



Н. Серединская

ОСОЗНАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ КАК СВОБОДА ИНДИВИДУАЛЬНОГО ВЫБОРА

ВОЛЬНОЕ РАЗМЫШЛЕНИЕ О ТЕКУЩИХ ТЕНДЕНЦИЯХ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Осознанное потребление в большинстве случаев прямо пропорционально возможности выбора. Если вы пришли в магазин за белым хлебом, а там только черный, и это единственный магазин на всю округу, и купить вам надо прямо сейчас, то решение очевидно. Если же в наличии несколько сортов белого, но все с разными датами выпуска, то возьмете вы самый свежий. Но если от изобилия глаза разбегаются, а весь хлеб – только что из пе-

чи, то сразу появятся несколько критериев отбора и время на принятие решения о покупке увеличится.

Так же и в оптике. Сначала человеку просто были нужны очки, чтобы лучше видеть. Потом они стали неотъемлемой частью его ежедневного «гардероба». При этом еще действовал стереотип времен дефицита: очки могут быть только одни, ведь их очень сложно купить. Затем открылось много магазинов оптики, где все стены были увешаны оправами всевозможных форм

и расцветок, а работающие там консультанты стали рассказывать обо всяких неведомых ранее типах очковых линз. Высокие технологии закономерно спустились с небес на землю, и в очковой оптике тоже появился выбор.

Если представить словосочетание «осознанное потребление» как некий вариант этимологического ребуса, то получится следующее.

По одному из определений осознанность – это способность знать, воспринимать, чувствовать или осоз-

навать события. По-другому – состояние, при котором субъект осознает непосредственно доступную ему информацию для осуществления широкого спектра поведенческих действий. Проще говоря, осознанность – это понимание человеком, зачем он что-то делает, с какой целью, чего хочет добиться.

В свою очередь термин «потребление» можно рассматривать не только как приобретение благ или услуг, но и как совершение действий «по требованию». А требование – это настойчивая, категоричная просьба исполнения чего-либо.

Таким образом, осознанное потребление – это твердое стремление человека приобрести товар или услугу (совершить действие) с только ему известной целью, исходя из тех ресурсов (информационных, материальных, временных), которыми он располагает в какой-то определенный отрезок времени.

Не обязательно, что «осознанное» должно быть лучшим или дорогим. Это всего лишь покупка необходимого человеку предмета для решения его ситуативной задачи. Более того, со стороны подобные действия могут выглядеть не только алогично и неприемлемо для окружающих, но и открыто противоречить устоявшимся убеждениям. Например:

- вставка фотохромных линз в детские корректирующие очки – «зачем

такие траты, если зрение скоро изменится или ребенок вырастет»;

- предпочтение дорогих линз оправе модной марки – «кто узнает, какие у тебя там линзы, тогда как известный бренд видно сразу»;
- покупка оправы яркого цвета оригинальной формы – «зачем так привлекать внимание к твоему плохому зрению (физическому изъяну)».

Что касается целей или мотивов осознанного приобретения очков, то могут быть следующие аспекты:

- долговечность («дешево, но серdito», износостойкость детских оправ);
- эстетические потребности (нравится / не нравится, личный стиль, необычный дизайн);
- ценовой диапазон (выделенный на очки бюджет);
- престижность (модно, дорого, соответствие негласным нормам референтной группы);
- технологические новшества (покрытия линзы, элементы конструкции оправы);
- полезность (перифокальные линзы);
- удобство (эргономичность формы оправы, прогрессивные линзы).

Если же очки приобретаются не для себя, а для других (детей, родственников), то к этим параметрам добавятся и потребности конечного пользователя, а процесс принятия решения о покупке усложнится.

Получается, «осознанное потребление» можно определить как свободный выбор необходимого товара с учетом индивидуальных предпочтений, целей и возможностей.



ОБУЧЕНИЕ ОПТИКА-КОНСУЛЬТАНТА:

как извлечь максимум пользы
без серьезных затрат
для компании?



- ◆ Только актуальная информация
- ◆ Удобный формат и время изучения
- ◆ Ежемесячный контроль успеваемости
- ◆ Финансовая доступность

**Стоимость обучения ВСЕГО
6 000 рублей в год**

Консультация по проекту
и подача заявок на участие:

Руководитель проекта –
Оксана Теплова

Тел.: 8 (921) 336-03-16,
8 (812) 634-43-34

E-mail: teplova@veko.ru;
veko@veko.ru



УЗНАТЬ БОЛЬШЕ