

Потребительские тренды в мире и в Казахстане

Madina Seisengaliyeva

Коммерческий директор, NielsenIQ Казахстан

Март 2023



NielsenIQ

Глобальный потребительский обзор

Дорожная карта для роста в
трудные времена



МИРОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС: ВЫЗОВЫ СЕГОДНЯ

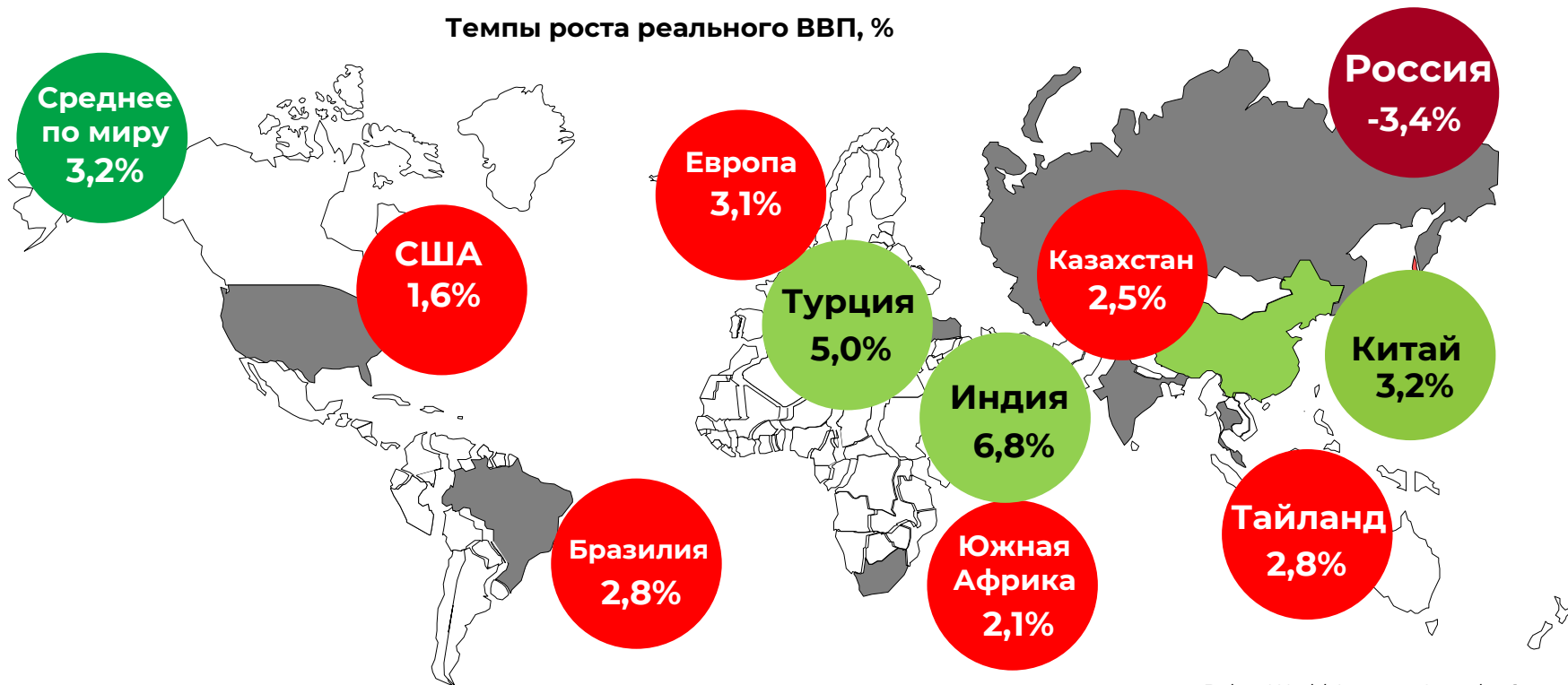
- Мировой продовольственный кризис (высокие цены из-за логистических перебоев)
- Глобальный энергетический кризис (высокие цены на ресурсы)
- Высокая инфляция (повышение процентных ставок)
- Миграционный кризис (Европа)
- COVID-19
- Изменение климата



Обложки журнала The Economist в 2022 году

ТЕМПЫ РОСТА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В 2022 ГОДУ

Темпы роста ВВП в % к 2021 году

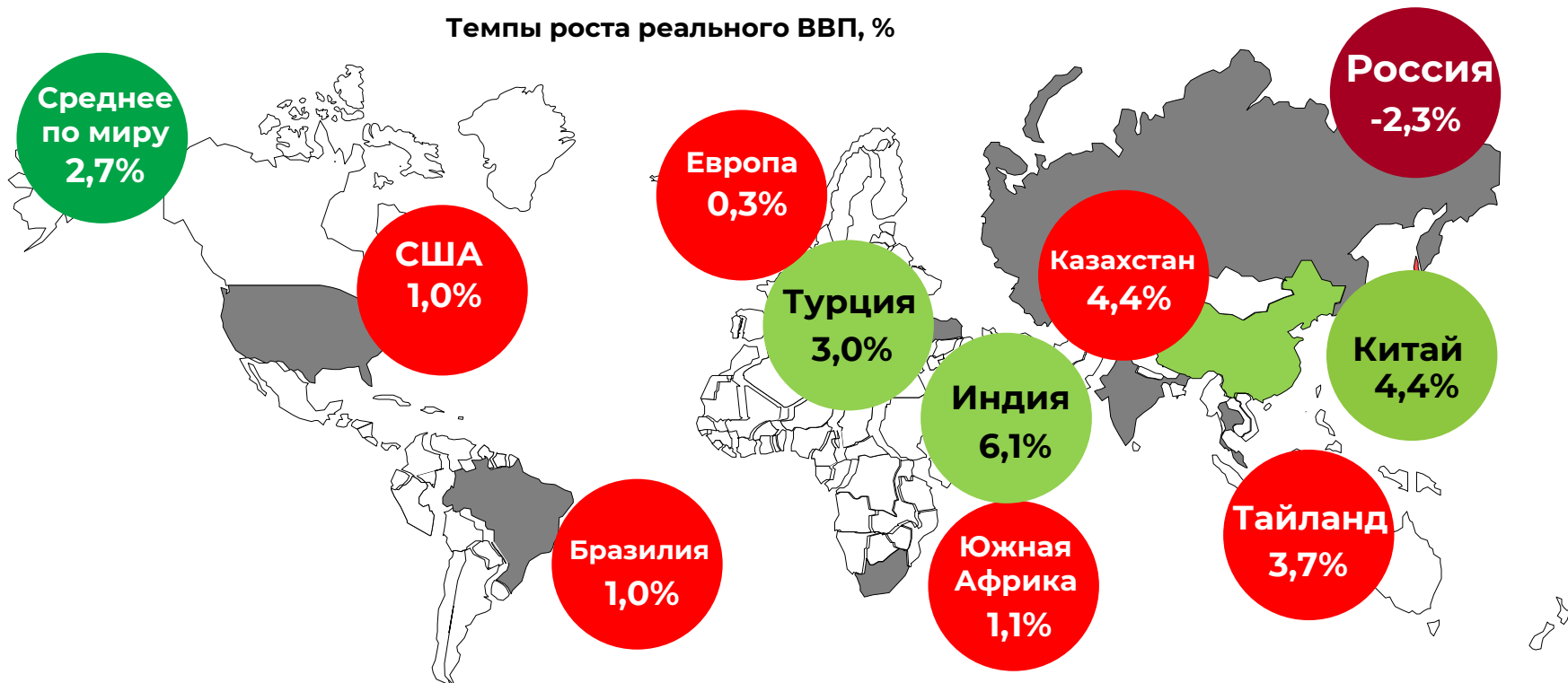


Source: International Monetary Fund **October** 2022 World Economic Outlook

НОВЫЕ ВЫЗОВЫ 2023 ГОДА

Прогноз роста ВВП в % к 2022 году

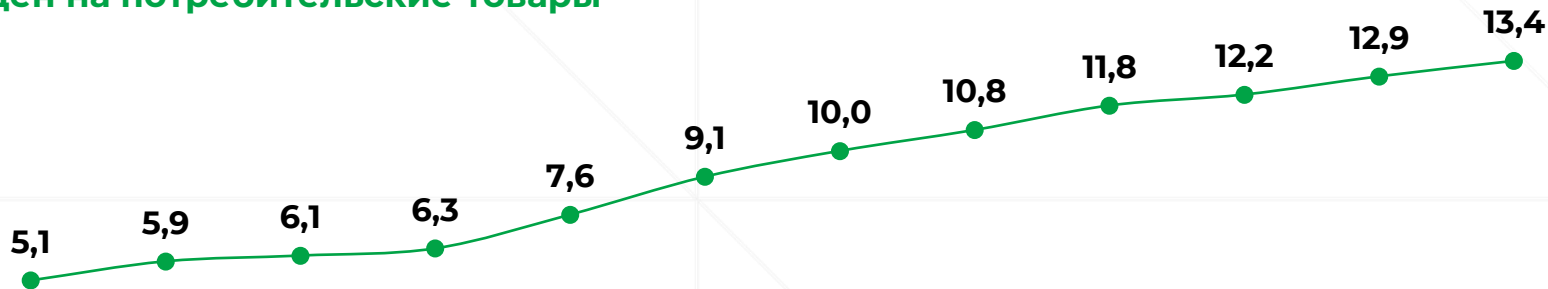
Темпы роста реального ВВП, %



Source: International Monetary Fund **October** 2022 World Economic Outlook

Во всем мире инфляция потребительских товаров продолжает расти. Потребители тратят больше, но потребляют меньше.

Глобальный уровень инфляции
цен на потребительские товары



%
изменение

Дек '21 Янв '22 Фев '22 Мар '22 Апр '22 Май '22 Июн '22 Июл '22 Авг '22 Сен '22 Окт '22 Ноя '22

\$\$\$

+4 +4 +4 +5 +6 +6 +8 +9 +11 +10 +11 +11

Объемы

-1 -2 -2 -1 -2 -3 -2 -1 -1 -2 -2 -2

Кризисное мышление

Большинство населения планеты чувствует себя скованным рецессией

Текущие впечатления



62%*

считают, что в настоящее время они живут в условиях рецессии

против 59% в середине 2022

Перспективы на будущее



48%*

ожидают, что рецессия продлится более 12 месяцев

против 49% в середине 2022

Реальность расходов



38%

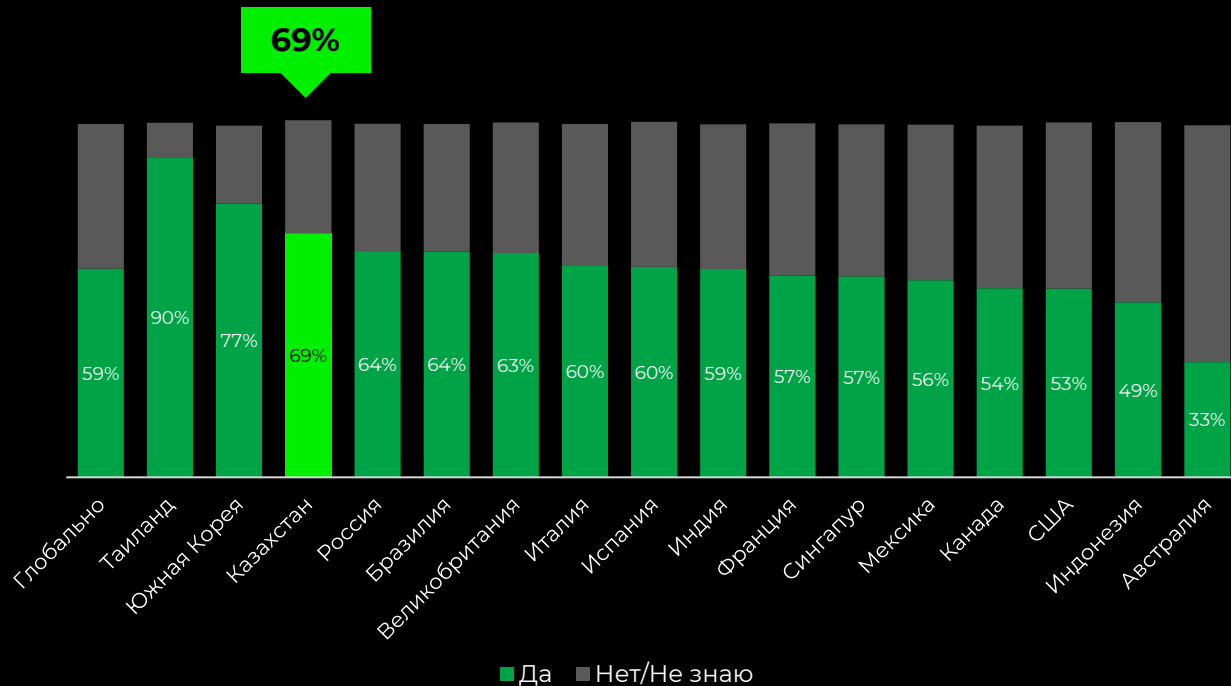
хватает только на еду, кров и самое необходимое

против 23% в середине 2022

Source: NielsenIQ 2023 Consumer Outlook Survey vs. Mid-year Outlook July 2022, *excludes China, Note: 2023 study includes enhanced coverage of 6 additional markets; slight variance between comparisons to Mid '22 as a result

Рецессию ощущают **большинство** покупателей

Считаете ли вы, что страна находится в экономическом кризисе?



Источник: NielsenIQ Consumer Outlook Survey, Индекс покупательского оптимизма, июнь 2022

© 2022 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



Изменения в расходах во время надвигающейся рецессии

Потребительские расходы занимают центральное место в намерениях по потребительским расходам на 2023 год

Сокращение расходов на



Траты останутся на прежнем уровне



Рост расходов на



Покупатель в Казахстане

Стратегии экономии становятся все более сложными



Из чего складываются продажи ритейла?

$$\begin{array}{c} \text{Доходы} - \text{Сбережения/инвестиции} + \text{Кредит} \\ = \\ \text{ПОТРЕБЛЕНИЕ / СПРОС} \end{array}$$



Продукты
питания



Отпуск



Авто



ЖКХ

Одежда



Дети



Недвижимость

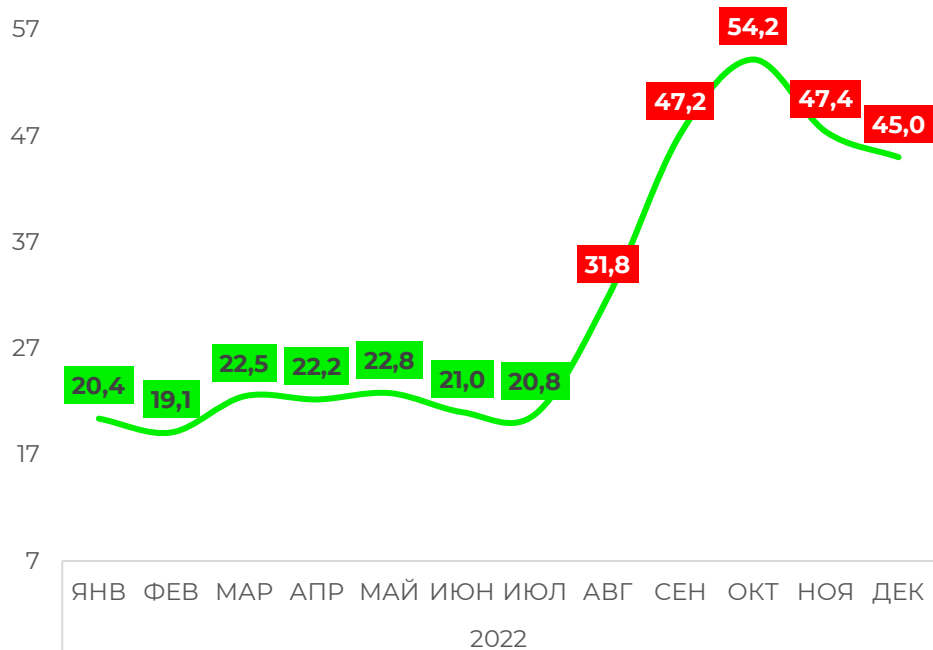


Техника и
электроника

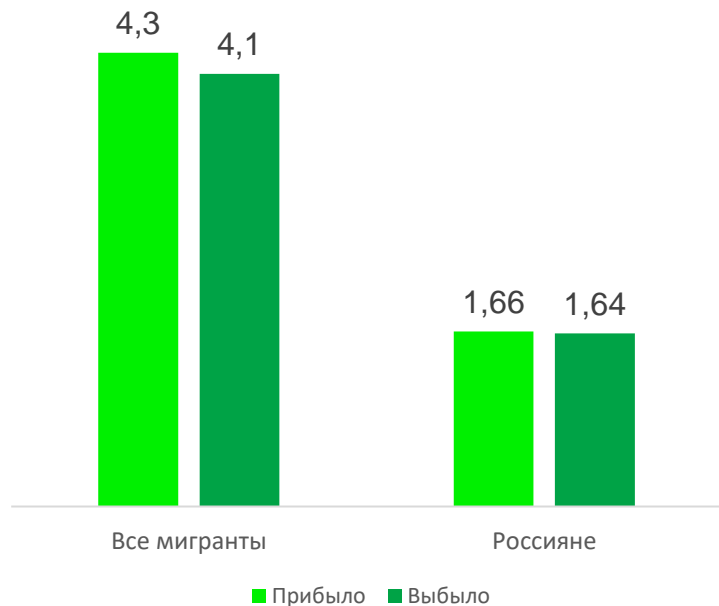
Рост цен на жилье ускоряется в августе 2022 года и сопровождается ростом миграции в страну

Однако динамика роста миграции в Казахстан началась еще в октябре 2021 года

Изменение цен на аренду жилья, %



Количество мигрантов, млн. человек



ТОП-5 основных причин для беспокойства

Рост цен на товары повседневного спроса остается главной причиной беспокойства потребителей в IV квартале 2022 года, укрепляя свои позиции по отношению к предыдущему периоду. Кроме того, растет значимость таких причин для беспокойства, как долги и кредиты, а также здоровье.



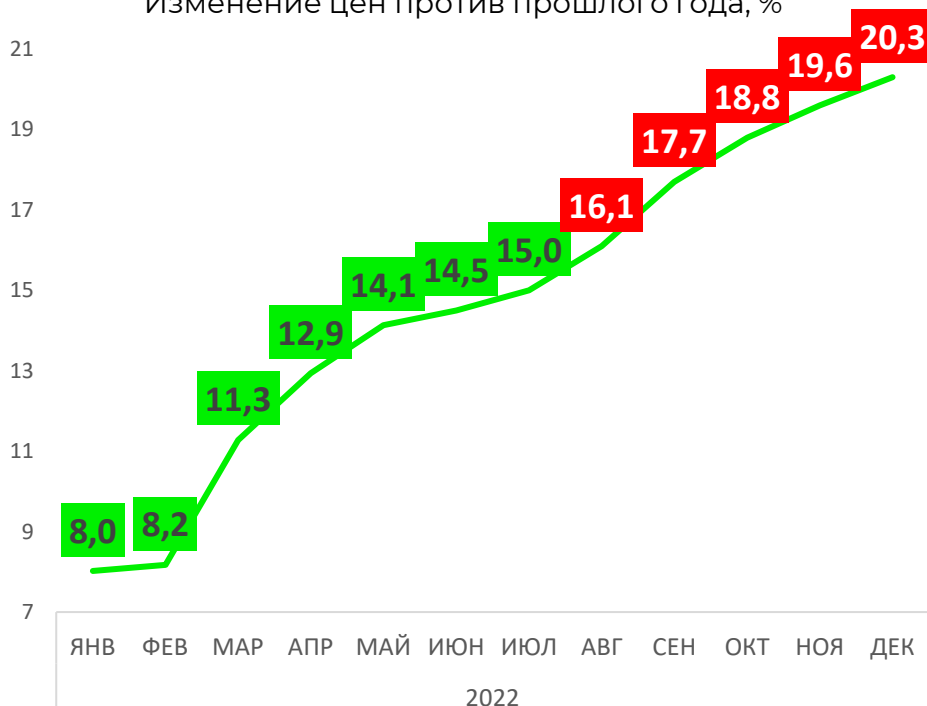
Q1. Назовите самую главную причину беспокойства для Вас в настоящий момент?
 Q1.1 Назовите вторую по значимости причину беспокойства для Вас в настоящий момент?
 База: nQ2=500, nQ3=500, nQ4=500

▲ Значимо выше/ниже, чем в предыдущем квартале

Рост цен (инфляция) продолжает ускоряться в конце года

Годовой уровень инфляции в Казахстане в декабре вырос до 20,3% - самого высокого уровня с сентября 2016 года.

Изменение цен против прошлого года, %

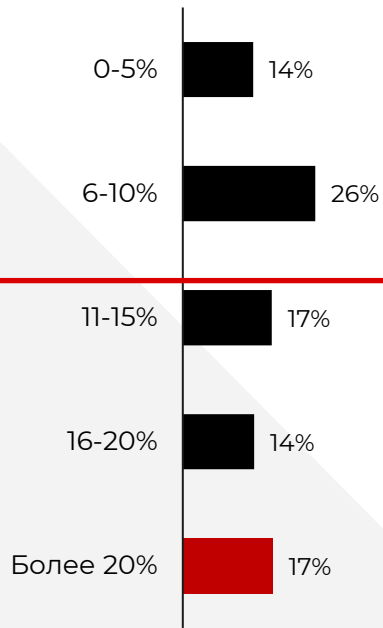


Изменение цен против прошлого года, %



Ожидание роста цен на FMCG товары в следующие 3 месяца

Уровень ожидаемого роста цен



48%

В следующие 3 месяца **каждый пятый потребитель ожидает рост цен** на товары повседневного спроса **более чем на 20%**.

Большинство опрошенных считают, что рост цен будет на уровне 6-10%, и 14% отметили, что ожидают рост цен на не более чем 16-20%.

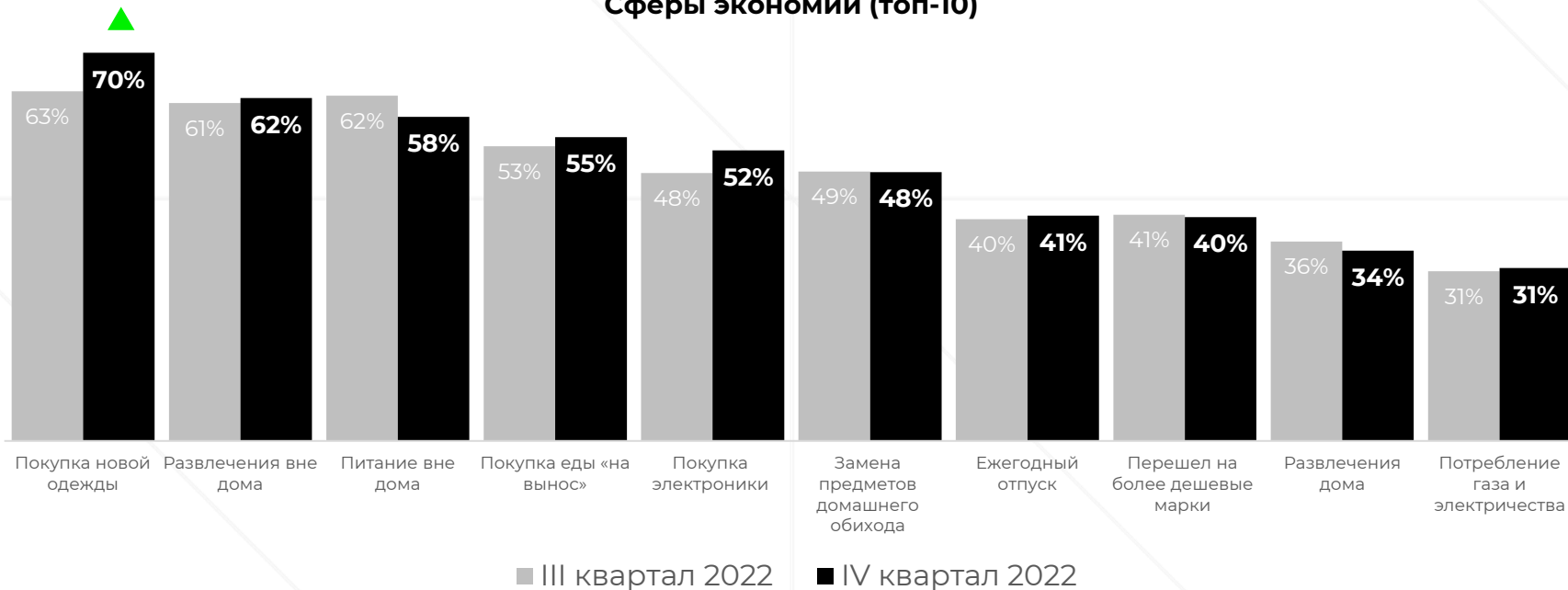
Какие тренды **набирают силу** на рынке Казахстана?



Жители Казахстана продолжают экономить

Большинство потребителей стремятся сократить свои расходы в период неопределенности. В текущем квартале значительно увеличивается доля тех, кто предпочитает экономить на покупке новой одежды.

Сферы экономии (топ-10)



17. Какие из следующих действий Вы предпринимаете, чтобы сократить Ваши повседневные расходы в целях экономии?
База:; nQ3=373 Q4n=389

© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

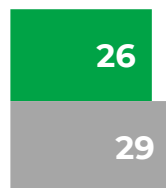
Значимо выше/ниже, чем в предыдущем квартале

Покупатель сравнивает цены и ищет магазины с более низкими ценами и готов преодолевать дополнительное расстояние, чтобы выиграть в цене

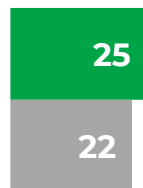
Стали совершать свои покупки в магазине с более низкими ценами



Отслеживают акции в магазинах



Ходят в магазины, которые находятся дальше от дома / работы



■ 2022
■ 2016

49% vs **38%**
in 2022 in 2016

Целенаправленно сравнивали цены между магазинами, которые они обычно посещают



88%

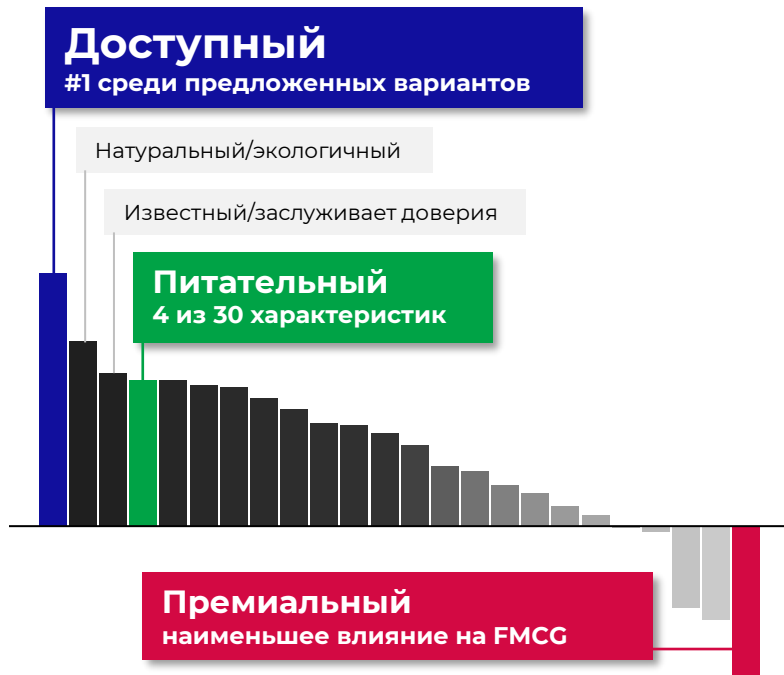
потребителей считают
цену товара главным
критерием для выбора
продукта

59%

принимают решение о
покупке товара исходя из
привлекательного промо

Какие характеристики сильнее всего склоняют к покупке FMCG?

Более мотивируют к покупке – менее мотивируют к покупке



Приготовление еды дома и отказ от заказа готовой еды — в топе стратегий экономии

Популярные стратегии сокращения расходов

% респондентов



Лояльность к бренду продолжает снижаться, покупатели становятся все более чувствительными к промо-акциям

Чувствительность к рекламным акциям и лояльность к бренду



PROMO!



Инфляция ▲
Доходы ▼

**Бóльшее стремление
экономить**



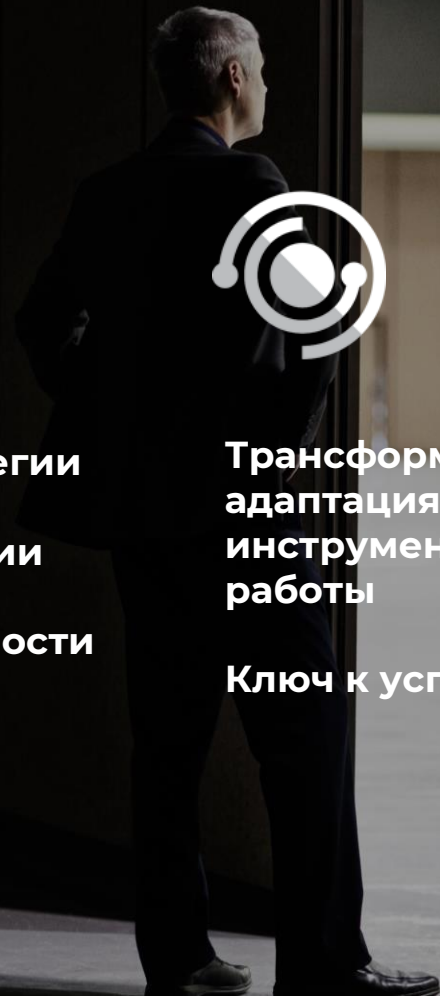
**Прежние стратегии
экономики**
+ Новые тенденции

Новые возможности



**Трансформация и
адаптация основных
инструментов
работы**

Ключ к успеху



**Спасибо за
внимание!**

