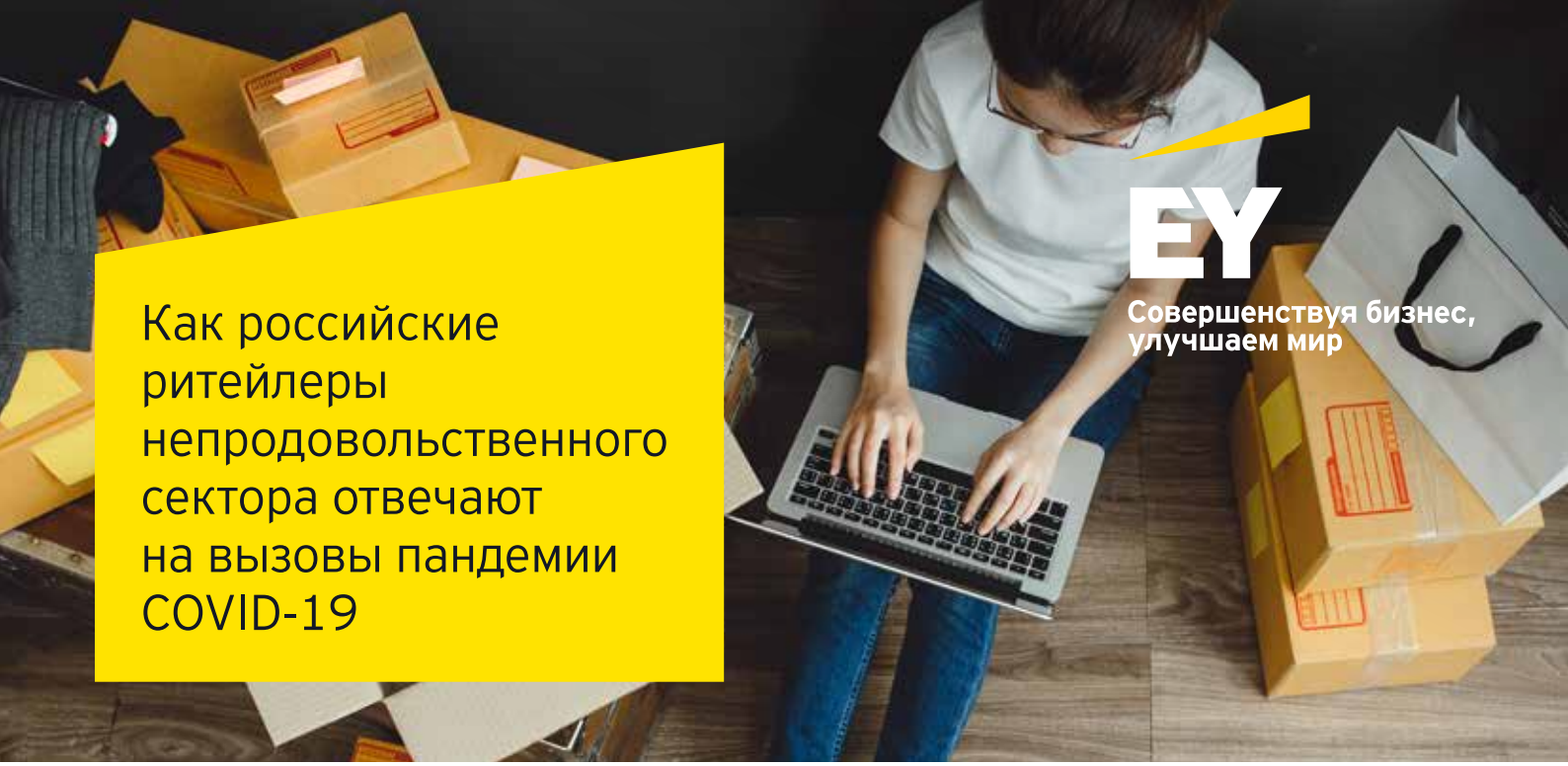

Как российские ритейлеры непродовольственного сектора отвечают на вызовы пандемии COVID-19

Компания EY совместно с Ассоциацией компаний розничной торговли (АКОРТ) провела закрытую интерактивную дискуссию с топ-менеджерами крупных ритейлеров непродовольственного сектора, занятых в сферах реализации косметики, одежды и обуви. Педставители отрасли обсудили возможность использования мер государственной поддержки, сложности привлечения дополнительного финансирования и изменение потребительских предпочтений, а также пути выхода бизнеса из пандемии на примере опыта европейских компаний из сектора розничной торговли.

Основные выводы представителей отрасли

Меры государственной поддержки

- Непродовольственный ритейл оказался одним из наиболее пострадавших секторов – на текущий момент представителям отрасли не удалось стать бенефициарами и получателями мер государственной поддержки. Ограничения, наложенные на отрасль, повлекли повсеместное падение выручки при сохранении всех обязательных платежей.
- 15 апреля 2020 года президент России объявил о возможности получить льготное кредитование (до 3 млрд рублей по ставке не более 5% и сроком до 12 месяцев) на пополнение оборотных средств и отдельные виды расходов, такие как оплата труда, аренда, приобретение оборудования, административные расходы. На практике оказалось, что такое финансирование получить достаточно непросто.
- С 1 июня ожидается вступление в силу новой кредитной программы, согласно которой у расширенного перечня секторов появится возможность получить кредит под 2% годовых. Компании, сохранившие не менее 90% штата, смогут претендовать на субсидии от государства. В рамках новой программы в ряде случаев также появится возможность использовать дополнительный код ОКВЭД. В случае, если деятельность компании не соответствует коду в регистрационных документах, необходимо обратиться в Министерство экономического развития и уточнить, что возникшая проблема носит системный характер.

Изменение потребительского поведения и развитие онлайн-торговли

- Руководители российских розничных компаний высказали озабоченность падением реальных доходов населения. По их мнению, ситуация на рынке будет усугубляться ввиду отсутствия мер прямой, адресной финансовой поддержки населения, а выход из кризиса будет долгим и непростым – выжить удастся далеко не всем.
- В России наблюдается взрывной рост онлайн-продаж. Компании отрасли активно работают над развитием онлайн-каналов продаж, привлекая максимальные ресурсы, в частности реорганизовывают команды, переводят ряд административных позиций в режим онлайн-обслуживания клиентов, разрабатывают приложения и продолжают развивать собственные онлайн-сервисы. Основная задача игроков рынка – создать комфортные условия для покупателей и повысить уровень лояльности клиентов.

- По данным исследований российского сектора одежды и обуви, в том числе и спортивной, около 20% покупателей уже полюбили онлайн-шопинг, а 25% – хотят и дальше совершать покупки дистанционно. Компании сделали большой рывок в модернизации приложений и омниканальности, также наблюдается резкий подъем в развитии доставки и прямой электронной коммерции.
- Участники дискуссии отметили, что для большинства компаний маркетплейс – это канал, который приносит им львиную долю выручки при закрытых магазинах и при этом не требует издержек.
- По результатам исследования, проведенного в Европе, Северной Америке и Китае[1], потребители будут охотнее делиться своими персональными данными, изменят покупательские привычки, отдадут предпочтение бесконтактной доставке и системе расчетов, пересмотрят ассортимент приобретаемых товаров, а также будут использовать онлайн-ресурсы для покупки товаров, которые ранее приобретали в магазинах.

После снятия ограничительных мер

- Многие эксперты разделяют мнение, что ни одна экономика в мире не выдержит длительных массовых ограничений, и подчеркивают необходимость возобновления деятельности с соблюдением разумных мер предосторожности. В связи с существующими опасениями возобновления пандемии с новой силой, бизнесу важно быть готовым функционировать в условиях «новой нормальности». Предприниматели находятся в ожидании дальнейших рекомендаций ВОЗ и правительства, которые позволят понять, в каком формате и по каким протоколам безопасности бизнес сможет продолжить работу.
- По мнению ритейлеров, после завершения коронакризиса люди постепенно начнут возвращаться в физические магазины. Тем не менее, преодолеть конкуренцию с онлайн-торговлей будет трудно. В связи с этим офлайн-магазинам необходимо пересмотреть свою концепцию, чтобы остаться на плаву.
- По мнению представителей отрасти, через пять лет ценности покупателей кардинально изменятся. Покупатель будущего в большей степени будет озабочен качеством потребляемой продукции, ее доступностью по цене и своим здоровьем. Как ни странно, такие ценности, как устойчивость, финансовая стабильность и удобство, отойдут на второй план.
- Некоторые руководители задумываются о сохранении формата удаленной работы для сотрудников бэк-офиса после выхода из пандемии – планируют изменение структуры и уменьшение офисных площадей. Компании намерены трансформировать бизнес, больше инвестировать в автоматизацию, развитие омниканальности, цифровизацию и технологии.
- Непродовольственные ритейлеры предпринимают все необходимые санитарные меры и стараются оснастить свои помещения в соответствии с требованиями Роспотребнадзора, чтобы клиенты чувствовали себя комфортно и безопасно: закупают маски, перчатки, спиртосодержащие растворы, бактерицидные лампы.

[1] Future Consumer Index, EY, 2020 год. Полный текст исследования доступен по ссылке https://www.ey.com/ru_ru/consumer-products-retail/how-covid-19-could-change-consumer-behavior

EY
Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Краткая информация о компании EY

EY является международным лидером в области аудита, налогообложения, сопровождения сделок и консультирования. Наши знания и качество услуг помогают укреплять доверие общественности к рынкам капитала и экономике в разных странах мира. Мы формируем выдающихся лидеров, под руководством которых наш коллектив всегда выполняет взятые на себя обязательства. Тем самым мы вносим значимый вклад в улучшение деловой среды на благо наших сотрудников, клиентов и общества в целом.

Мы взаимодействуем с компаниями из стран СНГ, помогая им в достижении бизнес-целей. В 19 офисах нашей фирмы (в Москве, Владивостоке, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Тольятти, Алматы, Атырау, Нур-Султане, Баку, Бишкеке, Ереване, Киеве, Минске, Ташкенте, Тбилиси) работают 5500 специалистов.

Название EY относится к глобальной организации и может относиться к одной или нескольким компаниям, входящим в состав Ernst & Young Global Limited, каждая из которых является отдельным юридическим лицом. Ernst & Young Global Limited – юридическое лицо, созданное в соответствии с законодательством Великобритании, – является компанией, ограниченной гарантиями ее участников, и не оказывает услуг клиентам. Более подробная информация представлена на нашем сайте: ey.com.

Офисы EY

Алматы
+7 (727) 258 5960

Атырау
+7 (7122) 55 2100

Баку
+994 (12) 490 7020

Бишкек
+996 (312) 665 997

Владивосток
+7 (423) 265 8383

Екатеринбург
+7 (343) 378 4900

Ереван
+374 (10) 500 790

Казань
+ 7 (843) 567 3333

Киев
+380 (44) 490 3000

Краснодар
+7 (861) 210 1212

Минск
+375 (17) 240 4242

Москва
+7 (495) 755 9700

Новосибирск
+7 (383) 211 9007

Нур-Султан
+7 (7172) 58 0400

Ростов-на-Дону
+7 (863) 261 8400

Санкт-Петербург
+7 (812) 703 7800

Ташкент
+998 (78) 140 6482

Тбилиси
+995 (32) 215 8811

Тольятти
+7 (8482) 99 9777

© 2020 «Эрнст энд Янг (СНГ) Б.В.»
Все права защищены.

Контактная информация

Дмитрий Халилов
Партнер, руководитель направления по оказанию услуг компаниям розничной торговли и предприятиям сектора потребительских товаров, Центральная, Восточная, Юго-Восточная Европа и Центральная Азия
Тел.: +7 495 755 9757
dmitry.khalilov@ru.ey.com

Сергей Лившиц
Ассоциированный партнер, практика консультационных услуг
Тел.: +7 495 664 7815
sergey.livshits@ru.ey.com