



АГРАРНАЯ РЕФОРМА И ФОРМЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Научная статья

УДК 338.242.4

doi: 10.55186/25876740_2026_69_1_23

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА ПРОДОВОЛЬСТВИЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

Е.Г. Решетникова

Институт аграрных проблем — обособленное структурное подразделение

Федерального исследовательского центра «Саратовский научный центр

Российской академии наук», Саратов, Россия

Аннотация. В основе сформулированных в статье подходов к регулированию спроса на продовольствие лежат основные методологические принципы теории потребления в их динамике, современные теории спроса, учет взаимосвязи экономического развития и уровня социально-экономического неравенства, осознание необходимости повышения роли инклюзивных факторов для обеспечения устойчивости экономической системы. В статье прослежена эволюция теорий спроса и потребления в рамках экономической теории, показаны важнейшие моменты современных теорий спроса, отражающие процесс формирования количественных и качественных характеристик спроса с учетом реалий внешней среды и вектора изменения внутренних рисков. Отмечено изменение влияния уровня доходов на величину спроса в рамках относительно стабильного и кризисного периодов. Автор рассматривает такие особенности формирования спроса в современных условиях как углубление его дифференциации в зависимости от величины располагаемых ресурсов различных доходных групп населения, наличия эффекта запутывания и демонстрационного потребления. Показано расширение перечня факторов, детерминирующих спрос по мере роста дохода, в частности, усиление влияния институциональных доминант, направленных на снижение транзакционных издержек, экономию времени при осуществлении покупки продуктов питания. Прослежены основные тенденции в сфере потребления продовольствия и его организации, такие как увеличение интереса к готовой еде, изменение востребованности различных торговых форматов. Экономическая доступность продовольствия для всех доходных групп населения рассмотрена не только как один из ключевых показателей продовольственной безопасности, но и как фактор устойчивого социально-экономического развития агропродовольственного комплекса.

Ключевые слова: потребительский спрос на продовольствие, теории спроса, экономическая доступность продовольствия, доходные группы населения, дифференцированный подход, институциональные доминанты

Original article

FEATURES OF FORMATION OF CONSUMER DEMAND FOR FOOD IN THE CONTEXT OF MODERN CHALLENGES

E.G. Reshetnikova

Institute of Agrarian Problems — Subdivision of the Federal Research Center

“Saratov Scientific Center of the Russian Academy of Sciences”, Saratov, Russia

Abstract. The approaches to regulating food demand formulated in the article are based on the basic methodological principles of consumption theory in their dynamics, modern theories of demand, taking into account the relationship between economic development and the level of socio-economic inequality, and awareness of the need to enhance the role of inclusive factors to ensure the sustainability of the economic system. The article traces the evolution of theories of demand and consumption within the framework of economic theory, shows the most important aspects of modern theories of demand, reflecting the process of forming quantitative and qualitative characteristics of demand, taking into account the realities of the external environment and the vector of changes in internal risks. The change in the influence of income level on the amount of demand within relatively stable and crisis periods is noted. The author considers such features of demand formation in modern conditions as deepening its differentiation depending on the amount of available resources of various income groups of the population, the presence of the effect of confusion and demonstrative consumption. The expansion of the list of factors determining demand as income grows is shown, in particular, the strengthening of the influence of institutional dominants aimed at reducing transaction costs, saving time when purchasing food products. The main trends in the sphere of food consumption and its organization are traced, such as the increase in interest in ready-made food, changes in the demand for various trade formats. Economic accessibility of food for all income groups of the population is considered not only as one of the key indicators of food security, but also a factor in the sustainable socio-economic development of the agro-food complex.

Keywords: consumer demand for food, demand theories, economic availability of food, income groups of the population, differentiated approach, institutional dominants

Введение. Экономическая доступность продовольствия для всех доходных групп населения, достижение соответствия платежеспособного спроса и фактического потребления основных продуктов питания уровнем рациональных норм потребления является одним из приоритетов институциональной среды устойчивого социально-экономического развития агропродовольственного комплекса. Стабильный внутренний спрос на продовольственную продукцию создает условия для устойчивого функционирования всех организационно-экономических

форм предпринимательства в агропродовольственной сфере, развития сельских территорий, сохранения социальной стабильности общества. Разработка институциональных мер, направленных на реализацию данного приоритета, базируется на адаптации основополагающих положений теорий спроса и потребления к особенностям современной экономической ситуации, исследовании соотношения экзогенных и эндогенных факторов, оказывающих влияние на динамику ключевых параметров сферы потребления.

Основные закономерности изменения платежеспособного спроса, формирования потребительского выбора, сформулированные экономической теорией, постоянно развиваются посредством учета новых факторов, детерминирующих объем и структуру спроса населения на товары и услуги. На смену подходов классической политэкономии с ее рациональным экономическим человеком, ставящим во главу угла максимизацию полезности, постепенно пришло осознание недостаточных возможностей потребителя для осуществления оптимального



выбора в силу его ограниченных когнитивных способностей и существования асимметрии информации о состоянии определенного рыночного сегмента и в целом всего рынка. Если на заре формирования теории спроса и потребления единственным фактором, определяющим объем и структуру спроса, был фактор величины дохода, то позднее спектр этих факторов был значительно расширен в трудах Дж. Дьюзенберри, М. Фридмена, И. Фишера, А. Андо, Ф. Модильяни, Р. Брумберга. Маржиналистская теория в отличие от классической экономической теории поставила понятие спроса в центр процессов рыночного ценообразования. И хотя изучение особенностей потребительского выбора в рамках маржиналистской революции характеризовалось высоким уровнем абстракции, но, тем не менее, оно способствовало началу расширения перечня факторов, влияющих на уровень спроса и потребления.

Принципиально новое понимание формирования потребительского выбора связано с развитием институциональной экономической теории и более сложным восприятием человека с учетом его эмоций и иррационального поведения в определенных ситуациях, что нашло отражение в концепции ограниченной рациональности. Д. Макфадден отмечал, что неоклассическое определение потребителя как всемерно стремящегося увеличить свою полезность рационального и равнодушного эгоиста выглядит слишком просто, чтобы быть истинным [1]. Развитие теории спроса он видел в обогащении ее данными таких наук, как когнитивная психология, антропология и неврология. Рассматривая динамику спроса на городские перевозки, исследователь активно изучал институциональные факторы его формирования, такие как время пребывания в дороге, время ожидания, уровень комфорта.

Кардинально отличающийся подход к проблеме рациональности был внесен новым направлением экономической науки — поведенческой экономикой. В трудах основоположников этого направления Д. Канемана, А. Тверски, Р. Талера утверждалось, что для истинно научного подхода к пониманию потребительского выбора необходима междисциплинарность, использование знаний не только экономической науки, но и знаний о человеке. Представители поведенческой экономики утверждали, что в силу ограниченности когнитивных способностей человека и недостаточности информации о состоянии рынка потребитель не может сделать оптимальный выбор.

Эволюция теорий спроса происходила по нескольким направлениям, в частности, повышения роли категории «потребности» в понимании формирования структуры потребительского выбора и углубления дезагрегированного подхода при оперировании статистическими данными о состоянии сферы потребления. Так, У. Витт критиковал теорию полезности с точки зрения предпосылок роста спроса и потребления. Он считал, что ключевой в данном процессе должна стать категория потребностей. Ненасыщаемость потребления исследователь связывал с постоянным увеличением разнообразия потребительских товаров на рынке, обусловленным углублением специализации спроса потребителей [2].

В трудах П. Савиотти осуществлено развитие понимания потребностей с точки зрения значимости их иерархической структуры для

формирования динамической модели спроса. В данной модели ученый учитывал тот факт, что при наличии определенного уровня дохода у потребителя имеет место соответствующее ранжирование потребностей, при появлении новых благ происходит трансформация сложившейся системы ранжирования.

Большой вклад в теорию спроса и потребления внес нобелевский лауреат 2015 г. А. Дитон, который крайне негативно относился к процессам агрегирования первичных данных, считая, что они существенно искажают реальные тенденции сферы потребления. Он призывал максимально опираться на микроданные [3]. Данный тезис подчеркивает важность применения дифференцированного подхода при изучении потребительского выбора для выявления реальных тенденций в современных условиях циркулярной экономики и нарастания турбулентности мирового развития.

Методы проведения исследования. Исследование особенностей формирования потребительского спроса на продовольствие в условиях современных вызовов опирается на использование абстрактно-логического и монографического методов познания, метода сравнения и метода группировок, что дало возможность на основе рассмотрения этапов эволюции теории спроса, систематизации современных взглядов отечественных и зарубежных ученых о направлениях трансформации спроса, дать оценку состояния сферы потребления продовольствия, обосновать экономическую доступность продовольствия для всех доходных групп населения как один из приоритетов институциональной среды устойчивого социально-экономического развития агропродовольственного комплекса.

Ход исследования. Для российской экономической науки в последние годы характерен рост интереса к исследованию потребительского выбора с точки зрения усиления применения принципов гуманизации и социализации на основе междисциплинарного подхода. Современные экономисты обращают внимание, что некорректно говорить о том, что экономический человек полностью зависит от экономических предпочтений [4]. Институциональный подход становится неотъемлемой частью национальных исследований в сфере потребностей, спроса и потребления. Ученые видят необходимость преодоления ограниченных рамок экономической рациональности в направлении гуманизации экономической науки, более широкого использования качественных методов исследования [5]. Однако представляется не лишним основания подход тех современных исследователей, которые призывают при критике принципа экономической рациональности полностью не отказываться от стандартных подходов, используя все лучшее, что в них накоплено [6]. Такое мнение представляется теоретически оправданным, поскольку позволяет максимально учесть объективное и субъективное начала при формировании спроса индивида, действие объективных экономических законов и субъективного фактора в форме специфики проявления когнитивных особенностей личности.

В современной российской экономической литературе большое внимание уделяется углубленному познанию категории «потребности», выявлению глубинной взаимосвязи потребностей и спроса. С.П. Богачев, исследуя сферу формирования спроса отмечает, что отрыв современной теории спроса от практики состоит

в том, что в теории рассматривается процесс формирования спроса только на взаимозаменяемые или взаимодополняющие товары, а о независимых товарах упоминается кратко. По мнению ученого, распределение дохода рассматривается в рамках взаимосвязанных разработок однопотребности. Исследователем разработан системно-потребности подход к построению многопотребности теории спроса, где применяется принцип последовательного выбора — сначала потребностей по их системе, а затем благ, удовлетворяющих потребности по критерию минимизации [7]. Данная теория более адекватно отражает особенности функции «доход — спрос», что ведет к тому, что прогнозируемые эластичности спроса по доходу более соответствуют реальным данным. Российские ученые показывают процесс трансформации потребностей в условиях информационной экономики, прослеживают новые тенденции рационализации, стандартизации, интеллектуализации, экологизации потребительского выбора в современных условиях [8].

Перспективной с точки зрения обоснования путей обеспечения экономической доступности продовольствия для всех доходных групп населения является разработанная российскими учеными теория ноономики, обосновывающая переход в долгосрочной перспективе к новым цивилизационным конструкциям, в рамках которых характерно выполнение государством согласования общественных интересов и развития человека. Важнейшие положения относительно молодого направления экономической науки — ноономики содержатся в трудах С.Д. Бодрунова, С.Ю. Глазьева, А.И. Колганова. Важно, что в данной теории рассматривается неэкономический способ организации хозяйства для удовлетворения потребностей. В процессе потребления в отношении между собой вступают не отдельные индивиды, а две сферы цивилизационной конструкции — производство и человеческое общество, что обеспечивает удовлетворение первоочередных потребностей в продовольствии всех членов общества, независимо от уровня их доходов, как важной низшей ступени всестороннего развития личности [9]. Заметим, что обеспечение экономической доступности продовольствия для всех членов общества отвечает основополагающим принципам социального государства.

В работах российских исследователей подчеркивается необходимость перехода от рассмотрения экономического человека к человеку культуры, для которого характерен принципиально иной тип ценностей и мотивов поведения [10]. Такому типу человека присуще творческое отношение к труду, отказ от безудержной гонки потребления, игнорирование агрессивной рекламы, навязываемой рынком в рамках доминирующей неоклассической парадигмы, развитие лучших человеческих качеств как высшего критерия прогресса в отличие за погоней за прибылью [11]. В этих условиях все больше сторонников завоевывает концепция безусловного базового дохода, обеспечивающего достойный уровень жизни каждому члену общества, включая потребление продовольствия в соответствии с научно обоснованными нормами [12].

Современные глобальные вызовы неминуемо оказывают влияние на потребительский и продовольственный рынок, появляются новые эффекты в сфере потребления. С ограниченностью



когнитивных особенностей индивида связан выявленный исследователями так называемый эффект запутывания [13]. Он связан с возможностью запутывания потребителя при значительном уровне транзакционных издержек в процессе подбора подходящего варианта покупки. Долгий поиск может вызвать информационную усталость у потенциального покупателя и помешать приблизиться к оптимальному варианту. Исследователи отмечают также наличие демонстрационного потребления, которое в настоящее время в той или иной степени присуще всем доходным группам, что стало возможно из-за развития потребительского кредитования.

Теории спроса в современной действительности трансформируются, фокусируя свое внимание на наиболее востребованных аспектах осуществления потребительского выбора. Ярко выраженной особенностью формирования объема и структуры потребительского спроса становится необходимость учета социально-экономической дифференциации, поскольку принадлежность к определенной доходной группе оказывает сильное воздействие на систему факторов, оказывающих наиболее сильное влияние на формирование спроса. В группе населения с низким доходом определяющее значение имеют экономические факторы — уровень доходов и цены на товары. По мере увеличения дохода возрастает значение институциональных факторов, фактора экономии времени на совершение покупки, становится более востребованной готовая еда, полуфабрикаты и т.д. [14]. Учитывая фактор снижения транзакционных издержек, меняется отношение к традиционным торговым форматам. В последние годы в силу напряженного трафика более предпочтительными становятся магазины шаговой доступности в отличие от гипермаркетов и курьерская доставка.

Результаты и обсуждение. Проведенный анализ показал, что характер спроса на продовольствие в доходных группах населения отличается в кризисные и относительно стабильные периоды развития экономической ситуации. Во всех доходных группах населения в относительно стабильные периоды коэффициенты эластичности спроса на продукты питания по доходу ниже, чем в кризисный период. В этой экономической ситуации платежеспособный спрос на продукты питания у всех групп населения является низкоэластичным, а значит изменение уровня дохода не имеет сильного воздействия на величину и структуру спроса. В кризисный период почти во всех децильных доходных группах населения коэффициенты эластичности потребительского спроса на продовольствие по доходу становятся выше единицы. В этот момент происходит и структурная перестройка потребительского спроса, населением активно покупаются более дешевые товары-заменители, повышается популярность различных акций.

Современные теории спроса уделяют значительное внимание фактору социально-экономической дифференциации, поскольку принадлежность к определенной доходной группе обуславливает ряд существенных особенностей при формировании индивидуального спроса, в том числе и на продовольственные товары, также оказывает большое влияние на макроэкономические пропорции и характер экономического роста. Большинство исследователей отмечают негативное влияние на экономическое развитие высоких параметров социально-экономической дифференциации.

Таблица 1. Соотношение уровней потребления основных продуктов питания в полярных доходных группах населения РФ в 2015-2023 гг., %
Table 1. Ratio of consumption levels of basic food products in polar income groups of the population of the Russian Federation in 2015-2023, %

	2015 г.	2017 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Хлебные продукты	1,35	1,06	1,09	1,10	1,13	1,15
Картофель	1,35	1,10	1,11	1,09	1,16	1,12
Овощи и бахчевые	2,15	1,92	1,78	1,91	2,04	1,88
Фрукты и ягоды	2,80	2,63	2,44	2,39	2,63	2,66
Мясо и мясопродукты	2,04	1,98	1,37	1,80	1,87	1,84
Молоко и молочные продукты	1,99	1,86	1,96	2,00	2,01	1,90
Яйца, шт.	1,75	1,62	1,59	1,65	1,70	1,68
Рыба и рыбные продукты	2,15	1,97	2,19	2,13	2,20	2,41
Сахар и кондитерские изделия	1,66	1,36	1,39	1,37	1,32	1,34
Масло растительное и другие жиры	1,38	1,29	1,18	1,14	1,23	1,21

Рассчитано на основе данных Росстата: <https://rosstat.gov.ru/folder/11110/document/13292>

Анализ данных таблицы 1 позволяет сделать вывод о том, что на протяжении последнего десятилетия дифференциация потребления продовольствия в домохозяйствах РФ как разновидность социально-экономической дифференциации сохранялась, несколько меняя свои значения в соответствии с направленностью вектора доходов и индекса Джини. Для большинства продовольственных товаров в 2015-2020 гг. было характерно снижение дифференциации потребления, например, по мясу и мясопродуктам в этот период времени произошло сокращение разрыва в потреблении полярных доходных групп населения с 2,04 до 1,37, по фруктам и ягодам — с 2,80 до 2,44, по яйцам — с 1,75 до 1,59 раза. В 2022 г. практически по всем ценным продуктам питания наблюдался резкий рост дифференциации потребления, который на следующий год сменился плавным снижением.

Формирование уровня и структуры потребительского спроса на продовольствие определяется динамикой реальных доходов населения. Начиная с 2021 г., наблюдается устойчивый рост реальных денежных доходов (табл. 2).

Однако, несмотря на существенный рост реальных денежных доходов в I квартале 2025 г., увеличение реализованного спроса, характеризующегося показателем оборота розничной торговли, составило лишь 1,9% в силу высокого уровня индекса потребительских цен, который составил по отношению к 2024 г. 110,2%. Индекс Джини, отражающий степень неравномерности распределения доходов населения в обществе, также вырос в этот период с 0,399 в I квартале 2024 г. до 0,402 в I квартале 2025 г. [15].

Существенная социально-экономическая дифференциация и такие ее формы, как дифференциация доходов и дифференциация потребления усиливают региональную дифференциацию уровня жизни (табл. 3). В таблице 3 в каждом федеральном округе, кроме средних значений, приведены регионы с максимальными и минимальными параметрами анализируемых показателей. Так, в Центральном федеральном округе степень различия уровней потребительских расходов на душу населения во входящих в него регионах в I квартале 2025 г. составила 2,5, в Северо-Западном — 1,9, в Южном — 2,1, в Северо-Кавказском — 2,2, в Приволжском — 1,7, в Сибирском — 2,2 раза. Как положительный момент может быть отмечен тот факт, что в более экономически слабых регионах достаточно часто темп роста цен на продовольственные товары был ниже среднероссийского и среднего по региону,

Таблица 2. Динамика реальных денежных доходов населения РФ в 2014-2025 гг., %
Table 1. Dynamics of real money income of the population of the Russian Federation in 2014-2025, %

Годы	В % к соответствующему периоду прошлого года
2014	99,2
2015	96,4
2017	99,8
2018	101,7
2019	101,2
2020	98,6
2021	103,9
2022	104,0
2023	106,5
2024	107,5
2025 (I квартал)	107,1

Источник: Реальные денежные доходы населения по субъектам РФ: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397>

исключение составили Центральный, Уральский и Дальневосточный федеральные округа.

Помимо существенной дифференциации рассматриваемых показателей между федеральными округами сохранялась и значительная внутрирегиональная дифференциация в сфере потребления, что требует проведения сбалансированной социальной политики, направленной на выравнивание уровней жизни в регионах страны. Применение дифференцированного подхода в отношении регулирования спроса на продовольствие нацеливает на использование различных инструментов применительно к группам населения с отличающимся уровнем дохода. В группе населения с минимальными доходами в качестве оперативной краткосрочной меры может быть осуществлено предоставление продовольственной помощи или использование института социального контракта.

Заключение. Эволюция теорий спроса отражает складывающиеся тенденции в сфере потребления и позволяет прогнозировать тренды изменения потребительской сферы. Особенностью современного этапа развития экономической теории в части исследования спроса на продовольствие является углубление дифференцированного подхода к его формированию, всесторонний анализ объема и структуры спроса потребителей в зависимости от уровня располагаемого дохода. В децильных группах с высоким доходом все большую роль при формировании спроса на продовольствие начинают





Таблица 3. Динамика потребительских расходов и цен на продовольственные товары в регионах РФ в 2024-2025 гг.
Table 3. Dynamics of consumer spending and food prices in the regions of the Russian Federation in 2024-2025

Регион	Потребительские расходы в расчете на душу населения, руб.		Индекс цен на продовольственные товары в апреле 2025 г. к декабрю 2024 г., %
	IV квартал 2024 г.	I квартал 2025 г.	
РФ	52592	49226	104,2
Центральный федеральный округ	66160	61586	102,6
Тамбовская область	38002	36326	105,1
г. Москва	105044	91866	104,8
Северо-Западный федеральный округ	56104	54941	105,1
Новгородская область	43249	36091	105,1
г. Санкт-Петербург	70830	69775	105,7
Южный федеральный округ	53244	48417	104,1
Республика Калмыкия	28227	28898	102,1
Краснодарский край	68358	60072	104,6
Северо-Кавказский федеральный округ	40869	32911	105,8
Республика Ингушетия	33604	17401	102,9
Ставропольский край	40210	37628	104,4
Приволжский федеральный округ	43078	41189	104,5
Республика Марий Эл	28011	29124	104,2
Нижегородская область	50758	49591	105,7
Уральский федеральный округ	49585	48797	104,8
Курганская область	31668	30000	105,3
Тюменская область	53892	54471	105,2
Сибирский федеральный округ	41905	39432	105,8
Республика Тыва	31145	22268	105,1
Новосибирская область	53236	48505	106,1
Дальневосточный федеральный округ	54895	53211	104,8
Забайкальский край	39637	37839	105,3
Магаданская область	67409	74016	102,5

Составлена автором на основе статистических данных [15]

играют институциональные факторы, в частности фактор экономии времени. В группах с минимальными доходами определяющее значение имеют традиционные экономические факторы: факторы доходов и цен. Вместе с тем при возникновении кризисной ситуации в экономике во всех доходных группах повышается значение фактора реальных доходов. Наличие социально-экономической дифференциации негативно влияет на экономический рост и требует мер по ее снижению, развития активной социальной политики, направленной на повышение реальных доходов населения.

Список источников

- Макфадден Д., Бирлейер М. Вероятность выбора производящих функций // Выбор моделей. 2013. № 8. С.1-14.
- Рост потребления и фактор разнообразия: новейшие исследования западных и российских эволюционистов: сборник статей / пер. с англ. М.: Дело, 2007. 272 с.
- Diaton, A.S., Muelbauer, J. (1980). *Economist and Consumer Behavior*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Богомолов О.Т. Экономика и общественная среда: взаимосвязь и взаимовлияние. URL: <https://vas-s-al.livejournal.com/1026401.html>
- Ведин Н.В. Гуманизация экономической теории как системообразующий принцип ее адекватности со-

временным реалиям // Проблемы современной экономики. 2007. № 1. С. 2-11.

6. Маевский В., Чернавский Д. О рациональном поведении реального потребителя // Вопросы экономики. 2007. № 3. С. 71-85.

7. Богачев С.П. Исследование и моделирование потребительского выбора // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2000. № 6. С. 25-46.

8. Манахова И.В. Трансформация потребления домохозяйств в информационной экономике. Часть 1. Теоретический анализ // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2013. № 6. С. 3-12.

9. Глазьев С.Ю. Ноономика как стержень формирования нового технологического и мирохозяйственного укладов // Ноономика и ноообщество. 2022. Т. 1. № 1. С. 43-64.

10. Бодрунов С.Д. От экономических интересов — к нооценностям // Вопросы философии. 2022. Т. 7. С. 15-26.

11. Яковлева Н.Г. Человеческий потенциал в свете теории ноономики: от трансформации «человека экономического» в «человека культурного» // Экономическое возрождение России. 2023. № 4 (78). С. 49-58.

12. Деятельная утопия. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3219833>

13. Розанова Н.М. Современный потребитель: в тенетах цифровой экономики // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2024. № 3. С. 26-47.

14. Тихонович С.В. Основы теории потребительского спроса. URL: http://www.rusnauka.com/ONG/Economics/14_tihonovich%20s.v.doc.htm

15. Доклад «Социально-экономическое положение России в январе-апреле 2025». URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-04-2025>

References

- Makfadden, D., Birleir, M. (2013). Veroyatnost' vybora proizvodnyashchikh funktsii [Probability of selection of generating functions]. *Vybor modelei*, no. 8, pp. 1-14.
- Rost potrebleniya i faktor raznoobraziya: noveishie issledovaniya zapadnykh i rossiiskikh ehvolyutsionistov: sbornik statei (2007). [Growing consumption and the diversity factor: latest research by western and Russian evolutionists]. Moscow, Delo Publ., 272 p.
- Diaton, A.S., Muelbauer, J. (1980). *Economist and Consumer Behavior*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Bogomolov, O.T. (2008). *Ehkonomika i obshchestvennaya sreda: vzaimosvyaz' i vzaimovliyanie* [Economy and social environment: interrelation and mutual influence]. Available at: <https://vas-s-al.livejournal.com/1026401.html>
- Vedin, N.V. (2007). Gumanizatsiya ehkonomicheskoi teorii kak sistemoobrazuyushchii printsip ee adekvatnosti sovremennym realiym [Humanization of economic theory as a system-forming principle of its adequacy to modern realities]. *Problemy sovremennoi ehkonomiki* [Problems of modern economics], no. 1, pp. 2-11.
- Maevskii, V., Chernavskii, D. (2007). O ratsional'nom povedenii real'nogo potrebitelya [On the rational behavior of a real consumer]. *Voprosy ehkonomiki*, no. 3, pp.71-85.
- Bogachev, S.P. (2000). Issledovanie i modelirovanie potrebitel'skogo vybora [Research and modeling of consumer choice]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ehkonomika* [Moscow University bulletin. Series 6: Economy], no. 6, pp. 25-46.
- Manakhova, I.V. (2013). Transformatsiya potrebleniya domokhozyaistv v informatsionnoi ehkonomike. Chast' 1. Teoreticheskii analiz [Transformation of household consumption in the information economy. Part 1. Theoretical analysis]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ehkonomika* [Moscow University bulletin. Series 6: Economy], no. 6, pp. 3-12.
- Glaz'ev, S.Yu. (2022). Noonomika kak sterzhen' formirovaniya novogo tekhnologicheskogo i mirokhozyaistvennogo ukkladov [Noonomics as the core of the formation of a new technological and world economic order]. *Noonomika i nooobshchestvo* [Noonomy and noosociety], vol. 1, no. 1, pp. 43-64.
- Bodrunov, S.D. (2022). Ot ehkonomicheskikh interesov — k noosennostyam [From economic interests — to noovalues]. *Voprosy filosofii*, vol. 7, pp. 15-26.
- Yakovleva, N.G. (2023). Chelovecheskii potentsial v svete teorii noonomiki: ot transformatsii «cheloveka ehkonomicheskogo» v «cheloveka kul'turnogo» [Human potential in light of the theory of noonomics: from the transformation of "economic man" into "cultural man"] *Ehkonomicheskoe vozrozhdenie Rossii* [Economic revival of Russia], no. 4 (78), pp. 49-58.
- Kommersant.ru (2017). *Deyatel'naya utopiya* [Active utopia]. Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/3219833>
- Rozanova, N.M. (2024). Sovremenniy potrebitel': v tenetakh tsifrovoy ehkonomiki [The modern consumer: in the web of the digital economy]. *Vestnik Instituta ehkonomiki Rossiiskoi akademii nauk* [Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences], no. 3, pp.26-47.
- Tikhonovich, S.V. (2024). *Osnovy teorii potrebitel'skogo sprosa* [Fundamentals of consumer demand theory]. Available at: http://www.rusnauka.com/ONG/Economics/14_tihonovich%20s.v.doc.htm
- Rosstat (2025). *Doklad «Sotsial'no-ehkonomicheskoe polozhenie Rossii v yanvare-aprele 2025»* [Report "Socio-economic situation in Russia in January-April 2025"]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-04-2025>

Информация об авторе:

Решетникова Елена Геннадиевна, доктор экономических наук, профессор, заведующая лабораторией стратегии развития институциональной среды АПК, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6261-3596>, Scopus ID: 57205193629, SPIN-код: 6574-0046, elenaresh2708@mail.ru

Information about the author:

Elena G. Reshetnikova, doctor of economic sciences, professor, head of the laboratory of strategy for the development of the institutional environment of the AIC, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6261-3596>, Scopus ID: 57205193629, SPIN-code: 6574-0046, elenaresh2708@mail.ru

elenaresh2708@mail.ru