



Как будет меняться дальше большой ритейл Казахстана?

На бизнес-конференции 30-й международной выставке моды Central Asia Fashion, Заместитель председателя правления ОЮЛ «Союз торговых сетей РК» - Эльбеги Абдиев рассказал об экстремальной перезагрузке большого ритейла в Казахстане. Эксперт дал оценку новым реалиям большой розницы и правилам формирования измененной ритейл-среды в Казахстане, рассказал о том, как «лечить» платежно-логистический коллапс в стране и представил сценарий развития большого ритейла на рынке Казахстана глазами государства и непосредственно бизнеса.



Эльбеги Абдиев, Заместитель председателя правления ОЮЛ "Союз торговых сетей РК"

Отсутствие ассортимента и СТМ

О сложностях и потенциальном росте цен на все виды товаров эксперт бизнес-конференции CAF и Заместитель председателя правления ОЮЛ «Союз торговых сетей РК» - Эльбеги Абдиев предупреждал еще минувшей весной. Тогда основной проблемой специалист назвал изменение курса валюты, а также большее количества расходов, связанных с логистикой. На осенней сессии бизнес-конференции CAF Autumn-2022 спикер актуализировал и назвал новые риски.

Так, по мнению Эльбеги Абдиева сейчас основными факторами риска становится геополитическая ситуация, инфляция, нехватка кадров, снижение располагаемых доходов, сбой и изменение в цепочках поставок. В частности, вопреки ожиданиям и выходу на рынок большого количества новых товаров из Китая, предполагаемой замены привычным для потребителя товарам не произошло, в связи с чем идет ценовое изменение. В качестве примера эксперт взял бытовую химию: *«Сейчас наблюдается импорт товаров из Турции и из стран Европы. Это однозначно дороже с точки зрения логистики и с точки зрения себестоимости. Как мы наблюдаем, на некоторые наименования бытовой химии цены возросли в 5 раз».*

<p>1 Изменение цепочки поставок</p>	<p>Большая часть крупных международных брендов имели производственные мощности на территории РФ, либо логистический маршрут проходил через территорию РФ. Как следствие – изменение цепочки поставок, поиск производственных мощностей на территории других государств.</p>
<p>2 Рост инфляции за счет роста закупочных цен</p>	<p>Новая цепочка поставок для производителей, изменение валютного курса приводит к росту закупочных цен практически по всем крупным производителям. Ориентир – повышение закупочных цен на продукцию от 5 до 40%.</p>
<p>3 Дефицит продукции</p>	<p>Возможен временный дефицит продукции как food, так и non-food категорий связанный с:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Повышенным спросом со стороны РФ на продукцию, предназначенную для рынка Казахстана 2. Поставщикам требуется время для того, чтобы наладить цепочку поставок, выделить квоту на новый производственный мощности, подготовить соответствующую документацию для обеспечения РК продукцией в случае, когда импорт из РФ будет невозможен 3. Сокращение поставки объемов продукции из РФ в связи с ограничением экспорта готовой продукции и сырья и ориентира на внутренний рынок и потребителя 4. Запрет на ввоз со стороны Казахстана на ряд сырья
<p>4 Сокращение промо-акций по товарам</p>	<p>Около 20% производителей снизили с промо / сократили объемы либо предоставляемую скидку по своей продукции в розничных сетях. Это связано с тем, чтобы сохранить запасы продукции во избежание дефицита</p>

Слайд из презентации выступления Эльбеги Абдиева. Основные сложности в связи с санкционными ограничениями

Более того, согласно информации Эльбеги Абдиева, глобальные бренды уже не первый месяц оповещают торговые сети об отсутствии гарантий на поставки и ассортимент.

«Создавать производство в Казахстане и развивать его глобальным брендам не выгодно. Единственный выход, который у нас на сегодняшний день остается - закупать товары с других рынков. Все это нужно обязательно согласовывать с глобальными брендами, потому что они делят свои рынки на несколько кластеров: Центральная Азия, Россия, Ближний Восток, Африка, Европа, Америка и прочие. Все они очень следят за перетоком товаров с одного рынка на другой», - отмечает спикер бизнес-конференции САФ.

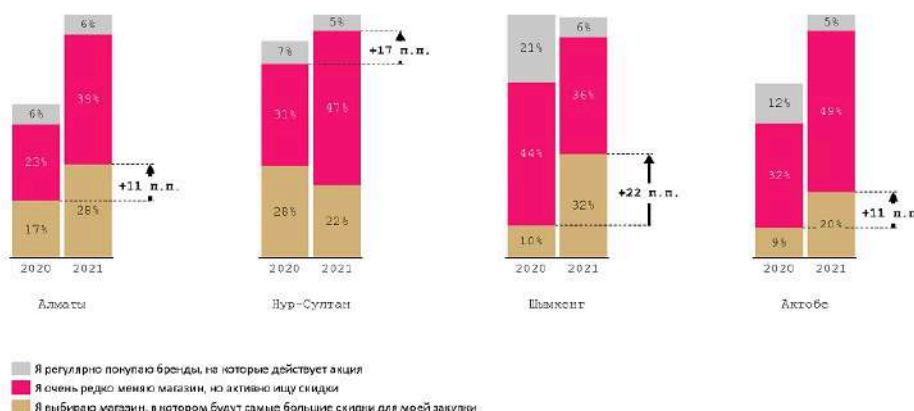
В качестве решения проблемы с ассортиментом эксперт озвучил появление в торговых сетях собственных торговых марок (СТМ), однако, по его словам, пока у казахстанского потребителя сохраняется высокая привязанность к брендам, и практика СТМ осваивается и медленно внедряется.

Промо-зависимость покупателей

В то же время спикер бизнес-конференции САФ Эльбеги Абдиев отметил изменение предпочтений покупателей: *«Мы видим двоякую ситуацию. В связи с тем, что падает ассортимент продукции, также возрастает дефицит товаров, и соответственно, многие поставщики меньше инвестируют в развитие своих брендов. А это как результат снижение акционных товаров. При этом со стороны потребителей идет, наоборот, рост спроса на акционные товары. Потому что, к сожалению, способность потребителей на покупку товара на сегодняшний день падает. Ранее мы наблюдали, что потребители просто шли в торговую сеть по привычке, то сейчас они сперва проверяют информацию по акциям, а затем делают выбор куда идти.»*

Промо зависимость значительно выросла, в Алматы, Шымкенте и Актобе покупатели выбирают магазин в зависимости от наличия глубоких промо

ИЗМЕНЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ РЕСПОНДЕНТОВ В 2020-2021 ГОДУ ПО ВЫБОРУ МАГАЗИНОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПРОМО, ДАННЫЕ NIELSEN



В ходе выступления было также отмечено, что в последнее время появилось много предложений от всевозможных агрегаторов, которые собирают все информацию по действующим скидкам на единый ресурс для удобства покупателей.

Ценовые прогнозы

Говоря о росте цен, эксперт бизнес-конференции Central Asia Fashion прогнозирует довольно скорые изменения: *«Мы видим, что санкционные ограничения затронули те товары, импорт от которых у нас достаточно высок. Это та же самая химия, нон-фуд, кондитерские изделия, алкоголь, чай, кофе. Это традиционные высоко импортозависимые товары для нашей страны. И, очевидно, на них цены на сегодняшний день по-прежнему растут. Потому что тот же элитный алкоголь, чай или кофе, местным производством невозможно будет заменить.»*

Цены на полке постоянно растут в связи с инфляцией, изменением стоимости сырья и курсом валют. Местные товары тоже растут в силу того, что они во многом зависят от импорта. Все это конечно же отражается на себестоимости продовольственных товаров. Я думаю, что в сентябре-октябре 2022 года казахстанцы почувствуют новый рост цен».

Цены на полке постоянно растут в связи с инфляцией, изменением стоимости сырья, курсов валют



Примеры изменения цен по ситуации на март 2022г

Категория	Изменение
Кофе	от 15 до 19%
Подгузники и детская гигиена	от 10 до 15%
Молочная продукция	от 5 до 15%
Кондитерские изделия	от 8 до 10%
Бытовая химия	от 15 до 25%
Сыры	от 20 до 40%
Алкоголь	от 16 до 46%
Напитки и энергетики	от 5 до 15%

Особенно сильно это коснулось категорий с высокой долей импортной продукции

ТОВАРНАЯ КАТЕГОРИЯ	ДОЛЯ ИМПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ, %	ДОЛЯ ПОСТАВЩИКОВ С ВОЗНИКШИМИ СЛОЖНОСТЯМИ, %
Бытовая химия	95	67
Non-food	95	80
Кондитерские изделия	80	63
Крепкий алкоголь, Вино	70	52
Чай, Кофе	65	48

СО СВОЕЙ ТОРГОВЫЕ СЕТИ КОНТРОЛИРУЮТ ПОВЫШЕНИЕ ЦЕН НА ПОЛКЕ ДЛЯ КОНЕЧНОГО ПОКУПАТЕЛЯ

- 1 Отсрочка по принятию новых закупочных цен. В среднем от 2-х недель до 1 месяца
- 2 Запрос причин повышения цен. Поставщики аргументируют и дают раскладку что изменилось в их себестоимости и подтверждают
- 3 Снижение наценки на KVI и работа над эффективностью бизнес-процессов для снижения затрат
- 4 Поиск альтернативного ассортимента и товаров с меньшей ценой. Развитие собственных торговых марок

Слайд из презентации выступления Эльбеги Абдиева. В связи с чем происходит постоянное изменение цен?

Одновременно с этим эксперт бизнес-конференции САФ в своем выступлении отметил ужесточение госрегулирования. В частности, специалист отметил, что крупному бизнесу, вопреки поручениям президента, до сих пор не возместили ущерб, причиненный во время январских событий.

«Мы как ассоциация предложили изменения налогового кодекса, с помощью которых возможно через налоги возместить этот ущерб. Администрация президента, канцелярией Премьер Министра, со всеми эти поправки были согласованы, но буквально в последний день работы рабочей группы наши поправки были сняты по поручению Канцелярии Премьер Министра. В итоге, обещали вернуться к этому вопросу позже, в сентябре. Мы ждем, но при этом главной проблемой этой ситуации считаем вот что: по сути, торговые сети были разграблены в январе. Восстанавливались в основном своими силами. А затем пришло государство и говорит: «На тот товар и ту сумму, на которую Вас ограбили, по всем действующим правилам теперь нужно оплатить НДС».



Эльбеги Абдиев, Заместитель председателя правления ОЮЛ "Союз торговых сетей РК" и Милена Ершова, Генеральный продюсер, руководитель бизнес-конференции международной выставки моды Central Asia Fashion

Что нужно для развития ритейла?

В качестве поддержки и развития ритейла спикер бизнес-конференции САФ, Эльбеги Абдиев видит только одно решение: *«Развитие современных форматов, включение торговли в перечень для реализации инвест-проектов. Мы видим, что единственный выход для развития малого и среднего бизнеса, отечественного производства - это дополнительное регулирование их деятельности. Сейчас, например, действует мораторий по поводу государственных проверок для МСП. Рассматривается вопрос по продлению этого моратория.»*

НА ЧЕМ ФОКУС РИТЕЙЛА



1	РАЗВИТИЕ E-COM	Развитие инфраструктуры (дистрибуторов), сокращение сроков доставки
2	ИЗМЕНЕНИЕ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ С ПОКУПАТЕЛЕМ	Новое поведение покупателей в пост-ковидный период влияет на то, какие способы и какие каналы использовать для того, чтобы донести предложение до клиента
3	ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДА В РАЗВИТИИ АССОРТИМЕНТА	Донесение предложения по value for money, упрощение ассортимента для покрытия большинства потребностей, развитие эконом сегмента и СТМ
4	РАБОТА С КЛИЕНТОМ И ЛОЯЛЬНОСТЬЮ К БРЕНДУ/СЕТИ	Работа над удержанием клиента и донесение своего ценностного предложения — ключевой приоритет
5	ДЕФИЦИТ ТОВАРОВ	Поиск новых каналов поставки товаров, которые ранее шли из РФ

Слайд из презентации выступления Эльбеги Абдиева. На чем делать фокус ритейлу?

«На наш взгляд крупные торговые сети и в том числе fashion-ритейл смогут дальше развиваться в текущей ситуации, а вот продовольственному ритейлу будет совсем не до развития. Сейчас есть огромное количество торговых сетей на западе и на севере страны, но глобально мы видим, что по количеству магазинов развиваются по сути только две торговые сети. С точки зрения fashion-ритейла, мы считаем, что рост объектов бизнеса будет идти и зависеть прежде всего от развития в целом торговых центров в Казахстане. Это движение в сторону цивилизованной торговли все больше и больше набирает обороты во всех городах и регионах Казахстана» - подытожил эксперт бизнес-конференции САФ.

При использовании данных релиза обязательно указание источника: Бизнес-конференция международной выставки моды Central Asia Fashion. При использовании фотографий необходимо указание: пресс-служба Central Asia Fashion

Все исключительные права на Материалы, принадлежат организаторам международной выставки моды САФ — ТОО САТЕХРО.

Все права на фотографии защищены казахстанским и международным законодательством об авторских и смежных правах.