

**Пенчук Алина Юрьевна**

студентка

*Научный руководитель*

**Богославцева Людмила Викторовна**

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный

экономический университет (РИНХ)»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

## **ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ И ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ГРАЖДАН**

***Аннотация:** в статье исследуются вопросы становления культуры потребления. Раскрывается влияние цифровизации на потребительское поведение. Сформулированы позитивные и негативные последствия массового потребления, а также тренды, ограничивающие импульсивные траты, что призвано повысить финансовую грамотность граждан.*

***Ключевые слова:** культура потребления, потребитель, маркетинг, доступность товаров, экология, осознанное потребление.*

С древних времен люди участвовали в процессе потребления, так как им было необходимо удовлетворять базовые потребности для выживания. С развитием торговли, ремесла и земледелия стали появляться предметы роскоши, которые были доступны очень малому количеству людей (правителям, царям, аристократии), и приобретались они, чтобы показать свой высокий статус в обществе.

В XVIII–XIX веках во всем мире произошла промышленная революция: были изобретены станки, позволяющие производить товары в большом количестве, тем самым увеличилась их доступность для людей, сформировался средний класс, который в последствии стал основным потребителем благ. Впоследствии появились универмаги с большим ассортиментом представленных товаров.

Потребительское поведение уже тогда стало меняться: люди посещали универмаги не только, чтобы приобрести товары, но и для развлечения. В XX веке

произведенной продукции становилось все больше, и она начала получать уникальные упаковки, названия и маркетинговые кампании для создания узнаваемости [7].

В 1920-е годы исследования одного из крупнейших специалистов по PR Эдварда Бернейса показали, что люди принимают решения не только рационально, но и на основе эмоций, и производители пришли к пониманию, что для стимулирования людей к покупкам товаров в большом количестве, необходимо продавать не сам товар, а образ жизни. Человек должен думать, что если он приобретет именно этот товар, то станет счастливым, успешным и уверенным в себе.

Спустя более, чем 100 лет культура потребления развилась еще больше: с развитием рекламы, технологий, торговых отношений между странами, а также с влиянием трендов цифровизации и глобализации, люди стали покупать все больше товаров. Западные стандарты потребления распространялись через музыку, журналы, фильмы, и, в последствии, через Интернет.

«Отметим, что в Ростовской области активно развивается телекоммуникационный комплекс с целью расширения спектра и качества предоставляемых услуг» [3, с. 334] Фактически новой парадигмой реализации государственных (муниципальных) услуг населению становится цифровизация бюджетных потоков, обеспечивающих финансирование оказываемых услуг [4, с. 22].

Стоит отметить появление и развитие маркетплейсов, на которых размещается огромный ассортимент разнообразной продукции, что еще больше упрощает приобретение товаров потребителями. Так, в России по итогам 2024 года насчитывается 50000 пунктов выдачи заказов маркетплейсов «Ozon», 46000 «Wildberries» и 13000 «Яндекс Маркет» [5] Теперь помимо просматривания социальных сетей, люди так же стали просматривать и маркетплейсы, добавляя в корзину и заказывая товары, которые, через непродолжительное время уже будут им не нужны.

Безусловно, такое поведение потребителей положительно влияет на экономику стран, так как высокий спрос стимулирует производство, развитие инноваций, повышение качества продукции, создания новых рабочих мест, и, в целом,

экономический рост. Массовое потребление обеспечивает экономическую и политическую стабильность, так как оно позволило избегать кризисов перепроизводства, когда товаров слишком много и они никому не нужны, так и дефицита [6].

Однако с ростом доступности товаров и услуг, возрастают и расходы на них: человек тратит большую часть сбережений на нерациональные покупки и даже может брать на них кредит, что негативно влияет на его бюджет. При составлении семейного бюджета важно правильно, реалистично и оптимально выбрать статьи расходов. Для тех, кто только начинает управлять личными семейными финансами, важной задачей становится первоначальный выбор статей расходов: как выбирать расходы, какие расходы являются приоритетными, где взять образец перечня и расчета основных расходов, которые позволят не просто жить от зарплаты к зарплате, но и реализовать мечты и обеспечить достойный уровень жизни.

Для начала нужно перевести желания и мечты в формат конкретных целей, определить самые важные характеристики товара, а потом оценить их реальную стоимость. Обязательно необходимо проанализировать предложения на рынке. Программы льготного кредитования могут существенно снизить затраты. Далее составить список разных целей с приоритетами, сроками и необходимыми суммами, оценить эти цели и варианты финансирования.

Как показала практика развития цифровизации, необходимо учитывать и риски использования информации в целях обеспечения как интересов граждан, так и национальных интересов страны [4, с. 19].

По-нашему мнению, финансовая грамотность населения и правильность потребления неразрывно взаимосвязаны и предопределяют качество жизни граждан. «Если человек может уложиться в свой бюджет, то он сохраняет личную финансовую самостоятельность и стабильность» [1, с. 12].

Культура потребления отрицательно влияет не только на личные денежные средства, но и на экологию: отходы, значительное большинство которых разлагается от 30 до 1000 лет, загрязняют почву и воду. Так в Тихом океане с каждым

годом растет самая большая «стихийная» свалка на Земле – Большое мусорное пятно, площадь которого уже сопоставима с площадью России [2].

Все же стоит отметить, что в последнее время люди стали задумываться о благосостоянии планеты, и в социальных сетях активно пропагандируется осознанное потребление, которое заключается в том, чтобы использовать многоразовые бутылки и упаковки вместо пластика и полиэтилена, отказываться от импульсивных покупок и приобретать качественные вещи, которые прослужат дольше, а также сортировать мусор и сдавать отходы на переработку.

### ***Список литературы***

1. Богославцева Л.В. К вопросу о финансовой грамотности населения как необходимого условия повышения уровня и качества жизни граждан / Л.В. Богославцева / Л.В. Богославцева // Экономика, политика, право: актуальные вопросы, тенденции и перспективы развития: материалы XXI МНП онлайн-конференции молодых ученых, студентов, аспирантов, преподавателей вузов (Туково, 24 ноября 2023 года). – Ростов н/Д.: РГЭУ «РИНХ», 2023. – С. 8–12. – EDN ULSGQG.

2. Как большое мусорное пятно становится седьмым «континентом» планеты и что с этим делать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ecosphere.press/2024/09/23/kak-bolshoe-musornoe-pyatno-stanovitsya-sedmy-m-kontinentom-planety/> (дата обращения: 03.05.2025).

3. Богославцева Л.В. Особенности внедрения цифровой трансформации государственных и муниципальных услуг в регионе / Л.В. Богославцева // Развитие логистики в условиях санкционных ограничений и международной экономической интолерантности: материалы МНПК: XVIII Южно-Российский логистический форум (Ростов-на-Дону, 7–8 октября 2022 года) / РГЭУ «РИНХ»; Южно-Российская ассоциация логистики. – Ростов н/Д.: РГЭУ «РИНХ», 2022. – С. 332–336. – EDN ZMMDWX.

4. Богославцева Л.В. Современная парадигма финансового обеспечения цифровизации государственных и муниципальных услуг населению /

Л.В. Богославцева // Финансовые исследования. – 2022. – №1 (74). – С. 16–24. – DOI 10.54220/finis.1991-0525.2022.74.1.002. – EDN WRAGAL.

5. У кого больше ПВЗ. Битва титанов: кто лидирует по количеству пунктов выдачи заказов в 2024 году? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://telegra.ph/U-kogo-bolshe-PVZ-Bitva-Titanov-Kto-Lidiruet-po-Kolichestvu-Punktov-Vydachi-Zakazov-v-2024-Godu-01-08> (дата обращения: 03.05.2025).

6. Что такое общество потребления и действительно ли оно так плохо, как о нём говорят [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lifehacker.ru/obschestvo-potrebleniya/> (дата обращения: 03.05.2025).

7. Эволюция брендинга: от традиционного маркетинга до цифровой эпохи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dsgners.ru/graphic-design/6674-evolyutsiya-brendinga-ot-traditsionnogo-marketinga-do-tsifrovoy-epohi> (дата обращения: 03.05.2025).