

## **ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ПОСЛЕДНЕГО ДЕСЯТИЛЕТИЯ НА СПРОС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

*Евграшкина Надежда Сергеевна, студентка 1 курса магистратуры института экономики и управления АПК, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К. А. Тимирязева, nadya.evgrashkina@yandex.ru*

*Научный руководитель - Муравьева Марина Владимировна, д.э.н., доцент, профессор кафедры политической экономики и мировой экономики, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К. А. Тимирязева, zesain@yandex.ru*

*Аннотация.* Статья посвящена анализу влияния глобальных проблем последнего десятилетия на изменение спроса на потребительские товары. В исследовании рассматриваются основные кризисы и вызовы, такие как пандемия COVID-19, экономическая нестабильность, изменения в геополитической ситуации, экологические проблемы и рост цифровизации. Оцениваются ключевые факторы, приводящие к изменению потребительских предпочтений и формированию новых тенденций на рынке товаров массового потребления, влияние этих факторов на структуру спроса, адаптацию брендов и стратегические решения компаний для поддержания конкурентоспособности.

*Ключевые слова:* экономика, нестабильность, экономические трудности, спрос, потребительские товары, рынок.

## **IMPACT OF GLOBAL PROBLEMS OF THE LAST DECADE ON THE DEMAND FOR CONSUMER GOODS**

*Evgrashkina Nadezhda Sergeevna, 1st year Master's student, Institute of Economics and Management of Agroindustrial Complex, Russian State Agrarian University-Moscow Timiryazev Agricultural Academy, nadya.evgrashkina@yandex.ru*

*Scientific supervisor - Muravyeva Marina Vladimirovna, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of Political Economy and World Economy Department, Russian State Agrarian University-Moscow Timiryazev Agricultural Academy, zesain@yandex.ru*

*Annotation.* The article is devoted to analyzing the impact of global problems of the last decade on the change in demand for consumer goods. The study considers major crises and challenges such as COVID-19 pandemic, economic instability, changes in the geopolitical situation, environmental problems and the growth of digitalization. The key factors leading to changes in consumer preferences and the formation of new trends in the FMCG market, the impact of these factors on demand

*patterns, brand adaptation and strategic decisions of companies to maintain competitiveness are assessed.*

**Key words:** *economy, instability, economic difficulties, demand, consumer goods, market.*

В последние десять лет мир столкнулся с множеством глобальных вызовов, которые существенно повлияли на экономику и поведение потребителей. К числу таких факторов относятся пандемия, экономические кризисы, экологические изменения и технологические прорывы. Эти события привели к значительным изменениям в спросе на потребительские товары и привели к появлению новых тенденций в покупательском поведении.

Пандемия COVID-19 стала одним из самых значительных событий последнего десятилетия, радикально изменивших жизнь людей, экономику и потребительские привычки по всему миру. В условиях массовых локдаунов и карантинных ограничений многие потребители сосредоточились на обеспечении базовых потребностей. В первые месяцы пандемии наблюдался ажиотажный спрос на товары первой необходимости, такие как продукты питания, средства личной гигиены и медикаменты. Это привело к временным дефицитам и необходимости более гибкого подхода к поставкам товаров, особенно продуктов длительного хранения. COVID-19 значительно ускорил переход к электронной коммерции. Закрытие физических магазинов и стремление минимизировать контакты с другими людьми сделали онлайн-шопинг основной формой покупки для многих. Потребители адаптировались к цифровым покупкам, что привело к резкому увеличению спроса на товары через интернет-магазины. Компании, в свою очередь, инвестировали в улучшение онлайн-платформ, доставки и удобства для покупателей. Ограничение на международные и внутренние поездки вызвало снижение спроса на туристические услуги и привело к отмене множества мероприятий, включая концерты, выставки и фестивали. Люди стали искать альтернативные формы отдыха: популярность набрали товары для дома и сада, оборудование для домашних тренировок, а также подписочные сервисы для стриминга видео и музыки.

Осознание важности здоровья и безопасности резко возросло, что привело к значительному росту спроса на средства дезинфекции, медицинские маски, перчатки и другие средства индивидуальной защиты. Вакцины и медицинские тесты также стали востребованными товарами, а спрос на различные витамины и биодобавки резко увеличился, так как люди стремились укрепить иммунитет и здоровье в целом. Пандемия значительно повысила уровень стресса и тревожности среди населения, что вызвало интерес к товарам и услугам для психического и эмоционального благополучия. Популярность набрали приложения для медитации, книги по саморазвитию, товары для занятий спортом и расслабления [2].

Переход на удаленную работу и онлайн-обучение кардинально изменил спрос на технические устройства и программное обеспечение. Компании,

предлагающие программные решения для видеоконференций и совместной работы, также зафиксировали значительный рост спроса.

В условиях экономической нестабильности, высокой инфляции и сокращения доходов люди склонны к более осмотрительным и рациональным решениям в отношении своих расходов. Во время экономических кризисов потребители проявляют повышенную внимательность к акциям, скидкам и программам лояльности. Они начинают активно искать возможности для экономии, сравнивать цены и участвовать в акциях, чтобы сократить свои расходы. Это приводит к увеличению популярности дисконтных магазинов и кэшбэк-сервисов, а также стимулирует компании предлагать более выгодные условия для привлечения клиентов. В условиях экономического кризиса люди чаще обращаются к рынку подержанных товаров, таких как секонд-хенд одежда, бытовая техника, мебель и другие вещи.

Экономические трудности способствуют поддержке локальных бизнесов и малого предпринимательства. Многие потребители выбирают местные бренды и компании, так как считают это вкладом в развитие локальной экономики и поддержкой местных производителей. Кризисы создают условия для роста интереса к региональным продуктам, и это отражается в маркетинговых стратегиях компаний, которые подчеркивают свою принадлежность к локальному рынку.

Экологические проблемы, такие как изменение климата, загрязнение окружающей среды, вырубка лесов и уменьшение природных ресурсов, становятся все более очевидными и значимыми для мирового сообщества. Эти вызовы привели к тому, что потребители начали осознавать важность устойчивого потребления и активно искать товары и услуги, которые помогают сократить негативное влияние на природу. Потребители предпочитают продукты, изготовленные из натуральных, органических и перерабатываемых материалов, которые имеют минимальное количество химикатов и токсинов. Компании, в свою очередь, предлагают эко-продукцию и ориентируются на «зеленые» стандарты, такие как сертификация органических продуктов, переработанная упаковка и отказ от пластиковых компонентов.

Осознанное потребление стало популярным трендом среди людей, стремящихся к минимизации потребления и отказу от излишнего накопления вещей. Этот подход к жизни часто называют минимализмом: он включает покупку только необходимых товаров, предпочтение качественным и долговечным вещам, а также отказ от предметов, которые не несут реальной ценности.

Поддержка местных производителей и малого бизнеса стала еще одной формой устойчивого потребления. Потребители стали понимать, что покупка товаров у локальных производителей помогает сократить углеродный след, связанный с транспортировкой, а также способствует развитию местной экономики. Отказ от одноразового пластика и переход к многоразовым товарам стал важной частью устойчивого потребления. Потребители активно используют многоразовые сумки, бутылки для воды, контейнеры для еды и даже

металлические трубочки, чтобы минимизировать использование одноразовых товаров. Этот тренд охватывает и другие категории: многие компании предлагают многоразовые косметические средства, такие как бритвы и контейнеры для шампуня, которые можно пополнять, а не выбрасывать.

Технологические инновации также играют важную роль в устойчивом потреблении. Сегодня на рынке появляются продукты и технологии, которые минимизируют воздействие на окружающую среду: от электромобилей и солнечных панелей до энергоэффективных бытовых приборов. Эти решения не только помогают снизить затраты на ресурсы, но и способствуют сокращению выбросов углекислого газа, что важно для борьбы с изменением климата. С распространением интернета вещей и «умных» устройств, таких как умные колонки, бытовая техника, системы безопасности и освещения, потребители все чаще выбирают продукцию, которая упрощает повседневные задачи [4].

Искусственный интеллект позволяет компаниям предлагать персонализированные товары и услуги, что повышает спрос на продукты, точно соответствующие интересам потребителей. Системы рекомендаций, использующие ИИ, анализируют поведение покупателей и предлагают им именно те товары, которые они с большей вероятностью захотят приобрести. Персонализация стала важным фактором для повышения спроса в таких категориях, как мода, электроника, косметика и развлечения. Технологические инновации в электронной коммерции, такие как мобильные платежи, бесконтактные способы оплаты и доставка на следующий день, привели к росту спроса на онлайн-покупки. Потребители теперь могут быстро и удобно выбирать товары и заказывать их с доставкой, что стимулирует рост электронной коммерции и приводит к росту спроса на широкий спектр товаров [1].

Социальные сети стали важным каналом для распространения информации о товарах и формирования спроса. Платформы, такие как ВКонтакте, telegram позволяют брендам продвигать свою продукцию с помощью фото, видео и отзывов от лидеров мнений. Сильное влияние на спрос оказывают рекомендательные алгоритмы, рекламные посты и тренды, зарождающиеся в социальных сетях. Это особенно важно для моды, косметики и товаров для дома, где визуальное восприятие играет ключевую роль.

Специальная военная операция и связанные с ней политические и экономические последствия существенно повлияли на рынок потребительских товаров. Введение санкций, снижение покупательной способности, ограничение импорта и изменение логистических цепочек привели к изменению структуры спроса, поведенческих моделей потребителей и приоритетов в потреблении. В результате потребители стали более осторожными в своих расходах, отдавая предпочтение базовым и доступным по цене товарам.

Ограничение импорта и уход ряда международных брендов с рынка повысили интерес к товарам отечественного производства. Потребители стали активнее приобретать российские аналоги привычных товаров, что привело к росту спроса на продукцию местных производителей в таких категориях, как продукты питания, бытовая химия, одежда и техника. В условиях сокращения

ассортимента компаниям также пришлось наладить выпуск аналогичных продуктов для удовлетворения спроса на ранее импортные товары, что стимулировало развитие программы импортозамещения [3].

Во время нестабильности и неопределенности потребители склонны запасаться товарами длительного хранения. Это привело к увеличению спроса на крупы, макароны, консервы, муку, сахар и другие продукты, которые можно хранить продолжительное время. Кроме того, наблюдался рост спроса на товары первой необходимости, такие как средства гигиены, медицинские изделия и бытовая химия, так как потребители стремились обеспечить себе запас на случай перебоев в поставках или резкого увеличения цен.

Из-за роста цен на зарубежные поездки и ограничений на поездки за границу, интерес к внутреннему туризму и отдыху дома вырос. Рынок товаров для хобби и саморазвития также показал рост, поскольку люди начали инвестировать в улучшение условий для отдыха и занятий дома.

В условиях нестабильности валютного курса и инфляции у потребителей возрос интерес к валютам и товарам, способствующим сохранению средств. Это касается, например, техники и автомобилей, которые можно продать позже, что дает возможность частично сохранить средства.

Военные действия и нестабильность вызвали повышение спроса на товары для обеспечения безопасности и защиты, такие как медицинские препараты, средства первой помощи, устройства для связи, автономные источники питания и бытовые генераторы. Эти товары помогают потребителям обеспечить себе и своим семьям запас необходимых ресурсов на случай кризисных ситуаций, что также отразилось на структуре потребительского спроса.

Таким образом, последнее десятилетие ознаменовалось значительными изменениями в потребительском спросе, вызванными глобальными проблемами и вызовами. Пандемия, экономические кризисы, экологические проблемы, технологические инновации и социальные движения заставили людей пересмотреть свои предпочтения и подход к покупкам. В будущем можно ожидать, что спрос на потребительские товары продолжит изменяться под воздействием этих факторов, стимулируя производителей адаптироваться к новым условиям и стремиться к более устойчивому и ориентированному на потребности подходу к рынку.

### **Библиографический список**

1. Артеменко В. Мониторинг и анализ технологических санкций и их последствий для России // Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования. 2022. № 1.

2. Боркова Е.А., Доронин М.В., Мазин А.С. Экономические последствия коронавирусной инфекции для малого бизнеса // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. № 5. С. 1181-1194.

3. Егоров П. В., Мосийчук Т. А. Влияние импортозамещения на экономическую безопасность государства // Финансы, учет, аудит. 2022. № 1(25).

4. Тюкавкин, Н. М. Развитие теоретических основ методологии формирования информационных систем и коммуникационных технологий при трансформации потребительского поведения субъектов рынка / Н. М. Тюкавкин // Вестн. Самарского гос. ун-та. – 2015. – No 8 (130). – С. 150–155.