

УДК 316.78

АБАСОВА ХАБСАТ УЗЕРОВНА

младший научный сотрудник, Институт
социально-экономических исследований, ДФИЦ РАН»,
Россия, Республика Дагестан, г. Махачкала,
e-mail: habsik@mail.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2023-9-30-39

**АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ СУБЪЕКТОВ СКФО:
ПРИЧИНЫ ТРАНСФОРМАЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ**

Аннотация. *Цель исследования:* выявление факторов, определяющих характер потребительского поведения населения региона, на примере субъектов Северо-Кавказского федерального округа России. *Методы:* поставленные в исследовании задачи определили необходимость использования комплекса методов, в том числе абстрактно-логического, монографического, экспериментального, расчетно-конструктивного, метода сравнительного анализа, эконометрического моделирования. *Результаты:* с изменением современного рынка меняется и потребительское поведение людей. Причиной трансформации могут выступить определенные факторы. В исследовании представлена классификация факторов, влияющих на потребительское поведение населения, и проведен анализ потребительского поведения населения республик Северного Кавказа. Анализ статистических данных использования денежных доходов домохозяйствами позволил выявить стабильный рост расходов на покупку товаров и оплату услуг как по федеральным округам страны, так и по регионам Северо-Кавказского федерального округа России. Также увеличиваются расходы на приобретение недвижимости практически по всем территориальным округам и субъектам за исследуемый период, которые, в определенной мере, происходят за счет сокращения доли финансовых активов населения. Оборот розничной торговли также устойчиво растет, что интерпретируется увеличением цен на товары. Кроме того, рынок общественного питания развивается достаточно динамично. Как негативную тенденцию можно расценивать снижение расходов на пищевые продукты и напитки. За исключением Ставропольского края, где наблюдается относительная стабильность, в регионах Северо-Кавказского федерального округа отмечается уменьшение расходов домохозяйств на продовольствие. **Область применения результатов.** Результаты проведенного исследования могут быть использованы органами исполнительной власти региона при разработке программ социально-экономического развития территорий. **Выводы.** Снижение роста реальной заработной платы в регионах Северного Кавказа сказывается на объеме и структуре потребительских расходов населения. Доля продовольственных товаров в данной структуре выступает маркером уровня жизни населения. Результаты анализа демонстрируют сложившуюся тенденцию к экономии на покупку различных товаров, продуктов и услуг у населения, что косвенно подтверждает переход на сберегательную модель поведения, при которой основные расходы приходятся на продовольствие и товары первой необходимости.

Ключевые слова: потребительское поведение, расходы домохозяйств, экономическое поведение, уровень жизни.

ABASOVA KHABSAT UZEROVNA

Junior Researcher, Institute
of Socio-Economic Research, DFC RAS,
Russia, Republic of Dagestan, Makhachkala,
e-mail: habsik@mail.ru

**ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR OF THE POPULATION
OF THE SUBJECTS OF THE NORTH CAUCASUS FEDERAL DISTRICT:
CAUSES OF TRANSFORMATION AND FEATURES OF MANIFESTATION**

Abstract. *The purpose* of the study is to identify the factors that determine the nature of consumer behavior of the population of the region, using the example of the subjects of the North Caucasus Federal District of Russia. **Methods:** the tasks set in the study determined the need to use a set of methods, including abstract-logical, monographic, experimental, computational-constructive, comparative analysis, econometric modeling. **Results:** with the change of the modern market, the consumer behavior of people is also changing. The reason for the transformation may be certain factors. The study presents a classification of factors affecting the consumer behavior of the population, and analyzes the consumer behavior of the population of the republics of the North Caucasus. The analysis of statistical data on the use of monetary income by households revealed a stable increase in spending on the purchase of goods and payment for services both in the federal districts of the country and in the regions of the North Caucasus Federal District of Russia. Expenses for the purchase of real estate are also increasing in almost all territorial districts and subjects during the study period, which, to a certain extent, occur due to a reduction in the share of financial assets of the population. Retail trade turnover is also steadily growing, which is interpreted by an increase in commodity prices. In addition, the catering market is developing quite dynamically. A decrease in food and beverage costs can be regarded as a negative trend. With the exception of the Stavropol Territory, where relative stability is observed, there is a decrease in household spending on food in the regions of the North Caucasus Federal District. **The scope of the results.** The results of the conducted research can be used by the executive authorities of the region in the development of programs for the socio-economic development of territories. **Conclusions.** The decline in real wage growth in the regions of the North Caucasus affects the volume and structure of consumer spending of the population. The share of food products in this structure acts as a marker of the standard of living of the population. The results of the analysis demonstrate the current trend towards saving on the purchase of various goods, products and services from the population, which indirectly confirms the transition to a savings model of behavior in which the main expenses fall on food and basic necessities. **Keywords:** consumer behavior, household spending, economic behavior, standard of living.

Введение

Человек – существо биосоциальное. Биологическая сущность передается ему с момента рождения, социальная же – формируется в обществе при условии взаимодействия с другими людьми. Человек является высшей формой жизни на Земле. От остальных живых существ его отличает: абстрактное мышление, речь, способность к труду и постоянно меняющиеся потребности и желания. Целью любой деятельности человека является удовлетворение его потребностей.

Целью исследования является выявление факторов, определяющих характер потребительского поведения населения региона на примере субъектов Северо-Кавказского федерального округа России.

Теоретико-методологической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных авторов, посвященные исследованию особенностей формирования потребительского поведения населения. Информационную базу исследования составили данные Государственного комитета по статистике России и её территориальных органов, законодательные и нормативные акты Российской Федерации.

Результаты исследования

«Потребности – нужда в чем-либо, объективно необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом; внутренний побудитель активности» [4].

Современный рынок меняется достаточно быстрыми темпами. Вместе с ним меняется и поведение потребителей. Причиной трансформации в рыночном поведении потребителей могут быть факторы, влияющие на это самое поведение.

В своем исследовании Устинова О.В. и Пивоварова И.В. пишут, что «...важнейшей особенностью потребностей... является их динамический характер, изменчивость, развитие на базе удовлетворенных потребностей новых, более высоких, что связано с включением личности в различные формы и сферы деятельности» [9].

В отечественной научной литературе встречаются различные методологические и теорети-

ческие подходы к раскрытию понятия потребительского поведения. Авторы раскрывают детерминанты формирования потребительского поведения, а также факторы трансформации его. Анализ литературы позволяет классифицировать факторы, влияющие на поведение потребителей, среди которых: экономические и политические факторы, социальные, культурные, национальные, личностные, психологические (рис. 1).

На потребительское поведение влияют: стабильность политической обстановки в стране, наличие уровня инфляции, экономическая, а также экологическая ситуация и многое другое. И экономические, и политические факторы в чистом виде мало влияют на поведение потребителей, зачастую воздействие осуществляется косвенным образом через другие факторы.

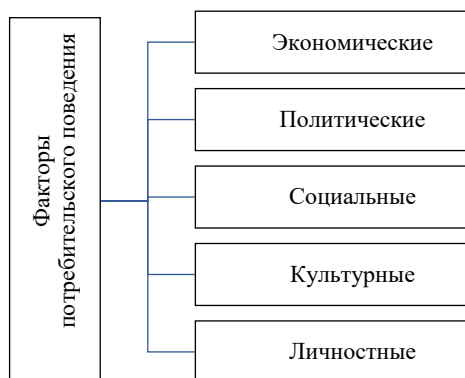


Рис. 1. Классификация факторов, влияющих на поведение потребителей.

Социальные факторы оказывают большое влияние на потребительское поведение. Среди всех социальных факторов наиболее значимым является принадлежность к определенной общественной группе. В странах с развитой экономикой существуют общественные группы со своими ценностными представлениями и поведением, которые склонны отдавать предпочтение конкретным типам марок автомобилей и прочим товарам. В России уже сформировались подобные группы. К примеру, человек может не иметь собственного жилья, но при этом ездить на дорогом автомобиле хорошей марки. Такие ситуации абсолютно непонятны западным маркетологам. Поэтому при необходимости подобного рода анализа у отечественных специалистов возникают трудности.

Также на потребительское поведение влияют референтные группы. В течение своей жизни потребитель периодически вступает в определенные группы, мнение которых формирует в последующем его мышление и поведение. Референтными группами можно считать спортивные клубы, политические партии, религиозные и иные организации, просто круг знакомых и т.д. Особенно сильное воздействие на поведение человека имеет семья. Поэтому исследователи уделяют этому фактору большое внимание.

Культурные и национальные факторы воздействуют на развитие потребностей. Это и уровень культуры, и географическое расположение, и национальные традиции и обычаи и т.д.

В разные возрастные периоды жизни у человека меняются вкусы и желания. Гендерная принадлежность также накладывает свой отпечаток. Люди разных профессий имеют разные потребности. Уровень дохода и материальное положение имеют непосредственное влияние на поведение потребителя.

Каждого человека характеризует свой индивидуальный тип личности, который находит сильное отражение в поведении потребителей.

Потребительский выбор также зависит от таких психологических факторов, как восприятие, мотивация, убеждение, усвоение, отношение. Мотивом можно назвать потребности, которые инициируют человека на определенные действия с целью удовлетворения своих желаний. Из существующих мотивационных теорий наиболее известна теория потребностей Абрахама Маслоу. Потребности составляют основу потребительского выбора.

«Изучение потребительского поведения можно назвать одним из ключевых аспектов экономической теории. Для современного общества потребление выступает как индикатор качества и уровня жизни как отдельного человека, так и населения в целом» [5].

Потребительское поведение, как и другие виды человеческой активности, состоит из набора определенных специфических действий, направленных на приобретение товаров и услуг. В основе потребительского поведения лежит процесс потребления, который зависит от потребностей индивида и предоставляемых обществом возможностей. Управлять социальными про-

цессами становится возможным лишь через управление поведением. Для этого необходимо иметь представление об объекте управления, знать его особенности, изучать процессы формирования и закономерности проявления. Для получения нужных знаний необходим анализ этих процессов и последующая оценка данных процессов.

«Анализ статистических данных демонстрирует, что на покупку товаров и услуг в общей структуре расходов населения приходится наибольший удельный вес» [13]. Если брать во внимание положение в целом по России, то за анализируемый период доля данного показателя находится в пределах 75,5%.

Практически во всех федеральных округах, за исключением Центрального федерального округа, за рассматриваемый период наблюдается тенденция в увеличении доли расходов на покупку товаров и оплату услуг. Только в ЦФО доля по данному показателю снизилась на 13% в 2020 г. по сравнению с 2000 г. Наибольшая динамика в сторону увеличения данного вида расходов наблюдается в Уральском федеральном округе. За анализируемый период доля расходов там выросла на 18,6%. Самый высокий уровень расходов наблюдался в ЮФО в тот период, где от общей величины расходов на покупку товаров и оплату услуг приходилось 84,3% всех расходов. Необходимо отметить, что практически во всех федеральных округах расходы по данному показателю в 2010 году были на более низком уровне, чем в последующие годы.

Как видно из таблицы, среди субъектов Северо-Кавказского федерального округа расходы на покупку товаров и услуг наиболее высокие в Ставропольском крае – 89,0%. А меньше всего этот вид затрат занимает в доле всех расходов населения в Карачаево-Черкесской республике – 55,8%. В Республике Дагестан за анализируемый период доля данного показателя увеличилась за 20 лет на 16,4% и составила 81,7% к 2020 году.

Расходы на обязательные платежи и разнообразные взносы в общей структуре занимают второе по значимости место среди остальных видов затрат населения. В среднем по Российской Федерации они выросли за двадцатилетний период практически в 2 раза (с 7,8% в 2000 г. до 15,3% в 2020 году).

Самый высокий уровень данных расходов населения приходится на ЦФО (17,5%). Меньше всего эти расходы составляют в "корзине затрат" у жителей СКФО (7,6%). За анализируемый период данный вид расходов по всем округам имел тенденцию к увеличению. При этом заметнее всего рост наблюдался в Сибирском федеральном округе. За период 2000-2020 расходы на обязательные платежи и разнообразные взносы тут увеличились в 2,5 раза. В Северо-Кавказском федеральном округе по уровню расходов данной категории затрат лидирует Ставропольский край. С 2000 по 2020 год доля расходов здесь увеличилась на 8,5%. Меньше остальных на данный вид показателя тратит Чеченская республика – 4,4%. Республика Дагестан тратит – 4,6%, а за анализируемый период показатель увеличился на 2,1%.

Расходы на приобретение недвижимости практически по всем исследуемым территориальным округам и субъектам за исследуемый период увеличились. На приобретение недвижимости в целом по России население тратило в 2020 году – 2,9%, это в два раза больше, чем в 2000 г. Среди федеральных округов на первое место выходит Уральский федеральный округ. Его показатель составляет 4,5%, т.е. за анализируемый период расходы на приобретение недвижимости по УФО увеличились в более чем в 10 раз.

Наиболее низкая доля расходов на недвижимость в СКФО (0,8%). Расходы на недвижимость - одна из самых маленьких статей расходов дагестанских семей, хотя объемы строительства в Дагестане достаточно большие. В Республике Северная Осетия – Алания доля таких расходов выше всего 1,6%, против 0,3% по Республике Дагестан.

Увеличение доли расходов на недвижимость и обязательных платежей происходит, в какой-то мере, за счет сокращения доли финансовых активов населения, которая за рассматриваемый период по России уменьшилась более чем в 2 раза (с 15,5% до 6,2%). Практически по всем рассматриваемым округам и субъектам наблюдается подобная ситуация. Среди федеральных округов только в ЦФО наблюдается увеличение доли финансовых активов населения с 2,9% в 2000 году до 6,0% по итогам 2020 года. Самая большая доля расходов в этой категории у населения СКФО – 12,4% и, в частности, в Республике Ингушетия – 38,5%. Необходимо отметить, что в той же Ингушетии в 2010 году доля прироста финансовых активов составила 63,2%, что является достаточно высоким показателем. На последнем месте среди субъектов СКФО находится Ставропольский край с отрицательным показателем в - 2,8%.

За исследуемые 20 лет оборот розничной торговли по стране демонстрирует стабильный рост. За период с 2000 по 2020 год розничный товарооборот увеличился в 14,4 раза. Среди рассматриваемых субъектов лидирующие позиции по росту данного показателя занимает Рес-

публика Дагестан. За исследуемый период розничный товарооборот в республике увеличился в 42,5 раза. Наибольшая динамика наблюдалась в период с 2000 по 2015 год, с 2017 года наблюдается незначительный спад. На втором месте Республика Адыгея, товарооборот которой увеличился в 24,6 раза. Аутсайдером данного рейтинга выступает Карачаево-Черкесская Республика с темпом наращивания товарооборота в 11,5 раза (рис. 2).

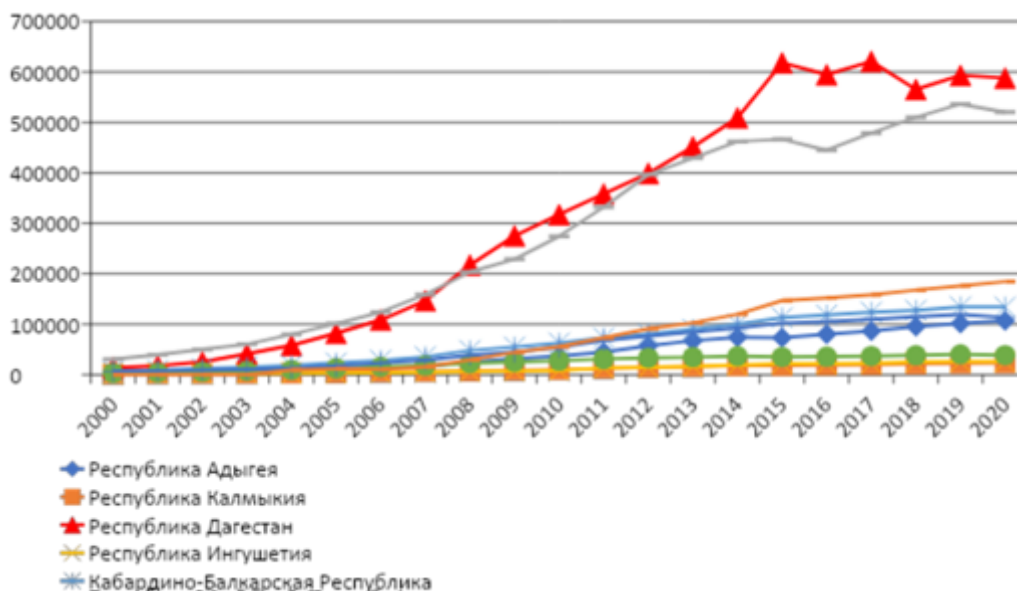


Рис. 2. Оборот розничной торговли (в фактически действовавших ценах; млн. рублей).
 Источник: данные Росстата. Регионы России 2021.

За исследуемый период Россия пережила несколько кризисов. Несмотря на прошедшие кризисы, оборот розничной торговли демонстрирует стабильный рост. Этот факт можно объяснить увеличением цен на товары и снижением реальной заработной платы.

Рынок общественного питания в России развивался достаточно динамично вплоть до 2019 года. Рисунок 4 наглядно демонстрирует нам устойчивый рост. Небольшие колебания наблю-

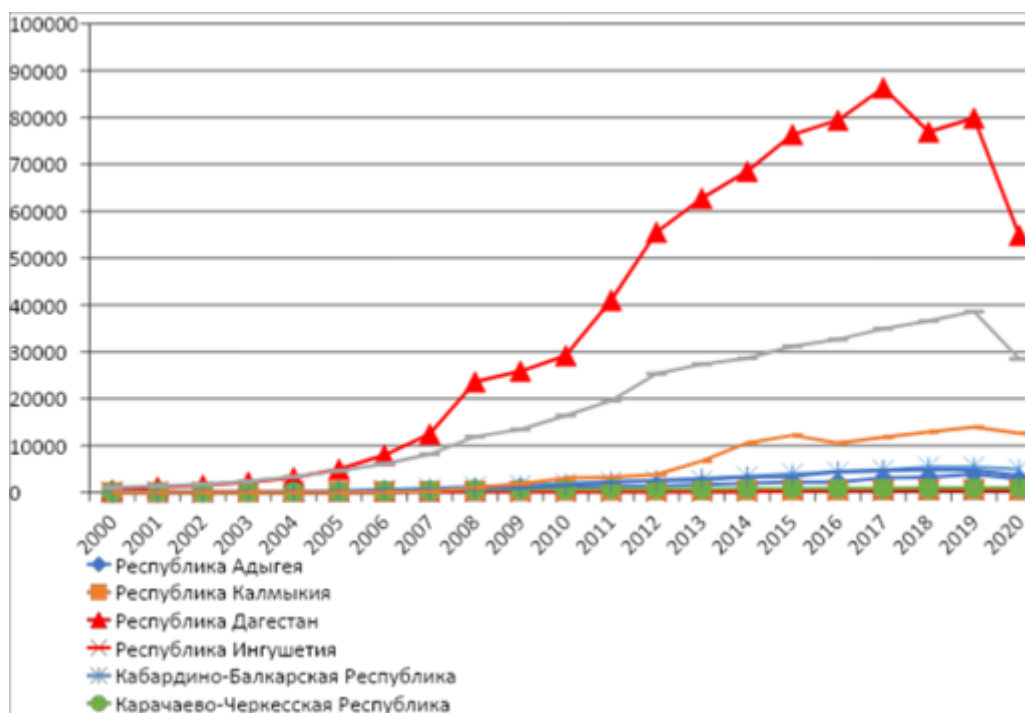


Рис. 3. Оборот общественного питания в регионах Юга России.
 Источник: данные Росстата.

дались в 2009 году, но с 2010 года он продолжал динамично развиваться. Серьезный спад произошел в 2020 году вследствие пандемии коронавируса. Среди рассматриваемых нами субъектов очень высокие темпы роста в сфере общественного питания демонстрирует Республика Дагестан. За исследуемые 20 лет оборот общественного питания в республике увеличился в 116,4 раза. В 2017 году этот показатель составлял 86 343,4 млн. руб. Это было пиковое значение. По остальным субъектам прослеживается аналогичная ситуация. Динамичное развитие до периода пандемии и спад в 2020 году (рис. 3).

В Российской Федерации расходы на пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия, в 2020 году приходится на 49% от общего оборота розничной торговли. Для сравнения, в 2000 году этот показатель составлял 46,5%. Такая же картина прослеживается и в СКФО - 51% и 48,5% соответственно (рис. 4).

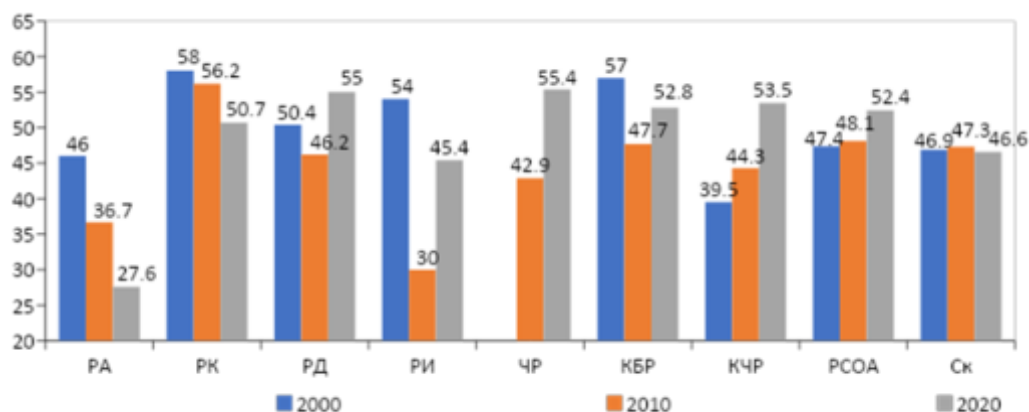


Рис. 4. Пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия (в фактически действовавших ценах; в процентах от общего объема оборота розничной торговли субъекта Российской Федерации).

Источник: данные Росстата.

В целях выявления изменения в тенденциях определим два базовых уровня (2000 и 2010 гг.) для сравнения с отчетным 2020 годом. Самую благоприятную картину в данном показателе демонстрирует Республика Адыгея. В рассматриваемые периоды затраты республики на продукты питания стабильно снижаются. Если в 2000 году расходы на данный показатель составляли 46% от общего объема оборота розничной торговли, то в 2010 – 36,7%, а в 2020 – 27,6%. За исследуемый период среди всех рассматриваемых субъектов это наименьший показатель. Схожее положение у Республики Калмыкия. В Ставропольском крае наблюдается относительная стабильность. Устойчивый рост расходов на продукты питания демонстрирует Карачаево-Черкесская Республика с показателями в 2000 – 39,5%, в 2010 – 44,3%, в 2020 – 53,5% соответственно. В Кабардино-Балкарской Республике данный вид расходов составлял в 2000 году составлял 57%. В 2010 году ситуация в регионе улучшилась и затраты на продукты питания составили 47,7%, а в 2020 году выросли до 52,8%. В Республике Ингушетия данный показатель в 2000 году достигал 54%. В 2010 году он составил 30%, но в 2020 опять вырос и составил 52,8%. Остальные субъекты имеют схожую картину развития. В отчетном 2020 году регионом с самыми большими затратами на продукты питания выступает Чеченская Республика (55%), а с наименьшими затратами – у Республики Адыгея (27,6%).

Снижение роста реальной заработной платы сказывается на объеме и структуре потребительских расходов населения. Доля продовольственных товаров в данной структуре демонстрирует уровень жизни населения. У населения наблюдается тенденция к экономии на покупку различных товаров, продуктов и услуг. Люди постепенно переходят на сберегательную модель поведения, при которой основные расходы приходятся на продовольствие и товары первой необходимости.

Среди рассматриваемых субъектов доля непродовольственных товаров от общего оборота розничной торговли имеет убывающую тенденцию, за исключением Республики Адыгея и Республики Калмыкия. Лидирующее положение по данному показателю занимает Республика Адыгея, где доля непродовольственных товаров в 2020 году составила 72,4%. Для сравнения, в 2000 году данный показатель составил 54%. Самый низкий показатель у Чеченской Республики, где на долю непродовольственных товаров в 2020 году пришлось 44,6 процентов.

Как и в случае с продовольственными товарами, доля непродовольственных товаров в Ставропольском крае не претерпевает существенных изменений. В основном, по большинству субъектов, наиболее благополучным из рассматриваемых периодов был 2010 год (рис. 5).

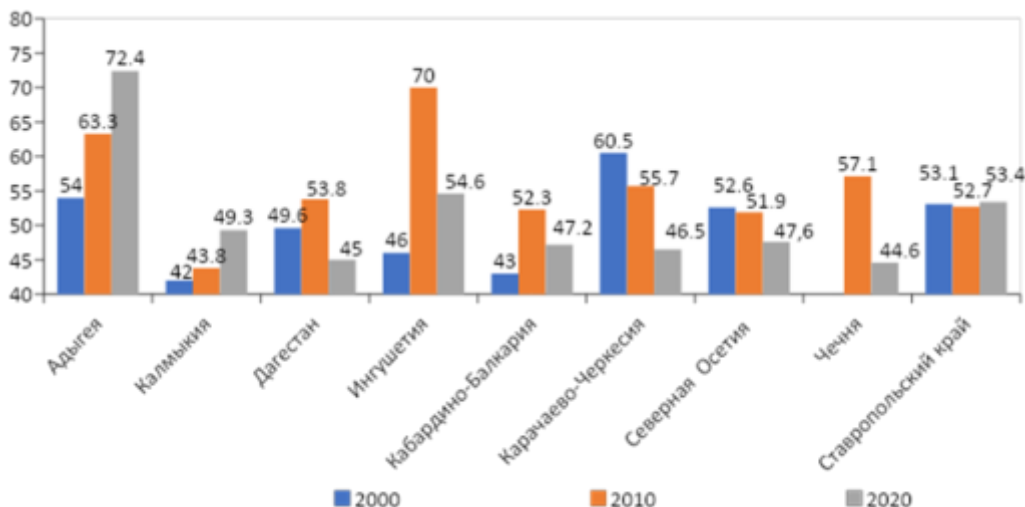


Рис. 5. Непродовольственные товары (в фактически действовавших ценах; в процентах от общего объема оборота розничной торговли субъекта Российской Федерации).

Источник: данные Росстата. Регионы России 2021.

По данным Росстата объем платных услуг населению имеет стабильную тенденцию к повышению. За 20 лет данный показатель по стране вырос в 14,9 раза. Самая большая динамика наблюдается в Республике Дагестан. В период с 2000 по 2020 год объем платных услуг в республике вырос в 53,2 раза. При этом основной рост наблюдался в период с 2000 по 2010 г. (рис. 6). В 2020 году среди рассматриваемых субъектов больше всех на платные услуги потратил Ставропольский край (144336 млн. руб.), меньше всех - Республика Калмыкия (5883 млн. руб.).

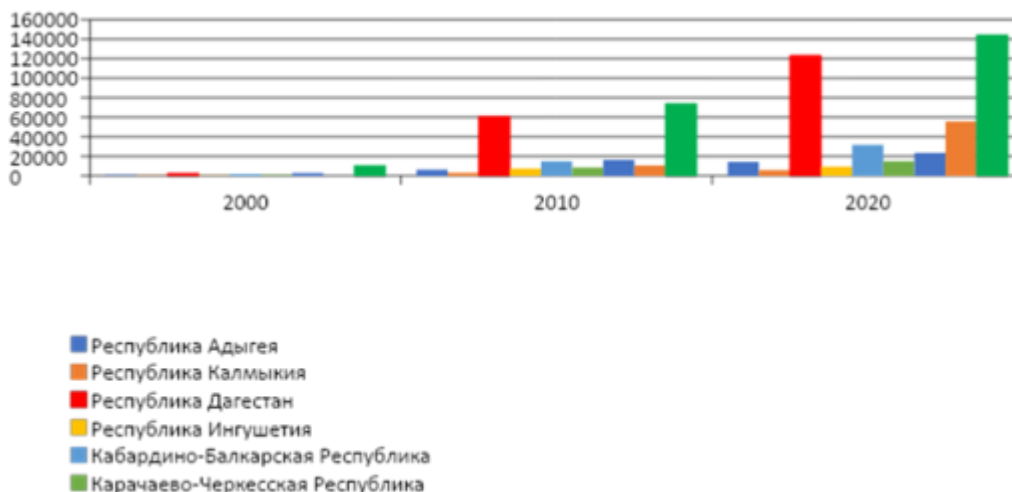


Рис. 6. Объем платных услуг населению (миллионов рублей).

Источник: данные Росстата.

Объем вкладов в банках имеет тенденцию к стабильному повышению. Наибольшее доверие банку демонстрирует Ставропольский край, вклады которого на 2021 год составляют 180088 млн. рублей. Но, если наблюдать динамику, то темпы роста данного показателя здесь ниже, чем в остальных исследуемых субъектах. В период с 2010 по 2021 год вклады физических лиц на рублевых счетах в Сбербанке России по Ставропольскому краю увеличились в 3,7 раза. Для сравнения, в Чеченской Республике за тот же период они увеличились в 50,9 раза. В Республике Дагестан данный показатель увеличился в 10 раз. Численность населения Республики Дагестан и Ставропольского края примерно одинакова. Но даже при указанных темпах

на 2021 год по объему вкладов Республика Дагестан уступает Ставропольскому краю, разница между которыми составила 112692 млн. рублей (рис. 7).

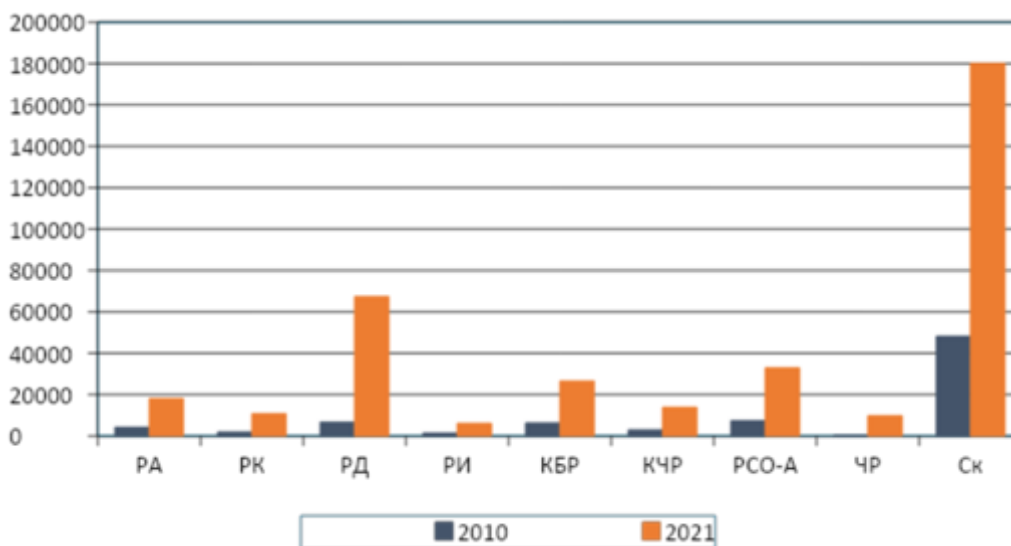


Рис. 7. Средства (вклады) физических лиц на рублевых счетах в Сбербанке России (на начало года; миллионов рублей).

Источник: данные Росстата.

Анализируя представленные данные, можно сделать вывод, что задолженность по кредитам растет с каждым годом. Среди рассматриваемых субъектов, самым задолженным является Ставропольский край, задолженность которого на 2021 год составляет 279964 млн. рублей. Разница с предыдущим годом составила 28591 млн. рублей. На Ставропольский край приходится 50% всех кредитных задолженностей СКФО. За 2021 год самый маленький процент по кредитной задолженности среди регионов СКФО приходится на Республику Ингушетия (1%). При этом необходимо отметить, что темпы роста по данному показателю довольно высоки по всем регионам (рис. 8).

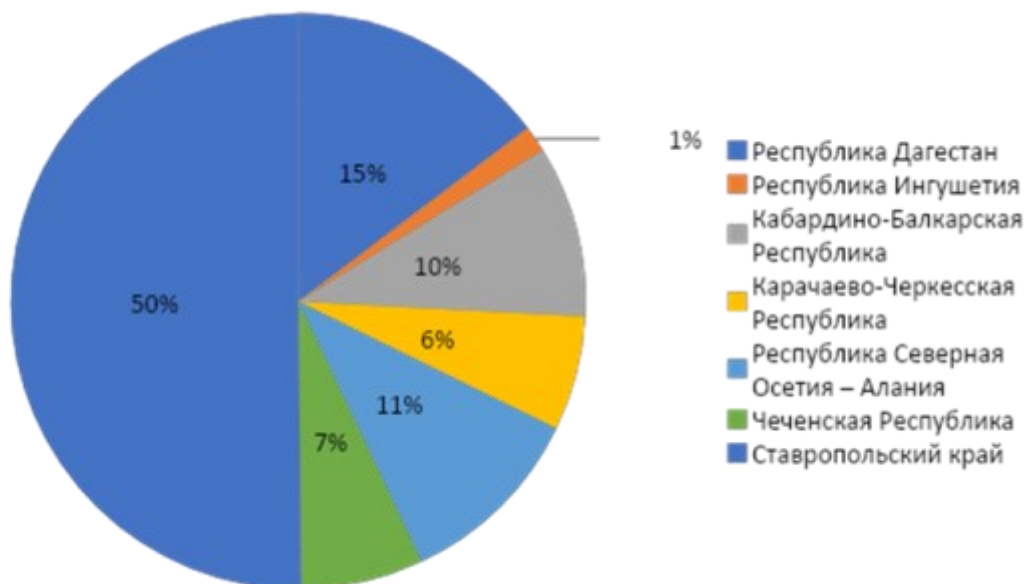


Рис. 8. Задолженность по кредитам в рублях, предоставленных кредитными организациями физическим лицам в регионах СКФО за 2021 г. (в % от общего по федеральному округу).

Источник: данные Росстата.

Заключение

Таким образом, исследование потребительского поведения, независимо от существующих подходов и методов, главной своей целью обозначает улучшение предсказательной возможности на основе эмпирических исследований. Данное условие предполагает использование всего методического научного инструментария, включающего в себя эксперимент, опросы, полевые исследования, наблюдение и иные методы научного познания.

Анализ статистических данных использования денежных доходов домохозяйствами позволил выявить стабильный рост расходов на покупку товаров и оплату услуг, как по федеральным округам страны, так и по регионам Северо-Кавказского федерального округа России. Наиболее высокие показатели по этой статье расходов демонстрирует Ставропольский край, а наибольший рост – Республика Дагестан. Также увеличиваются расходы на приобретение недвижимости практически по всем территориальным округам и субъектам за исследуемый период, которые, в определенной мере, происходят за счет сокращения доли финансовых активов населения.

За исследуемый период Россия пережила несколько кризисов. Тем не менее, оборот розничной торговли устойчиво растет, что интерпретируется увеличением цен на товары. Кроме того, рынок общественного питания развивается достаточно динамично. Относительно высокие темпы роста в сфере общественного питания демонстрирует Республика Дагестан, что связано в значительной степени с развитием туристической сферы.

Как негативную тенденцию можно расценивать снижение расходов на пищевые продукты и напитки. За исключением Ставропольского края, где наблюдается относительная стабильность, в регионах Северо-Кавказского федерального округа отмечается падение расходов домохозяйств на продовольствие. В Чеченской Республике затраты семей на продукты питания занимают более половины всех расходов.

В регионах Северного Кавказа с каждым годом растут вклады физических лиц в финансовых организациях, лидером среди которых выступает Ставропольский край. Но в то же время повышается задолженность по кредитам с каждым годом. При этом темпы роста по данному показателю довольно высоки по всем регионам.

Выводы

Несмотря на интерес как со стороны теоретиков, так и практиков, потребление и связанные с ним иные составляющие поведения потребителей часто остаются за рамками исследовательского внимания и сконцентрированы в основном на концепции рациональности и ограничены рыночной ценой товара, собственным доходом, имеющимися ресурсами. Существование различных подходов является свидетельством глубины исследуемой проблемы. Важным является подход к пониманию потребительского поведения, который ориентирует свое внимание непосредственно на процесс приобретения и условия реализации потребительского выбора.

Снижение роста реальной заработной платы в регионах Северного Кавказа сказывается на объеме и структуре потребительских расходов населения. Доля продовольственных товаров в данной структуре выступает маркером уровня жизни населения. Результаты анализа демонстрируют сложившуюся тенденцию к экономии на покупке различных товаров, продуктов и услуг у населения, что косвенно подтверждает переход на сберегательную модель поведения, при которой основные расходы приходятся на продовольствие и товары первой необходимости.

Литература

1. Абасова Х.У. Теоретические основы изучения потребительского поведения населения // *Экономика и предпринимательство*. - 2022. №6. - С. 277-280.
2. Абдулманов П.Г. Демографические основы формирования трудовых ресурсов в республике Дагестан // *Региональные проблемы преобразования экономики*. 2009. №04. С. 288-291.
3. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. - 10-е изд. / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2007. — 944 с.
4. Большой Энциклопедический словарь. <https://rus-big-enc-dict.slovaronline.com/53261-ПОТРЕБНОСТИ> (дата обращения 03.09.2022).
5. Бункина М.К. Экономика и психология. На перекрестке наук / М.К. Бункина, В.А. Семенов. – Москва: Дело и сервис, 2008. – 397 с.
6. Дорохова Ю.В. Исследовательские подходы к потребительскому поведению в системе социально-экономических отношений // *Социология и жизнь*. – 2010. - № 4. – С. 50-56.
7. Иванова Т.А. Модели потребительского поведения как основа маркетинговой стратегии // *Вестник РУДН: Социология*. – 2012. - №2. – С. 110-118.
8. Любимова Н.Г. Поведение потребителя. / Владивосток: ДВГУ. - 2004. - С. 7.
9. Пивоварова И. В., Устинова О. В. Управление потребительским поведением // *Вестник Челябинского*

- государственного университета. – 2015. – № 9 (364). – С. 97–102.
10. Пискунова Л.П. Потребительское поведение: теоретико-методологические основания изучения / Пискунова Л.П., Карманов А.А. // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2012. – № 9-10. – С. 25-46.
11. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2022.
12. Россинская Г.М. К методологии анализа экономического поведения потребителя // Г. М. Россинская. – Текст: электронный // Вестник Московского университета. Серия 6: Эко-номика. – 2007. – №6. – С. 72-80. [Электронный ресурс] – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_14998437_27476174.pdf (дата обращения 22.08.2022).
13. Россинская Г.М. Потребительское поведение домохозяйства в условиях трансформации российского общества // Вестник УГАТУ. – 2009. – Т. 12. – № 3(32). С. 22-36.
14. Тарасова Т.В. Современные подходы к изучению потребительского поведения // ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА. – 2013. – №10. – С. 262-267.
15. Фоломеева Т.В. Социально-психологический подход к исследованию потребительского поведения // Вестник Московского университета: Психология. – Сер. 14. – 2012г. – №1. С. 145-154.

References:

1. Abasova H.U. Teoreticheskie osnovy izucheniya potrebitel'skogo povedeniya naseleniya // *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. - 2022. №6.- S. 277-280.
2. Abdulmanapov P.G. Demograficheskie osnovy formirovaniya trudovyh resursov v respublike Dagestan // *Regional'nye problemy preobrazovaniya ekonomiki*. 2009. №04. S. 288-291.
3. Blekuell R. Povedenie potrebitel'ej / R. Blekuell, P. Miniard, Dzh. Endzhel. - 10-e izd. / Per. s angl. — SPb.: Piter, 2007. — 944 s.
4. Bol'shoj Enciklopedicheskij slovar'. <https://rus-big-enc-dict.slovaronline.com/53261-POTREBNOSTI> (data obrashcheniya 03.09.2022).
5. Bunkina M.K. *Ekonomika i psihologiya. Na perekrestke nauk* / M.K. Bunkina, V.A. Se-menov. – Moskva: Delo i servis, 2008. – 397 s.
6. Dorohova YU.V. Issledovatel'skie podhody k potrebitel'skomu povedeniyu v sisteme social'no-ekonomicheskikh otnoshenij // *Sociologiya i zhizn'*. – 2010. – № 4. – S. 50-56.
7. Ivanova T.A. Modeli potrebitel'skogo povedeniya kak osnova marketingovoj strategii // *Vestnik RUDN: Sociologiya*. – 2012. – №2. – S. 110-118.
8. Lyubimova N.G. *Povedenie potrebitelya*. / Vladivostok: DVGU. - 2004. - S. 7.
9. Pivovarova I. V., Ustinova O. V. *Upravlenie potrebitel'skim povedeniem* // *Vestnik CHelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. – 2015. – № 9 (364). – S. 97–102.
10. Piskunova L.P. *Potrebitel'skoe povedenie: teoretiko-metodologicheskie osnovaniya izucheniya* / Piskunova L.P., Karmanov A.A. // *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*. – 2012. – № 9-10. – S. 25-46.
11. *Regiony Rossii. Social'no-ekonomicheskie pokazateli*. 2017: R32 Stat. sb. / Rosstat. – М., 2022.
12. Rossinskaya G.M. *K metodologii analiza ekonomicheskogo povedeniya potrebitelya* // G. M. Rossinskaya. – *Tekst: elektronnyj* // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Eko-nomika*. – 2007. – №6. – S. 72-80. [Elektronnyj resurs] – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_14998437_27476174.pdf (data obrashcheniya 22.08.2022).
13. Rossinskaya G.M. *Potrebitel'skoe povedenie domohozyajstva v usloviyah transformacii rossijskogo obshchestva* // *Vestnik UGATU*. – 2009. – Т. 12. – № 3(32). S. 22-36.
14. Tarasova T.V. *Sovremennye podhody k izucheniyu potrebitel'skogo povedeniya* // *VESTNIK UNIVERSITETA*. – 2013. – №10. – S. 262-267.
15. Folomeeva T.V. *Social'no-psihologicheskij podhod k issledovaniyu potrebitel'skogo povedeniya* // *Vestnik Moskovskogo universiteta: Psihologiya*. – Ser. 14. – 2012g. – №1. S. 145-154.