

УДК 338.27

Иванова Анастасия Денисовна,

студент,
кафедра международной экономики и менеджмента,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

Пастухина Кристина Андреевна,

студент,
кафедра международной экономики и менеджмента,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

Боголюбова Надежда Павловна,

кандидат экономических наук, доцент,
кафедра экономической теории и экономической политики,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

ПОСЛЕДСТВИЯ АЖИОТАЖНОГО СПРОСА НА РЫНКЕ ТОВАРОВ ПЕРВОЙ НЕОБХОДИМОСТИ В УСЛОВИЯХ НОВОГО КРИЗИСА

Аннотация:

В статье представлен краткий обзор текущей ситуации на российском рынке ритейла, а также названы возможные причины и последствия возникновения ажиотажного спроса на рынке товаров первой необходимости как для самого рынка, так и для российской экономики в целом.

Ключевые слова:

Ажиотажный спрос, экономический кризис, поведение потребителей, ритейл, товары первой необходимости.

Экономический кризис, развивающийся на фоне введения санкций в отношении России и приостановления деятельности многих иностранных компаний на российском рынке, заставил потребителей изменить привычную модель поведения. В марте 2022 года во всех новостных каналах стали появляться сообщения о возникновении ажиотажного спроса на сахар, крупы, средства личной гигиены и некоторые другие категории товаров. В данных условиях изучение последствий возникновения столь высокого спроса на товары первой необходимости является наиболее актуальным.

Согласно закону спроса, зависимость между ценой и объемом спроса обратная, иными словами, потребители готовы купить большее количество товара по низкой цене, чем по высокой при прочих равных условиях. В действительности поведение потребителей не всегда подчиняется данному закону. Одним из исключений является ажиотажный спрос – спрос, значительно превышающий нормальный уровень и вызванный ожиданием изменения цен или исчезновением товара из продажи. В условиях ажиотажного спроса

потребитель знает, что цена уже выросла с P_1 до P_2 и ожидает повышения до P_3 , но вместо сокращения покупок он их увеличивает, несмотря на рост цены (рисунок 1). Для удовлетворения ажиотажного спроса потребитель прибегает к сокращению сбережений и ограничению покупок других товаров [1].

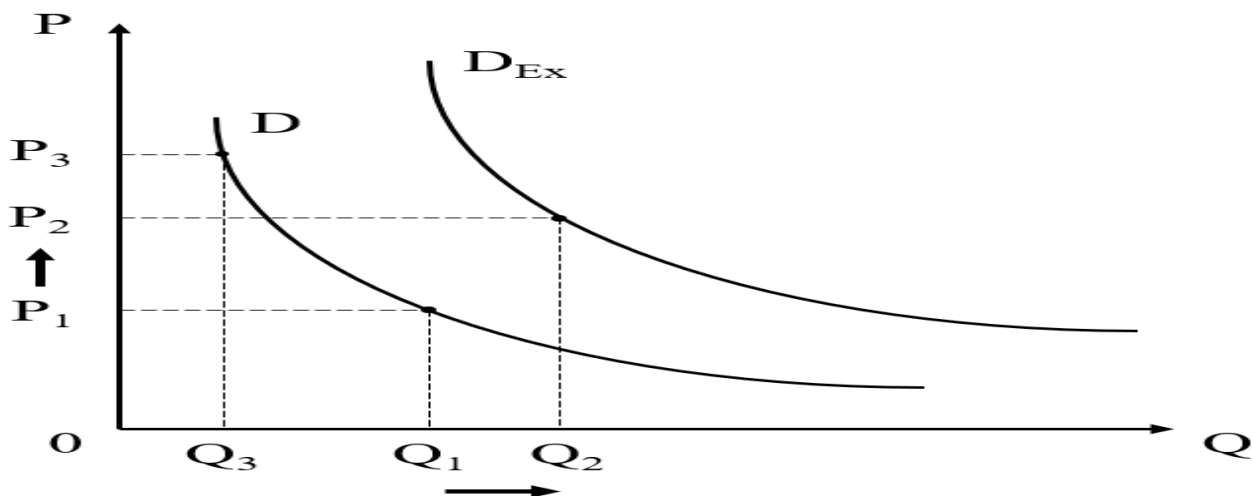


Рисунок 1 – Эффект ожидаемой динамики цен (случай ажиотажного спроса)

Компания Nielsen, занимающаяся сбором и анализом данных о розничных продажах и потребителях, оценила, как начало нового кризисного этапа отразилось на потребительском поведении. Первой реакцией потребителей на кризис стали массовые закупки и создание продуктового запаса. По данным компании, на 8-9 неделе 2022 года (сразу после объявления о начале «военной спецоперации» в Украине) на фоне падения рубля и, как следствие, роста цен было замечено резкое увеличение потребительского спроса на так называемые «кризисные» категории товаров – нескоропортящиеся продукты, а также средства гигиены (рисунок 2). Подобные антикризисные стратегии объясняются тем, что потребители, опираясь на предыдущий опыт, ожидают наиболее заметный рост цен и сокращение ассортимента в первую очередь на рынке товаров первой необходимости [2].



Рисунок 2 – Изменение натуральных продаж к прошлому году, %

Поведение потребителей в условиях нового экономического кризиса в целом схоже с теми моделями поведения, которые покупатели демонстрировали в периоды предыдущих кризисов: например, в начале пандемии COVID-19 в России так же резко вырос спрос на

консервы, крупы и средства гигиены. Однако вскоре ажиотажный спрос спал, сейчас подобная тенденция наблюдается вновь.

Стоит отметить, что экономический кризис 2022 года все же отличается от своих предшественников: ситуацию усугубляет сложная геополитическая обстановка, существенно затрудняющая прогнозирование изменений.

Однако опыт предыдущих кризисов позволяет исследовать некоторые тренды ритейла в период спада экономики и предугадать последствия, которые может вызвать ажиотажный спрос. Рассмотрим вероятные последствия, опираясь на события предшествующих кризисов.

В первую очередь ажиотажный спрос спровоцирует нарушение рыночного равновесия. Резкое увеличение спроса существенно сократит запасы товаров первой необходимости и создаст дефицит, что поспособствует продолжению роста цен. Более того, ажиотажный спрос зачастую искусственно «подогревается» ритейлерами, которые стремятся как можно больше заработать на обеспокоенных потребителях.

Благодаря ажиотажному спросу выручка ритейлеров существенно вырастет, однако в скором времени ее динамика станет обратной. Ажиотажный спрос является временным явлением, и как только закончится период закупок, неизбежно произойдет резкое снижение оборота розничной торговли, как это произошло в период коронакризиса (рисунок 3). Помимо этого, на фоне сокращения доходов населения, которое является неизбежным последствием экономического кризиса, потребители станут отдавать предпочтение исключительно товарам первой необходимости и, в частности, продовольственным товарам, сократив расходы на другие категории товаров [3].

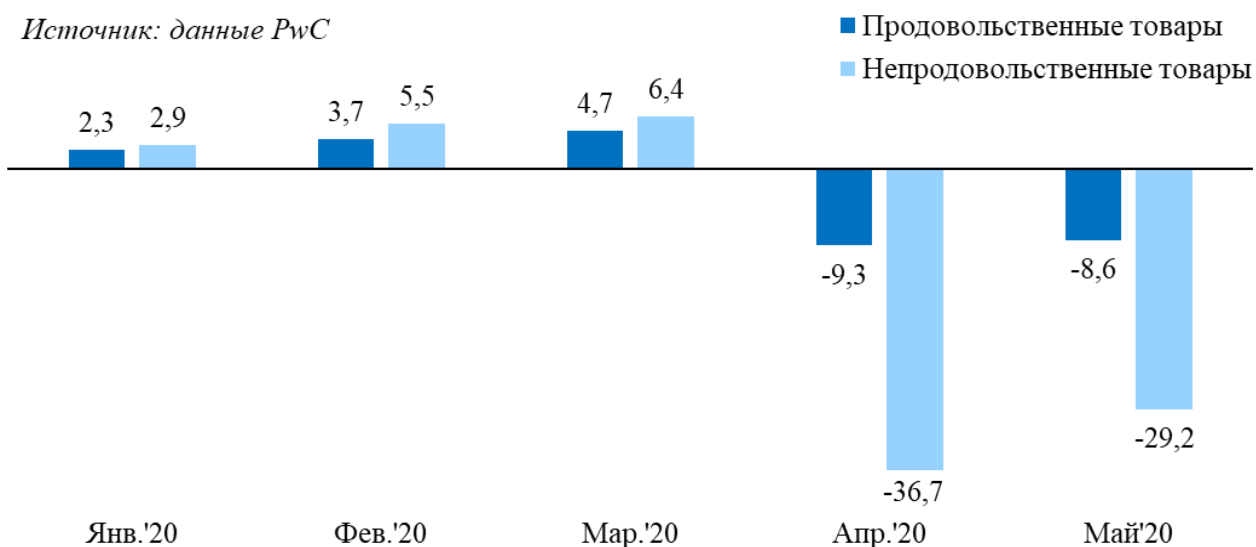


Рисунок 3 – Общий рост розничного оборота в годовом исчислении, %

Как правило, вслед за снижением ажиотажа идет нормализация рыночной ситуации, и цены возвращаются в нормальное состояние.

Ажиотажный спрос стимулирует предприятия увеличить производство, чтобы восполнить утраченные запасы товаров и предотвратить возникновение дефицита. Закон функционирования рыночного механизма предполагает, что увеличение предложения увеличивает равновесное количество товара и снижает равновесную цену. Однако в сложившейся ситуации ожидать быстрого снижения цен не приходится, и вот почему.

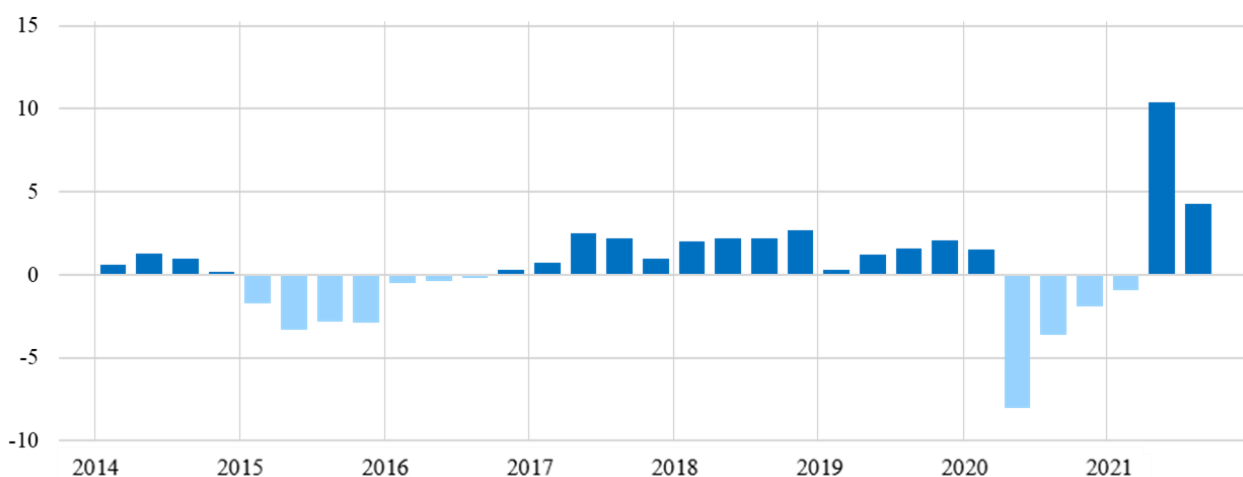
Российские производители во многом зависят от импортного сырья и технологий. Введение беспрецедентных санкций в отношении России и уход иностранных компаний с российского рынка приведут к разрушению сложившихся логистических цепочек и заставят производителей искать новые каналы распределения и источники сырья (или прибегнуть к вынужденному импортозамещению там, где это возможно). Если верить

«плохому сценарию», все это влечет за собой изменение структуры товарного предложения в сторону ухудшения качества и сужения ассортимента при сохранении высокого уровня цен [4].

Что касается импортных товаров, которые все еще остаются на российском рынке, – цены на них продолжают расти, в том числе по причине увеличения логистических цепочек и весьма ограниченного предложения в сравнении с уровнем спроса.

Экспорт также окажется в зоне риска. В связи с угрозой дефицита на фоне ажиотажного спроса Правительство РФ уже ввело временный запрет на экспорт сахара, зерновых культур и подсолнечного масла. Действуя с целью защиты внутреннего продовольственного рынка, Россия теряет доходы, которые ранее получала от экспорта продовольственных товаров.

Торговля является одним из важнейших секторов экономики России и остается одним из ключевых доноров ВВП. Вклад торговли в российский валовой внутренний продукт в 2020 году составил 13,1% [5]. Последствия, указанные выше, неминуемо отразятся на росте ВВП России. Снижение уровня ВВП уже наблюдалось во время прошлых кризисных периодов (рисунок 4). В 2022 году вместо роста на 2,4% аналитики ожидают снижение ВВП на 8,0% [6].



Источник: данные tradingeconomics.com

Рисунок 4 – Темпы роста ВВП в годовом исчислении, %

Подводя итог, можно сказать, что российской экономике в ближайшие несколько лет предстоит пройти серьезное испытание, ведь даже если события в Украине войдут в более спокойное русло, санкции и их влияние останутся с нами надолго.

Снижение реальных доходов населения, ужасающие инфляционные прогнозы, значительный спад ВВП, сильнейшие экономические и социальные потрясения – все это уже стало для России (да и для всего мира) новой реальностью, процесс приспособления к которой займет длительное время.

В данных условиях кажется, что ажиотажный спрос – лишь малая часть беды, однако вслед за ним неизбежно произойдет снижение оборота розничной торговли, и тогда рынку придется иметь дело с прогрессирующей экономией среди покупателей и с долгосрочными последствиями текущих изменений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Тумашев А.Р., Котенкова С.Н., Тумашева М.В. Экономическая теория в двух частях. Часть I. Введение в экономическую науку. Микроэкономика: Учебное пособие для

студентов [Текст] / А.Р. Тумашев, С.Н.Котенкова, М.В.Тумашева. – Казань: Казан. Ун-т, 2011. - 204 с.

2. Как меняется покупательский спрос в новой ценовой реальности? [Электронный ресурс] // Официальный сайт подразделения маркетинговых исследований компании Nielsen / URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/kak-menyaetsya-pokupatelskij-spros-v-novoj-cenovoj-realnosti/>

3. Трансформация потребителя. Глобальное исследование потребительского поведения за 2020 год: Россия [Электронный ресурс] // Публикация исследования компании PwC / URL: <https://www.pwc.ru/ru/retail-consumer/publications/assets/pwc-global-customer-insights-survey-2020-russia-ru.pdf>

4. «Плохой сценарий» в пищевой индустрии [Электронный ресурс] // Статья на сайте Retail.ru / URL: https://www.retail.ru/tovar_na_polku/plokhoy-stsenariy-v-pishchevoy-industrii/

5. О производстве и использовании валового внутреннего продукта (ВВП) за 2020 год [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики / URL: https://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/18.htm

6. Макроэкономический опрос Банка России // Официальный сайт Банка России / URL: https://cbr.ru/statistics/ddkp/mo_br/

Ivanova Anastasia D.,

Student,

Department of International Economics and Management,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N.Yeltsin

Ekaterinburg, Russian Federation

Pastukhina Kristina A.,

Student,

Department of International Economics and Management,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N.Yeltsin

Ekaterinburg, Russian Federation

Bogolubova Nadezhda P.,

PhD in Economics, Assistant professor,

Department of Economic Theory and Economic Policy,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N.Yeltsin

Ekaterinburg, Russian Federation

CONSEQUENCES OF EXCESSIVE DEMAND FOR THE MARKET OF ESSENTIAL GOODS

Abstract:

The article includes a short overview of the current situation in the Russian retail market as well as possible reasons and consequences of the excessive demand in the market of essential goods for both the market itself and the Russian economy.

Keywords:

Feverish demand, economic crisis, consumer behavior, retail, essential goods.