

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2023.82.22.089

Анализ влияния коронавируса на потребительский рынок**Гао Хуэй**

Студент,
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,
119234, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1;
e-mail: gaohui495@gmail.com

Аннотация

Внезапный натиск эпидемии коронавируса привел к тому, что в декабре 2019 года после первой вспышки в китайском городе Ухань произошла вспышка, о которой никто не подозревал, настолько масштабная и серьезная. Вспышка нарушила мирную и упорядоченную повседневную жизнь населения и, конечно, нормальный ритм производства. Последствия эпидемии для экономики и ее влияние на будущее экономическое развитие и жизнь людей – важные вопросы, волнующие все слои общества. Влияние нового коронавируса на потребительский рынок описывается и анализируется с точки зрения потребления обычных предметов домашнего обихода, влияния на молодежь, досуга и развлечений населения, будущего образа жизни и жизненных установок, а также отраслей, которые пострадали больше всего (в основном речь идет о туризме). Исходя из текущей ситуации, предлагаются различные меры по содействию стабильному развитию потребительского рынка и экономики, чтобы минимизировать влияние новой эпидемии на российское потребление и способствовать устойчивому развитию экономики. В заключение следует отметить, что для быстрого восстановления экономики необходимо, чтобы правительство и предприятия работали вместе и принимали различные меры для расширения сотрудничества и содействия быстрому экономическому росту.

Для цитирования в научных исследованиях

Гао Хуэй. Анализ влияния коронавируса на потребительский рынок // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 3А. С. 796-803. DOI: 10.34670/AR.2023.82.22.089

Ключевые слова

Коронавирус, Москва, туризм, закрытие магазинов, экономические трудности.

Введение. Влияние коронавируса на потребление и психологическую активность жителей обычных домовладений

Неокоронавирус оказал гораздо более пагубное воздействие на жителей крупных городов, чем на жителей небольших городов. Больше всего от нового коронавируса страдает образ жизни людей, которые выходят из дома или ездят на работу. Это явление особенно заметно в городах первого и второго эшелонов.

При разбивке на конкретные вопросы, в начале эпидемии, поскольку большинство людей не отлучались надолго, время, проведенное дома, значительно увеличилось. Помимо времени, потраченного на домашние дела (приготовление пищи, работа по дому, уход за детьми, уход за домашними животными), доступ к информации о развитии нового коронавируса и инвестиции и управление финансами были двумя вопросами, на которые пользователи тратили больше всего времени в период нового коронавируса. На некоторые виды деятельности, связанные с выходом в свет, такие как посещение торгового центра и вечеринок, было затрачено меньше времени. (Это не относится к людям в загородных домах).

Самый эффективный и простой способ путешествовать и уберечь себя от заражения – носить маску, но во время начальной вспышки нового коронавируса в России маски не были вовремя доступны в 95% аптек Москвы, Санкт-Петербурга и других крупных городских районов, а риск путешествий сильно повлиял на нормальный доступ в обычные дома на ранних стадиях эпидемии, когда не было специальных лекарств и защитных средств.

В связи с этим мы также опросили жителей крупных городов России, чтобы выяснить, считают ли респонденты, что новый коронавирус – мистификация. И 82% респондентов дали отрицательный ответ.

Влияние коронавируса на студентов и офисных работников

Многие компании отменили работу в своих офисах, в том числе студенты, посещающие школьные классы, так как учебные заведения были закрыты, а также все магазины, кроме продуктовых и аптек. Группы более двух человек (кроме семей) также были запрещены. Все перешли на Zoom или Skype и другие средства онлайн-видеосвязи, и за несколько недель все научились включать и выключать камеру и микрофон, в том числе освоили безопасный ракурс: показывать ли голову над шеей или верхнюю половину тела, другие попробовали размыывать фон, а также новые функции для видеобщения, такие как поднятие рук и запрет людей. Общаясь в Zoom или Skype, вы видите, как ваши коллеги видят состояние всех участников, включая вас, что является сюрпризом для людей, которые не привыкли видеть себя во время внешней работы (а это большинство из нас), или наблюдать за выражениями лиц других коллег (а также впервые слышать свой голос в интернете).

Влияние коронавируса на поведение потребителей в сфере досуга и отдыха

Коронавирус и самоизоляция также влияют на то, как мы взаимодействуем со своим телом и как обращаемся с ним: чаще мыть руки, мыть руки после возвращения с улицы, не прикасаться к лицу, особенно к наиболее уязвимым частям глаз, носовой полости и рту, появились новые способы общения во всем мире после нового коронавируса: чихать в локоть и больше не

использовать такие методы знакомства, как рукопожатия, объятия и приветствия лицом к лицу, а вместо этого касаться ногами. Эти новые методы общения дали неожиданный побочный эффект: врачи по всему миру сообщают о снижении числа случаев кишечных инфекций и дизентерии, а водители такси говорят, что теперь пассажиры почти никогда не чувствуют в воздухе запах рабочей одежды, которую они носили, когда работали в определенной компании. Лицевые маски также блокировали вторжение других эпидемических вирусов и бактерий. Всех пугает «проявление» нового коронавируса. Но, с одной стороны, в этом есть много плюсов, так как следящий за своим здоровьем человек более строго относится к гигиеническим привычкам.

Люди на время отказывались от некоторых привычек по уходу за собой: можно посидеть дома, реже мыть голову и забыть о декоративной косметике и парфюмерии. Мужчины вдруг массово отращивают бороды, и это очень сильно влияет на оборот косметических магазинов; люди уже не предъявляют таких высоких требований к косметике и средствам по уходу за кожей.

Нас попросили носить маски на улице (но в основном на подбородке) и соблюдать социальную дистанцию даже в парках (большинство из которых были закрыты или имели знаки «не сидеть»). Это также не мешает людям, выходящим на улицу, сделать перерыв. Строгость правил, как всегда, компенсируется избирательностью их применения, так что система перчаток-масок «до изобретения вакцины», похоже, не была большой проблемой.

Во время нового коронавируса люди всех возрастов проводили большую часть времени дома, им не разрешалось посещать места большого скопления людей, такие как торговые центры, рестораны, кинотеатры и театры (которые открывались позже или где требовалось посещение).

Влияние коронавируса на будущий образ жизни и взгляды жителей

После пережитой эпидемии был проведен опрос о степени ее влияния на жителей. Треть (34%) участников опроса признали, что пандемия оказала сильное влияние на их жизнь в целом, 37% посчитали, что ее влияние было минимальным, а четверть (25%) были убеждены, что она не повлияла на них вообще. Люди с высшим образованием считают, что пандемия оказала большее влияние на их жизнь, чем другие – 41% (среди респондентов со средним и средним специальным образованием – 30 и 31%). Повышенная «уязвимость» людей с высшим образованием объясняется, по-видимому, прежде всего тем, что многие из них живут в мегаполисах.

Более 40% этих потребителей планируют в будущем скорректировать свою трудовую деятельность, чтобы больше времени проводить с семьей. Многие отметили, что коронавирус заставил их острее почувствовать ценность семьи, побудив больше заботиться о своих близких, а многие считают, что воздействие коронавируса заставило их лучше осознать ценность здоровья и необходимость заботиться о нем. Эпидемия заставила их задуматься о хрупкости и краткости жизни, побудив больше ценить ее; сдвиг в ценностях – это повышение ценности семьи, близких, общения с ними, здоровья и самой жизни.

В заключение следует отметить, что в долгосрочной перспективе новый коронавирус побудил потребителей пересмотреть соотношение семьи и работы, перестроить структуру «жизнь-работа», адаптировать стиль работы и имеет возможность стимулировать экономический рост

Сектора, которые больше всего пострадали от коронавируса

Во время эпидемии коронавируса, когда все были закрыты дома, а на дорогах почти не было пешеходов, почти все реальные отрасли сильно пострадали. Больше всего пострадали потребительские отрасли, такие как общественное питание, гостиницы, фитнес, развлечения, туризм, транспорт, кинотеатры и т.д.

Хотя коронавирус находится под контролем с середины марта, и число новых случаев заболевания сейчас исчисляется единицами, в то время как вышеупомянутые отрасли постепенно открываются, страх перед коронавирусом в сердцах общества сохраняется все больше, и с учетом быстрого распространения нового коронавируса по всему миру, ожидается, что потребительские отрасли нашей страны вернутся к нормальному уровню только в июле или августе. Эквивалент первой половины года сильно пострадал, поэтому в этом году трудно увидеть прибыль в этих отраслях, и хорошо бы покрыть расходы.

В начале коронавируса многие отечественные и международные авиакомпании прекратили полеты и ввели всеобъемлющий и закрытый контроль в разных городах, в результате чего сотрудники туристических агентств остались без работы и не смогли гарантировать свой доход. Туристические достопримечательности в стране были закрыты, некоторые гостиницы закрыты, а отрасли, связанные с туризмом, испытали определенное снижение оборота и закрылись как прямой результат отсутствия иностранных туристов. Тем не менее, вспышка нового коронавируса была успешно ликвидирована в России. Тем не менее, вспышка ньюкаслской пневмонии хорошо контролируется и действует, насколько это позволяет политика. Правительство страны также оказало финансовую поддержку соответствующим ключевым отраслям.

Однако, по данным Министерства культуры и туризма, готовность населения к путешествиям резко снизилась: люди стремятся по возможности избегать мест скопления людей, не планируют путешествовать в краткосрочной перспективе или уже покинули страну на длительный срок, что ограничивает расходы в туристической отрасли. В долгосрочной перспективе, как только эпидемия нового коронавируса будет эффективно контролироваться, туристический рынок будет медленно восстанавливаться после длительного периода, когда население находилось в подавленном и стереотипном состоянии работы и жизни. Туристический рынок будет медленно восстанавливаться.

В контексте вспышки нового коронавируса сильный удар был нанесен по строительству сектора общественного питания: продажи некоторых известных ресторанов резко упали, а ряд сетевых компаний закрыли свои магазины. В обычных условиях индустрия продуктов питания и напитков является важным источником экономической активности во время праздничного сезона, но в условиях сокращения поездок отрасль потеряла большое количество потребителей, а блокада городов и ограничения на передвижение людей из-за эпидемии привели к значительному падению продаж, особенно в сфере потребительских услуг, таких как общественное питание, гостиницы, туризм и развлечения.

Во-вторых, возросшая экономическая неопределенность, вызванная новым коронавирусом, заставила и бизнес, и потребителей стать более осторожными, что привело к сокращению инвестиций и потребления, что, в свою очередь, сказалось на занятости и доходах.

Хотя некоторые рестораны в настоящее время активно занимаются бизнесом «на вынос» в надежде в некоторой степени смягчить ограничения денежного потока, такие проблемы, как плохое обслуживание и неадекватное приготовление блюд, по-прежнему препятствуют развитию ресторанной индустрии, а уровень национальных расходов на «на вынос» далеко не

достаточен для решения проблемы больших капитальных затрат.

Давайте рассмотрим, каких конкретно отраслей касается каждое постановление: Постановление от 3 апреля 2020 года № 434 В соответствии с данным постановлением Правительство РФ утвердило перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в результате распространения новой коронавирусной инфекции. После утверждения и публикации данного законодательного акта в Правительство РФ поступило большое количество обращений от представителей малого и среднего предпринимательства (МСП) с просьбой о признании их деятельности пострадавшей. Постановление от 10 апреля 2020 года № 479 Проанализировав ситуацию, через 7 дней, Правительство РФ утвердило Постановление № 479, в котором к общему списку представителей МСП были добавлены следующие общероссийские классификаторы видов экономической деятельности (ОКВЭД): – деятельность в области демонстрации кинофильмов; – стоматологическая практика. Постановление от 18 апреля 2020 года № 540 Вскоре появилось Постановление Правительства РФ № 540, в котором расширен перечень ОКВЭД в наибольшей степени пострадавших от коронавирусной инфекции – добавили деятельность музеев, зоопарков и торговля непродовольственными товарами.

В условиях пандемии коронавируса в экономике России не произошло критического спада. Об этом заявил Президент РФ Владимир Путин на итоговом совещании с Правительством страны. «Мы не допустили критического спада, который отбросил бы экономику далеко назад. Смогли сохранить наши ведущие отрасли. Не просто сохранить, а выработали системные меры поддержки практически каждой отрасли. В целом смогли решить вопрос о защите людей», – сказал Путин в эфире телеканала «Россия 24».

Меры по содействию стабильному развитию потребительского рынка. Контрмеры по развитию

На основе нового вируса и действующих западных санкций, прежде всего, Китай и Россия заключили четыре новых сотрудничества, первое из которых – полное открытие импорта пшеницы из Китая в Россию. Это поможет ослабить экономическое давление, вызванное санкциями, наложенными на Россию США и Западом. Второе сотрудничество – подписание соглашения о развитии транзитных перевозок между российскими контейнерными транспортными компаниями и Китаем. Третье сотрудничество – это расчеты по нефтегазовым сделкам между Россией и Китаем в юанях. Ранее все сделки осуществлялись в долларах США, что было выгодно США. Эра доллара может закончиться теперь, когда Россия и Китай договорились использовать юань и расширить расчеты в национальной валюте. Четвертое сотрудничество заключается в том, что Россия будет и дальше увеличивать объемы газа, поставляемого в Китай. Это поможет российской экономике восстановиться.

Для поддержки собственного бизнеса российское правительство готово стимулировать внутренний спрос на социально значимые товары отечественного производства (включая детские товары).

Заключение

Влияние эпидемии на рыночную экономику огромно. Когда вспыхнул новый коронавирус, принятые правительством профилактические и контрольные меры, такие как блокирование городов и ограничение передвижения людей, привели к приостановке работы и производства во

многих отраслях, значительно снизив экономическую динамику.

Кроме того, коронавирус вызвал сбои в глобальных цепочках поставок, в результате чего компании столкнулись с такими проблемами, как нехватка сырья и логистические барьеры, что повлияло на производство и продажи.

В заключение следует отметить, что влияние нового коронавируса на рыночную экономику огромно и требует от правительства и бизнеса совместной работы и принятия эффективных мер для восстановления жизнеспособности экономики.

Для быстрого восстановления экономики правительство может принять следующие меры:

- 1) Увеличение фискальной поддержки: Правительство может увеличить поддержку ключевых областей и предприятий путем увеличения фискальных расходов, чтобы способствовать быстрому восстановлению экономики.
- 2) Снижение налогов и сборов: Правительство может снизить нагрузку на предприятия, повысить их рентабельность и способствовать их развитию и инновациям путем снижения налогов и сборов.
- 3) Расширение внутреннего спроса: Правительство может способствовать быстрому экономическому росту путем расширения внутреннего спроса.
- 4) Укрепление внешней торговли: Правительство может способствовать быстрому экономическому росту путем укрепления сотрудничества во внешней торговле, расширения международных рынков, повышения качества и конкурентоспособности экспорта.
- 5) Содействие цифровой трансформации: Правительство может содействовать цифровой трансформации путем ускорения применения и развития, повышения эффективности и качества производства, улучшения качества и конкурентоспособности. развития, повышения эффективности и качества производства и содействия быстрому экономическому росту.

В заключение следует отметить, что для быстрого восстановления экономики необходимо, чтобы правительство и предприятия работали вместе и принимали различные меры для расширения сотрудничества и содействия быстрому экономическому росту.

Библиография

1. Артеменков М.Н., Сухова Е.Е. Трансформация образовательных стратегий выпускников школ в условиях распространения коронавируса Covid-19: региональный аспект // Региональные исследования. 2020. 2 (68). С. 111-120.
2. Как COVID-19 повлиял на мобильность студентов. URL: <https://cs.hse.ru/news/364823258.html>
3. Кутаков А.С. Отрасли, в наибольшей степени пострадавшие в условиях коронавирусной пандемии COVID-19 // Молодой ученый. 2021. № 4 (346). С. 184-188.
4. Правительство готово стимулировать спрос на отечественные товары. URL: <https://ria.ru/20220721/spros-1804020616.html>
5. Путин заявил о недопущении критического спада в российской экономике. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2020/12/24/852339-putin-zayavil-o-nedopuschenii-kriticheskogo-spada-v-rossiiskoi-ekonomike>
6. Социальное воздействие пандемии. URL: <https://covid19.fom.ru/>
7. Студенты после пандемии: больше тревоги, меньше агрессии. URL: <https://www.hse.ru/news/450426035.html>
8. Gu S. et al. Impact of the covid-19 pandemic on online consumer purchasing behavior //Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. – 2021. – Т. 16. – №. 6. – С. 2263-2281.
9. Yan L., Qian Y. The impact of COVID-19 on the Chinese stock market: an event study based on the consumer industry //Asian Economics Letters. – 2020. – Т. 1. – №. 3. – С. 18068.
10. Mehralian M. M., Khazaei P. Effect of Digital Marketing on the Business Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: The Mediating Role of Customer Relationship Management //37th Digital Marketing and Customer Behavior Science Conference (2022). – 2022.

Analysis of the impact of COVID-19 on the consumer market

Gao Huej

Master's Student,
Lomonosov Moscow State University,
119991, 1, Leninskie Gory, Moscow, Russian Federation;
e-mail: gaohui495@gmail.com

Abstract

After the first cases of COVID-19 in Wuhan, China, in December 2019, the sudden onslaught of the new coronavirus led to the outbreak of an epidemic that no one knew was so widespread and serious. It disrupted people's otherwise peaceful and orderly daily lives and, of course, the normal rhythm of production. The seriousness of the COVID-19, the changes in people's work and living habits and attitudes, the economic impact of the COVID-19, and the impact on future economic development and people's lives are important issues of concern to all sectors of society. We describe and analyze the impact of the Newcastle pneumonia COVID-19 on the consumer market in terms of the consumption of normal household goods, the impact on young people, leisure and entertainment of the population, future lifestyles and attitudes, and the most lost industries (mainly talking about tourism). Based on the current situation, various measures are proposed to promote the stable development of the consumer market and economy, to minimize the impact of the COVID-19 on the consumption of the Russian population, and to promote the sustainable development of the economy. In conclusion, rapid economic recovery requires the government and enterprises to work together and take various measures to enhance cooperation and promote rapid economic growth.

For citation

Gao Huej (2023) Analiz vliyaniya koronavirusa na potrebitel'skii rynek [Analysis of the impact of COVID-19 on the consumer market]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (3A), pp. 796-803. DOI: 10.34670/AR.2023.82.22.089

Keywords

COVID-19, Moscow, tourism, store closure, economic difficulties.

References

1. Artemenkov M.N., Sukhova E.E. (2020) Transformatsiya obrazovatel'nykh strategii vpusknikov shkol v usloviyakh rasprostraneniya koronavirusa Sovid-19: regional'nyi aspekt [Transformation of educational strategies of school graduates in the context of the spread of coronavirus Covid-19: a regional aspect]. *Regional'nye issledovaniya* [Regional studies], 2 (68), pp. 111-120.
2. *Kak COVID-19 povliyal na mobil'nost' studentov* [How COVID-19 has affected student mobility]. Available at: <https://cs.hse.ru/news/364823258.html> [Accessed 03/03/2023]
3. Kutakov A.S. (2021) Otrashi, v naibol'shei stepeni postradavshie v usloviyakh koronavirusnoi pandemii COVID-19 [Industries most affected by the COVID-19 coronavirus pandemic]. *Molodoi uchenyi* [Young Scientist], 4 (346), pp. 184-188.
4. *Pravitel'stvo gotovo stimulirovat' spros na otechestvennye tovary* [The government is ready to stimulate demand for domestic goods]. Available at: <https://ria.ru/20220721/spros-1804020616.html> [Accessed 03/03/2023]
5. *Putin zavavil o nedopushchenii kriticheskogo spada v rossiiskoi ekonomike* [Putin announced the prevention of a critical

-
- downturn in the Russian economy]. Available at: <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2020/12/24/852339-putin-zayavil-o-nedopuschenii-kriticheskogo-spada-v-rossiiskoi-ekonomike> [Accessed 03/03/2023]
6. *Sotsial'noe vozdeistvie pandemii* [The social impact of the pandemic]. Available at: <https://covid19.fom.ru/> [Accessed 03/03/2023]
 7. *Studenty posle pandemii: bol'she trevogi, men'she agressii* [Students after the pandemic: more anxiety, less aggression]. Available at: <https://www.hse.ru/news/450426035.html> [Accessed 03/03/2023]
 8. Gu, S., Ślusarczyk, B., Hajizada, S., Kovalyova, I., & Sakhbieva, A. (2021). Impact of the covid-19 pandemic on online consumer purchasing behavior. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 2263-2281.
 9. Yan, L., & Qian, Y. (2020). The impact of COVID-19 on the Chinese stock market: an event study based on the consumer industry. *Asian Economics Letters*, 1(3), 18068.
 10. Mehralian, M. M., & Khazaei, P. (2022). Effect of Digital Marketing on the Business Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: The Mediating Role of Customer Relationship Management. In *37th Digital Marketing and Customer Behavior Science Conference (2022)*.