



Эволюция поведения покупателей в условиях турбулентности

Спикер бизнес-конференции международной выставки моды Central Asia Fashion, коммерческий директор международного аналитического агентства NielsenIQ Kazakhstan, Мадина Сейсенгалиева поделилась результатами глобального исследования – «эволюция поведения покупателей». Предметом детального изучения аналитиков, длинной в десятилетие, стал покупательский тренд. Во время своего выступления аналитик рассказала о том, как менялись тренды и структура розничной торговли, какие мега трансформации экономического поведения у покупателей происходили и как менялся индекс потребительского оптимизма казахстанцев. Помимо этого спикер бизнес-конференции CAF привела цифры о настоящем казахстанцев: как влияет «новая норма» роста цен на казахстанских покупателей, на что сейчас уходят деньги соотечественников и какие главные причины их беспокойства?



Выступление коммерческого директора NielsenIQ Kazakhstan - Мадины Сейсенгалиевой, на бизнес-конференции Central Asia Fashion

Экономические прогнозы: ожидания и реальность

Эксперт бизнес-конференции CAF считает, что весь мир вступил в новый «тревожный мир», с которым потребителю нужно научиться справляться. «В начале года, в январе мир думал, что ситуация наладится. Люди начали активно выходить из ограничительных мер, связанных с коронавирусом. Многие аналитики ожидали, что мы вернемся к прежней жизни, покупатель начнет тратить деньги и всё будет хорошо. Однако, в апреле прогноз стал более пессимистичным. Если говорить про глобальную экономику, снизились темпы роста. Сейчас наш регион в красной зоне, потому что мы непосредственно в близости зоны военного конфликта. Прогноз по России был следующим: экономика упадёт на 8,5%. По Казахстану - рост 2,3%, что соответствует времени кризиса. Однако в середине лета появился ещё один прогноз, более неопределённый. По его данным тучи над нами сгущаются: снизился прогноз темпов роста мировой экономики, прогнозы по ряду развитых стран были пересмотрены по более пессимистичному сценарию, - делится Мадина Сейсенгалиева - В этом году Казахстан одновременно переживает сразу несколько кризисов. Первый кризис -

глобальный мировой продовольственный кризис, ведь Россия и Украина поставляют до 40 процентов мирового продовольствия для всего мира. Второй кризис – глобальный энергетический: цены на энергоносители в Европе, США растут и инфляция даже в таких странах, как Великобритания, Германия, Франция, США, которая была на уровне 1,5 процента, бьет все рекорды. Третий кризис связан с повышенной инфляцией. Также присутствует миграционный кризис из-за притока беженцев, а еще никуда не делся кризис COVID-19 и мировой климатический кризис, который в принципе имеет более долгую историю».

Мировой экономический кризис
Виды текущих глобальных кризисов

- Мировой продовольственный кризис (высокие цены из-за сбоев в цепочках поставок)
- Глобальный энергетический кризис (высокие цены на ресурсы)
- Повышенная инфляция (ожидается повышение процентных ставок)
- Миграционный кризис в Европе
- Кризис COVID-19
- Климатический кризис



INFLATION

MILLIONS OF MIGRANTS FOR EUROPE

© 2022 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved

Слайд из презентации выступления Мадина Сейсенгалиевой. Виды текущих глобальных кризисов

Мировой продовольственный кризис

«Если говорить про мировой продовольственный кризис, то мы видим, что цены на базовые продукты питания растут очень быстро во всех частях мира. Часть земного шара буквально на грани голода, - делится результатами исследования эксперт бизнес-конференции САФ Мадина Сейсенгалиева, - Это связано с тем, что военный конфликт спровоцировал крах цепочек поставок. Ритейлеры вынуждены пересматривать прежние каналы, что накладывает дополнительную стоимость, которую в итоге многие компании перекладывают на плечи потребителя. Россия и Украина обеспечивали достаточно большой процент мирового продовольствия. Например, подсолнечное масло: 53% всего мирового производства этих культур шло из России и Украины. Есть страны, которые полностью зависимы от импорта продовольствия».

Проводя анализ мирового продовольственного кризиса спикер бизнес-конференции САФ - Мадина Сейсенгалиева отметила: «Можно думать, что, если что-то происходит в Европе, нас это не касается. Но мы во время пандемии видели, как мир взаимосвязан. В любом случае рост цен в Европе на энергоносители приводит к тому, что в целом растут цены производителя по отношению к дистрибьютору и далее по цепочке повышенные цены получаем мы - потребители».



Выступление Мадина Сейсенгалиевой, коммерческого директора NielsenIQ Kazakhstan на бизнес-конференции Central Asia Fashion

Энергетический кризис и инфляция

«В 70-х годах люди уже испытывали нечто подобное, однако сегодня затрагивается не только нефтяная сфера, но еще кризис природного газа и угольный. Например, в ряде стран в разы увеличилась стоимость природного газа, цены на уголь» - напомнила эксперт.

Представляя данные уровня инфляции, спикер бизнес-конференции Central Asia Fashion продемонстрировала иллюстрацию из журнала «The Economist»: «Все предыдущие факторы, такие как сбои в цепочке поставок и рост цен на энергоносители повлияли на повышенную инфляцию. Согласно прогнозам мировых экспертов, инфляция в ближайшем будущем будет на уровне минимум 10 процентов. Рост цен, который мы уже наблюдаем, значительно превышает любые прогнозы. Ну, и говоря уже, что цены на энергоресурсы растут, я думаю, первый звоночек в изменении поведения покупателей, мы увидим к середине осени, когда начнут закупать энергоресурсы, тот же самый уголь», - поделилась Мадина Сейсенгалиева.



Инфляция ускоряется в июне 2022 года, в то время как рост цен для некоторых категорий превышает 25%

Годовой уровень инфляции в Казахстане в июле вырос до 15% - самый высокий уровень инфляции с сентября 2016 года



31

Слайд из презентации выступления Мадины Сейсенгалиевой. Годовой уровень инфляции в Казахстане

Говоря про миграционный и коронавирусный кризисы, также влияющие на потребителей, эксперт бизнес-конференции САФ отметила, что согласно подсчетам ЮНИСЭФ, в этом году понадобится 2 миллиона долларов для того, чтобы обеспечить беженцев вещами первой необходимости, а только в Европе сегодня находятся около 6 миллионов украинцев.

В то же время мир все еще подвержен росту заболеваемости COVID-19. По информации эксперта в развитых странах вакцинирована большая часть населения, а в Казахстане 49 процентов граждан полностью вакцинированы.

Что волнует казахстанцев?

Составляя список основных причин и факторов для беспокойства, влияющих на потребительское поведение, эксперт бизнес-конференции САФ Мадина Сейсенгалиева подчеркнула, что Казахстан, как часть мировой экономики, подвержен и чувствует на себе все глобальные вызовы: «Основные показатели, которые могут указывать на приближение к экономической рецессии, это увеличивающаяся инфляция и замедление темпов роста ВВП. Так было в кризис 2008 года, и в кризис 2014 года. Поэтому в 2022 году мы видим, что инфляция бьет все рекорды и темпы роста ВВП. Соответственно, покупатели, живя в этой реальности, понимают, что ситуация меняется, кризис приближается, и это вынуждает переходить в режим экономии.

В первом квартале 2022 года больше всего казахстанских покупателей волновал рост цен на продукты питания, а также рост цен на товары и услуги. Здоровье, которое беспокоило соотечественников в период пандемии, оказалось уже на 4-м месте. Топ тройку факторов для беспокойства вошли долги, кредиты, а также эскалация военного конфликта, выражаясь точно то, что он может перейти к нам».

Топ-6 основных причин для беспокойства

Уровень цен и рост для FMCG – основная причина для беспокойства в I квартале 2022 года.



Слайд из презентации выступления Мадины Сейсенгалиевой. Топ 6 основных причин для беспокойства

Индекс потребительского доверия и глобальные перспективы

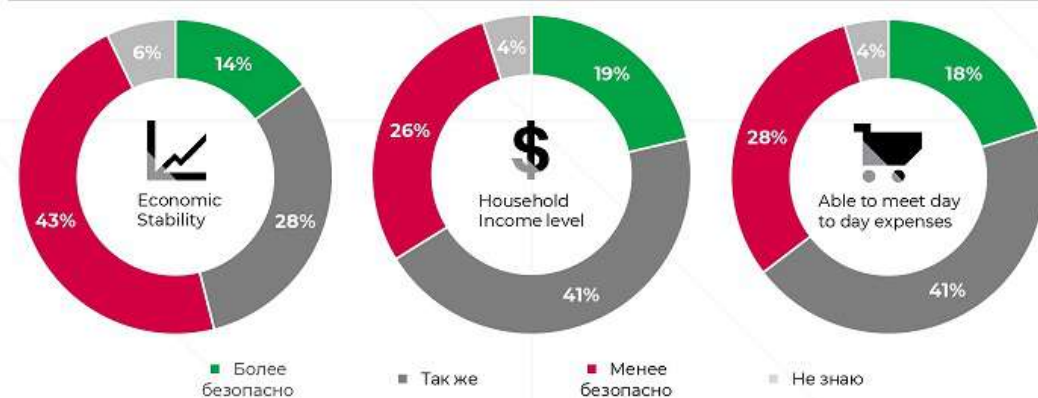
Эксперт бизнес-конференции CAF, Мадина Сейсенгалиева отметила, что покупатель становится более осторожным в тратах и вынужден делать изменения в приоритетах по распределению бюджета.

«Индекс потребительского доверия во всех частях мира снизился в первом - втором квартале этого года, даже в некоторых странах пессимизм покупателей гораздо выше, чем был в период COVID-19. Больше всего глобального покупателя беспокоит экономическая нестабильность. Сегодня никто не уверен, что будет с экономикой в ближайшее время. Однако, хороший знак в том, что, если сравнить декабрь 2021 года и июнь 2022 года, мы видим, что число более уверенных покупателей все же растет, а число тех, кто экономит постепенно сокращается», - делится данными исследования коммерческий директор NielsenIQ Kazakhstan Мадина Сейсенгалиева.

Снижение доверия, вызванное растущей незащищенностью

Потребители чувствуют себя менее уверенно в отношении экономики, доходов и способности покрывать ежедневные расходы

Насколько вы чувствуете себя в безопасности в ближайшие 6 месяцев по сравнению с сегодняшним днем?



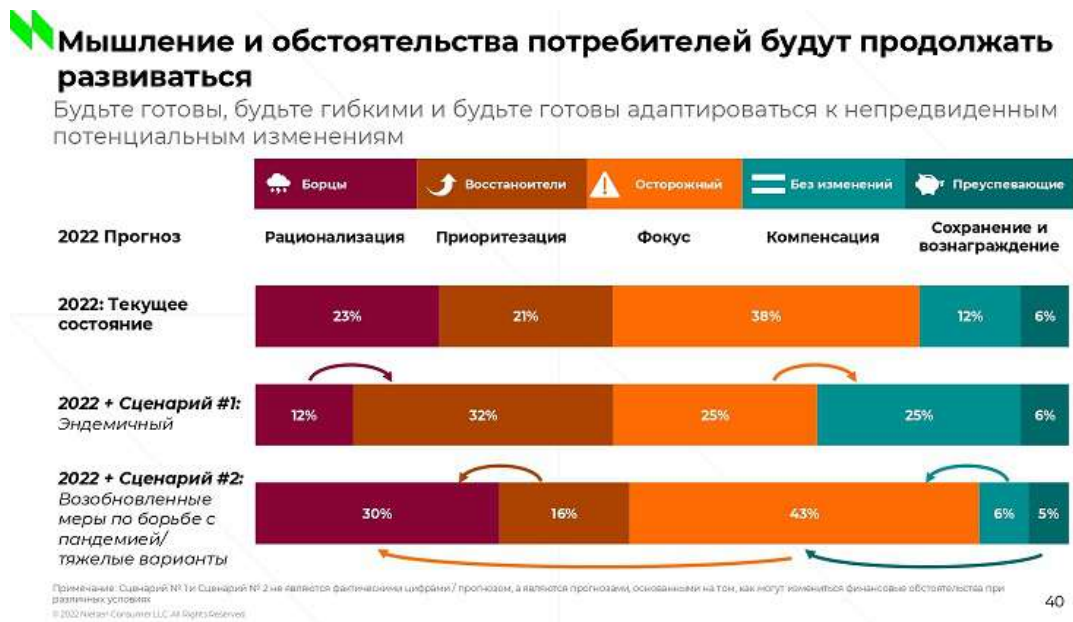
Слайд из презентации выступления Мадины Сейсенгалиевой. Снижение доверия, вызванное растущей незащищенностью

Казахстанский покупатель

Говоря об изменениях в жизни казахстанского покупателя спикер бизнес-конференции CAF отметила несколько факторов: «Индекс потребительского доверия в Казахстане в 1 квартале 2022 года очень сильно снизился: на 10 процентов. Это связано с тем, что произошли январские события, а также военный конфликт в непосредственной близости от нас. Но уже во втором квартале индекс потребительского доверия восстановился, правда всего на 2 процентных пункта. Покупатели в Казахстане в каждый кризис начинают обращать внимание на цены и более осторожны в тратах. Так, 64 процента покупателей в этом

году четко знают цену на приобретаемые товары, а 95 процентов покупателей анализируют стоимость и говорят о том, что цены на продукты растут», - делится эксперт Мадина Сейсенгалиева.

А между тем, согласно опросу NielsenIQ Kazakhstan, покупатели ожидают стремительный рост цен в ближайшие три месяца. Более половины считают, что рост цен к концу 2022 года будет больше 10 – 20 процентов.



Слайд из презентации выступления Мадины Сейсенгалиевой. Аналитики призывают быть готовыми к непредвиденным изменениям

Эксперт бизнес-конференции подметила, что в динамике за последние 10 лет лет, поведение покупателей сильно изменилось.

«Исторически Казахстан был страной, где покупатели очень лояльны к бренду. Например, в 2008 году 80% покупателей были лояльны к своим брендам, а сегодня 80% людей изменяют своим брендам, чтобы сэкономить, - делится данными аналитики спикер бизнес-конференции САФ Мадина Сейсенгалиева, - Но, считаю, что в корне неверно сравнивать, что было 10 лет назад с текущей кризисной ситуацией. Поэтому мы сравнили текущий кризис с предыдущим 2016-го года. Исследование «Crisis study» мы проводили буквально в июне 2022 года. Нами была подмечена характерная черта для покупателей во все кризисы – создание и соблюдение списка покупок. Это значит, что сейчас как никогда люди стараются минимизировать импульсные покупки.

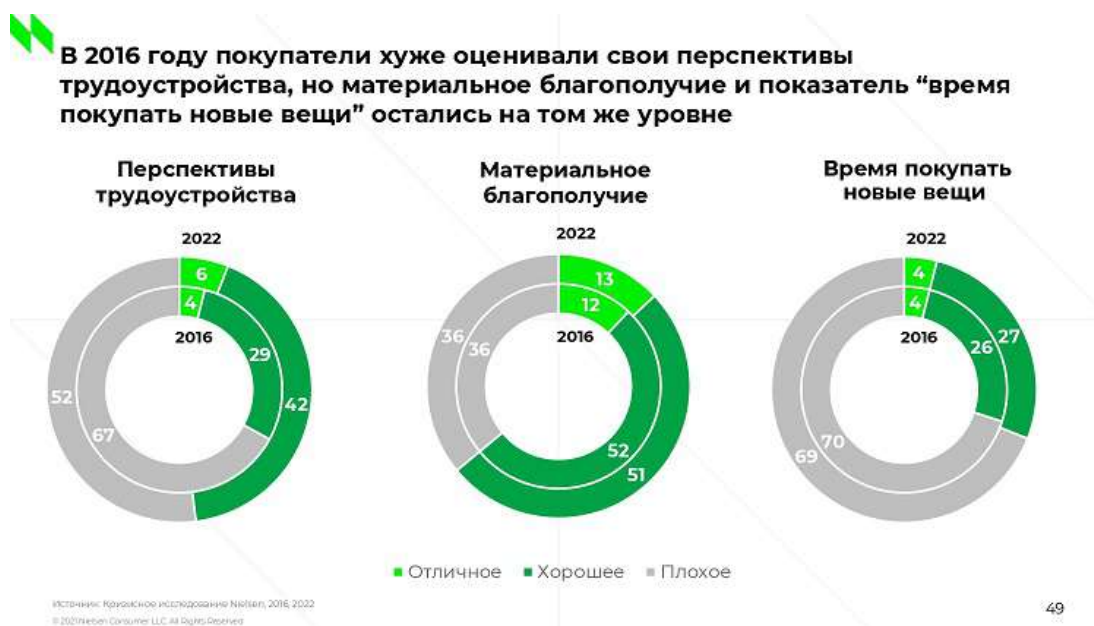


Слайд из презентации выступления Мадины Сейсенгалиевой. Лояльность к бренду кардинально изменилась. Эксперт бизнес-конференции подметила, что в динамике за последние 15 лет, поведение покупателей сильно изменилось.

Во время выступления эксперт поделилась данными анализа как покупатель оценивал разные факторы беспокойства в 2016 году и в нынешнем 2022 году?

«Если говорить про перспективы трудоустройства, то в 2016 году больше людей переживало, что у них завтра может не быть работы. Сегодня это всего 29 процентов казахстанцев. Не маловажно, что

материальное благополучие пока казахстанцы оценивают тоже достаточно хорошо. Несмотря на то, что цены растут, все-таки покупатели уверены, что у них будут деньги и такой же уровень дохода в ближайшие 6 месяцев.

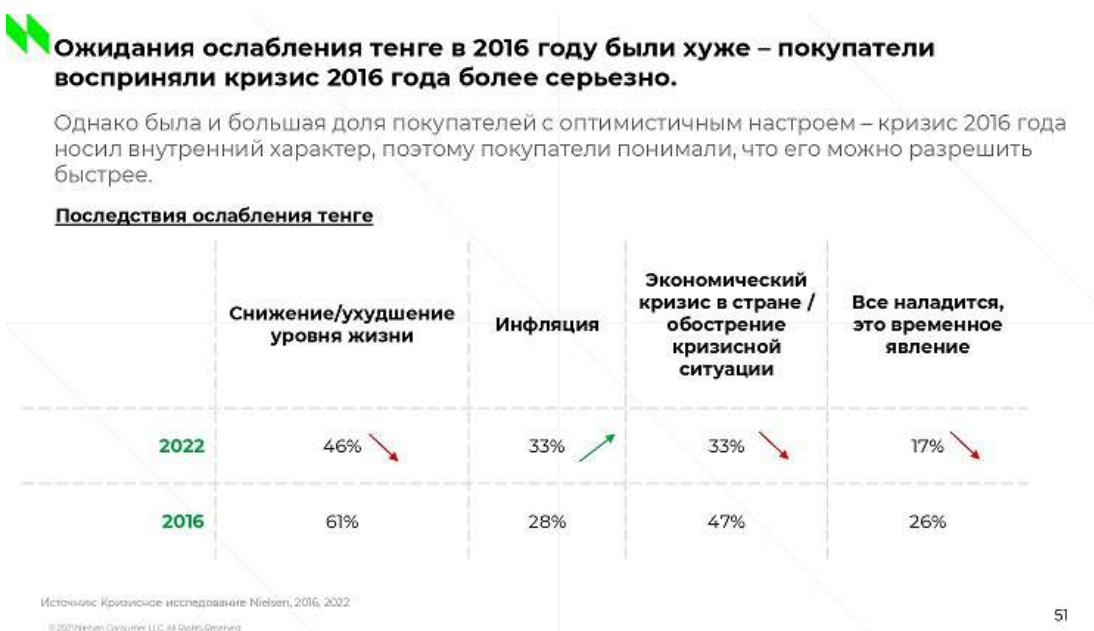


Слайд из презентации выступления Мадина Сейсенгалиевой.

Материальное благополучие и показатель «время покупать новые вещи»

Что касается времени покупать новые вещи: одежду, технику и так далее, тут большинство казахстанцев более пессимистичны и только треть считает, что сейчас хорошее время делать покупки. Замечу, что в 2016 году покупатели также гораздо больше тревожились о том, что будет с курсом тенге по отношению к доллару и другим валютам. Тогда в марте 2016 года тенге отпустили в свободное плавание, и шок, который испытал казахстанский покупатель, продолжался весь год. В 2022 году всего 23 процента казахстанцев регулярно отслеживают изменение курса.

В своем исследовании мы спрашивали у покупателей, с чем связано для них ослабление тенге. И мы видим, что для большинства несмотря на то, что все цены в Казахстане в тенге, покупатель связывает ослабление национальной валюты в 46 процентах случаев с ухудшением уровня жизни. 33% уверены, что тенге слабеет, значит завтра будет инфляция. Еще 33% думают, если ослабляется тенге, значит в экономике страны ситуация становится хуже и затягивают пояса. И только 17% думают, что это временное явление, курс колеблется и ничего страшного в этом нет», - делится результатами исследования эксперт бизнес-конференции Central Asia Fashion Мадина Сейсенгалиева.



Слайд из презентации выступления Мадина Сейсенгалиевой.

Стратегии экономии

Говоря о тенденциях покупательского поведения, спикер бизнес-конференции САФ Мадина Сейсенгалиева отметила несколько стратегий поведения потребителей: «Первая – покупатели ищут магазины, предоставляющие более выгодные цены. 26 процентов в 2022 году отслеживают промоакции в магазинах и ходят в магазины, которые находятся дальше, чем обычный маршрут, чтобы сэкономить и «уложиться» в бюджет. По данным нашего исследования весной, после начала военного конфликта, 46% покупателей не могли найти в магазине товары, которые хотели купить. Сейчас ситуация, нормализовалась, но все же 27% покупателей отмечают, что ассортимент товаров уменьшается и выбора у покупателя становится меньше».



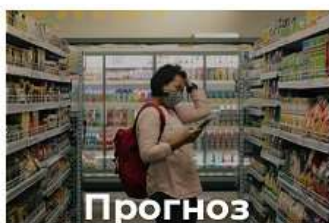
53

Слайд из презентации выступления Мадины Сейсенгалиевой.

Изменения в ассортименте

Основные факторы, на которые обращают внимание покупатели, это цена в 88% случаев, промо акции в 59% случаев. А высокое качество, страна производства, производитель, бренд – уже не так важны для казахстанского покупателя в текущей реальности. При этом треть покупателей отмечает, что их доход по тем или иным причинам снизился. Скорее всего это те группы покупателей, которые работают в сервисе, зависят от притока покупателей и клиентов. Ну, и, если говорить про сбережения, 43% казахстанцев не имеют никаких накоплений. Это очень тревожный знак», - поделилась эксперт.

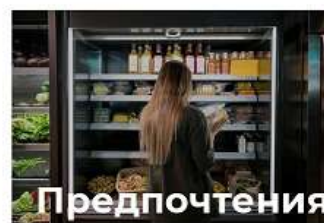
Как потребители относятся к оставшейся части 2022 года?



- Осторожный – в настроении **“ожидания”**
- Еще не ощущая прямого воздействия кризиса, но понимая, что кризис все еще развивается
- Больше думает о стратегиях экономии, оценивает магазины и целенаправленно сравнивает цены



- **Электронная коммерция** - остается на высоком уровне после Covid-19, но пока не удовлетворяет покупателей на высоком уровне
- Лояльность к бренду снижается – покупатели все чаще ищут промо-акции
- Потребители открыты для экспериментов и пробования новинок



- Выбор магазинов, предлагает:
- **Высокий уровень удобства** – легко добраться, все есть в одном магазине и где легко найти товары
 - **Приятный опыт** покупателя
 - **Уникальный ассортимент** (рестораны в Нур-Султане, готовые блюда и новинки в Алматы)
 - **Соотношение цены и качества**

© 2022 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved

Слайд из презентации выступления Мадины Сейсенгалиевой. Как покупатели относятся к оставшейся части 2022 года?

Подводя итог своего выступления, официальный партнер по аналитике бизнес-конференции САФ отметила, что покупатель становится еще более осторожным, живет в предчувствии кризиса, переходя в режим экономии, целенаправленно сравнивая цены, подбирая акции и скидки в магазинах. *«Лояльность к бренду максимально снижена. Покупатели уже не обращают внимание на качество, страну-производителя, бренд, а больше смотрят на цифры, цены и акции. Но, между тем, казахстанский покупатель открыт к экспериментам и готов пробовать новое. У покупателей, как и в бизнесе превалирует настрой, что любой кризис - это возможности. Жизнь – это путь, поэтому нужно просто наслаждаться поездкой на этих горках»* - подытожила Мадина Сейсенгалиева.



Мадина Сейсенгалиева, коммерческий директор NielsenIQ Kazakhstan и Милена Ершова, Генеральный продюсер, руководитель бизнес-конференции международной выставки моды 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.