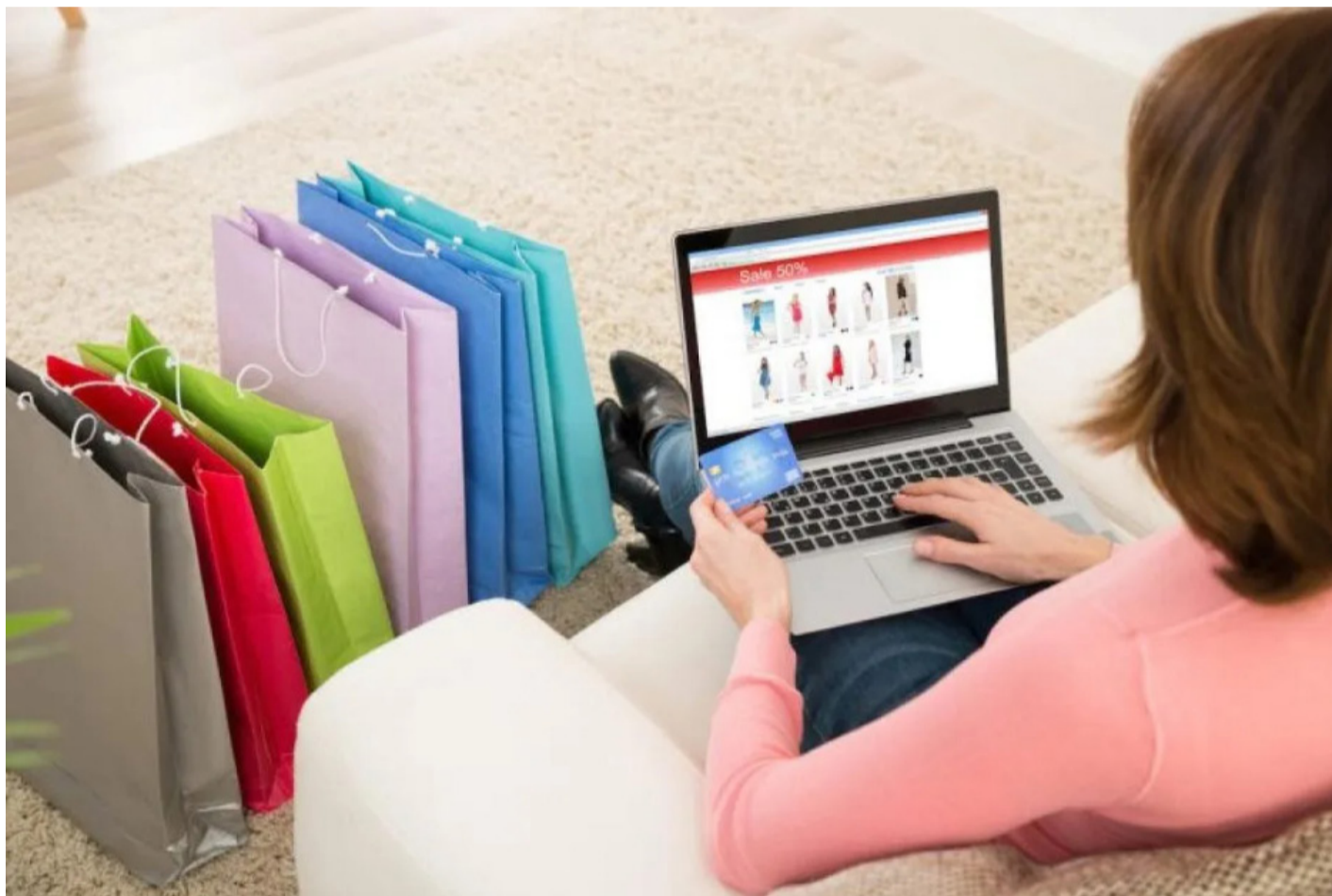




ТОО «СЯНЬЯНСКАЯ КОМПАНИЯ РАЗВИТИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ИНВЕСТИЦИИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ» ЖШС, БИН 18034002559 өзінің жойылғаны туралы хабарлайды. Кінәрат-талап хабарландыру Қазақстан Республикасы, Шымкент қаласы, Еңбекші ауданы, Жұлдыз тұрғын үй массиві, 336-ші үй, 160800 заңды мекенжайы бойынша жарық көргеннен бастап екі айдың ішінде қабылданады.

ТОО «СЯНЬЯНСКАЯ КОМПАНИЯ РАЗВИТИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ИНВЕСТИЦИИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ», БИН 18034002559 сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течении двух месяцев со дня опубликования объявления по юридическому адресу: 160800, Республика Казахстан, город Шымкент, район Енбекшинский, Жилой Массив Жұлдыз, дом 336.

## Как менялись потребительские привычки казахстанцев в пандемию



### Шопинг в интернете

Пандемия коронавирусной инфекции в 2020 году оказала негативное влияние на многие отрасли экономики. Однако отечественный рынок электронной торговли все это время демонстрировал лишь уверенный рост. По оценке Минторговли, к концу года объем рынка электронной торговли может достигнуть 900 млрд тенге.

### E-commerce на волне COVID

В Казахстане, по словам вице-министра торговли и интеграции Асель Жанасовой, онлайн торговля включена в перечень приоритетных направлений, но все же наибольший подъем она получила в нынешнем году, когда по всему миру распространился COVID-19. С введением ЧП в стране полностью приостановили деятельность торгово-развлекательные центры и торговые дома. Режим самоизоляции заставил казахстанцев вынужденно оставаться дома, что, в первую очередь, отразилось на динамике E-commerce и потребительских привычках жителей страны. По данным аналитиков крупнейшего онлайн-ритей-

лера Wildberries, продажи в Казахстане в период с января по октябрь выросли на 234% в штуках и на 172% в деньгах относительно аналогичного периода в прошлом году. Количество пользователей из Казахстана на онлайн-площадке за тот же период по сравнению с прошлым годом увеличилось в 4,4 раза.

### На фоне ажиотажа

По данным вице-министра торговли и интеграции страны, до наступления пандемии COVID-19 казахстанцы в основном покупали через интернет электронные гаджеты, косметику, одежду и бытовые приборы. Наиболее популярными товарами на отечественном интернет-рынке оставались косметические товары и парфюм, мобильные телефоны, детали и аксессуары для автомобилей, компьютеры, одежда и обувь. «В период карантина взрывной рост показали машинки для стрижки волос, напольные и кухонные весы, скакалки и гантели, формы для выпечки. И это, не считая продуктов питания. Во время карантинных мер возросло количество покупок медицинских лекарств и продуктов питания»,

- рассказала она агентству «Интерфакс-Казахстан».

По информации Wildberries в марте, во время начала эпидемии, казахстанцы совершали «стрессовые» закупки макарон, консервов, круп, антисептиков, защитных масок и одноразовых перчаток. Постепенно люди адаптировались к ситуации и начали обустраивать свой быт. «Так как многие работали из дома, то сменили формальную офисную одежду на повседневную: выросло число заказов худи, футболок, пижам, тапочек. Обустраивали свои спортивные домашние уголки: приобретали спортивные коврики, гантели и даже тренажеры. Занимались готовкой на дому: заказывали кухонные комбайны, мультиварки, хлебопечки», - сообщили агентству в пресс-службе Wildberries.

### Топ-10

Онлайн-ритейлер Wildberries также составил свой топ-10 наиболее популярных покупок казахстанцев на карантине. Так, например, в январе-феврале по мере убывания чаще всего жители страны приобретали подгузники, тушь

для ресниц, уходовую косметику, капсулы для стирки, набор средств для душа, влажные салфетки, платя, брюки, рисовую муку в упаковках и палетки для контурирования. Под воздействием пандемии и самоизоляции потребительские привычки стали меняться.

«На примере 10 самых популярных товаров в апреле-июне мы можем видеть, как изменилась структура потребления в Казахстане с приходом пандемии. Чаще всего в штучном выражении покупали (по мере убывания): гигиенические и антисептические средства, наборы одноразовых масок, пастилу, тушь для ресниц, подгузники, средства для педикюра, уходовую косметику, а также муку, специи и таблетки для мытья посуды в посудомоечной машине», - отметили в Wildberries. В интернет-магазине уверены, что жители страны стали больше уделять внимания своему здоровью, приготовлению пищи дома, а также уходу за собой в домашних условиях. Покупать стали больше и чаще не только лидеры спроса на онлайн-товары - Алматы, Нур-Султан, Усть-Каменогорск - по данным Wildberries, но и в небольших населенных пунктах.

### Привычка покупать легко и удобно

По данным вице-министра торговли и интеграции Асель Жанасовой, в целом, с января по ноябрь текущего года объем рынка электронной торговли в Казахстане достиг 879 млрд тенге. По итогам года, ожидается оборот в 900 млрд тенге. По ее мнению, привычка покупать товары онлайн у казахстанцев останется и после окончания пандемии, дело за появлением новых игроков рынка E-commerce.

«Мы видим, что за время самоизоляции потребители оценили преимущества онлайн-торговли и доставки, а периодические всплески новой инфекции могут привести к тому, что периодическое закрытие объектов станет необходимой мерой. В этих условиях у компаний, которые еще не перестроились, не остается другого выхода, кроме развития онлайн-направления. Появление новых игроков сделает рынок более разнообразным, а значит, более интересным для участников и потребителей», - поделилась она. В Wildberries добавили, что привычка заказывать в интернет-магазинах легко и удобно останется с жителями страны и в дальнейшем, еще больше людей будут покупать товары первой необходимости в онлайн и доля интернет покупок продолжит расти.

kapital.kz