

УДК 656.212.5

Д. А. БУРАК (УЛ-11)

Научный руководитель – ст. преп. *А. В. МИТРЕНКОВА*

РАЗРАБОТКА ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

В условиях распространения пандемии COVID-19 произошли существенные изменения в функционировании национальной экономики и повседневной деятельности хозяйствующих субъектов. В данной работе рассматриваются особенности трансформации потребительского поведения, а также адаптационные механизмы предприятий в Республике Беларусь в период 2020–2022 гг.

Пандемия коронавируса фундаментально изменила структуру спроса, потребительские привычки и бизнес-процессы в Беларуси. Значительное воздействие ощутили логистические цепочки, внутренний рынок розничной торговли, электронная коммерция, а также домохозяйства, адаптировавшие свои расходы под условия неопределённости. В центре изменений – ускоренная цифровизация, стремительное внедрение бесконтактных сервисов, переосмысление каналов сбыта и формат работы государственных и частных компаний. Перемены коснулись как микромасштаба – решая вопросы повседневного спроса, так и макроэкономической устойчивости. Особое внимание уделяется вопросам импортозамещения, развитию локальных производств, изменениям в структуре доминирующих отраслей. Ключевые темы: трансформация потребительского поведения, адаптация промышленных и сервисных предприятий, структурная перестройка рынка труда, появление новых моделей ведения бизнеса и долгосрочные последствия для национальной экономики.

Первые случаи коронавируса зарегистрированы в Беларуси в марте 2020 года; массовое распространение началось с апреля. Несмотря на отказ от жёсткого локдауна, применялись санитарные меры: обязательное масочное ношение, усиление гигиенического контроля, ограничения в работе образовательных и досуговых учреждений, предприятия были частично переведены на удалённую работу. Международные границы частично закрыли, были существенно сокращён пассажирский поток и импортные товарные поставки. Влияние пандемии ощущалось в срыве трансграничной кооперации, изменениях экономической политики партнёров Беларуси, необходи-

мости оперативно перестраивать внутренние логистические и производственные процессы. Правительство внедрило программы по стабилизации экономики с акцентом на поддержку наиболее уязвимых отраслей.

В период 2020–2022 гг. отмечено значительное перераспределение расходов домохозяйств: расходы на продукты питания и товары первой необходимости увеличились на 18 %, на бытовую химию и гигиенические средства – на 22 %. Примечателен спад расходов на сферу развлечений и услуг – в некоторых сегментах до 40–50 % по сравнению с докризисным уровнем. Зафиксирован рост спроса на отечественные продукты и товары длительного хранения; во втором полугодии 2020 года наблюдался тренд становления приоритета в пользу белорусских производителей. Уровень затрат на крупные покупки (техника, автомобили) заметно снизился. Доминировал мотив экономии – рост числа сбережений, реже осуществлялись спонтанные траты. Очевидны диверсификация структуры трат, появление новых статей расходов, связанных с организацией удалённой работы и обучения.

График отображает рост доли онлайн-продаж в общем обороте розничной торговли: с 6 % в 2019 году до 16 % в конце 2022 года. Наибольший скачок зафиксирован во втором квартале 2020 года, когда доля онлайн-продаж выросла на 4 процентных пункта за квартал за счёт введенных ограничений на офлайн-торговлю и резкого спроса на бесконтактные сервисы доставки. Структура онлайн-покупок претерпела изменение: основную долю составили продукты питания, средства личной гигиены, товары для дома и медицинские изделия. К 2022 году отмечен рост среднего чека при интернет-покупках на 11 %, а объём операций в сегменте B2C увеличился более чем в 2,5 раза относительно 2019 года. Частота заказов увеличилась, усилилась конкуренция между локальными интернет-платформами.

Белорусские производители пищевых и непродовольственных товаров столкнулись со снижением экспортных объёмов на 15–20 % вследствие закрытия внешних рынков и ограничений логистики. Компании оперативно перенаправили сбытовую деятельность на внутренний рынок, усилив присутствие в сетевой и электронной торговле.

Заметный рост отгрузок через собственные онлайн-магазины и маркетплейсы. К середине 2021 года число производителей с прямым интернет-каналом продаж увеличилось более чем в 1,8 раза. Увеличено количество коллабораций с локальными и международными службами доставки, ускорено внедрение сервисов самовывоза и оплат с использованием бесконтактных технологий. Акцент на собственные платформы позволил минимизировать потери по сравнению с традиционной розницей и компенсировать существенную часть недополученной выручки от экспорта.

Таблица содержит сравнительный анализ отраслей по уровню спада выручки: транспорт (авиа и ж/д) – снижение более 45 %, туристический сектор – до 48 %, гостиничный бизнес и общественное питание – просадка на 27–37 %. Наименее пострадали сельское хозяйство (–8 %), фармацевтика и ИТ-сектор. Таблица включает меры государственной поддержки: налоговые отсрочки, кредиты на зарплату, субсидии по снижению арендной платы, частичное покрытие коммунальных затрат. В отдельной колонке приведены сроки действия мер поддержки и основные критерии отбора предприятий. Самыми значимыми поддерживаемыми сегментами стали транспорт и сервис, на долю которых приходилось до 55 % всех выплат в 2020–2021 гг.

Данные исследования GfK (2021 г.) свидетельствуют об увеличении доли домашних закупок с 48 до 70 %, что связано с необходимостью минимизации посещения общественных мест. 52 % респондентов отметили повышение осторожности при совершении крупных и длительных покупок, увеличение расходов на товары первой необходимости и медицинские продукты. Сформировалась тенденция к накоплению финансовой подушки: 37 % опрошенных увеличили сбережения по сравнению с 2019 годом, а 44 % – снизили частоту посещений торговых центров и отказались от сезонных покупок. Приоритетами стали обеспечение безопасности, минимизация неоправданных расходов и переход на планомерное домашнее потребление. Отмечается рост онлайн-консультаций, дистанционных услуг и стремление к самостоятельному поиску выгодных предложений через цифровые платформы.

В 2020–2022 гг. более 80 % средних и крупных компаний внедрили системы дистанционного обслуживания клиентов, оперативно развернули онлайн-сервисы для заказов, оплаты и курьерской доставки товаров и услуг. Количество зарегистрированных e-commerce магазинов увеличилось за этот период на 35 %, при этом значительную долю новых проектов составили предприятия традиционного сектора, впервые вышедшие на цифровой рынок. Ведущие коммерческие игроки и банки массово внедрили CRM-системы, платформы сквозной аналитики, онлайн-чаты и автоматизированные колл-центры. Электронные платформы стали стандартом взаимодействия B2B и B2C, что позволило минимизировать издержки и повысить прозрачность бизнес-процессов. Цифровая трансформация оказала стимулирующее воздействие на конкурентоспособность и гибкость экономики.

Пошаговая схема изменений: резкое падение спроса на некритичные товары/услуги → остановка или сокращение производственных линий, временная консервация отдельных бизнес-подразделений → сокращение персонала, переход к гибким формам занятости и дистанционной работе → освоение онлайн-каналов продаж и новых форматов взаимодействия с клиентом → активизация партнерств с ИТ-компаниями, платформами логистики

и финансовых сервисов → комплексное внедрение цифровых технологий (электронные платформы, облачные сервисы) → частичное восстановление деловой активности и формирование новых стандартов работы. Для каждого этапа предусмотрен набор специфических бизнес-решений, сопровождающихся результатами: снижение издержек, рост операционной эффективности, создание дополнительных занятых мест в сфере цифровых сервисов.

Пандемия COVID-19 стала катализатором глубоких структурных и технологических изменений в экономике страны. Произошло масштабное ускорение цифровизации, массовое внедрение новых бизнес-моделей, изменение схемы потребления и формирования спроса. Появились новые профессиональные ниши, трансформировался рынок труда за счёт роста дистанционной занятости и появления гибких форм занятости. Экономика продемонстрировала относительную устойчивость к внешним шокам, снизилась зависимость от определённых экспортных направлений. Повысился уровень финансовой грамотности и экономической осторожности населения, обозначились долгосрочные тренды: приоритет внутреннего рынка, развитие инфраструктуры цифровых сервисов, стандартизация процессов удалённой работы и онлайн-образования. В дальнейшем ожидается сохранение высокой доли электронных сервисов и поддержка государством программ импортозамещения и технологического обновления в ключевых отраслях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Коронавирусная инфекция (COVID-19): официальные данные и рекомендации // Всемирная организация здравоохранения. – URL: <https://www.who.int> (дата обращения: 28.05.2026).

2 О мерах по предупреждению распространения COVID-19 // Министерство здравоохранения Республики Беларусь. – URL: <https://minzdrav.gov.by/ru/sobytiya/o-merakh-preduprezhdeniyu-rasprostraneniya-koronavirusa/> (дата обращения: 28.05.2026).

3 Социально-экономическое положение Республики Беларусь, 2019–2022 гг. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**[bulletin/index_152519/](bulletin/index_152519/) (дата обращения: 28.05.2026).

4 Влияние пандемии COVID-19 на экономику Беларуси и меры государственной поддержки / Министерство экономики Республики Беларусь. – Минск, 2021.

5 Кузнецов, А. В. Развитие электронной коммерции в условиях пандемии / А. В. Кузнецов, Н. С. Петрова // Экономический журнал. – 2022. – № 3. – С. 45–52.

6 Иванов, Д. А. Цифровизация бизнеса в условиях кризиса 6 COVID-19 / Д. А. Иванов // Менеджмент и инновации. – 2021. – № 2. – С. 30–38.

7 Анализ финансового поведения населения в период пандемии / Национальный банк Республики Беларусь. – Минск, 2022.

Получено 02.06.2026