

УДК 330.163.11

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ЦЕН НА БЫТОВУЮ ТЕХНИКУ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В УСЛОВИЯХ РОСТА ИНФЛЯЦИИ

БАКИРОВА Алиса Фиделевна

студент

САХБИЕВА Амина Ильдаровна

кандидат экономических наук, доцент

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

г. Казань, Россия

В данной статье изучается проблема повышения цен на бытовую технику при росте инфляции и его корреляцию с потребительским поведением. Исследование динамики уровня цен на бытовую технику и влияния на него потребительского поведения сейчас особенно актуально, так как высокий ажиотаж на покупку бытовой техники можно объяснить в связи с санкциями и уходом из России многих зарубежных компаний производителей бытовой техники. Объектом исследования в данной работе является динамика роста цен на бытовую технику, а предметом исследования в данной статье является влияние потребительского поведения на инфляционный рост. Изучение вопросов потребительского поведения в период роста инфляции и влияния этих факторов на рост цен особенно важны для решения проблемы.

Ключевые слова: потребительское поведение, инфляция, непродовольственные товары, рост цен, санкции, бытовая техника.

В последние годы тема влияния инфляции на рост цен и потребительское поведение особенно актуальна, так как в связи с чередой сложных глобальных социальных перемен и напряженной геополитической обстановкой мы можем наблюдать рост инфляции в стране, что однозначно негативно сказывается на целом перечне сфер, такие как бизнес, финансовые рынки и уровень жизни жителей страны. Начиная с конца февраля 2022 г. мы можем наблюдать резкий скачок в повышении инфляционных ожиданий среди граждан Российской Федерации, в связи с санкциями и ухода с рынка большого количества иностранных компаний, тем самым мы видим повышение уровня обеспокоенности российских граждан в связи с возможным прекращением поставок зарубежных товаров и ростом цен в краткосрочной и среднесрочной перспективе.

Важно упомянуть о том, что непродовольственные товары за месяц с конца февраля 2022 подорожали на 11,3%, а с марта прошлого года на 20,3%. По данным Росстата цены на услуги увеличились на 4% за месяц

и на 9,9% за год. Минэкономразвития в России отмечает, что высокие темпы роста цен в марте сформировались под влиянием переноса в цены произошедшего ослабления курса рубля, а также повышенного потребительского спроса.

Чтобы правильно проанализировать и сделать выводы о динамике роста цен на бытовую технику прежде всего необходимо разобраться с основными понятиями и причинами роста инфляции.

Инфляция – это рост цен на товары и услуги. При инфляции происходит обесценивание денег, а также снижается покупательская способность населения [1].

К причинам роста инфляции относятся:

– высокие инфляционные ожидания. Компании и люди начинают ожидать что цены сильно вырастут и поэтому начинают менять своё потребительское поведение. К такому изменению в поведении можно отнести: закупку товаров впрок и то, что люди начинают тратить свои сбережения. С конца февраля 2022 г. мы можем отчетливо наблюдать ситуацию изменения потребительского поведения, когда

люди начали массово скупать многие категории товаров, к которым относится и бытовая техника, из-за ухода зарубежных компаний с российского рынка и страха прекращения поставок бытовой техники многих зарубежных брендов в Россию;

- ослабление национальной валюты;
- увеличение спроса;
- сокращение предложения.

Согласно данным Росстата РФ мы можем наблюдать стабильное повышение цен на непродовольственные товары в 2014-2022 гг. Также заметен высокий рост потребительских цен в период в 2022 г., который особенно обострила сложная геополитическая ситуация, что привело к возрастанию производственных издержек, которые в свою очередь повлияли на рост цен на бытовую технику [2].

Наиболее высокий рост по количеству покупок за март-апрель 2022 г. наблюдался в категории «бытовая техника и электроника», также наблюдалось значительное повышение цен в данной категории товаров по сравнению со всеми остальными, что отчетливо свидетельствует нам о значительно высоких инфляционных ожиданиях граждан Российской Федерации и страхе населения потерять привычный образ жизни и возможность приобрести определенные зарубежные товары [3].

Многие зарубежные компании, поставляющие компьютеры и ПО, заявили о своем намерении прекратить свои поставки в Россию и закрыть филиалы своих компаний, что отразилось на повышенном спросе на оптовую торговлю компьютерами и ПО, так как на фоне ограничений многие предприниматели и компании начали активно скупать компьютеры для организаций, тем самым спровоцировав значительный рост цен в этой категории и соответственно рост инфляции, так как значительное увеличение спроса является одним из факторов, провоцирующих рост инфляции.

Данная проблема раскрывает множество аспектов, такие как инфляционные ожидания населения, общая геополитическая обстановка и ее влияние на экономику страны и цены, анализ внутренних проблем в стране, которые могут стабильно влиять на уровень инфляции, а также поведение частных ком-

паний, которые преследуют собственные цели и разрабатывают стратегии получения максимальной выгоды и избежания возможных убытков и проблем с поставками, с которыми столкнулись многие компании в конце февраля – начале марта 2022 г.

Рассмотрение этой проблемы особенно важно, так как большое количество исследований на эту тему, поможет глубже и со всех сторон рассмотреть проблему влияния потребительского поведения на рост инфляции в стране и соответственно поможет разработать необходимые меры для решения данной проблемы [4].

Центральный банк России прогнозирует, что инфляция в стране в 2022 и 2023 гг. превысит прежние прогнозы, хотя ЦБ постарается не допустить раскручивания инфляционной спирали. Согласно действующему прогнозу ЦБ от начала февраля, уровень инфляции в стране должен составить 5-6% в 2022 г.

Однако, стоит отметить, что согласно опросу аналитиков, который проводил ЦБ, уровень инфляции в стране может составить около 20%, в то время как ВВП может упасть на 8%.

Что касается прогнозов, то высокий ажиотаж связанный с покупкой бытовой техники, который наблюдался в конце февраля – начале марта может постепенно снизиться, однако в сложившейся ситуации ручное регулирование цен на эти категории товаров может привести к дефициту.

Таким образом, по мере снижения ажиотажного спроса на бытовую технику, будут также постепенно налаживаться новые цепочки поставки товаров в Россию, поэтому можно ожидать возвращений уровня цен на данную категорию товаров к прежним значениям, но сильно снизить уровень инфляции это не сможет.

Можно сделать вывод о том, что потребительское поведение действительно значительно влияет на рост цен на бытовую технику, а на само потребительское поведение влияет множество факторов, такие как геополитическая ситуация, и связанные с этим логистические трудности, внутренние проблемы страны, общий уровень инфляции в стране.

Таким образом, можно заключить, что исследование поведенческого поведения и ре-

шения проблем, связанных с ним является одним из важнейших факторов для решения экономических проблем и снижения уровня

инфляции, что соответственно может помочь развитию страны и повышению уровня жизни населения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Васильева П.А., Коробкова М.А.* Тренды на потребительском рынке в постпандемийный период // Общество, государство, личность: молодежное предпринимательство в поведенческой экономике в условиях цифровизации. Материалы XXI Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых. – Казань, 2021. – С. 122-127.
2. *Веселовский А.А., Сюркова С.М.* Устойчивое развитие бизнеса и основные пути его достижения // Сборник трудов молодых ученых УВО «Университет управления «ТИСБИ». – Казань, 2019. – С. 53-60.
3. *Никонова О.Е., Веселовский А.А.* Таргетирование инфляции как метод борьбы с инфляцией // Казанский вестник молодых учёных. – 2017. – Т. 1. № 3(3). – С. 154-160.
4. *Коречков Ю.В., Козлов В.А., Озеров С.Л., Резова В.В., Якушев А.Ж.* Современные тренды электронного рынка товаров бытовой техники и электроники // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2021. – Т. 3. № 10(118). – С. 63-75.