

Олег Скворцов, АРБ

- Активности Ассоциации в направлении поведенческой экономики
- Факторы изменений и иллюстрация феномена вопреки-товаров

Активности АРБ

Всероссийская научно-практическая конференция **«Поведенческая экономика и информационная безопасность: стратегический диалог»** 30 сентября 2025 – совместно с СПбГУ

Открытая дискуссия Президента АРБ **«Поведенческая экономика в банковской и финансовой сферах»** 24 октября 2025

Конференция **«Практики противодействия переводу денег под манипулятивным воздействием злоумышленников»** совместно с Банком России и Правительством Оренбургской области – 3 октября 2025

Участие в деятельности **рабочих групп Банка России** по поведенческой экономике и наджингу

Участие и со-руководство совместно с Банком России в работе **Межведомственной рабочей группы по вопросам противодействия преступлениям, совершаемым с использованием приемов и методов социально-криминальной инженерии**

Проведено **обучение банков** как в форме образовательных вебинаров, так и на выездных мероприятиях Банка России

Факторы изменений

Технологические	Демографические	Страновые и национальные
<ul style="list-style-type: none">▪ Тотальная цифровизация▪ Аналитика big data с платформ▪ GenAI и навязчивая персонализация «подталкивания»▪ Цифровая детоксикация, вопреки-товары*	<ul style="list-style-type: none">▪ Поколенческие особенности▪ Отличие в ключевых ценностях▪ Специфические нюансы и уязвимости▪ Разные механизмы наджинга от "якорения» до геймификации	<ul style="list-style-type: none">▪ Кросс-культурные факторы▪ Индивидуализм vs. Коллективизм▪ Доверие, патернализм, институты▪ Разные когнитивные стили и отношение к риску

* Вопреки-товары (нишевые товары-антидоты) - остающиеся на рынке вопреки новым технологическим и потребительским трендам, в силу наличия особых свойств и эмоциональной составляющей

Вопреки - товары и цифровая детоксикация

Контекст (Давление)	Феномен (Сопротивление)
<p>Эра доминирования:</p> <ul style="list-style-type: none">• Цифровизация• Массовость• Навязанная функциональность• Обновляемость (одноразовые товары)	<p>Вопреки-товары:</p> <ul style="list-style-type: none">• Аналоговость (винил, плёнка)• Тактильность (механика, перо)• Уникальность / товары с историей и душой / slow luxury• Ритуал вместо скорости
<p>Логика: эффективность, удобство, будущее</p>	<p>Логика: эмоция, идентичность, подлинность, прошлое как ценность</p>

Драйвер: **Цифровая усталость и поиск подлинности** →

Результат: Осознанный выбор «медленных», материальных ритуалов как **форма цифрового детокса и самоидентификации**

Почему растет доля вопреки-товаров

В интервале 2010 – 15 годов
наметился **перелом**
потребительских предпочтений,
что привело к **феномену** роста
продаж ряда сегментов товаров

- винил, механические часы,
перьевые ручки, пленочные
фотоаппараты и даже печатные
книги

Тактильность: люди устали от экранов и цифры
(антидот) + привыкание и одушевление
предметов

Ностальгия: Millennials и Gen Z (30-60 лет)
идеализируют 1960 – 80е

Статус: аналоговые и механические вещи стали
«медленной роскошью» (ценностью) + элемент
нетворкинга

Психология: письмо от руки, прослушивание
винила, заведение часов — новые формы
медитации. Протест против тотальной
цифровизации