

М. Р. Тамашевич, аспирант
e-mail: ritatamashevich@yandex.ru
БГЭУ, (г. Минск)

Поведение потребителей в условиях нарастания неопределенности экономической среды

В последние три года на состояние экономической среды Республики Беларусь сильное влияние оказали факторы эпидемиологического характера и санкционного давления на экономику, что привело к нарастанию неопределенности исходных условий функционирования экономики и прежде всего отраслей социально-потребительского комплекса. Нарастание экономической неопределенности требует принятия неординарных решений для обеспечения стратегии выживаемости на рынке на основе глубокого исследования поведения потребителей.

На необходимость таких разработок указывают факты снижения розничного товарооборота (в 2022 г. снизился в сопоставимых ценах по сравнению с 2021 г. на 3,7 п. п.), что обусловлено: снижением реальных располагаемых денежных доходов населения и ростом расходов на приобретение социально-значимых товаров.

Согласно отчету Национального статистического комитета Республики Беларусь о результатах «Выборочных обследований домашних хозяйств по уровню жизни» белорусская семья в среднем тратит на приобретение потребительских товаров 1760 руб. в месяц из них: на питание, покупку алкогольных напитков и табачных изделий уходит 39,3 %, на непродовольственные — 34,4 %, на оплату услуг — 23,8 %; тенденциями сокращения потребительского кредитования и досрочного погашения задолженности по уже заключенным договорам при росте процентных ставок [1].

Для стабилизации ситуации на потребительском рынке государством приняты серьезные меры: индексация денежных доходов населения; ежеквартальный пересмотр размеров бюджета прожиточного минимума и минимальной заработной платы; принятие особых мер регулирования цен с целью снижения инфляции (Постановление Совета Министров «О системе регулирования» № 713 от 19.10.2022); поддержка социально уязвимых слоев населения и др.

Потребитель в современных условиях на изменение условий покупки товаров отвечает проявлением рациональности в поведении (теория рационального поведения). Рациональное поведение потребителя — концепция экономической теории, которая утверждает, что индивиды в экономической жизни действуют продуманно, производя сопоставление результатов своих действий с осуществленными затратами. Выраженность концепции рационального потребления в условиях нарастания кризисной ситуации сводится к уменьшению покупок, сужению ассортимента, повышению требований к качеству торгового обслуживания, снижению стоимости среднего чека, перераспределению доходов в пользу сбережений и в пользу покупок первой необходимости, ужесточению критериев выбора товаров. Такое поведение ограничивает возможности экономического роста. Для нивелирования отрицательных последствий спада покупательской активности следует: обеспечить максимальное сближение структуры производства товаров с критериями их выбора (цена, качество, ассортимент, внешний вид, доверие товарной марки, функциональные свойства), предусмотреть новые менее затратные виды стимулирования потребителей, обеспечить создание предпосылок для приобретения незапланированных покупок, особенно online-покупок, а на уровне государства разработать и принять по аналогии с опытом Китайской Народной Республики «Программу ускорения создания полноценной системы внутреннего спроса».

Литература:

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 09.03.2023.