

**МАРКЕТИНГОВОЕ РЕАГИРОВАНИЕ
НА ИЗМЕНЕНИЕ МОДЕЛЕЙ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ
В ПРОЦЕССЕ ПАНДЕМИИ:
ПОСТАНОВКА ВОПРОСА**

doi: 10.25728/coronacrisis.2020.19-okolnishnikova

Кризисные явления в экономике, вызванные пандемией коронавируса, не имеют аналогов в мировой практике. К тому же, до настоящего времени большинство гипотез, связанных с возможными сценариями развития и последствиями пандемии, носит сугубо вероятностный характер. Как следствие, неясными остаются сроки и траектории выхода из экономического кризиса.

Вместе с тем, уже сейчас можно выделить ряд тенденций, связанных с изменениями традиционных моделей потребительского поведения, устоявшихся взглядов и привычек потребителей, которые, вероятнее всего, сохранятся и по окончании COVID-19. Их анализ, оценка и использование при разработке антикризисных маркетинговых стратегий предприятий позволят повысить эффективность маркетингового планирования и, в конечном итоге, ускорить восстановление отечественной экономики. Все это актуализирует проблему изучения изменения потребительского поведения в условиях пандемии.

В ходе изучения вопроса автором были проанализированы интернет-ресурсы, а также материалы экспертной аналитики крупнейших финансово-кредитных организаций и туроператоров России, использованы методы синтеза, обобщения и сравнительного анализа.

По данным Сбербанка России, только за первую неделю карантина (с 30 марта по 5 апреля) финансовая активность российских потребителей снизилась более чем на 22%. При этом пик падения пришелся на сферу услуг, где безналичные расходы упали более чем на 58% относительно аналогичного периода прошлого года. Быстрое падение переживает также спрос на

2. Рыкова А., Лушникова А. Зона неизвестности: как быстро туристический рынок сможет восстановиться после пандемии // <https://ru.rt.com/ft16>.

3. Сапожников П. Нет даже сил стучать зубами // yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwww.forbes.ru%2Fbillionaire-school%2F396281-net-dazhe-sil-stuchat-zubami-istorii-treh-kompaniy-iz-otrasley-porazhennyh.

4. Сбербанк назвал категории товаров с падением трат практически до нуля // www.rbc.ru/finances/08/04/2020/5e8d88b49a7947f62a2c677e.

5. Чепуренко А. Вынужденная дистанция: каким будет общество после пандемии // www.rbc.ru/opinions/society/01/04/2020/5e8306e79a79473434a103da.