление противоречит рациональным потребительским действиям, что предполагает необходимость дополнительных исследований соотношения эмоциональной и рациональной составляющих в действиях потребителей.

Осознанное потребление несмотря на все его преимущества, имеет и определенные сложности в реализации. Прежде всего, связанных с увеличением «домашней нагрузки», связанной с необходимостью сортировки отходов, передачей отсортированных отходов на переработку. В силу отсутствия действующей системы сортировки на этапе сбора отходов в большинстве субъектов Российской Федерации (за исключением пластиковой тары), нагрузка, связанная с поиском контейнеров для текстильных отходов, пластиковых крышек, стекла и других перерабатываемых и неперерабатываемых отходов (батарейки) ложится на самого потребителя. Кроме того, необходимо учитывать, что тренды на переработку отходов более характерны для крупных городов, малые, средние города и сельские населенные пункты практически не располагают системой сортировки бытовых отходов. Отсутствие комплексного подхода к вопросу разделения и переработки бытовых отходов приводит к тому, что усилия отдельных домашних хозяйств не способны решить проблему в целом.

Между тем, ежедневная рутина домашних хозяйств, связанная с использованием многоразовой тары, передачей излишek продуктов нуждающимся, отказом от одноразовой посуды, повторным использованием товара и др., способна создать основу для полноценного перехода не только к осознанному потреблению, но и к устойчивому развитию.

Библиографический список

1. Česnutyte V., Klimczuk A., Miguel C., Avram G. The Sharing Economy in Europe: Developments, Practices, and Contradictions. Palgrave Macmillan Cham, 2022. 413 p.
2. Sheth J.N., Mittal B., Newman B. Customer Behavior: Consumer Behavior and Beyond. 1st Edition by South-Western College Publishing. 1998. URL: <https://www.jagsheth.com/wp-content/uploads/2015/12/CustomerBehavior-Consumer-Beahvior-and-Beyond-Abstract-Only.pdf>
3. World squanders over 1 billion meals a day - UN report. Официальный портал ООН [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/world-squanders-over-1-billion-meals-day-un-report>
4. Выручка шеринговых сервисов вырастет на 31%. Сегмент аренды пауэрбанков лидирует по росту. Официальный портал рейтингового агентства Smart Ranking [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://smartranking.ru/ru/analytcs/drugoe/sheringovye-servisy-mogut-vyrasti-v-vyryuchke-na-31-k-konc-goda-bystree-vseh-razvivaetsya-segment-pau/>
5. Обед навынос. Почему и как меняется рынок готовой еды в России. Официальный портал СберПРО [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://sber.pro/publication/obed-navinos-pochemu-i-kak-menyaetsya-rinok-gotovoi-edi-v-rossii/>
6. Опись расходов. Тенденции потребительских настроений в 2024 году. Официальный портал СберПРО [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://sber.pro/publication/opis-rashodov-tendentsii-potrebitelej-nastroenii-v-2024-godu/>
7. Официальный портал «Арентер» [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://arenter.ru/>
8. Официальный портал благотворительного фонда Банк еды «Русь» [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://foodbankrus.ru/partneram/biznes/>
9. Плотников В.А., Анисимова Я.А. Экономика совместного потребления: понятие, особенности, перспективы развития // Управленческое консультирование. 2023. № 1. С. 42–51.

10. Радаев В.В. Эмоционально нагруженное потребление в современной России. Часть вторая: эмпирические оценки особенностей, факторов и финансовых последствий // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 6. С. 17–34.
11. Рюмина Е. В. Минусы экологического поведения семей: избыточное потребление // Народонаселение. 2024. Т. 27. № S1. С. 190–201.
12. Рынок готовой еды в России вырастет почти в четыре раза. Официальный портал РБК. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.rbc.ru/wine/news/6679b0ec9a7947774b23fc85>
13. Сагинова О. В., Завьялов Д. В., Завьялова Н. Б. Формирование паттернов ответственного потребления // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2023. Т. 14. № 1. С. 146–160
14. Топ-5 событий фудшеринга в России в 2024 году. Официальный портал медиа-проекта Профудшеринг [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://profudshering.rf/top-5-sobytij-v-mire-fudsheringa-v-rossii/>

References

1. Česnultytė V., Klimczuk A., Miguel C., Avram G. The Sharing Economy in Europe: Developments, Practices, and Contradictions. Palgrave Macmillan Cham, 2022. 413 р.
2. Sheth J.N., Mittal B., Newman B. Customer Behavior: Consumer Behavior and Beyond. 1st Edition by South-Western College Publishing. 1998. URL: <https://www.jagsheth.com/wp-content/uploads/2015/12/CustomerBehavior-Consumer-Beahvior-and-Beyond-Abstract-Only.pdf>
3. World squanders over 1 billion meals a day - UN report. Oficialnyj portal OON [Elektronnyj resurs]// Rezhim dostupa: <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/world-squanders-over-1-billion-meals-day-un-report>
4. Vyruchka sheringovyh servisov vyrastet na 31%. Segment arendy pauerbankov lidiruet po rostu. Oficialnyj portal rejtingovogo agentstva Smart Ranking [Elektronnyj resurs]// Rezhim dostupa: <https://smartranking.ru/ru/analytcs/drugoe/sheringovye-servisy-mogut-vyrasti-v-vyruchke-na-31-k-koncu-goda-bystree-vseh-razvivaetsya-segment-pau/>
5. Obed navynos. Pochemu i kak menyaetsya rynok gotovoij edy v Rossii. Oficialnyj portal SberPRO [Elektronnyj resurs]// Rezhim dostupa: <https://sber.pro/publication/obed-navinos-pochemu-i-kak-menaetsya-rynek-gotovoi-edi-v-rossii/>
6. Opis raskhodov. Tendencii potrebitelskih nastroenij v 2024 godu. Oficialnyj portal SberPRO [Elektronnyj resurs]// Rezhim dostupa: <https://sber.pro/publication/opis-rashodov-tendentseii-potrebitelskih-nastroenii-v-2024-godu/>
7. Oficialnyj portal «Arenter» [Elektronnyj resurs]// Rezhim dostupa: <https://arenter.ru/>
8. Oficialnyj portal blagotvoritel'nogo fonda Bank edy «Rus» [Elektronnyj resurs]// Rezhim dostupa: <https://foodbankrus.ru/partneram/biznes/>
9. Plotnikov V.A., Anisimova YA.A. Ekonomika sovmestnogo potrebleniya: ponyatie, osobennosti, perspektivy razvitiya // Upravlencheskoe konsultirovanie. 2023. № 1. С. 42–51.
10. Radaev V.V. Emocionalno nagruzhennoe potreblenie v sovremennoj Rossii. Chast vtoraya: empiricheskie ocenki osobennostej, faktorov i finansovyh posledstvij // Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i socialnye peremeny. 2023. № 6. С. 17–34.
11. Ryumina E. V. Minusy ekologicheskogo povedeniya semej: izbytochnoe potreblenie // Narodonaselenie. 2024. Т. 27. № S1. С. 190–201.
12. Rynok gotovoij edy v Rossii vyrastet pochti v chetyre raza. Oficialnyj portal RBK. [Elektronnyj resurs]// Rezhim dostupa: <https://www.rbc.ru/wine/news/6679b0ec9a7947774b23fc85>
13. Saginova O. V., Zavyalov D. V., Zavyalova N. B. Formirovaniye patternov otvetstvennogo potrebleniya // MIR (Modernizaciya. Innovacii. Razvitie). 2023. Т. 14. № 1. С. 146–160
14. Top-5 sobytij fudsheringa v Rossii v 2024 godu. Oficialnyj portal media-proekta Profudshering [Elektronnyj resurs]// Rezhim dostupa: <https://profudshering.rf/top-5-sobytij-v-mire-fudsheringa-v-rossii/>