

УДК 330.567.22(470+571)

*Пыжьянова Софья Андреевна,
студентка 1 курса, программа «Производственный менеджмент»,
научный руководитель – Рыжкова Ольга Игоревна,
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики АПК,
ФГОУ ВО Ижевская ГСХА,
г. Ижевск, Удмуртская Республика, Россия*

СПЕЦИФИКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЯН В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

В данной статье раскрывается влияние пандемии, карантина на изменение спроса на товары и услуги, потребительское поведение россиян в этот период. Благодаря исследованию появляется возможность обобщить тенденции поведения людей в условиях карантина.

Ключевые слова: пандемия, кризис, самоизоляция, потребительское поведение, риски.

Эпидемия COVID-19 изменила повседневную жизнь жителей не только нашей страны, но и всего мира. Ситуация весной 2020 года после введения карантина Президентом России В.В. Путиным во всех субъектах Российской Федерации в смятение была введена большая часть населения страны. Из-за неизвестности, что будет дальше, люди массово стали скупать продукты питания долгого хранения (крупы, макаронные изделия и т. д.). В магазинах были пустые полки, производители не успевали изготавливать новые товары. Тогда же ощущалась нехватка медицинских одноразовых масок. Многие россияне поддались панике и начали опустошать аптеки. Игроки фармацевтического рынка поспешили этим воспользоваться: производители лекарств стали заявлять об эффективности их препаратов против COVID-19, а владельцы аптек увеличили цены на маски. Благодаря тому, что маски стали изготавливать не только специализированные фабрики, но и многие

предприятия (швейные мастерские, предприятия легкой промышленности), страна смогла выйти из этой ситуации [5].

Большая часть населения перешла в режим экономии во многих сферах жизнедеятельности. Если с начала 2020 года наблюдалось ежемесячное увеличение среднего чека примерно на 10%, то уже в апреле, когда пандемия «разгорелась» и количество заражённых практически достигло на тот момент своего пика, когда россияне вынужденно ушли на самоизоляцию, можно было увидеть некоторое замедление его роста [1].

Как уже было сказано выше, потребительский спрос россиян из-за пандемии значительно снизился: одни товары и услуги стали недоступны, другие – не нужны в ситуации самоизоляции, а третьи – слишком дороги из-за падения доходов. Кроме продуктов питания наблюдался рост потребления алкоголя, компьютерной и бытовой техники, телекоммуникационного оборудования. Этот рост связан как с замещением недоступных из-за пандемии категорий, так и с изменением образа жизни [2]. Тем не менее, рост по отдельным категориям не компенсирует общего падения. Экономить приходится половине населения России, и в последние месяцы года об этом говорит всё больше людей.

Эпидемия коронавируса радикально изменила потребительские практики и стратегии россиян: если в середине марта всего 28% респондентов говорили о сокращении трат на привычную потребительскую корзину, то уже в первой половине апреля их доля выросла и к концу мая достигла 49% [1].

Впервые в истории в нынешнее время в таком сочетании идет сжатие и уменьшение потребления. К этому приводит целый комплекс факторов. Во-первых, у существенной части населения снизились доходы (в том числе из-за потери заработка). Во-вторых, из-за роста цен у многих выросла «стоимость» привычного набора товаров и услуг. Кто-то приобрел все необходимое в самом начале пандемии и теперь не испытывает нужды в новых покупках. Наконец, большая часть товаров и услуг стала практически недоступна из-за введения

карантина. Хотя и изменение повседневной жизни граждан Российской Федерации, и режим самоизоляции привели к тому, что какие-то покупки люди перестали делать совсем, а какие-то – совершали все чаще. В итоге замещения трат не произошло, и в целом потребительский спрос значительно уменьшился.

Россияне в первую очередь экономят на самой большой и важной для жизнедеятельности статье семейных расходов – продуктах питания. Если в конце марта затраты на продукты сокращали всего 20% россиян, то к концу мая доля их достигла 36%. Также достаточно сильно выросла доля людей, экономящих на одежде, обуви и на различных услугах. Большие потери в этот период понесли туристические компании, отели и авиакомпании России. Спрос на услуги, связанные с путешествиями, из-за пандемии обрушился и еще долго восстанавливался (рис. 1). Очевидно, причиной падения спроса на данные услуги стали высокие цены и их недоступность[7].

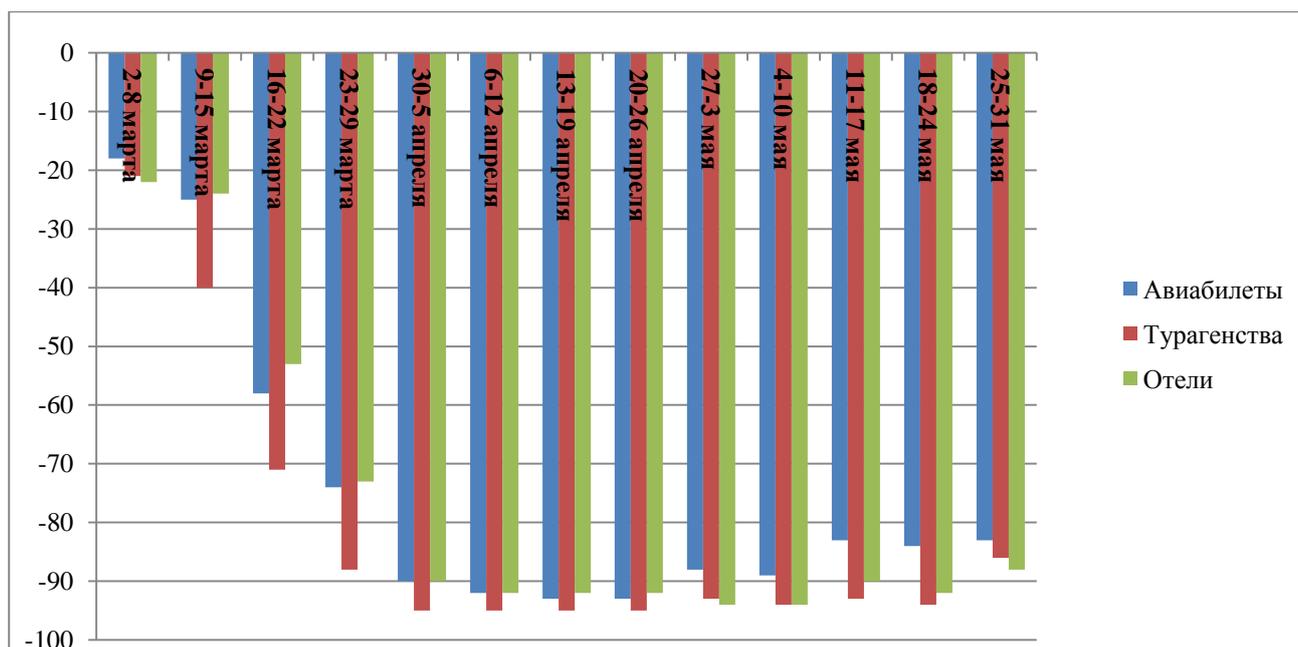


Рисунок 1 – Расходы на путешествия, март-май 2020 года (%)

Но пострадали не только услуги, связанные с путешествиями, но и услуги иного вида: питание, салоны красоты, развлечения, спорт. Однако по ним масштабы снижения в мае немного сократились – возможно, некоторые из этих услуг можно было получить онлайн или с доставкой (например, еда из

ресторанов, занятия онлайн с тренерами фитнес-клубов). Снижение здесь в первую очередь также связано с недоступностью большинства услуг этой категории. Но отражаются и тактики экономии: зачем тратить деньги (которых становится все меньше) на доставку блюд из ресторана, если в режиме самоизоляции можно готовить самим?

Также на фоне режима самоизоляции сократились траты, связанные с услугами передвижения: на бензин, локальный транспорт, такси, каршеринг. Спрос на транспорт уже в конце марта снизился – судя по всему, люди довольно медленно выходили из режима самоизоляции, кроме того, возможно, они опасались пользоваться общественным транспортом из-за эпидемиологической ситуации. Но также как и положение с каршерингом, после выхода из режима самоизоляции спрос на общественный транспорт стабилизировался [3].

Относительно небольшим на фоне остальных категорий товаров было снижение спроса на топливо, оно постоянно сокращалось, в конце мая уже незначительно отличаясь от соответствующих показателей прошлого года [6].

Расходы на бытовую технику и электронику росли с начала марта до апреля. Некоторые россияне, имеющие деньги, закупают эти товары в больших количествах в надежде обогнать инфляцию. Также в первой половине апреля расходы на эту категорию товаров сократились до минусовых значений, а накануне майских праздников снова начали расти, и теперь находятся в положительной зоне. Тут, вероятно, сказываются несколько факторов: акционные и скидочные кампании магазинов, возросшие потребности в технике для дома в связи с ее более активным использованием в режиме самоизоляции, а также страх, что потом на эти покупки не будет денег [4].

В свою очередь, расходы на предметы интерьера, на мебель, а также на ремонтные услуги резко сократились в начале апреля, но затем масштабы падения стали стремительно уменьшаться. Возможно, на такую ситуацию также сказывается длительное пребывание дома, которое подталкивает,

заставляет заняться отложенными действиями по улучшению домашней среды (ремонт, обновление и т. д.).

Переход большей части россиян на удалённый режим работы, а детей – на дистанционное обучение, – подстегнул спрос на телекоммуникационное оборудование весной (март-май). При этом спрос на компьютерную технику поначалу упал, но в мае начал расти, и к концу месяца сильно превзошёл прошлогодние показатели. Скорее всего, на это повлияла скопившаяся за время изоляции и удаленной учебы, работы неудовлетворенность имеющейся компьютерной техникой. Расходы на связь в целом сократились – возможно, такая ситуация произошла из-за общего сокращения общения, а также из-за того, что оно в некоторой степени переместилось в интернет.

В марте возник резкий спрос на медикаменты: россияне закупают лекарства в начале пандемии. Удовлетворён этот повышенный спрос был только в начале апреля. И с тех пор он сохраняется на уровне прошлого года с незначительными колебаниями. Спрос на медицинские услуги и товары для красоты и здоровья значительно снизился в самом конце марта – начале апреля, но после темпы снижения замедлились: судя по всему, люди, у которых есть деньги на платную медицину и товары для здоровья, постепенно возвращаются к привычному пользованию ими [6].

Что касается винных магазинов, то здесь с конца марта заметен рост относительно прошлогодних показателей примерно на четверть: самоизоляция вкупе с закрытием ресторанов и баров перемещает употребление алкоголя в домашнее пространство – см. рис. 2 [7].

Данные Сбербанка показывают значительную глубину падения потребительского спроса россиян. Этот факт обусловлен как недоступностью ряда товаров и услуг, изменением образа жизни, так и возросшей экономией из-за снижения доходов. При этом можно заметить определённую адаптацию граждан к ситуации и новые зарождающиеся тенденции, которые продолжатся и после окончания периода самоизоляции, а именно: усиление внимания к дому (его обстановке; вложениям в удалённое рабочее место), использование

личного или «индивидуального» автотранспорта из-за эпидемиологических рисков; переключение на коммуникацию через интернет вместо мобильной связи.

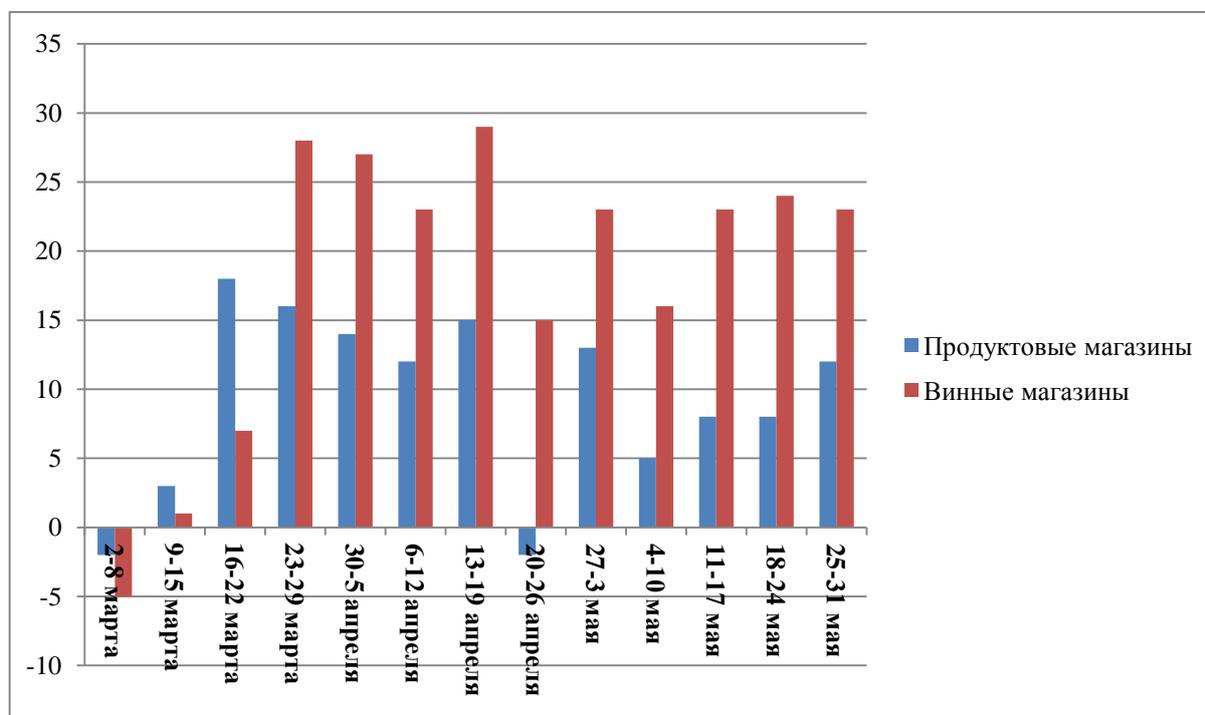


Рисунок 2 – Расходы на продукты и алкоголь, март-май 2020 года (%)

Таким образом, можно сделать вывод, что динамика потребительского спроса и в дальнейшем будет целиком зависеть от развития эпидемиологической обстановки и финансовых возможностей россиян.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аналитики оценили ущерб экономике России от коронавируса.– URL: <https://www.rbc.ru/economics/04/02/2020/5e3986b99a79473a58036d5a/> – Текст : электронный (дата обращения 12.10.2020.)
2. Как пандемия изменила потребительские привычки россиян и как бренды реагируют на эти изменения. – Текст : электронный. – URL: <https://performance360.ru/changes-in-consumer-behavior/> (дата обращения 10.10.2020.)

3. *Как коронавирус повлиял на экономику России. – Текст : электронный. – URL: <https://www.klerk.ru/materials/2020-05-28/500211/> (дата обращения 15.10.2020.)*
4. *Минэкономразвития оценило влияние пандемии COVID-19 на экономику России. – Текст : электронный. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/8535503>(дата обращения 05.10.2020.)*
5. *Производство масок в России нарастили в три раза. – Текст : электронный. – URL: <https://www.nsk.kp.ru/daily/27114/4193135/> (дата обращения 05.10.2020.)*
6. *Ромир : изменение потребительского поведения россиян на фоне эпидемии коронавируса. – Текст : электронный. – URL: <https://romir.ru/studies/romir-izmenenie-potrebitelskogo-povedeniya-rossiyan-na-fone-epidemii-koronavirusa> (дата обращения 06.10.2020.)*
7. *СберИндекс. – Текст : электронный. – URL: <https://www.sberindex.ru/ru/> (дата обращения 06.10.2020.)*