



11 декабря 2018

2244

## Исследование показало, что религиозные американцы покупают в магазинах меньше продуктов



Фото: CC0 License

*Ученые отмечают, что даже нерелигиозные покупатели, знакомясь с религиозными правилами и обрядами, сокращают свои расходы на продукты питания.*

Пять исследований, проведенных за последние два с лишним года ведущим исследователем Дидем Курт (Didem Kurt), доцентом кафедры маркетинга в Школе бизнеса Questrom Бостонского университета, показали, что религиозные покупатели более склонны к экономии средств, чем нерелигиозные.

Об этом [сообщает](#) сайт Бостонского университета.

Кроме того, согласно исследованию, даже нерелигиозные американцы, познакомившись

с религиозными правилами и обрядами, сокращают свои расходы на продукты питания.

### **«Напоминание о Боге усиливает установку покупателей на бережливость или осторожность»**

«Движущая сила [явления] — это акцент религии, явный или неявный, на бережливость, — считает Дидем Курт, которая исследует алгоритмы поведения покупателей, включая влияние социальных факторов, изучает особенности принятия решений в магазине и так называемые импульсивные покупки. — Напоминание о Боге усиливает установку покупателей на бережливость или осторожность, заставляет проявлять благоразумие при расходовании денег».

Один из выводов, считает она, заключается в том, что религия может быть столь же полезна для личного или семейного бюджета, как и для тела, и души.

Возможное практическое применение результатов исследований Д. Курт и ее коллег касается в большей степени владельцев магазинов, чем собственно покупателей. Хозяевам продуктовых магазинов при выборе места для новой торговой точки стоит учитывать близость церквей и молитвенных домов, а также приурочивать распродажи и скидочные акции к основным религиозным праздникам, когда обычно бережливые религиозные покупатели отправляются за покупками для праздничного стола.

Компании-ритейлеры могут извлечь выгоду, предоставляя скидки и особые условия продажи непродовольственных товаров в период рождественских каникул.

Д. Курт и члены ее исследовательской группы отмечают, что трое из каждых четырех американцев связаны с одной из религий. В то время как молодые американцы все реже присоединяются к организованной религии, она «по-прежнему является важной частью повседневной жизни для многих людей», считает Курт, которая сама не связана с религией.

«Многие люди тратят часы или дни недели на совершение религиозных действий. Но мы мало знаем о том, как религия влияет на другие, нерелигиозные стороны повседневной жизни людей», — подчеркивает она.

Исследователи изучили широкие статистические данные, такие как торговые привычки американцев по округам, которые были составлены рекламной фирмой-партнером. Они также проводили эксперименты, касающиеся покупательской активности.

В рамках одного из них участники смотрели 80-секундный видеоролик, в котором спикер рассуждал о присутствии Бога в повседневной жизни человека. «Он не говорил о покупках или трате денег», — пояснила Д. Курт. Контрольная группа тем временем смотрела обучающее видео по живописи.

Затем обеим группам было предложено купить оговоренные ранее продукты, при этом присутствовал один незапланированный пункт: им сказали, что в магазине есть специальный выпуск их любимого журнала.

«Люди, которые смотрели религиозное видео, были готовы потратить меньше на этот незапланированный элемент по сравнению с теми, кто смотрел контрольное видео», — рассказала Дидем Курт. При этом подобный алгоритм проявился в том числе и среди не религиозных

покупателей.

В результате данные показали, что, чем больше в опросе участвовало религиозных американцев, тем меньше они были готовы потратить денег. Эти покупатели признали, что чувствовали необходимость быть бережливым, которая выражалась в мысли: «Я должен быть осторожен, тратя свои деньги».

### **Скромность и непритязательность: христианские добродетели или помеха для «Евангелия процветания»?**

По мнению Дидем Курт, религия способна повлиять на тягу людей к предметам роскоши. Но это влияние может быть двояким: с одной стороны, религия превозносит скромность и непритязательность, с другой — сегодня в Америке набирает популярность «Евангелие процветания», направление в христианстве, которое учит, что земные богатства являются признаком Божьей милости.



Американский проповедник заявил, что нуждается в \$54 млн, чтобы распространять Евангелие  
Телевизионный евангелист Джесси Дюплантис призвал верующих вносить пожертвования для покупки нового частного бизнес-джета.

#### Подробнее

С точки зрения американской ученой, богословское содержание этого течения выражается в тезисах «Бог дал мне это богатство, и я могу потратить его» и «Моя религия делает меня лучше, поэтому я заслуживаю покупать больше».

«Это может напомнить вам о некоторых влиятельных религиозных деятелях, ведущих роскошный образ жизни, определенно не столь скромный», — отметила Д. Курт.

Свои исследования Дидем Курт проводила в сотрудничестве с учеными Гарвардской школы бизнеса и университета Питтсбурга. Результаты были опубликованы в «Журнале экспериментальной социальной психологии». Финансировал исследования Бостонский университет.

***Материал с сайта Rublev.com***