

*Сажина П. А.*

*Студент*

*Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации Липецкий филиал*

*Россия, г. Липецк*

*Касымова К. А.*

*Студент*

*Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации Липецкий филиал*

*Россия, г. Липецк*

*Научный руководитель: Широкова О. В. к.э.н., доцент*

*Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации Липецкий филиал*

*Россия, г. Липецк*

## **ВЛИЯНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА МСП В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ**

**Аннотация:** в данной работе проведен анализ изменения покупательского поведения и его влияние на малый и средний бизнес в условиях пандемии. Так же рассмотрены классические неценовые факторы, влияющие на спрос и предложение. Указаны меры поддержки, которые осуществляются со стороны государства. Идет рассуждение о становлении пандемии COVID-19 новым неценовым фактором спроса и предложения товаров и услуг.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, COVID-19, покупательское поведение, неценовые факторы, спрос, предложение.

*Sazhina P.A.*

*Student*

*Financial University*

*under the Government of the Russian Federation Lipetsk branch*

*Russia, Lipetsk*

*Kasymova K.A.*

*Student*

*Financial University*

*under the Government of the Russian Federation Lipetsk branch*

*Russia, Lipetsk*

*Scientific adviser: Shirokova O. V.*

*Financial University*

*under the Government of the Russian Federation Lipetsk branch*

*Russia, Lipetsk*

## **IMPACT OF DEMAND AND SUPPLY ON SMEs IN A PANDEMIC**

**Resume:** This paper analyzes changes in consumer behavior and its impact on small and medium-sized businesses in a pandemic. Also considered are the classic non-price factors affecting supply and demand. The measures of support that are being implemented by the state are indicated. There is talk about the emergence of the COVID-19 pandemic as a new non-price factor in the supply and demand of goods and services.

**Keywords:** small and medium-sized businesses, COVID-19, purchasing behavior, non-price factors, demand, supply.

Актуальность статьи обусловлена тем, что на фоне опасений увеличения экономического кризиса, вызванного отрицательным влиянием пандемии COVID-19 и внедрением вынужденных ограничений, правительства по всему миру предпринимают небывалые меры поддержки экономики и деловой активности. Введение локдаунов, паника со стороны населения сыграли важную роль в изменение покупательского поведения граждан, которое оказало большое влияние на спрос и предложение. Более того это подорвало малый и средний бизнес. В данной работе хотелось бы рассмотреть, как именно появление пандемии повлияло на покупателей и продавцов.

Во-первых, спрос – это количество товара, которое хотят и могут приобрести покупатели за определенный период времени при всех возможных ценах на этот товар. Выделяют следующие неценовые факторы: изменения в доходах населения; изменения в структуре населения; изменение цен на другие товары; ожидание покупателей; реклама, мода и вкус покупателей; сезонность и т.д.

Во-вторых, предложение – это количество товара, которое хотят и могут предложить на рынок продавцы за определенный промежуток времени при всех возможных ценах на этот товар. Помимо цены на предложение оказывают воздействие и неценовые факторы, среди которых хотелось бы выделить подробнее следующие:

- **Изменение издержек фирмы.** Снижение или увеличение издержек на сырьё или технические нововведения способствуют пропорциональному увеличению или сокращению предложения со стороны производителя;
- **Изменение количества фирм в отрасли.** Увеличение или уменьшение фирм на рынке определенного продукта приводит к росту или сокращению предложения;

- **Налоги и субсидии.** Увеличение налогов или их уменьшение представляют собой издержки производства, которые могут повлиять на производство товара, ухудшение его качества или сокращение предложения. Субсидии же могут сыграть мотивационную роль в данном случае для увеличения предложения.

В период обострения пандемии COVID-19 многие люди из-за страха остаться без возможности «выйти на улицу», которое было вызвано локдаунами, начали скупать продукты питания, а также вещи первой необходимости. В результате таких действий спрос на некоторые товары превысил свой обычный уровень в десятки раз. Таким образом, такое покупательское поведение населения серьезно отразилось на деятельности многих предприятий и организаций.

Но не все продавцы в условиях пандемии оказались в убытках. Экономистами отмечается всплеск спроса в организациях следующих категорий: спиртные напитки – на 31%, цифровые товары – на 17,4%, продукты – в разы. Можно выделить группы товаров с повышенным спросом: средства личной гигиены; средства индивидуальной медицинской защиты (маски, перчатки, антисептики).

Следовательно, стоит отметить, что пандемия сильно подорвала малый и средний бизнес так, как он менее защищен. По инициативе государства предпринято ряд мер ради поддержки. Некоторые из них представлены ниже. Все они были взяты с официального сайта Государственной Думы.

1. **Налоговые послабления.** «При расчете налога на прибыль будут учитываться затраты на маски и тест-системы. Принят закон, по которому такие расходы, непрофильные для большинства предприятий, не будут учитываться при определении налоговой базы по налогу на прибыль. При

определении базы по налогу на прибыль компаний малого и среднего предпринимательства не будут учитываться субсидии, которые они получают из бюджета на преодоление последствий распространения COVID-19.»

2. **Поддержка МСП.** «Субъекты малого и среднего предпринимательства получают право на отсрочку выкупных платежей на срок от шести месяцев до одного года, в случае приобретения арендуемого государственного или муниципального имущества. Ранее было принято решение дать возможность МСП приобретать муниципальное и государственное имущество.» Также существуют другие меры, о которых вы сможете более подробно узнать на сайте государственной Думы, но мы затронули актуальные меры поддержки для нашей темы.

В заключение хотелось бы сказать, что спрос и предложение во время пандемии были достаточно нестабильны. COVID-19 стал для производителей серьезным испытанием, так как потребительский спрос меняется каждый день. Такие трудно прогнозируемые изменения оставили отрицательный след на работе многих предприятий и организаций России.

#### **Используемые источники:**

- 1) Как пандемия изменила потребительский рынок и повлияла на моду [Электронный ресурс] URL: <https://news.rambler.ru/sociology/45128513-kak-pandemiya-izmenila-potrebitelskiy-rynok-i-povliyala-na-modu/>
- 2) Поддержка бизнеса в период распространения коронавируса: что сделано [Электронный ресурс] URL: <http://duma.gov.ru/news/48315/>