

CAF

CENTRAL ASIA FASHION

AUTUMN-2021

16-18.09.2021

Almaty, Kazakhstan
г. Алматы, Казахстан



28 МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА МОДЫ INTERNATIONAL FASHION EXHIBITION

Создавая новые возможности

Экспертное мнение: прогноз и план перезагрузки казахстанского ритейла

Контроль бизнес-аккаунтов в социальных сетях, выведение экономики из тени, перегибы власти в пандемию: эксперт Союза торговых сетей РК поделился планом и прогнозами взаимодействия государства и ритейла.

О том, как выживал бизнес в условиях «выручка - ноль» и как коронакризис обрушил рынок ритейла, а также, как зарабатывать в условиях неопределенности и возможных перемен в работе с государством рассказал на бизнес-конференции международной выставки моды Central Asia Fashion заместитель председателя правления ОЮЛ «Союз торговых сетей РК» - Эльбеги Абдиев.

Эксперт отметил, что сейчас в Союз торговых сетей РК входит более 20 ведущих ритейлеров страны. Предмет деятельности организации - работа с госорганами, ассоциациями, Национальной палатой предпринимателей РК «Атамекен», направленная на улучшение условий бизнеса для торговли, включая МСБ.

«Из опыта работы с госструктурами могу отметить, что госорганы всегда больше радуют за малый и средний бизнес, считая, что у крупных игроков, и так достаточно ресурсов. Сейчас государство активно развивает тему, чтобы МСБ имел больший доступ в торговые сети. Например, в Мажилисе Парламента РК рассматривается внесение изменений в действующий закон о защите конкуренции, согласно которому вводят такое определение, как ключевые мощности. Так государство пытается сблизить МСБ с крупными ритейлерами. Целенаправленно ведутся действия по «отбеливанию» рынка ритейла. Например, введение обязательной маркировки или СНТ («сопроводительная накладная на товар», появилась в 2020 году). Все понимают, что это дополнительная нагрузка на бизнес, которая в итоге будет влиять на стоимость товаров, но таковы правила новой реальности.»

По планам Министерства торговли к 2025 году практически все товары должны проходить маркировку. В fashion ритейле эксперимент с маркировкой товара провели одним из первых с меховыми изделиями. Результат показал положительную тенденцию - количество официальных продаж меховых изделий возросло на 60 – 70% по сравнению с тем, что было в 2019 году.»



Эльбеги Абдиев, заместитель председателя правления ОЮЛ «Союз торговых сетей РК»

По информации эксперта, сегодня внутренняя торговля занимает второе место в ВВП Казахстана, и пандемия дала госорганам стимул для работы с этим сектором: *«Государство понимает, что торговля - одна из самых больших «серых зон», которая составляет до 34 процентов уровня теневой экономики страны. В планах Минторговли РК к 2025 году снизить этот показатель до 5 процентов, за счет введения СНТ и маркировки. Помимо этого с 1 января 2022 года для МСБ планируется снижение нагрузки на ФОТ (Фонд Оплаты Труда), с 34 до 20 процентов. И это тоже метод снижения уровня теневой экономики в Казахстане.»*

По словам Эльбеги Абдиева государство также планирует вывести из тени e-commerce, активно набирающий оборот после пандемии: «Министерство торговли и Министерство цифрового развития РК рассматривают идею обязательной регистрации бизнес-аккаунтов в социальных сетях. Таким образом электронную торговлю государство будет развивать изначально в легально-прозрачном русле, что позволит уже к 2025 году получить оборот до 15 процентов от всей внутренней торговли в стране».

Как коронакризис обрушил рынок ритейла

По мнению эксперта состояние казахстанского ритейла под влиянием коронакризиса – оставляет желать лучшего. «По данным Союза торговых сетей РК по итогам 2020 года объем торговли упал на 7,3 процента. Розничный оборот составил 22,5 триллиона тенге, из которых 30 процентов пришелся на Алматы. При этом объем инвестиций во внутреннюю торговлю упал на 24 процента. А это значит, что бизнес перестал верить в развитие ритейла».

В то же время аналитика Союза за прошлый год показала катастрофическое падение выручки ритейлеров Казахстана. От 60 до 90% выручки потеряли 6 процентов ритейлеров, тогда как всего только 38 процентов бизнесменов удержали свои потери в границе от 10 до 30 процентов. Помимо этого отмечается общее сокращение рабочих мест в ритейле: более 35% субъектов торговли вынуждены были уволить до 40% персонала, еще 20% - потеряли от 10 до 20% персонала. Половину своей команды потеряли 6 процентов ритейлеров, а 2 процента вообще уволили более 70% коллектива, что подразумевает закрытие бизнеса. Возникает вопрос – сколько компаний смогли сохранить свой коллектив? Ответ – скромные 30% ритейлеров закончили год либо с сохранением, либо с увеличением рабочих мест. «Очевидно, что прошлый год был для всех очень сложным. Выжили только самые сильные. Мое мнение, что со стороны государства имели место перегибы. Ярчайший пример: закрытие проезда в Алматы из Алматинской области», - поделился эксперт.



ВЛИЯНИЕ КОРОНОВИРУСА НА ТОРГОВЛЮ В 2020 ГОДУ

- ПО ИТОГАМ 2020 ГОДА ОБЪЕМ ТОРГОВЛИ УПАЛ НА 7,3% И СОСТАВИЛ 35,5 ТРЛ ТЕНГЕ
- РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ – 22 571,6 МЛРД ТЕНГЕ (АЛМАТЫ – 29,8%, НУР-СУЛТАН - 11,1%, ВКО – 9,2%).
- ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ В ТОРГОВЛЮ СОСТАВИЛИ 181,7 МРД ТЕНГЕ И УПАЛ НА 23,7%



7

По словам Эльбеги Абдиева, согласно официальной аналитике из открытых источников, экономика Казахстана плавно нормализуется: показатели близки к данным 2019 года. Однако по мнению Союза торговых сетей РК бизнесу еще далеко до восстановления. К тому же, рассчитывать на помощь со стороны государства в виде денег или субсидирования, не стоит.

Одновременно с этим эксперт отмечает, что государство сконцентрировано на формировании комфортной потребительской среды. Например, активно разрабатываются проекты по усилению защиты прав потребителя. Так, в 2020 году уже была рассмотрена централизованная система обращений потребителей, а так же жалоб на поставщиков, продавцов и ритейлеров.



План восстановления и рекомендации бизнесу

В завершении Эльбеги Абдиев дал рекомендации представителям малого и среднего бизнеса. В частности, он обратил внимание на изменение потребительских предпочтений в сторону отечественного производства. Эксперт отметил, что число потребителей, обращающих внимание на цену, выросло с 60 до 80%, а потребителей, которые «голосуют покупкой» благодаря акциям и скидкам – увеличилось на 35%. Исходя из этого, эксперт рекомендовал сосредоточиться ритейлерам на взаимодействии с крупными игроками рынка: *«Крупные ритейлеры – работают лучше любой рекламы. Мы видим, если поставщик заходит в крупную продовольственную торговую сеть, на рынке других каналов сбыта у них буквально в разы начинают расти продажи. Потому что потребитель больше начинает доверять. Продажи синхронно растут: в торговой сети, на базаре или в «магазинах у дома», и в других каналах сбыта.»*

В 2020 году было много негативных моментов, но позитивный в том, что в целом ритейл бизнес стал более конкурентным. Уверен, что дальше будут укрепляться крупные торговые центры, а вместе с этим будет развиваться коммуникация и лояльность с потребителем. Поэтому моя главная рекомендация - объединение ритейлеров».

При использовании данных релиза обязательно указание источника: Международная выставка моды Central Asia Fashion.