

Секция «Экономика природопользования, энергетики и биотехнологий»

**Использование поведенческой экономики для создания рациональных
моделей потребления**

Научный руководитель – Авраменко Андрей Алексеевич

Гаврикова Мария Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный институт международных отношений, Факультет
прикладной экономики и коммерции, Москва, Россия

E-mail: mary2004mary2016@yandex.ru

Работа посвящена малоизученной взаимосвязи между аспектами поведенческой экономики и политики по борьбе с изменением климата в рамках цели устойчивого развития №12. Предполагается, что с помощью механизмов поведенческой экономики возможно воздействовать на выбор потребителей в сторону создания более устойчивых моделей потребления, что будет способствовать развитию моделей устойчивого производства. Научная проблема – отсутствие исследований, обобщающих и систематизирующих возможности использования достижений поведенческой экономики для формирования устойчивых моделей потребления. Учитывая, что для достижения целей в области устойчивого развития осталось менее десяти лет, а прогресс их достижения оценивается на уровне 15% [1], необходимо искать новые подходы к их реализации. Так, смещение фокуса производителей с получения материальной выгоды на достижение цели устойчивого развития №12[2] с помощью применения знаний поведенческой экономики может внести значительный вклад в благополучие общества и сохранение окружающей природной среды. Главный исследовательский вопрос – возможно ли управлять поведением потребителя с целью формирования устойчивых привычек и изменения моделей производства и потребления, характерных для традиционной экономики. Благодаря теории «подталкивания» Ричарда Талера становится очевидно, что манипулировать потребителями возможно, но это можно делать по-разному [3]. Производителям необходимо обратить внимание на «опцию по умолчанию», так как с ее помощью можно сократить количество отходов и использованного сырья [4]. Например, по умолчанию в кофейнях предлагаются сахар, крышечки для стаканов, трубочки и пластиковые ложки, которые не являются необходимыми. Если не предлагать это бесплатно на кассе, а выложить на отдельный стол, то не все покупатели будут брать ненужный им мусор. То есть, эколого-ориентированный выбор опции по умолчанию может сократить количество отходов и уменьшить дополнительные затраты продавца. Эффект закрепления (якоря) наблюдается в выборе продуктов. В сознании людей продукты с особым дизайном – преобладание зеленого на упаковке, изображений природы и неподтвержденные экомаркировки отождествляются с экологичностью товара. Поэтому, необходимо регулировать систему маркировок в России, так, например, маркировки в ЕС строго подтверждаются стандартами, и это позволяет покупателям относиться к таким маркировкам с большим доверием. Эвристика доступности – когда люди выбирают то, что находится на слуху, это, конечно же, результат рекламы и деятельности СМИ, где часто откровенно рекламируется не экологичный продукт. Придя в магазин, люди будут брать то, что видели в рекламе, не обращая внимание на характеристики. *Заключение.* В результате проведенного исследования были определены четыре принципа поведенческой экономики: «подталкивание», «опция по умолчанию», эффект закрепления, эвристика доступности, которые могут быть использованы для формирования ответственных моделей производства и потребления и достижения ЦУР 12.

Источники и литература

- 1) United in Science 2023 VMO [Электронный ресурс] URL: <https://public.wmo.int/en/resources/united-in-science-2023>
- 2) Цель 12: Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства [Электронный ресурс] URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-consumption-production/>
- 3) Воронов Ю.П. Управление через манипулирование (о Нобелевской премии по экономике 2017 г.) // ЭКО. 2018. №1 (523). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-cherez-manipulirovanie-o-nobelevskoy-premii-po-ekonomike-2017-g>
- 4) Кравченко, А. А. Использование поведенческой экономики в решении экологических проблем / А. А. Кравченко, Т. Л. Майбородова // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. Вып. 12 / [редкол.: В.Н. Шимов (гл. ред.) и др.]; М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. экон. ун-т. - Минск: БГЭУ, 2019. - С. 233-239