

*Метлинова М.А. Проблемы потребительского рынка в России // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2019. – №3 (март). – АРТ 287-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

**РУБРИКА: ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

**УДК 339.13**

**Метлинова Мария Александровна**

магистрант 2 курса, факультет государственного и муниципального  
управления

ФГБОУ ВО "Государственный университет управления"

г. Москва, Российская Федерация

e-mail: [asforita@mail.ru](mailto:asforita@mail.ru)

**ПРОБЛЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В РОССИИ**

*Аннотация.* В данной статье описаны основные проблемы и перспективы развития потребительского рынка в России. В ней описано нынешнее состояние данного института и указаны основные приоритетные направления совершенствования. Потребительский рынок в России на современном этапе претерпевает ряд изменений, касающихся развитием новых технологий в торговле, роста конкуренции, ужесточения требований к качеству продукции. В этой связи не все представители малого и среднего бизнеса могут выдержать конкуренцию с крупными торговыми сетями. Ухудшает данное положение еще и падение покупательной способности населения страны. Все эти проблемы рассмотрены в данной работе.

*Ключевые слова:* потребительский рынок, малый и средний бизнес, проблемы, перспективы.

**Metlinova Maria Alexandrovna**  
undergraduate 2 course, faculty of state and municipal government  
FGBOU VO "State University of Management"  
Russian Federation,  
Moscow

## **PROBLEMS OF THE CONSUMER MARKET IN RUSSIA**

*Annotation.* This article describes the main problems and prospects of development of the consumer market in Russia. It describes the current state of the institution and identifies the main priorities for improvement. The consumer market in Russia at the present stage is undergoing a number of changes related to the development of new technologies in trade, increased competition, stricter requirements for product quality. In this regard, not all small and medium-sized businesses can compete with large retail chains. This situation is also worsened by the fall in the purchasing power of the population. All these problems are considered in this work.

*Key words:* consumer market, small and medium business, problems, prospects.

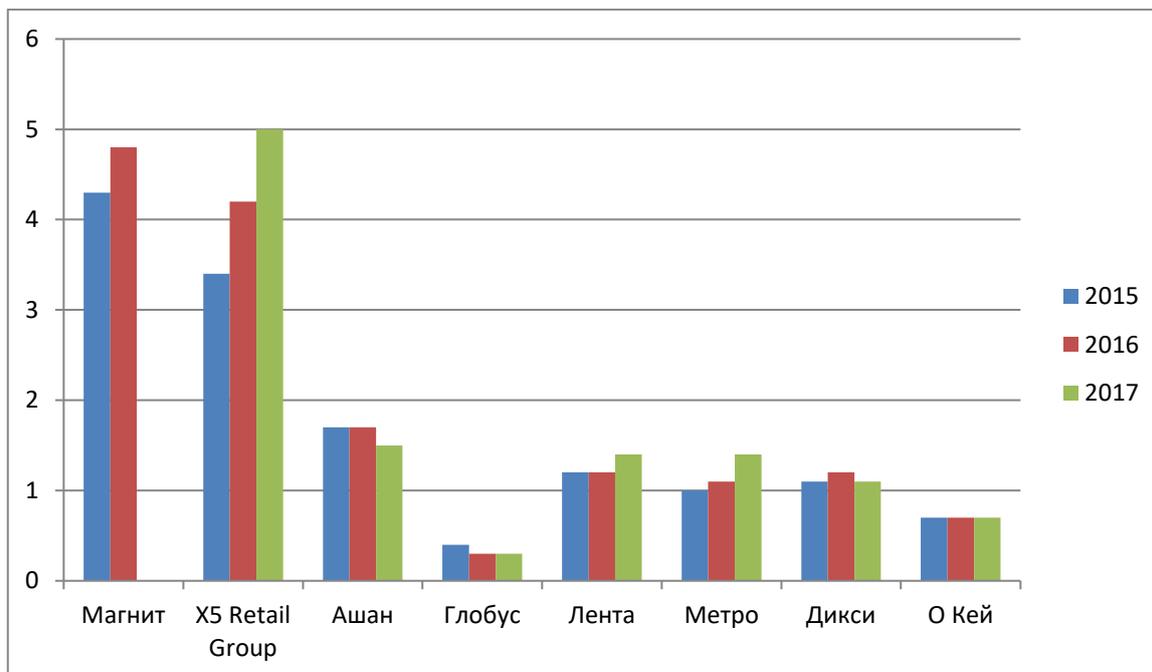
На сегодняшний день Россия представляет собой одну из лидирующих государств мира с мощным экономическим и оборонным потенциалом. Однако в силу необходимости обеспечения населения необходимыми потребительскими товарами необходимо развитие торговой отрасли. В последние годы экономическая ситуация в России, как и во всем мире имеет тенденции кризиса. Это обусловлено международными политическими отношениями, низкой платежеспособностью населения страны, недостаточным развитием малого и среднего бизнеса и т.д. Важнейшим среди этих показателей является

покупательная способность населения, которая служит двигателем экономики страны. Действующий кризис внес некий дисбаланс в области населения и торговой области. Это связано с тем, что населением было утеряно за три последних года около 12 процентов своей покупательной способности. При этом торговля за 2017 года закрылась с худшим за последние годы сальдо финансовых операций. В данной связи особое значение в развитии получили ряд торговых организаций, которые занимаются продажей товара по цене, которая близка к оптовой.

При этом за последние несколько лет в области розничной торговли наблюдается некий ее переход в интернет. Создание интернет магазинов, размещение объявлений на различных торговых площадках, все больше набирают популярность в России. Это обусловлено тем, что в условиях жесткой конкуренции многие торговые организации создают интернет магазины обслуживание которых обходится в несколько раз дешевле, чем аренда помещений, а также уменьшение затрат на человеческие ресурсы. Это позволяет снизить цены и тем самым привлечь внимание большего количества клиентов[1;45].

Особое место на потребительском рынке заняли крупные розничные сети, которые имеют собственное производство: «Магнит», «МЕТРО», «Ашан», «Дикси» и иные (см.рис.1). Данные торговые сети становятся лидерами по количеству клиентов в России. Однако данное производство собственного товара и снижение цен на них возможно только для крупных торговых организаций. Поэтому малый бизнес в данном аспекте получает еще большие проблемы, так как конкурировать с данными ценами практически не может.

Рис.1. Доли в обороте розничной торговли РФ крупнейших игроков FMCG-ритейла[3]



В качестве одной из основных проблем, требующих быстрого решения является «вымывание объектов», которые продают товары повседневного спроса. При этом органами государственного управления не обеспечивается установления сохранности данного профиля социально значимых объектов. По-прежнему не уделяется компетентными органами проблема сохранения торговых точек, находящихся в зоне пешеходной доступности. Эта проблема в большей степени затрагивает пожилых людей, которые привыкли покупать товары по низким ценам в шаговой доступности от них. Ситуация осложняется тем, что данная категория людей не знает где купить социально-значимые товары: иголки, нитки, белье российского производства[2;370].

Выделим перечень основным проблем потребительского рынка в России:

- высокое налогообложение;
- наличие большого числа нарушений прав потребителей;
- незначительный уровень информационного и правового уровня потребителей;
- наличие дефицита квалифицированных трудовых кадров в области торговли;
- недостаточность в территориальной близости потребительских товаров, особенно в местах отдаленных от мегаполисов;
- высокие цены на аренду недвижимости, особенно в крупных городах;
- уменьшение сегмента малого бизнеса на потребительском рынке в связи с наличием крупных торговых сетей с низкими ценами;
- присутствие дискриминации крупными торговыми сетями поставщиков товаров, особенно этот вопрос затрагивает отечественных производителей;
- наличие административных барьеров;
- неэффективность законодательства в области торговых отношений;
- отсутствие должной поддержки государства.

Для решения вышеуказанных проблем необходимо на государственном уровне обеспечить в первую очередь должную поддержку субъектам малого и среднего бизнеса, а также решить проблему реального действия законодательных норм в практическом регулировании торговых отношений. Это вопрос затрагивает в первую очередь урегулирование здоровой конкуренции на территории России. При этом важным аспектом в развитии потребительского рынка является государственный мониторинг

развития рынка. Это позволит учесть все слабые стороны развития потребительского рынка и приложить максимум усилий к их уменьшению[4;70].

Реализация вышеуказанных действий со стороны государства позволит вывести российский потребительский рынок на новый уровень, позволяющий удовлетворит в полном объеме потребности населения страны, а также увеличить качество потребительских товаров и вывести российский рынок данного сегмента на мировой уровень.

#### **Список использованной литературы:**

1. Анненкова А. А., Артемьева Л. В. Региональный потребительский рынок: приоритеты развития и государственного регулирования// Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии, 2012, № 2. - с. 45-47.
2. Воробьева Е. Г., Пониматкина Л. А. Проблемы развития потребительской кооперации в условиях формирования «Информационного общества» в российской Федерации// Теория и практика общественного развития, 2014, №2. С.369-372.
3. Лекомцева И.С. Проблемы развития потребительского рынка в России и направления их решения // Общественные и экономические науки. Студенческий научный форум: электр. сб. ст. по мат. VIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 8(8). URL: [https://nauchforum.ru/archive/SNF\\_social/8\(8\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/8(8).pdf) (дата обращения: 28.03.2019)
4. Мазур С. Ф. Отдельные вопросы развития потребительского рынка России и его правовой защиты органами внутренних дел// Пробелы в российском законодательстве. Юридический журнал, 2012, №6.С.69-71.

***Дата поступления в редакцию: 28.03.2019 г.***

***Опубликовано: 28.03.2019 г.***

***© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,  
электронный журнал, 2019  
© Метлинова М.А., 2019***