

КАК ПАНДЕМИЯ COVID-19 ПОВЛИЯЛА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ?

Весной 2020 г., когда волна пандемии COVID-19 обрушилась на весь мир, люди повсеместно сократили расходы, что повлекло за собой сокращение спроса и спад продаж на мировом рынке. Отмечается, что пандемия COVID-19 уже вызвала структурные изменения в розничной торговле и существенно отразилась на поведении потребителей.

Так, консалтинговая компания Bain & Company, проведя опрос около 9,5 тыс. потребителей из разных стран, выяснила следующие тенденции в потребительском поведении:

- направленность на крупные бренды, производители которых имеют большие возможности приспособиться к ситуации и при этом не повышать цены;
- возрастающее внимание потребителей к своему здоровью;
- медленное восстановление затрат на активность вне дома;
- ориентированность на мнение ученых при выборе товара, а не на заявления маркетологов или представителей компаний;
- резкий сдвиг к онлайн-потреблению. В июне 2020 г. онлайн-магазины по всему миру имели почти 22 млрд посещений по сравнению с 16,07 млрд посещений в январе 2020 г., как подсчитали в Statista [1–3].

Для выяснения изменений в потребительском поведении граждан Республики Беларусь были проведены полевые исследования, в ходе которых удалось выяснить следующее:

- 63 % респондентов сократили посещение общественных мест;
- 74,9 % опрошенных покупают онлайн;
- 67,2 % респондентов склонны покупать про запас.

Кроме того, наблюдается увеличение количества заказов на доставку еды, особенно в деревни; значительное увеличение спроса на средства индивидуальной защиты — на 446 %; ухудшение финансового положения (основная экономия происходит за счет сокращения развлечений и отдыха вне дома, в то же время расходы на FMCG не сократились) [4].

Таким образом, исследование показало, что появление в Беларуси COVID-19 в большей степени отразилось на людях преклонного возраста, в то время как повседневная жизнь молодежи практически не изменилась, что может быть вызвано отсутствием строгого локдауна на территории Республики Беларусь. На основе

полученных данных можно выдвинуть следующие рекомендации ритейлерам: строгое соблюдение всех правил по предотвращению распространения коронавирусной инфекции; включение в ассортимент средств индивидуальной защиты; внедрение услуги доставки товаров как в крупные города, так и в деревни; предоставление скидок для медицинских работников; предоставление особой скидки при покупке на большую сумму; внедрение технологических новинок, предотвращающих появление очередей; постоянный контроль рынка и спроса на товары; создание резервного фонда, средств которого должно хватить на то, чтобы покрыть операционные расходы, связанные с возможным падением спроса, и пр.

Источники

1. Люди и пандемия: что определяет покупательское поведение в конце 2020 года [Электронный ресурс] // Spark.ru. — Режим доступа: <https://spark.ru/startup/ppc-world/blog/69372/lyudi-i-pandemiya-chto-opredelyaet-pokupatelskoe-povedenie-v-kontse-2020-goda>. — Дата доступа: 22.03.2020.

2. Пандемия Covid-19 на 5 лет ускорила рост глобального рынка e-commerce [Электронный ресурс] // Belretail. — Режим доступа: <https://belretail.by/article/pandemiya-covid-na-let-uskorila-rost-globalnogo-ryinka-e-commerce>. — Дата доступа: 25.03.2020.

3. Исследование E-data: Что произошло на рынке e-commerce Беларуси в 2020 году? [Электронный ресурс] // Belretail. — Режим доступа: <https://belretail.by/news/chto-proizoshlo-na-ryinke-e-commerce-belarusi-v-godu-issledovanie-e-data>. — Дата доступа: 25.03.2020.

4. «Продажи просто взлетели». Что раскупали белорусы в разных магазинах [Электронный ресурс] // Финансы.tut.by. — Режим доступа: <https://finance.tut.by/news679076.html>. — Дата доступа: 27.03.2020.