

УДК 378.1

**В. С. Морозова, А. А. Турецких,**факультет экономики, менеджмента, сервиса и туризма,  
Омский государственный педагогический университет  
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Е. В. Коваленко

## Поведенческая экономика: формирование разумных потребностей у студентов среднего профессионального образования в процессе проведения внеурочной деятельности

**Аннотация.** В статье рассмотрен вопрос значимости формирования рационального экономического поведения студентов. Проанализированы результаты анкетирования и предложены варианты формирования разумных потребностей у студентов в процессе проведения внеурочной деятельности.

**Ключевые слова:** homo economicus, рациональное экономическое поведение, теория «иррационального начала», разумное потребление, кейс-метод, метод конвертов.

**В** такой науке, как экономическая теория, существует понятие Homo economicus. Под ним, как правило, понимают человека с совершенными познавательными способностями, отличающегося своим рационально сложным поведением и обладающего при этом широким спектром информации, а эти факторы способствуют получению максимальной выгоды и пользы в условиях ограниченности ресурсов [2]. Получается, что при принятии решений человек будет опираться на рациональные экономические интересы. Однако, как показывает практика, человеческое поведение зачастую зависит от множества факторов. В теории «иррационального начала» Джордж Акерлоф и Роберт Шиллер обратили внимание на особую роль психологических и социальных факторов, влияющих на экономическое поведение человека [1]. Экономисты выделили пять проявлений иррациональности: денежная иллюзия, доверие, восприимчивость к историям, чувство справедливости и недобросовестность.

Из всего описанного ранее следует, что при принятии решения человек не только исходит из рациональных экономических соображений, но и подвержен влиянию множества психологических и социальных факторов. Продавцы и производители научились применять эти факторы для привлечения потребителей, в связи с чем появилась необходимость развивать в людях разумное потребительское поведение.

Нами было проведено исследование в группе студентов 2-го курса колледжа в количестве

23 человек, обучающихся по направлению «Банковское дело».

По результатам анкетирования выяснилось, что учащиеся активно подвержены влиянию психологических и социальных факторов. Студенты оказывались в следующих ситуациях:

- замечали, что благодаря медленной музыке, звучащей в торговом зале, темп перемещений замедляется (21,7 %);

- покупали товар с отметкой Sale, который позже был замечен в другом магазине без данной отметки по той же цене или ниже указанной цены (39,1 %);

- пока искали запланированное, приобрели товары, покупка которых не входила в планы (78,3 %);

- заходили в магазины в торговых центрах по пути к эскалатору (39,1 %).

Для минимизации данного влияния студенты используют следующие методы приобретения товаров или услуг:

- соблюдение условий хранения продуктов (52,2 %);

- планирование покупок на неделю/месяц (26,1 %);

- сравнение цен в различных магазинах (60,9 %);

- использование дисконтных карт (73,9 %);

- посещение магазина на сытый желудок (47,8 %);

- сравнение объема продуктов (34,8 %);

- замена подорожавших продуктов товарами-заменителями (34,8 %);

- покупка товаров исходя из его характеристик, а не из марки производителя (21,7 %);
- использование скоропортящихся продуктов в первую очередь (30,4 %).

Для формирования у студентов разумного экономического поведения для них была проведена игра на основе кейс-метода. На 1-м этапе учащиеся поделились на четыре «семьи» и распределили роли: жена, муж, дочь, сын и т. д. Далее было необходимо распределить все источники доходов для каждого члена семьи. На 2-м этапе необходимо было спланировать близко к реальной жизни предстоящие расходы за месяц, исходя из общей суммы доходов, по следующим статьям: питание, одежда, мебель, культурно-бытовые нужды, энергетические напитки, коммунальные платежи, сборы/на-

логи/кредиты. На 3-м этапе для них был предложен ряд форс-мажорных ситуаций, для решения которых они должны были изыскать дополнительные доходы. В связи с неудачей трех из четырех команд, для решения данной кейс-игры студентам был предложен метод конвертов, основной идеей которого является распределение всех средств по отдельным конвертам согласно статьям расходов, а также обязательная подушка безопасности в виде 20 % от общего дохода семьи.

Таким образом, можно развивать у студентов понимание того, как психологические и социальные факторы влияют на принятие рациональных экономических решений и как данное влияние минимизировать для выбора наиболее выгодного и разумного решения.

1. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Spiritus Animalis, или как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / пер. с англ. Д. Прияткина ; под науч. ред. А. Суворова ; вступ. ст. С. Гурьева. — М. : Юнайтед Пресс, 2010. — 273 с.

2. Комаровская Н. В. Эволюция «Номо economicus» // Вестн. Моск. гос. ин-та междунар. отношений. — 2016. — № 1. — С. 129–137.