

УДК 339.13.017

UDC 339.13.017

**ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РЫНОЧНУЮ ПОЗИЦИЮ
КОМПАНИИ «MARK FORMELLE»
IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON MARK FORMELLE'S
MARKET POSITION**

Василенко Ю.А., студент гр.974004, Тумилович Ю.В., студент гр.974004

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Файзрахманов Ф.М. – старший преподаватель

Vasilenko Y.A., student group 974004, Tumilovich Y.V., student group 974004

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus*

Fayzrakhmanov F.M. - Senior Lecturer

Аннотация. Коронавирусная инфекция оставила большой след в мире торговли. К маю 2020 года объем мировой торговли сократился на 17,6% по сравнению с базовым значением. Контролировать заболеваемость среди сотрудников стало всё тяжелее, а посещаемость магазинов резко упала. В апреле белорусское правительство стало вводить ограничительные меры. Ограничения существенно изменили процесс покупок. Белорусы оказались отрезаны от привычных магазинов и перешли в интернет. Магазинам розничной торговли всё труднее становилось контролировать ситуацию, однако сильные и устойчивые компании сумели пережить тяжелые времена и даже смогли увеличить прибыль.

Ключевые слова. COVID-19, розничная торговля, модная одежда, переориентация производства

Annotation. The coronavirus infection has left a big mark on the world of commerce. By May 2020, global trade was down 17.6% from the baseline. It has become increasingly difficult to control the incidence of illness among employees, and store traffic has plummeted. In April, the Belarusian government began to introduce restrictive measures. The restrictions have significantly changed the shopping experience. Belarusians were cut off from their usual shops and switched to the Internet. Retailers found it increasingly difficult to control the situation, but strong and resilient companies were able to survive difficult times and were even able to increase profits.

Keywords. COVID-19, retail, fashionable clothes, production reorientation

Эпидемия коронавируса оказала влияние на все отрасли экономики. Прежде всего, эпидемия оказала влияние на повседневную жизнь людей и, в частности, на розничную торговлю, которая пережила масштабную перестройку в последние месяцы во многих странах.

Компании по-прежнему конкурируют за внимание покупателей, однако теперь конкуренция приняла совсем иную форму, так как на первый план вышли совсем другие факторы, чем буквально год назад.

Цель проведенного исследования: изучить влияние пандемии на розничную торговлю модной одеждой на примере белорусской компании «Mark Formelle», рассмотреть, как компания оптимизировала работу.

ВВП Беларуси всего 0,14% от мирового производства. Национальная экономика не является самодостаточной, но зависит положения в России, Европе, Китае и глобальных процессов [1]. Сама эпидемия катастрофой для республики не стала. А вот общественное мнение и привычки начали меняться. Весной наблюдалось напряжение во всех сферах: закрывались или фактически не работали большинство развлекательных учреждений, спортивные клубы, детские кружки, курсы и пр. А это уменьшение платежей в бюджет и еще большее падение уровня жизни работников этих сфер. Столичные торговые дома теряли до 70-80% выручки. В такой ситуации уже сложно было говорить о какой-то прибыли, то только о серьезных убытках.

Какой бизнес особенно сильно пострадал от пандемии коронавируса? Чаще всего называют авиакомпании, всю индустрию туризма, рестораны, кинотеатры, такси. В этот список непременно следует включить и магазины, торгующие одеждой, в том числе и модной. Рассмотрим основные проблемы.

1. Одна из основных рекомендаций для снижения риска распространения эпидемии коронавируса – снизить количество контактов, избегать мест массового скопления людей. Пандемия сильно ударила по торговой сети «Mark Formelle»: весной посещаемость магазинов упала в среднем на 20%. Кроме того, когда ситуация понемногу приходила в норму, все ещё из-за пандемии и рецессии у потребителей не было желания заниматься шопингом. Из этого следует и снижение спроса, особенно в период весна-лето.

2. Непроданный товар из весеннего ассортимента. Казалось бы, шансы на выживание у продавцов одежды должны быть неплохими. Товар у них не скоропортящийся, норма прибыли немалая, так что после свертывания карантинных мер можно спокойно открывать магазины и ждать клиентов с их отложенным за время сидения дома спросом. На самом деле все совсем не так. Одежда - товар как раз скоропортящийся, поскольку сезонный. Продать модную вещь с хорошей прибылью можно только в преддверии или в начале сезона, затем она быстро теряет в цене. Отсюда - специфическая беда, с которой столкнулись из-за COVID-19 белорусские (и не только) магазины одежды.

3. Отметим, что карантин и удаленная работа лишили стимула обзавестись обновкой. Ведь для чего представители среднего класса, имеющие, как правило, хорошо заполненный гардероб, приобретают новую одежду? Чтобы "на людей посмотреть и себя показать". Однако карантинное сидение дома, запрет на массовые мероприятия, включая вечеринки и крупные семейные торжества, например, свадьбы, а также неясные перспективы летнего отпуска лишили многих потребителей поводов и стимулов обзаводиться обновкой, принаряжаться.

4. Стоит упомянуть так же про риск заражения среди сотрудников. Особенно через работников касс проходит большой поток покупателей, поэтому они подвержены не только риску заразиться самим, но и заразить других сотрудников или покупателей.

Если в начале 2020 года модная индустрия относилась ко вспышке коронавируса настороженно, но без явной опаски, то теперь, когда эпидемия распространилась по всем континентам, игнорировать ее (и панику вокруг) стало невозможно. Рассмотрим, как «Mark Formelle» справлялся с ситуацией.

Белорусский производитель одежды «Mark Formelle» ближе к весне сообщил, что отложил выпуск весенней и летней коллекций, поскольку производство переориентировано на выпуск медицинских изделий. Восемьдесят процентов оборудования наладили так, чтобы удовлетворить потребность медицинских учреждений в комбинезонах, масках и бахилах для персонала. «Реальное дело громче любых слов, поэтому часть пошитых комбинезонов мы подарим инфекционным больницам», — говорится в Instagram-аккаунте «Mark Formelle» [2]. Всего за год было произведено более 3,8 млн. единиц. «Mark Formelle» безвозмездно помогал больницам, приютам, домам престарелых. В сотрудничестве с ЕРАМ был налажен выпуск инновационной маски GENTL, запущен бизнес-челлендж «#разам_ад_заразы», который поддержали многие белорусские компании [3].

Для торговли пандемия означает снижение количества «офлайн» покупателей в магазинах и торговых центрах и магазины «Mark Formelle», как мы уже упоминали ранее, это не обошло стороной. Посещаемость магазинов резко упала, однако компания не закрыла ни одного магазина. Возникла острая необходимость срочного перевода продаж в сеть интернет, организации эффективной удаленной работы сотрудников и служб, отвечающих за прием заказов, закупки,

доставку. «Mark Formelle» удалось нормализовать работу, и нагрузка ушла в онлайн. Продажи в интернет-магазине выросли более, чем в 2 раза.

Также весной практически все офисы компании перешли на «удаленку». Сегодня сотрудники посещают офисы по расписанию, чтобы минимизировать контакты. Некоторые полностью работают из дома. В компании не было увольнений, связанных с ситуацией.

В итоге для «Mark Formelle» 2020 год стал вполне удачным. Белорусский бренд одежды стал одним из бизнесов, который освоил производство масок на волне пандемии коронавируса и смог удержать контроль над ситуацией. Этот продукт как был, так и остается весьма востребованным на рынке. Рост выручки по сравнению с предыдущим годом составил около 60 млн рублей: 190,6 млн в 2020-м против 128,4 млн в 2019-м. [4]



Рисунок 1 – Рост выручки компании «Mark Formelle»

Можно сделать вывод, что это довольно устойчивый бизнес, способный не только остаться на рынке, но еще и выйти в плюс даже в такой трудный период. Кроме того, «Mark Formelle» креативно подвели итоги года: компания выпустила новую коллекцию нижнего белья и запустила рекламный ролик, который помог остальным с иронией взглянуть на непростой год и отпустить ситуацию [5]. Именно благодаря смекалке, гибкости, скорости реакции, командной работе этот бренд остаётся одним из лидирующих на рынке Беларуси.

Список использованных источников:

1. Экономические последствия коронавируса [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/ekonomicheskie-posledstviya-koronavirusa/> - Дата доступа 28.03.2021
2. Официальный аккаунт компании Mark Formelle в Instagram [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.instagram.com/markformelle/>
3. Mark Formelle обратился к другим брендам с призывом #разам_ад_заразы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://marketing.by/novosti-rynka/mark-formelle-obratilsya-k-drugim-brendam-s-prizyvom-razam-ad-zarazy/> - Дата доступа 28.03.2021
4. Официальный сайт компании Mark Formelle [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://markformelle.by/> - Дата доступа 28.03.2021
5. Итоги года от Mark Formelle [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://belretail.by/news/esli-god-polnaya-j-pust-ona-budet-skazochno-krasivoy-itogi-goda-ot-mark-formelle> - Дата доступа 29.03.2021