

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 339.1

DOI: 10.36683/2306-1758/2020.03/4-9

Марченкова Л.М.**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ
И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Марченкова Лилия Михайловна; кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой экономической теории и мировой экономики; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: marchenkova.lilya@yandex.ru

Потребительский рынок играет особую роль в экономике любой страны. Все важнейшие хозяйственные процессы протекают на рынке. От качества функционирования потребительского рынка зависит благосостояние регионов страны и их конкурентоспособность. В статье анализируется потребительский рынок товаров и услуг. Рассмотрев состояние и динамику развития потребительского рынка товаров и услуг, мы выявили особенности его развития в стране и регионах.

Ключевые слова: рынок, потребительский рынок, развитие, регулирование, динамика.

Marchenkova L.M.**CONSUMER MARKET OF GOODS AND SERVICES
AND ITS ROLE UNDER MODERN CONDITIONS**

Marchenkova Lilia Mikhailovna; candidate of economic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Otktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: marchenkova.lilya@yandex.ru

Consumer market plays an important role in the economy of any country. All major economic processes take place in the market. Well-being of the regions of the country and their competitiveness depend on the functioning quality of the consumer market. In the article consumer market of goods and services is considered. The state and dynamics of the market development having been considered, its development features in the country and regions were revealed.

Keywords: market, the consumer market, development, regulation, dynamics.

В настоящее время экономика развитых стран является рыночной. Рынок выступает важнейшим компонентом рыночной экономики и имеет множество определений. В экономике понятие «рынок» представляет собой совокупность условий, согласно которым покупатели и продавцы товара и услуги взаимодействуют друг с другом с целью покупки или продажи этого товара и услуги [4]. Кроме того, под рынком можно понимать специфическую среду, где происходит взаимодействие спроса и предложения, а также сферу, где протекают хозяйственные процессы.

В экономической литературе существует множество критериев для характеристики структуры и системы рынка, а также его классификации. Выделим некоторые из них.

1. По экономическому назначению различают:

- рынок товаров и услуг (потребительский рынок);
- рынок ценных бумаг;
- рынок рабочей силы;
- рынок информации;
- рынок научно-технических разработок и др.

2. По особенностям товарных групп различают:

- рынки товаров производственного назначения;
- рынки потребительских товаров (например, продовольствия);
- рынки сырья и материалов и т.д.

Также можно выделить:

- рынки товаров и услуг, т.е. рынки потребительского назначения, услуг, жилья и зданий непроизводственного назначения;
- рынки факторов производства, т.е. это рынки недвижимости, орудий труда, сырья и материалов, энергетических ресурсов, полезных ископаемых;
- финансовые рынки представляют собой рынки капиталов (инвестиционные рынки), кредитные, ценных бумаг, валютно-денежные рынки;
- рынки интеллектуального продукта, т.е. рынки инноваций, изобретений, информационных услуг, произведений литературы и искусства;
- рынки рабочей силы, где объектом купли-продажи являются услуги, выполняемые людьми.

Рассмотрим более подробно потребительский рынок товаров и услуг. Потребительский рынок товаров и услуг, как и обычный рынок, характеризуется взаимосвязью продавцов товаров и услуг и их покупателей. Потребительский рынок выполняет множество функций. Во-первых, он является инструментом развития потребительских ценностей и удовлетворения потребностей населения. Во-вторых, потребительский рынок обеспечивает товарно-денежное обращение. В-третьих, потребительский рынок выступает источником новых рабочих мест.

Можно представить множество видов рынка. Мы выделим по объекту товаров и услуг, предлагаемых потребителю:

- рынок потребительских услуг;
- рынок потребительских товаров.

Кроме того, потребительский рынок определяет сферу деятельности большого числа организаций и предприятий и воздействует на развитие других рынков. Товары, которые реализуются на рынке, могут быть продовольственными и непродовольственными. Достаточно широким является рынок продовольственных товаров, поскольку производители предлагают все более новый ассортимент товаров для удовлетворения быстро растущих потребностей потребителей. Таким образом, рынок продовольственных товаров имеет широкую классификацию. Так, например, можно выделить рынок молочной продукции, рынок хлебобулочной продукции, мясной рынок и т.д. Если говорить о рынке непродовольственных товаров, то он значительно шире рынка продовольственной продукции. Так, основные его виды включают: рынок мебели, одежды, обуви, посуды, компьютерной техники и т.д.

Обратимся к рынку потребительских услуг. Данный рынок также отличается большим разнообразием. Здесь можно выделить: рынок медицинских услуг, страховых услуг, парикмахерских услуг, услуг спорта, бани и т.д. Очень велика роль на потребительском рынке государства. Государство выступает, с одной стороны, регулятором рынка, с другой стороны, субъектом рыночных отношений [4]. Следует заметить, что потребительский рынок товаров и услуг каждый раз изменяется. Рынок может как набирать обороты, ускорять свое развитие, так и может давать сбои в своем развитии. На развитие потребительского рынка товаров и услуг влияют различные факторы. Это, например: инфляция, научно-технический прогресс, сезонные факторы, колебания инвестиций, экономическая политика государства и многие другие факторы. Сбои, происходящие на продовольственном рынке, меняют весь воспроизводственный процесс, что отрицательно сказывается на демографической политике и качестве жизни населения. В связи с этим главной целью государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг является обеспечение социальной направленности рынка товаров и услуг и его стабильности.

Целенаправленное воздействие со стороны государства на потребительский рынок направлено на повышение требований, предъявляемых к качеству выпускаемых и реализуемых в стране продуктов питания, что позволит не только обеспечивать жителей регионов полноценными продуктами питания, но и будет способствовать развитию здоровой конкуренции.

Государство выделило ряд приоритетных направлений развития потребительского рынка товаров и услуг:

1. Развитие торговой инфраструктуры с использованием различных форматов торговли с целью обеспечить население социально значимыми продуктами. В рамках данного мероприятия необходимо предоставить равные возможности для беспрепятственного открытия и ведения бизнеса субъектам торговой деятельности любых размеров (малых, средних, крупных) вне зависимости от выбранного торгового формата.

2. Переориентация потребителей на продукцию местных сельхозпроизводителей. Для этого необходимо:

- облегчить условия вхождения региональных производителей в торговые сети, а также стимулировать развитие субъектов торговой деятельности малых и средних размеров;

- дальнейшее развитие ярмарочной торговли на оборудованных и оформленных торговых площадках и обеспечение ее перевода в капитальные здания торговли на розничных рынках, обеспечивающих население регионов продовольственными товарами по ценам производителя;

- развитие логистической инфраструктуры, включая строительство оптово-распределительных центров поставок, осуществляющих прием, хранение, предпродажную подготовку и формирование партий товаров для отгрузки хозяйствующим субъектам, осуществляющим оптовую и (или) розничную торговлю продовольственными товарами.

Изучив состояние потребительского рынка еще 5-10 лет назад, можно заметить, что образ потребления населения кардинально изменился. Рост располагаемого дохода населения, доступность кредитных продуктов способствовали росту потребительского спроса. Вслед за ростом потребительского спроса компании потребительского сектора расширили ассортимент продукции, увеличили количество предоставляемых услуг, повысили их качество. В настоящее же время можно отметить снижение реальных доходов населения, что привело к снижению потребительского спроса или росту спроса на товары низшего качества.

Так, динамику реальных располагаемых доходов населения, реальной заработной платы, оборота розничной торговли, ИПЦ в России в % в 2015-2019 гг. можно проследить на рисунке 1.

Из рисунка 1 видно, что в первом полугодии 2019 г. реальные располагаемые доходы сократились на 0,3% в годовом выражении. Реальные располагаемые доходы населения в 1-ом квартале 2019 г. снизились на 1,8% в годовом выражении, во 2-ом квартале произошел рост на 1,0% в годовом выражении, в 3-ем и 4-ом кварталах прослеживается рост показателя на 3,1% и 1,1% соответственно. Объяснить рост реальных располагаемых денежных доходов можно тем, что уровень инфляции достиг своего максимума. Розничный товарооборот в 2019 году растет, однако темпы роста несколько замедлились по сравнению с показателями предыдущего года. По итогам 2019 года товарооборот вырос на 1,6%, что на 1,2 п.п. ниже, чем в 2018 году. Это обусловлено замедлением роста потребительского спроса со стороны населения в связи со слабой динамикой реальных располагаемых денежных доходов, а также ужесточением правил потребительского кредитования. В 2019 году Банк России ввел в регулирование показатель долговой нагрузки (далее – ПДН) и с октября 2019 г. надбавки к коэффициентам риска устанавливаются в зависимости от уровня ПДН и полной стоимости кредита.

Обратимся к анализу потребительского рынка в 2020 году. Посмотрим, как повлияла пандемия на функционирование потребительского рынка товаров и услуг.

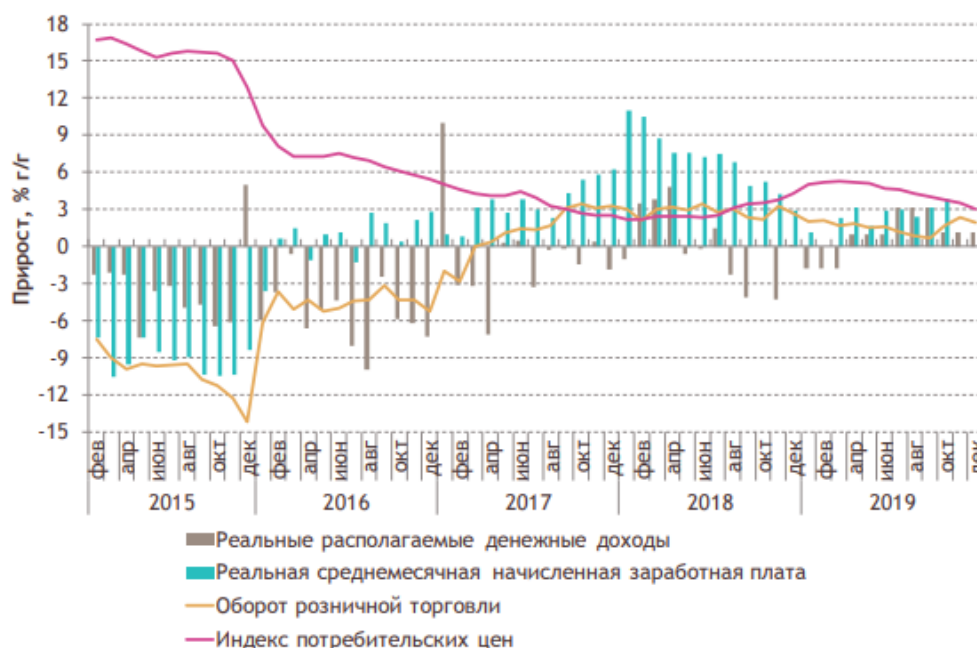


Рисунок 1 – Динамика реальных располагаемых доходов населения, реальной среднемесячной заработной платы, реального оборота розничной торговли и ИПЦ в России, в %, в 2015-2019 годы [1]

По предварительным данным, полученным в ходе опроса различных компаний, снижение выручки в 2020 году ожидают 44% респондентов (рис. 2). При этом отметим, что 35% компаний прогнозируют, что доля продаж со скидками и в рамках промоакций по итогам 2020 года превысит 50%.

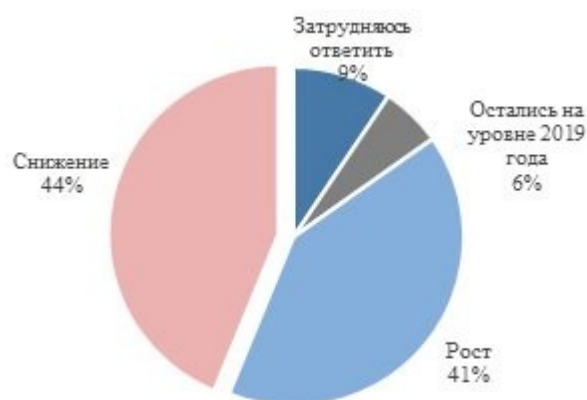


Рисунок 2 – Данные по ответам на вопрос: «Как изменятся продажи вашей компании в 2020 году?»

Распространение коронавируса в значительной степени повлияло на потребительский рынок. Очень большие издержки несут такие виды рынков, как туризм, кафе и рестораны, салоны красоты и парикмахерские, концерты и прочие массовые развлекательные мероприятия. Однако некоторые сегменты рынка ощущают рост потребительской активности. Это, прежде всего, интернет-магазины, сервисы доставки (еда, рестораны и т. д.), образовательные и развлекательные сервисы, банковские дистанционные услуги и страхование. Хотелось бы отметить, что некоторые магазины продовольственных товаров демонстрируют рост выручки.

Так, «Магнит» объявил о росте розничной выручки на 17,6% (8,9% в I кв. 2019 года), впервые обогнав по темпам роста X5 Retail Group, выручка которой выросла на 15,9% (15,3% в I кв. 2019 года). На фоне ужесточения режима самоизоляции потребительский рынок столкнулся с новыми изменениями в покупательском поведении. Так, если со второй декады марта по первую декаду апреля 2020 года наблюдался повышенный спрос на товары первой необходимости и длительного хранения, то уже во второй декаде апреля 2020 года потребительский трафик начал сокращаться. В настоящее же время потребители намереваются тратить меньше. Так, по данным опроса, потребители планируют сократить расходы при походе в торговые центры на 47%, услуги отдыха и развлечений сократятся на 40%, кинотеатры – на 34%, рестораны на – 34%, СПА-салоны – на 36%. Поэтому становится очевидным роль государства в поддержке функционирования потребительских рынков, в том числе региональных [2].

Отметим, что такие тенденции, как замедление роста доходов населения, продолжают играть большую роль в розничной торговле. Поскольку продуктовые дискаунтеры и магазины у дома способны обеспечить своим потребителям максимальную экономию при минимуме потраченного времени, то доля таких магазинов начинает значительно расти. Значение продовольственных магазинов меньшего формата будет увеличиваться за счет того, что они доступнее и более удобны для посещения. Интернет-торговля продолжает играть важную роль в будущем как малого, так и крупного бизнеса. Интернет-магазины (маркетплейсы), на площадках которых размещаются сторонние продавцы, являются лидерами розничной торговли в интернете и продолжают увеличивать свою долю. Обратимся к статистике. Так, объем розничной торговли через интернет в 2016 году составил 9% мировых розничных продаж, а в 2021 году ожидается его увеличение до 13%. Кроме того, в 2016 году глобальная доля продаж через mobile составила 44% от объема розничных продаж в интернете, и эта цифра может увеличиться до 55% от объема интернет-продаж в 2021 году. В настоящее время в связи с пандемией увеличение доли онлайн-покупок является не единственным изменением в покупательском поведении. Так, по оценкам экспертов, 40% респондентов во время карантина попробовали новый бренд или начали покупать в новой розничной сети; при онлайн-покупках значительно возросла важность таких факторов, как подробные описания, качественные фотографии товаров и наличие отзывов. При заказе продуктов питания и бытовой химии важными факторами становятся широта ассортимента (58% и 57%, соответственно), скорость доставки (56% и 50%) и программа лояльности (37% для обеих товарных категорий) (рис. 3).

На что вы обращаете внимание, когда выбираете, в каком онлайн-магазине купить продукты питания?



На что вы обращаете внимание, когда выбираете, в каком онлайн-магазине купить бытовую химию?



Источник: исследование Яндекс «FMCG: эффекты самоизоляции». Россия, июнь 2020. Опрос на Яндекс.Взгляде.

Рисунок 3 – Факторы, играющие ключевую роль при покупке в онлайн-магазине [3]

Необходимо отметить, что сегодняшние покупатели все чаще обращают внимание на состав приобретаемых продуктов, так как при выборе товаров в интернет-магазине изучать состав гораздо удобнее, чем у полки супермаркета. Очень важным преимуществом онлайн-покупок для пользователей является возможность совершения заказов в любое время, из любого удобного места. Все это заставляет руководителей компаний увеличивать вложения на развитие онлайн-каналов. Так, например, все крупные ритейлеры и предприниматели предпринимают те или иные шаги для усиления каналов онлайн-продаж, расширения сети и улучшения сервиса доставки товаров:

– «Перекресток» запустил сеть продуктомагов, в которых можно забрать заказ, оформленный онлайн.

– «Лента» открыла официальный интернет-магазин на AliExpress.

– «ВкусВилл» анонсировал хакатон для поиска новых идей для улучшения доставки.

– «Азбука Вкуса» открыла первый магазин без касс и продавцов.

– 5Post (сервис доставки из интернет-магазинов от X5 Retail Group) открыл 2 новых распределительных центра, охватил еще 100 населенных пунктов и увеличил количество пунктов выдачи заказов в магазинах «Пятерочка» до 9500.

– «СберМаркет», запущенный в сентябре 2019 года, охватил все регионы РФ, потеснил бессменного лидера рынка онлайн-доставки продуктов – «Утконос» – и уже дышит в спину новому лидеру – X5 Retail Group.

Таким образом, функционирование регионального потребительского рынка товаров направлено на максимальное удовлетворение потребностей населения данной территории в товарах на основе максимального использования товарно-денежных отношений через рыночные механизмы взаимодействия спроса и предложения и обеспечение эффективного функционирования регионального воспроизводственного процесса.

Потребительский рынок – это важнейший инструмент, влияющий на повышение уровня жизни регионов и страны в целом. Основными задачами регулирования и развития потребительского рынка являются следующие:

– обеспечение разнообразного потребительского спроса необходимым ассортиментом товаров и услуг;

– обеспечение и защита низкодходных слоев населения и удовлетворение их потребностей разнообразным ассортиментом товаров и услуг;

– ценовая доступность товаров и услуг;

– внедрение новых технологий и новых форм и методов обслуживания покупателей;

– создание добросовестной конкуренции, недопущение монополизации рынка;

– защита прав потребителей, обеспечение доступности и безопасности продукции.

Список источников:

1. Динамика потребительских цен: итоги 2019 года // Бюллетень о текущих тенденциях Российской экономики. – 2020. – №57. – URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/rus_jan_2020.pdf (дата обращения: 25.03.2020).

2. Новая реальность российского потребительского рынка на фоне пандемии COVID-19 и прогноз. – URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/kompanii-i-rynki/novaya-real-nost-rossiyskogo-potrebitel-skogo-rynka-na-fone-pandemii-covid-19> (дата обращения: 25.03.2020).

3. Новый взгляд на розничную торговлю: 2020 – старт новой эры ритейла? – URL: <https://vc.ru/trade/156248-novyy-vzglyad-na-roznichnyu-torgovlyu-2020-start-novoy-ery-riteyla>.

4. Понятие потребительского рынка товаров (услуг) и характеристика его составляющих. – URL: https://studopedia.ru/18_30829_ponyatie-potrebitelskogo-rynka-tovarov-uslug-i-harakteristika-ego-sostavlyayushchih.html (дата обращения: 25.03.2020).

5. Потребительский рынок. – URL: http://invest-orel.ru/articles-obl/potrebitelskiy_rynok (дата обращения: 25.03.2020).

6. Российская экономика в 2014 году. Тенденции и перспективы. (Вып. 36) / В. Май, А. Божечкова, А. Кнобель и др. – М.: ИЭПП, 2015.

7. Основные показатели развития торговли в г. Орле. – URL: <http://www.orel-adm.ru/ru/activity/torgovlya-i-potrebitelskiy-rynok-v-tsifrah/> (дата обращения: 25.03.2020).