

ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ: ТРЕНДЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Ответственное потребительское поведение – один из ключевых глобальных трендов, сформированных особенностями цифровой эпохи. Прежде всего, это постепенное отступление «экономики голода» в развитых и ведущих развивающихся странах. Фактор выживания и связанный с ним потребительский невроз перестает быть главным стимулом покупок. Люди перестают делать запасы продуктов и вещей, приобретать дорогие вещи и активы, которые могут «пригодиться в случае чего». Простимулированное детскими воспоминаниями о дефиците, такое потребительское поведение было характерной особенностью «поколения X» - нынешних 30 – 50 летних. Но, даже их модель потребительского поведения меняется в сторону более разумного потребления. Для миллениалов и «поколения Z» в целом, характерна другая модель потребления, ориентированная, в большей степени на цифровые товары и впечатления. Важным фактором принятия решения о покупке становятся этические соображения: «Наносит ли этот товар и его упаковка вред окружающей среде?», «Насколько этично относится крупная компания – производитель товара к своим работникам?».

Глобальным трендом, отражающим требования к этичности производства является рост спроса на информацию о продукте. Такая информация должна быть не только полной, отвечающей запросам потребителей и точной, но и легко и надежно верифицируемой, проверяемой. В связи с этим растет спрос на информационные системы контроля происхождения товара на основе блокчейн-технологий;



Мобильность, коллективное использование транспорта – макротренд, объединяющий в себе сразу несколько особенностей потребительского поведения:

- «Не вещи, а впечатления» - потребитель испытывает меньше потребностей в покупке дорогих вещей, предпочитая совместное пользование, как более дешевую и экономящую время альтернативу.
- Экологическая ответственность – совместное использование транспортных средств позволяет снизить выбросы вредных веществ в окружающую среду;
- Удаленная работа и финансовая независимость, фриланс – возможности подработки (Uber и аналогичные сервисы) или снижения расходов в поездке. Появление этих возможностей обусловлено, прежде всего прогрессом в целом кластере цифровых технологий – быстрые смартфоны, надежный мобильный интернет и геолокация, широкое развитие цифровых денежных транзакций.

Ответственный дизайн и конструирование – тренд, подразумевающий широкое использование возобновляемых материалов, отказ от неэкологичной упаковки, долгий срок использования вещей. Отдельно необходимо указать нарастающее движение потребителей против «планового выхода из строя» - когда товары специально конструируются так, чтобы работать только в пределах заданного, сравнительно небольшого срока.

Важно, что тренды ответственного потребления создают большие возможности для малого бизнеса – как в цифровой сфере, где востребованы услуги в области организации коммуникации потребителей, так и в реальном производстве, где ремесленная вещь – синоним качества, надежности и индивидуального подхода. Многие «единороги»- стартапы, вышедшие на уровень капитализации, превышающий \$1 млрд. Начинали свою деятельность опираясь на тренды ответственного потребления – Uber, AirB&Vi др.

Учет трендов ответственного потребления при конструировании государственной стратегии поддержки малого и среднего бизнеса в России даст возможность повысить эффективность и возвратность вложения бюджетных средств, будет содействовать достижению целевых показателей развития малого и среднего бизнеса.