

Крупные западные бренды активно выходят на рынок Казахстана, несмотря на захвативший страну экономический кризис, бьющий по карманам людей и заставляющий их подтягивать пояса.

Некоторые из наиболее известных мировых сетей, включая американские кофейни Starbucks и рестораны быстрого питания McDonald's, открывают розничные точки в этой самой богатой стране Центральной Азии, судя по всему, испытывая уверенность в том, что смогут не просто пережить период экономических сложностей, но и получить прибыль.

Для столь оптимистичной позиции на фоне экономического кризиса, возможно, есть основания. Когда сеть Starbucks в декабре открыла две кофейни в Алматы, самом крупном и богатом городе республики, любители кофе выстроились в очередь, вылившуюся за двери заведения. (Правда, объяснением этому может служить и желанием попробовать что-то новое. Одним недавним февральским утром автор данной статьи увидел в одной из кофеен всего одного посетителя с капучино в руке).

На 8 марта намечено открытие в Астане первого в Центральной Азии ресторана сети McDonald's. Примечательно, что первую свою точку на территории бывшего СССР эта сеть открыла аж 25 лет назад, в Москве в 1990 году.

Представители McDonald's, как и Starbucks, отказались дать комментарий EurasiaNet.org о своих планах по завоеванию части рынка Казахстана.

Однако в прошлом месяце компания McDonald's объявила о намерении открыть 15 розничных точек по всему Казахстану, включая ресторан в Алматы позже в этом году. Рестораны открываются через местного держателя франшизы, известного и обладающего обширными связями газового магната Кайрата Боранбаева, чья дочь Алима вышла замуж за Айсултана Назарбаева, внука президента Нурсултана Назарбаева.

Выход McDonald's на рынок Казахстана произошел с задержкой, и теперь сети придется соперничать со своими не менее известными, и уже пустившими здесь корни, конкурентами Burger King, Hardee's и KFC. Но побороться есть за что: активный рост вышеупомянутых сетей указывает на то, что казахстанцы пристрастились к быстрому питанию.

«Мы всегда сюда приходим, т.к. здесь вкусно и цена нормальная, – сказала EurasiaNet.org 19-летняя студентка Балнура Куатова, обедавшая с друзьями в ресторане KFC в одном из торговых центров Алматы. – Я прихожу как минимум пять раз в месяц».

Сеть ресторанов быстрого питания KFC, вышедшая на рынок Казахстана в 2007 году, теперь обладает 31 рестораном в четырех городах республики, сообщил представитель обладающей франшизой KFC компании Caspian International Restaurants Company, также по франшизе открывшей в трех городах 13 ресторанов быстрого питания сети Hardee's и ряд кофеен Costa Coffee, конкурента Starbucks.

У сети быстрого питания Burger King, основного конкурента McDonald's, уже имеется 26 ресторанов в семи городах, сообщил EurasiaNet.org в письме президент Burger King в Казахстане Ануар Утемуратов.

С момента открытия в 2012 году рестораны Burger King обслужили 10 миллионов посетителей, что эквивалентно почти двум третям населения Казахстана, составляющего 17,6 млн человек.

Еще одной крупной новоприбывшей компанией является французская розничная сеть Carrefour, в феврале с помпой открывшая свой первый супермаркет в Казахстане. Она вошла на рынок через базирующегося в ОАЭ держателя франшизы Majid Al Futtaim Retail. Carrefour является одной из первых крупных западных сетей супермаркетов, решившихся работать в Центральной Азии (в Казахстане также присутствует немецкая METRO Cash and Carry, но она обслуживает более бюджетный сегмент рынка).

Открытие Carrefour было таким крупным событием, что Назарбаев лично пожаловал в этот супермаркет. Сделав ряд саркастических замечаний о грязной моркови и полнящих круассанах, он символично купил молоко и сыр казахстанского производства.

Визит президента страны в Carrefour указывает на то, насколько большое значение Астана придает привлечению в страну западных инвесторов (кампания вложила в экономику Казахстана \$14 млн). В связи со сложной текущей экономической ситуацией, правительство особо стремится привлечь инвестиции в неэнергетические секторы, чтобы снизить зависимость государства от экспорта нефти и газа. Власти предлагают готовым вложить деньги в экономику страны иностранным партнерам обширный пакет привилегий.

Учитывая экономические сложности, условия для вхождения на рынок оптимальными не назовешь. Правительство снизило прогнозы по росту ВВП до 0,5%, а некоторые эксперты даже ожидают, что экономика страны может впервые за почти два десятилетия скатиться в рецессию. Тем не менее, главный управляющий Carrefour в Казахстане Стефан Морье уверен в правильности принятого компанией решения, утверждая, что экономический кризис – это «лучшее время» для вхождения на рынок супермаркета с конкурентоспособными ценами.

«Покупательная способность в больших городах страны весьма высокая», – сказал он EurasiaNet.org в день открытия, добавив, что Carrefour уже рассматривает возможность открытия супермаркетов в Астане, Актобе и Шымкенте, а затем и в других государствах Центральной Азии.

Запуск Carrefour совпал со спадом в сфере розничной торговли, произошедшим после многих лет роста, олицетворением которого являлось открытие торгово-развлекательного центра Esentai Mall в Алматы в 2012 году. Тогда напичканный элитными магазинами вроде Saks Fifth Avenue, Louis Vuitton и Gucci молл быстро приобрел популярность среди следящих за своим имиджем покупателей.

Хотя, судя по данным продаж и доходов Esentai Mall, кризис не особо коснулся избалованных богачей и их излюбленных мест досуга и развлечений, большинство казахстанцев столкнулось со сложностями. По данным госстатистики, после десятилетия роста, почти каждый год достигавшего двузначных значений, в 2015 году розничный сектор сократился на 3% в реальном выражении.

«Из-за кризиса нам приходится экономить, – сказала EurasiaNet.org интернет-предприниматель Айгуль Иркенова, делавшая покупки в Carrefour в день открытия. – Приходится от чего-то отказываться, находить более дешевые варианты».

Испытывает последствия кризиса и сектор быстрого питания: Утемуратов сообщил, что сеть Burger King заметила «снижение потребительского спроса» в последнем квартале прошлого года. Данная тенденция наблюдалась и в текущем году, но продажи все-таки продолжали расти, и Утемуратов уверен, что рост не прекратится.

Инвесторы в сфере розничной торговли и общественного питания в Казахстане часто жалуются на проблемы с логистикой, сказывающиеся на поставках и качестве в этой обширной, отрезанной от моря стране. По словам Морье из Carrefour, лучшим выходом в этой ситуации является закупка продукции у местных производителей, т.к. таким образом «мы можем контролировать качество, от источника до прилавка».

Дополнительные сложности для компаний создает растущая напряженность в отношениях России с Евросоюзом и США. Введение Москвой запрета на ввоз продуктов питания из ряда западных стран негативно сказалось на поставках в Казахстан, т.к. через РФ пролегает наиболее короткий путь доставки продуктов в эту центральноазиатскую республику.

«У нас есть некоторые трудности, но мы их преодолеем», – сказал Морье. Между тем сеть Burger King признала, что вынуждена была «пересмотреть логистику».

Но экономические сложности и проблемы с логистикой не кажутся международным брендам слишком большой преградой. Их расширение может помочь привлечь в страну дополнительные инвестиции. Как сказал EurasiaNet.org работающий в Астане консультант по инвестициям Бен Годвин, присутствие крупных международных компаний убеждает других потенциальных инвесторов, что Казахстан «является рынком мирового класса, открытым для глобальных брендов».