

## **ЭКОНОМИКА ПОСЛЕ КРИЗИСА: ПЕРСПЕКТИВЫ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

doi: 10.25728/coronacrisis.2020.17-goridko

Экономический кризис, вызванный эпидемией коронавируса в одних странах и усилившийся под ее влиянием – в других, уже стал реальностью. По прогнозам МВФ, падение экономики в 2020 году состоится в 157 странах из 194, включая Россию [1]. Причем, это падение в среднем составит 3% в год, а для нашей страны снижение прогнозируется на уровне 5,5%.

Поскольку в данном материале мы собрались говорить о перспективах, сразу хотим отметить, что есть сектора экономики, на восстановление которых в полном или даже половинном объеме ближайший год-два рассчитывать совершенно не приходится. Это так называемые ТОП-5 пострадавших от коронавируса, а именно: пассажироперевозки (в первую очередь – авиаперевозки пассажиров), туризм, гостиничный бизнес, сфера развлечений (кинотеатры, игровые центры, концертные туры и пр.), а также различного рода спортивные мероприятия и агенты, задействованные в их проведении и трансляциях, которые получают на этом основные доходы.

Что касается пассажироперевозок, то в отдельных странах приостановил работу не только авиа-, но и железнодорожный, а также любой другой пассажирский транспорт. Так, в Украине остановили метро, в отдельных городах не курсирует также городской транспорт, исключение составляет спецтранспорт для медицинского персонала и работников предприятий и организаций, имеющих отношение к ЖКХ, отдельным объектам инфраструктуры, полиции, оборонной сфере, продовольственному обеспечению. Движение метрополитена было ограничено в Великобритании и Испании: закрыты отдельные линии и станции. Многие коммерческие перевозчики находят выход и из этой ситуации, так авиакомпании Delta, Korean Air, Scoot, British Airways и Cathay Pacific объявили о переводе части своего пассажирского парка в коммерческие

грузоперевозки [2]. В России, например, во время самоизоляции в ЯндексТакси появились новые сервисы: «Доставка» и «Курьер», которые позволяют без личного участия с большей или меньшей скоростью передать небольшие посылки, документы от двери до двери, тем самым водители и сам сервис частично компенсируют потери от снижения пассажиропотока.

Некоторые туристические «мекки» уже готовятся к текущему сезону. В Турции предполагают возможность открытия отелей для приема отдыхающих уже в июле, массово – в августе 2020 года. При этом ввели обязательную сертификацию отелей, которая предусматривает необходимость социального дистанцирования клиентов, регулярную санитарную обработку, проверку здоровья персонала и использование им средств защиты [3]. Кроме того, в отеле должен постоянно дежурить врач, а в штате – быть риск-менеджер. Естественно, все указанные мероприятия предполагают необходимость «разреженного» поселения и отдыха, что, несомненно, приведет к его удорожанию. Добавим к этому временный отказ от чартерных рейсов и получим стоимость тура, в разы превышающую прошлогоднюю.

С индустрией развлечений – ситуация иная. Уже сегодня многие заведения такого рода предлагают виртуальные экскурсии по залам, выставкам, галереям и т.д. Причем ценители находят здесь определенные преимущества: можно этим заняться в любое время дня и ночи, рассмотреть экспонаты вблизи и в разных ракурсах, остановиться в определенном месте и вернуться в него, когда захочешь. Кроме того, вокруг нет толп туристов, очередей и никто тебя не подгоняет. Тем не менее, музеи и выставки от таких презентаций никаких доходов не получают, но на содержание этих помещений, как и прежде, тратятся немалые суммы. Видится, что созданные сегодня видеоэкскурсии, совершенствуясь и дополняясь, найдут в будущем свою коммерческую реализацию через специализированные сайты, или создатели (владельцы) этих роликов станут получать доходы от включения определенной рекламы других контрагентов.

Нельзя не отметить социально значимые во время самоизоляции проекты, позволяющие бесплатно смотреть кино, слушать любимую музыку, заниматься спортом под онлайн уроки профессиональных инструкторов (тренеров) и даже

осваивать новые навыки, касающиеся различных сфер. Бесплатными стали отдельные сервисы, например, «ЯндексМаршрутизация», Airbnb, большое количество продуктов для проведения видеоконференций и т.д. [4]. Более того, в некоторых мессенджерах и почтовых сервисах функция видеоконференций только появилась.

В связи с этим отметим, что отдельные категории потребителей, которые ранее могли негативно относиться к онлайн сервисам, например, люди старшего поколения, составляющие на сегодняшний день группу риска, вынужденно их освоят в той или иной мере. Поскольку им из режима самоизоляции выйти в ближайшее время вряд ли удастся, у некоторых пользователей такого рода эти занятия могут войти в привычку, другие увидят определенные преимущества онлайн покупок.

Кстати, именно в онлайн покупках наиболее явно проступает идея Жан-Жака Ламбена [5] о том, что даже в тех случаях, когда потребителю кажется, что он покупает товар, овеществленное благо, он все равно вместе с ним покупает и услугу его продажи. В процедуре онлайн покупок само вещное благо максимально отделено от услуги его продажи, упаковки, доставки и прочих сопутствующих процессов, к качеству самого блага не имеющих прямого отношения.

Таким образом, даже те сферы, в которых, казалось бы, наблюдается абсолютный провал, не лишены возможностей развиваться через перепрофилирование, переориентацию или изменение формата деятельности. Пускай на сегодняшний день их функционирование в новом образе не окупается, но это дает возможность не сокращать основную часть персонала, держать людей в тонусе, когда они не утрачивают имеющихся компетенций и зарабатывают новые. При этом формируется пакет продуктов, которые можно будет предлагать и по прошествии кризиса. Кроме того, посредством бесплатных на сегодняшний день или новых сервисов поддерживается или завоевывается лояльность потребителей, формируется их приверженность.

Сфера услуг, предоставляемых населению (за исключением описанных выше), конечно же, возобновит свою деятельность в первую очередь после смягчения режима самоизоляции. Речь

идет, прежде всего, о предприятиях, занимающихся ремонтом, гарантийным обслуживанием, торговлей непродовольственными товарами, о салонах красоты, парикмахерских, маникюрных салонах и т.д. Впрочем, некоторые из таких учреждений находили работу для своего персонала и во время самоизоляции, к примеру, в социальных сетях распространялась реклама: «Подберем с помощью опытного специалиста и доставим курьером до двери средства для самостоятельной окраски волос». Что касается магазинов, торгующих непродовольственными товарами, многие из них переключились на онлайн продажи, при этом запустили дополнительную рекламу, которая призвана стимулировать покупателя воспользоваться услугами именно этого магазина, в том числе благодаря предоставлению различных скидок, бонусов и пр. Мы считаем, что любые предприятия (не только торговые, но и производственные), которые ранее занимались онлайн продажами (пусть даже их объем был не слишком велик по сравнению с традиционными продажами оффлайн), а также те, кто вовремя уловил тренд и начал этим заниматься хотя бы сейчас, получили огромное конкурентное преимущество и имеют все шансы увеличить свою долю на соответствующих рынках.

Также в сфере услуг в первые недели после снятия (смягчения) ограничений будет наблюдаться увеличение числа клиентов в связи с возросшим отложенным спросом. В то же время, падение платежеспособности населения повлияет на этот спрос негативно. Тем не менее, любые социальные выплаты, будь то дополнительные выплаты к материнскому капиталу, пособия по безработице (для утративших работу во время эпидемии), а также заработные платы (в т.ч. полученные через предоставление беспроцентных кредитов малому бизнесу по Программе Правительства) будут иметь значительный мультипликационный эффект для экономики в целом.

Кроме того, хотелось бы отметить дальнейшее развитие логистических сетей, которые призваны организовать процесс сбора и распределения заказов, товаров, их доставку от мест хранения (упаковки, распределения) до конечного потребителя, - кстати, ЯндексМаршрутизация этому в помощь. Недаром в последнее время на Работа.ру появилось множество вакансий курьера, упаковщика и пр. Частично увеличение спроса на такие низкоквалифицированные виды работ способно несколько

снизить растущую (в основном, скрытую) безработицу в соответствующей низкодоходной стране.

Естественно, рынок труда под влиянием необходимости самоизоляции также изменился. Многие учреждения перевели своих сотрудников на удаленный режим работы, что требует от них не только наличия соответствующих навыков работы с различными программными продуктами, к этой удаленной работе «прилагающимися», но и освоения дополнительных функций, которые ранее не предполагались. Более того, некоторые компании ищут специалистов, обладающих востребованными ныне интерспецифическими компетенциями, например, специалиста по тендерам с опытом работы на электронных площадках, телемаркетолога и пр. [6], предлагая им очень достойную заработную плату.

Для учреждений, которые не прекращали свою работу, так как относятся к предприятиям непрерывного цикла, - медицинским, обеспечивающим население продуктами питания и предметами первой необходимости и т.д., в полном соответствии с [7], - мы также видим новые направления развития. Например, чтобы «вписаться» в соответствующий список, на сегодняшний день некоторые предприятия общественного питания работают «на вынос» или «на доставку», что позволяет им сохранить рабочие места, окупить (хотя бы частично) постоянные затраты, т.е. удержаться на плаву в непростое время, возможно, расширив при этом клиентскую базу. Часть организаций, деятельность которых диверсифицирована, после отмены ограничений, скорее всего, выделит из своей структуры второстепенные, вспомогательные подразделения, которые во время нерабочего для остальных агентов периода сумели занять освободившиеся рыночные ниши.

Следовательно, несмотря на то, что мы живем в «коронакризисное» время, экономическим агентам не только можно, но и нужно смотреть в будущее, находя для себя и своих сотрудников новые перспективы.

## Литература

1. МВФ предсказал наихудший спад мирового ВВП после Великой депрессии / РБК [Электронный ресурс, 14.04.2020]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/14/04/2020/5e95b6fa9a794742620aeabc>.

2. Вершинин М. Коронавирус вынудил переделывать пассажирские самолёты в грузовые / Популярная механика [Электронный ресурс, 26.03.2020]. – Режим доступа: <https://www.popmech.ru/technologies/news-561384-koronavirus-vynudil-peredelyvat-passazhirskie-samolyoty-v-gruzovye/>.

3. Даниленко Д., Шекер М. Соблюдайте дистанцию: туристам на пляжах Турции запретят сдвигать лежаки / TourDom.ru [Электронный ресурс, 04.05.2020]. – Режим доступа: <https://www.tourdom.ru/news/soblyudayte-distantsiyu-turistam-na-plyazhakh-turtsii-zapretyat-sdvigat-lezhaki.html>.

4. Юнусов Л. Список сервисов, ставших бесплатными из-за короновируса / Inc. [Электронный ресурс, 17.03.2020]. – Режим доступа: <https://incrussia.ru/understand/in-time-of-plague/>.

5. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг. СПб.: Питер, 2007. – 800 с.

6. Кому предлагают до 500000 рублей в месяц во время эпидемии / ЯндексДзен [Электронный ресурс, 14.04.2020]. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/ystroim/komu-predlagaiut-do-500-000-rublei-v-mesiac-vo-vremia-epidemii-5e94a56c63a0a8620b64d16d>.

7. Письмо Минтруда России от 26.03.2020 N 14-4/10/П-2696 «О направлении Рекомендаций работникам и работодателям в связи с Указом Президента РФ от 25.03.2020 № 206» (с изм. от 27.03.2020) / КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_348593/96c60c11ee5b73882df84a7de3c4fb18f1a01961/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348593/96c60c11ee5b73882df84a7de3c4fb18f1a01961/).