

КУРСИВ



ВЛАСТЬ И БИЗНЕС:
ДВЕРИ ОТКРЫВАЮТСЯ

стр. 2

РЕСУРСЫ:
НОВЫЙ ДРУГ ЛУЧШЕ СТАРЫХ ДВУХ

стр. 4

БАНКИ И ФИНАНСЫ:
ДОМИК НА ПЕНСИЮ

стр. 6

ПРАКТИКА БИЗНЕСА:
ЗАВОЕВАНИЕ РЕСПУБЛИКИ

стр. 11

kursiv.kz | kursiv.kz | kursivkz | kursivkz | kursivkz

Собрался, листинговался

Узбекистан выведет на биржу акции крупнейших компаний с госучастием

В Узбекистане президентским указом утвержден перечень предприятий, акции которых подлежат публичному размещению в 2021–2023 годах. В этом списке – авиаперевозчик, несколько банков, производители золота и компании, которые занимаются добычей и транспортировкой газа.

Вадим ЕРЗИКОВ

Основной KPI программы по развитию рынка капитала в Узбекистане: в 2023 году доля бумаг в свободном обращении должна составить не менее 5% относительно ВВП страны. Сейчас этот показатель составляет 0,3%. В денежном выражении капитализация рынка ценных бумаг должна вырасти с 1,9 трлн сумов в 2020 году до 45 трлн сумов в 2023-м (с \$0,18 млрд до \$4,3 млрд). Другими словами, фондовый рынок РУз за ближайшие три года должен вырасти в десятки раз. Этому будет способствовать IPO и SPO 15 крупнейших узбекистанских предприятий с госучастием.

Денежные мешки

Банки занимают треть перечня предприятий, чьи акции подлежат публичному размещению через фондовую биржу в 2021–2023 годах. Это Уэнацбанк, Агробанк, Халк банк, Кишлок курилиш банк и Микрокредитбанк.

Уэнацбанк занимает первое место в отрасли по объему активов – 79,86 трлн сумов (\$7,6 млрд) на 1 января 2021 года. В прошлом году он был лидером сектора и по величине чистой прибыли – 905,41 млрд сумов (\$86,5 млн).

Агробанк на пятом месте по объему активов – 31,2 трлн сумов (\$3 млрд) и на восьмом по прибыли – 254,9 млрд сумов (\$24,4 млн). Халк банк на шестом месте по величине активов – 26,4 трлн сумов (\$2,5 млрд) и на третьем месте по сумме чистой прибыли – 505,1 млрд сумов (\$48 млн).

Кишлок курилиш банк и Микрокредитбанк на седьмом и восьмом местах по объему активов – 15,92 трлн сумов (\$1,5 млрд) и 10,28 трлн сумов (\$1 млрд) соответственно. По величине прибыли они значительно дальше друг от друга: 11-е и 17-е места среди всех узбекистанских банков – 223,7 млрд сумов (\$21,4 млн) и 100 млрд сумов (\$10 млн).

> стр. 6



Фото: Илья Ким

Попасть в струю Сколько денег уходит на содержание фонтанов

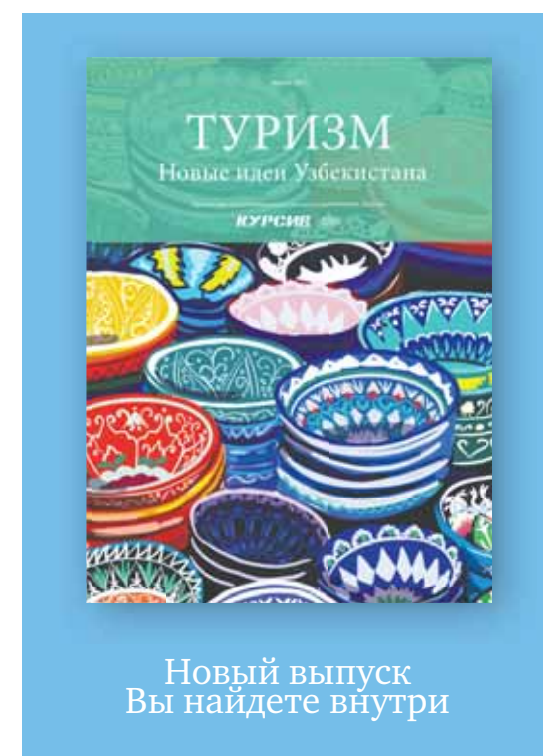
Ежегодно из бюджетов Нур-Султана, Алматы и Шымкента выделяют миллионы тенге на содержание и ремонт фонтанов. «Курсив» узнал, сколько денег заплатило государство в прошлом году за обслуживание «источников воды» и какие из фонтанов будут реконструировать.

Медина КАРИМОВА

Первого мая в Нур-Султане и Шымкенте работают десятки фонтанов. Эти города открывают «водный» сезон первыми среди мегаполисов РК. В южной столице страны фонтаны запустят почти на месяц позже – 25 мая.

Больше всего фонтанных комплексов в Алматы – 63 и Нур-Султане – 51. В жарком Шымкенте всего 22 фонтана.

> стр. 10



Новый выпуск
Вы найдете внутри

Вирусный потенциал e-commerce

«Курсив» поговорил с участниками рынка о том, какие сектора интернет-торговли особенно росли на фоне пандемии и сохранятся ли восходящий тренд в 2021 году.

Юрий МАСАНОВ

Рынок розничной электронной коммерции в Казахстане за 2020 год значительно вырос – в этом выводе сходятся все. Оценки, на сколько вырос, разнятся. По данным исследования PwC, объем казахстанского рынка e-commerce в 2020 году достиг 596 млрд тенге, увеличившись в 1,8 раза по сравнению с 2019-м.

В центре развития торговой политики Qaz Trade Министерства торговли и интеграции союбности «Курсиву», что оценивают объем рынка e-commerce в 2020 году в 900 млрд тенге – это 9% всей розничной торговли страны. Восходящий тренд, считают в QazTrade, сохранится, и к 2025-му эти показатели будут равны 3,5 трлн тенге и около 15% соответственно.

> стр. 9

РЕСПУБЛИКАНСКИЙ
ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

18+

2400000340320114 1 6 0 2 1

Фото: Depositphotos/yorgy67

Если у вас нет продуктов...

Помимо классической рекламы, которая стоит денег, у банков есть возможность бесплатного продвижения себя и своей продуктовой линейки в интернете. «Курсив» изучил, насколько активно казахстанские БВУ используют этот инструмент и на что делают ставку.

Виктор АХРЁМУШКИН

Визитной карточкой любого банка является его официальный сайт, а конкретно – главная страница портала. Логично предположить, что на ней банки

стараятся уместить самую важную информацию, которую они в данный момент хотят донести до существующих и потенциальных клиентов. «Курсив» сравнил «визитки» 14 универсальных банков страны, прошедших AQR, чтобы понять, продвижение каких продуктов сегодня приоритетно для тех или иных игроков.

Своя колея

На сайте Халыка внимание клиента сразу привлекают динамично меняющиеся слайды. Всего их десять. В трех случаях банк рекламирует свое мобильное приложение для физлиц, анонсируя розыгрыши призов и бонусов за совершенные в нем платежи, а также обещая повышенный кешбэк

за покупку туров. Еще два слайда посвящены продуктам для индивидуальных предпринимателей (онлайн-кредиты и онлайн-открытие счета). Остальные пять слайдов – это информация об использовании пенсионных излишков на улучшение жилищных условий, продвижение детской платежной карты, дочерней страховой компании, партнерской ипотеки и беспроцентного кредита на подведение газа к столичному жилью.

У дочернего Сбербанка таких слайдов одиннадцать, из них один, возможно, утратил актуальность (о прощении штрафов и пеней при погашении просроченного долга по кредиту до 30 ноября прошлого года).

> стр. 7

1 мая
маймыр

Қазақстан халқының бірлігі күні!
День единства народа Казахстана!



КУРСИВ

ВЛАСТЬ И БИЗНЕС

Двери открываются

Цифровой мониторинг позволит бизнесу работать даже в «красной» зоне

С начала этой недели – с 26 апреля – любой бизнес в Казахстане может подключиться к приложению Ashyq. Это приложение позволяет выявить тех, кто должен соблюдать карантин, но собрался, например, в кафе или фитнес-клуб. Таких граждан в заведение не пускают, и благодаря этому уменьшаются риски заражения для других клиентов и персонала.

Ирина ОСИПОВА

Приложение Ashyq интегрировано с базами Минздрава РК и позволяет проверить каждого клиента, сделан ли у него свежий ПЦР-тест и контактировал ли человек с заразившимися коронавирусом. Проверка проходит просто: посетитель (предварительно загрузив приложение на свой смартфон) перед входом сканирует индивидуальный QR-код заведения и предъявляет администратору свой статус – они различаются цветом. Зеленый (результат ПЦР-теста отрицательный) и синий (не является контактным, не проходил тестирование) статусы позволяют гражданину беспрепятственно пользоваться услугами бизнес-объектов. Желтый (контактный человек) и красный (ПЦР+) ответы приложения запрещают клиенту вход.

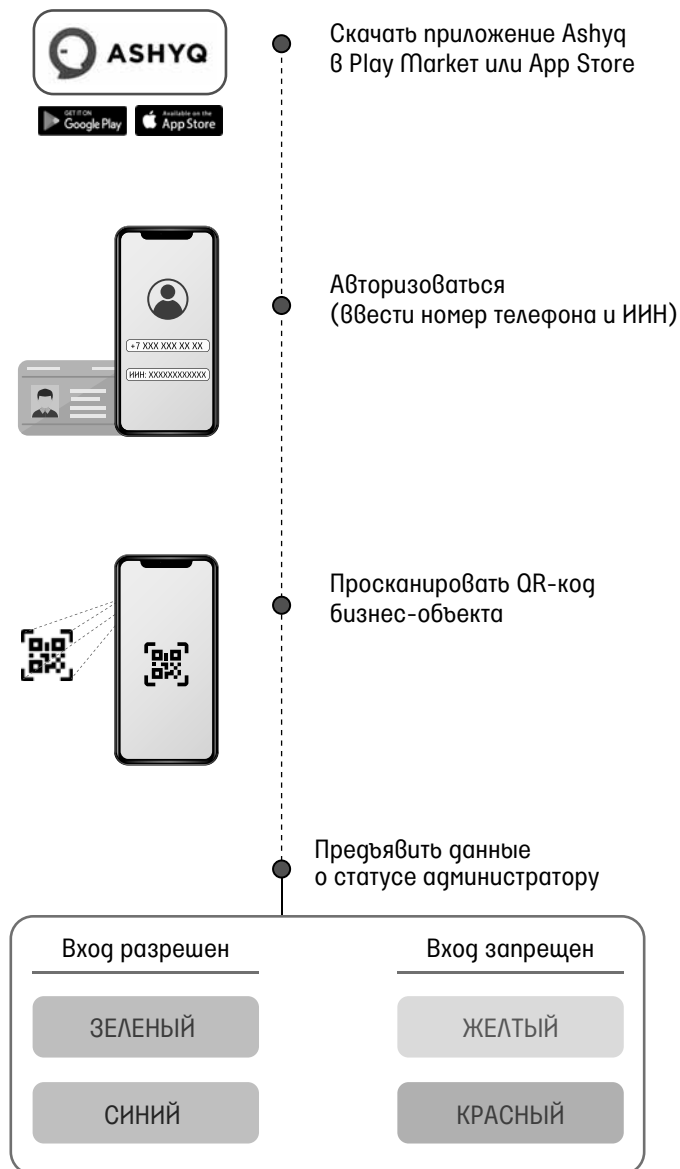
Разработчик «антиковидного» приложения – компания Digital Innovation and Transformation. Ashyq был создан по заказу Министерства цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности РК (МЦРИАП). Идею приложения Казахстан перенял от таких туристически активных стран, как Турция, Греция, Кипр, Малайзия, где именно цифровые инструменты контроля заболеваемости позволили бизнесу продолжить работу в период карантина.

Внедрение цифрового приложения для контроля и анализа данных по эпидемиологической ситуации Ashyq в Казахстане началось еще в январе. В пилотном режиме Ashyq запустили сначала в Нур-Султане, Алматы, Караганде, позже присоединились Костанай, Петропавловск, Кокшетау, Актюбе, Тараз, Талдыкорган. По информации специалистов проектного офиса (состоит из экспертов МЗ, МЦРИАП, «Атамекен»), за первые три месяца эксплуатации в городах пилота было выявлено более 600 посетителей с желтым и красным статусами. Это люди, нарушившие требование о 14-дневном домашнем карантине, которые могли подвергнуть риску заражения других посетителей бизнес-объектов и персонал.

Смена цвета карантина

Главная цель новой системы – обеспечить безопасное посещение здоровой частью населения объектов социальной инфраструктуры (общепит, театры, кинотеатры, другие развлекательные учреждения). Беспорочное преимущество, которое дает бизнесу приложение Ashyq, – это право работать в менее строгих карантинных условиях. На предпринимателей – участников проекта, находящихся в «красной» зоне, будут распространяться требования «желтой» зоны. Те, кто трудится в регионах с умеренным риском, получат возможность пользоваться всеми пре-

Как пользоваться приложением Ashyq



Инфографика: Ганаль Сейткужанов для «Курсива»

имуществами «зеленой» зоны. Эти положения прописаны в специальных постановлениях Комитета санитарно-эпидемиологического контроля Минздрава РК.

По данным на 26 апреля, в «зеленой» зоне находятся всего две области – Северо-Казахстанская и Туркестанская. В умеренной зоне риска – Шымкент, Костанайская, Жамбылская, Алматинская, Восточно-Казахстанская области (города Усть-Каменогорск, Семей, Аягос – в «красной» зоне). Во всех остальных регионах (включая Нур-Султан и Алматы)

применяются самые жесткие критерии к бизнесу. Другими словами, бизнес более чем в половине крупных городов страны вынужден работать по самым строгим требованиям санитарных служб. Для большинства объектов развлекательной, туристической, спортивной индустрии это означает запрет на работу.

Запуск проекта Ashyq сопровождался распространением в соцсетях информации о том, что использование приложения якобы нарушает гражданские права посетителей заведений и несет угрозу несанкциони-

рованного использования их персональных данных. В проектом офисе поясняют: приложение не имеет цели отслеживать передвижения человека. Главное требование – ограничить большое право доступа в места массового скопления людей (законодательно они и так лишены этой возможности). За нарушение этих обязательных требований носитель вируса или контактный будет оштрафован. Что касается защиты персональных данных, то, по информации экспертов проектного офиса, Ashyq уже включен в защитный контур АО «Национальные информационные технологии» (оператор электронного правительства) и вопрос информационной безопасности находится под особым контролем.

Важный момент – предприниматель, принявший решение добровольно подключить Ashyq, берет на себя обязательство проверять всех посетителей заведения. При первом нарушении бизнес-объект исключается из проекта на две недели, при повторном – на два месяца. По данным заместителя руководителя департамента санитарно-эпидемиологического контроля Алматы **Садкаса Байгабулова**, члены мониторинговых групп, проводящие проверки объектов, тоже в обязательном порядке должны проходить проверку личного статуса при входе. Исключений нет ни для представителей правоохранительных органов, ни для госслужащих.

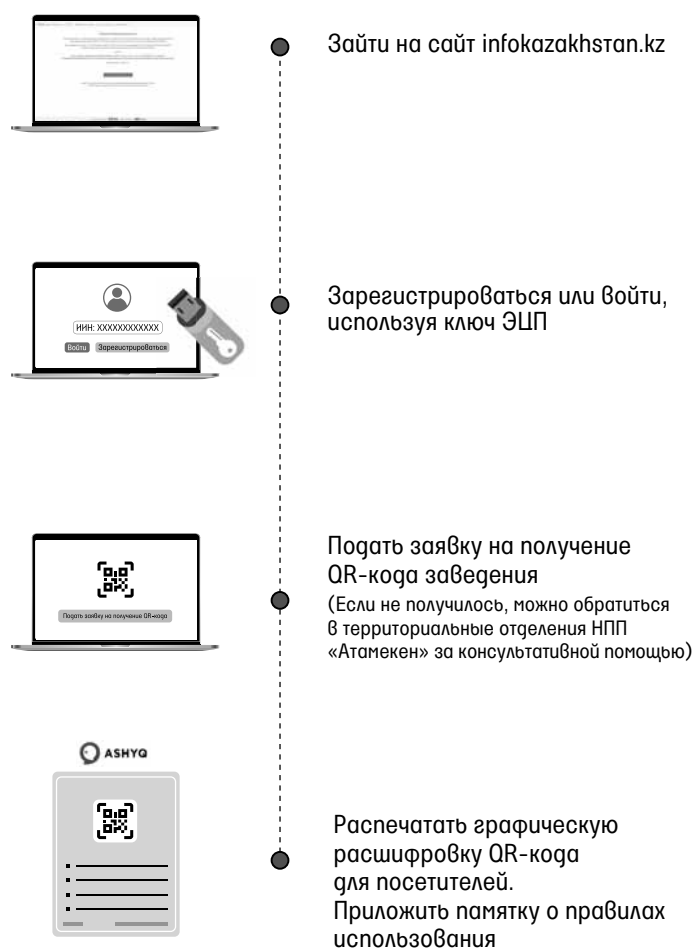
Выход на Ashyq

Оценить преимущества работы по приложению Ashyq в первую очередь смогли те представители малого и среднего бизнеса, которые после перехода в «красную» зону оказались на грани закрытия. Например, в середине апреля, еще до всеобщего внедрения приложения по всему Казахстану, бизнесмены Усть-Каменогорска и Семей («красная» зона) обратились с коллективным письмом к директору Палаты предпринимателей ВКО **Марипбеку Шакарбеку** с просьбой включить их в пилотный проект и позволить работать по проекту Ashyq.

«Ashyq – это единственный выход для нас, бизнесменов, работающих в «красной» зоне. Это приложение, которое поможет отфильтровать контактных, больных и позволит здоровым людям жить привычной жизнью. Альтернатива – полный локдаун – просто добьет оставшийся бизнес в сфере общепита. Есть нюансы, конечно. Первоначально Ashyq вызывает негативные реакции у людей, но других вариантов нет. Либо мы живем прежней жизнью, безопасно посещая общественные места, либо мы вспоминаем март-апрель 2020 года и сидим дома без дохода. Ассоциация рестораторов ВКО сначала с толикой недоверия восприняла этот проект. Но когда наши города вошли в «красную» зону, поняли, что нужно подключиться либо закрываться», – комментирует **Рустам Адамов**, руководитель крупной сети кафе Восточного Казахстана.

Механизм внедрения проекта предполагает, что предприниматель может самостоятельно зарегистрироваться на сайте infokazakhstan.kz и, подав заявку, получить QR-код своего заведения. В случае возникновения каких-либо сложностей представители МСБ могут обращаться в территориальные подразделения НПП «Атамекен» за помощью.

Как бизнес-объекту подключиться к проекту Ashyq



Инфографика: Ганаль Сейткужанов для «Курсива»



Президент «проехался» по дорогам

Токаев напомнил акиматам, что к 2025 году должно быть отремонтировано 95% местных дорог.

Жанболат МАМЫШЕВ

Каждый год бюджет республики выделяет 50 млрд тенге на ремонт дорог. Но это не дает результатов. Такое заявление сделал президент Казахстана **Касым-Жомарт Токаев** неделю назад на совещании по вопросам социально-экономического развития Атырауской области.

В тот же день бывший замминистра Акмолинской области **Аскар Маратулы** был назначен председателем правления АО «НК «КазАвтоЖол». Маратулы сменил **Улана Алипова**, который 16 апреля был освобожден от должности «в связи с неудовлетворительной работой».

Закольцованная проблема

Токаев затронул дорожную тему именно в Атырау не случайно. По данным министра индустрии и инфраструктуры региона **Бейбута Атамкулова**, регион вместе с соседними Западно-Казахстанской и Актюбинской областями имеет наихудшие показатели состояния дорожной сети в стране.

Из 71 тыс. км местных дорог нормативам отвечают 53 тыс., или 75%. В 2021 году на развитие местной сети будет направлено 119 млрд тенге, в том числе из республиканского бюджета – 52 млрд тенге, из местных бюджетов – 67 млрд тенге. За эти деньги будет построено и реконструировано 150 км, отремонтировано 1150 км дорог.

Токаев напомнил, что правительство и областные акиматы до 2025 года должны отремонтировать и привести в порядок 95% местных дорог. С 2019 года на эти цели ежегодно из республиканского бюджета направляется 50 млрд тенге. На строительство и ремонт дорог также выделяются средства из местного бюджета.

«Однако можно сказать, что это не дает результатов. Большая часть отремонтированных дорог приходит в негодность уже на следующий год, и об этом следует говорить открыто», – заявил президент.

Он отметил, что до сих пор не завершена реконструкция автодороги Нур-Султан – Алматы, и поручил ввести трассу в эксплуатацию в 2023 году.

Сервис у обочины

«В период 2021–2025 годов будет отремонтировано 10 тыс. км. До конца текущего года мы планируем начать реализацию четырех новых автодорожных проектов общей протяженностью 607 км», – сказал Атамкулов на одном из апрельских заседаний правительства.

В частности, речь идет о реконструкции 427 км автодороги Кызылорда – Жезказган. Для этого планируется взять под государственную гарантию займы Азиатского банка развития (АБР) и Европейского банка реконструкции и развития. На средства Всемирного банка будет построено 30 км восточного обхода города Туркестан, а по механизму государ-

ственно-частного партнерства – 48 км юго-западного обхода города Шымкент. Еще 102 км обхода города Сарыагаш планируется построить на средства АБР.

Напомним, что часть республиканских трасс после реконструкции стала платной – в марте взимание денег началось на 5,8 тыс. км. Это позволит снизить нагрузку на бюджет и покрыть текущие затраты на содержание дорог. Планируемые сборы к концу года составят 25,6 млрд тенге. До конца 2024-го по мере завершения работ по реконструкции платными станут еще 5,2 тыс. км. Кроме того, продолжится строительство новых участков дорог.

Все казахстанские дороги до 2025 года будут обеспечены придорожным сервисом, соответствующим утвержденному национальному стандарту, заверил глава МИИР. В настоящее время вдоль республиканской сети дорог действуют 1854 объекта сервиса, из которых 1070, или 58%, отвечают требованиям стандарта.

До конца 2021 года будет построено 125 объектов, в том числе 38 АЗС с санитарными узлами и пунктами питания и 87 санитарно-гигиенических узлов. В результате доля придорожных объектов, отвечающих нормативным требованиям, к началу 2022 года будет доведена до 66%. Для покрытия всей сети до 2025 года дополнительно будет построено свыше 400 современных объектов, а все имеющиеся объекты придорожного сервиса будут приведены в соответствие с нормативами.

Убийственные дороги

Дорожная инфраструктура является вторым по значимости фактором, влияющим на дорожную безопасность (после транспортной дисциплины водителей). Об этом рассказал заместитель председателя Комитета административной полиции МВД **Серик Тусупов** на брифинге на прошлой неделе.

Как показывает анализ МВД, сейчас смертность на дорогах зависит от динамики трех основных видов ДТП: наезды на пешеходов, опрокидывания и встречные столкновения автомобилей. На них приходится 56% всех погибших в ДТП.

Предотвращать такие ДТП хотят за счет установки разделительных барьеров между противоположными потоками, а также за счет оборудования регулируемых, надземных и подземных пешеходных переходов.

В этом году подразделения дорожной полиции обследовали около 5 тыс. участков улично-дорожной сети в населенных пунктах и выявили более 8 тыс. недостатков и дефектов в содержании автодорог, отрицательно влияющих на безопасность дорожного движения.

По итогам обследования в МВД предлагают дополнительно установить на дорогах страны свыше 23 тыс. дорожных знаков, более тысячи светофоров, около 800 дополнительных регулируемых пешеходных переходов, а также установить искусственное освещение на восьми тысячах километров улично-дорожной сети.

РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

КУРСИВ

Газета издается с 24 июля 2002 г.
Собственник: TOO «Atesco Partners»
Адрес редакции: А15Р1М9, РК,
г. Алматы, ул. Розыбакиева, 127.
Тел./факс: +7 (727) 339 84 41
E-mail: kursiv@kursiv.kz

Генеральный директор/
Главный редактор:
Марат КАИРБЕКОВ
m.kairbekov@kursiv.kz

Редакционный директор:
Александр ВОРОТИЛОВ
a.vorotilov@kursiv.kz

Выпускающий редактор:
Татьяна НИКОЛАЕВА
t.nikolaeva@kursiv.kz

Редактор спецпроектов:
Татьяна ТРУБАЧЕВА
t.trubacheva@kursiv.kz

Редактор отдела «Финансы»:
Виктор АХРЕМУШКИН
v.akhremushkin@kursiv.kz

Редактор отдела «Недвижимость»:
Наталья КАЧАЛОВА
n.kachalova@kursiv.kz

Редактор отдела «Фондовый рынок»:
Динара БЕКМАГАМБЕТОВА
d.bekmagambetova@kursiv.kz

Специальный корреспондент
по международным рынкам:
Павел НОСАЧЕВ
p.nosachev@kursiv.kz

Редакция:
Ксения БЕЗКОРОВАЙНАЯ
Ирина ОСИПОВА
Жанболат МАМЫШЕВ
Анастасия МАРКОВА
Юрий МАСАНОВ

Корректура:
Светлана ПЫЛЫПЧЕНКО
Татьяна ТРОЦЕНКО
Елена ШУМСКИХ

Билд-редактор:
Илья КИМ

Верстка:
Мадина НИЯЗБАЕВА
Елена ТАРАСЕНКО

Дизайнер:
Ганаль СЕЙТКУЖАНОВ

Фотограф:
Аскар АХМЕДУЛЛИН

Коммерческий директор:
Анастасия БУНИНА
Тел.: +7 (701) 989 85 25
a.bunina@kursiv.kz

Руководитель по рекламе и PR:
Сабир АГАБЕК-ЗАДЕ
Тел.: +7 (707) 950 88 88
sagabek-zade@kursiv.kz

Нач. отдела распространения:
Ренат ГИММАДИНОВ
Тел.: +7 (707) 766 91 99
r.gimmadinov@kursiv.kz

Представительство
в Нур-Султане:
РК, г. Нур-Султан, пр. Кунаева, д. 12/1,
БЦ «На Воодно-зеленом
бульваре», ВП-80, 2-й этаж, оф. 203
Тел.: +7 (7172) 28 00 42
E-mail: astana@kursiv.kz

Руководитель
представительства
в Нур-Султане:
Азамат СЕРИКБАЕВ
Тел.: +7 (701) 588 91 97
a.serikbaev@kursiv.kz

Подписные индексы:
для юридических лиц – 15138,
для физических лиц – 65138

Газета зарегистрирована
в Министерстве информации и
коммуникаций Республики Казахстан

Свидетельство о постановке на учет
№ 17442-Г, выдано 9 января 2019 г.

Отпечатано в типографии РПМК «Дауыр».
РК, г. Алматы, ул. Калдаякova, д. 17
Тираж 10 000 экз.

Информационная продукция данного
печатного издания предназначена
для лиц, достигших 18 лет и старше

МСБ в фокусе

Как в ходе коронакризиса власти РК поддерживали малый и средний бизнес и как ему это помогло

Казахстанскому малому и среднему бизнесу далеко до цели, на которую его последние 25 лет ориентирует руководство страны, – стать драйвером казахстанской экономики, а также социально-политической жизни, с предпринимательским ядром в мощном среднем классе. Доля МСБ в РК едва дотягивает до трети ВВП, количество занятых в малых и средних компаниях находится на уровне 3,5 млн человек, или почти 40% от занятого населения страны.

Асылбек АМАЛБАЕВ

Тем не менее именно МСБ, а не крупный бизнес, оказался в центре усилий правительства РК по поддержке экономики как налоговых, так и бюджетных стимулов. Меры поддержки позволили казахстанскому малому и среднему бизнесу удерживать деловую активность, а также существенно нарастить инвестиции в основной капитал. Например, в I квартале 2021 года малый бизнес увеличил уровень капложений на 22,3% в годовом выражении, а средний – на 72,5%.

Поддержка по традиции

Казахстанские власти активизировали поддержку МСБ еще до коронакризиса. В декабре 2019 года правительство РК продлило и расширило программу «Дорожная карта бизнеса», действовавшую с 2010 по 2020 год, на пять лет, до 2024 года. Если в первой редакции ДКБ-2020 на период 2010–2015 годов государство выделяло около 188 млрд тенге, то на 2020–2024 годы – 457 млрд тенге.

Увеличение финансирования вызвано не только инфляцией тенге. Расширенным оказался арсенал мер поддержки. К традиционному субсидированию кредитов МСБ добавилось и было расширено (с 17 до 133 млрд тенге) направление частичного гарантирования займов. Причем доля суммы займа, которая попадает под гарантию по ДКБ-2025, могла достигать 85%. Впоследствии инструмент гарантирования был распространен и на другие госпрограммы: «Экономику простых вещей» (гарантия на 30–50% суммы; до 5 млрд тенге), «Енбек» (до 85% суммы; до 8 тыс. МРП; в 2021 году – около 23 млн тенге), «Даму Оптима» (до 85% суммы; до 180 млн тенге).

И все же главными инструментами в арсенале ДКБ были и остаются субсидированные ставки по кредитам: под условия программы попадают кредиты субъектов МСБ до 7 млрд тенге на срок до пяти лет. Ставка по ним субсидируется до 6%. Новшеством программы ДКБ-2025 стало участие в схеме субси-

дирования микрофинансовых организаций наряду с банками второго уровня.

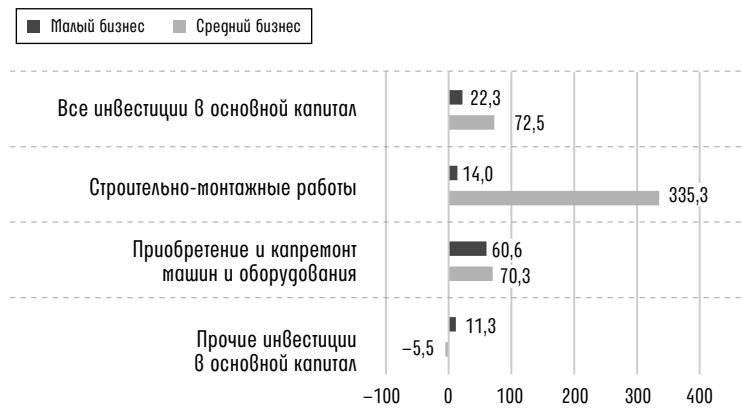
В декабре 2018 года был запущен механизм кредитования проектов в приоритетных секторах («Экономика простых вещей»), по которому МСБ в реальном секторе экономики (в основном АПК, машиностроение, стройиндустрия) получали кредиты без ограничения по размеру на срок до 10 лет под 8%. После начала кризиса ставки, до которых будут субсидированы займы приоритетным секторам экономики, унифицировали – до уровня 6% (конечная ставка).

Субсидирование по кредитам могли получить частные застройщики из числа МСБ (до 7% – конечная ставка – при сроке кредита до трех лет) по программе «Нурлы жол», а также компании, реализующие проекты в сфере энергоэффективности (10% от ставки вознаграждения при сумме не более 350 млн тенге).

В период между кризисами 2015–2016 и 2020 годов доходило до того, что госпрограммы де-факто конкурировали за заемщика из МСБ, предлагая ему кредиты по ставке ниже базовой (не опускалась ниже 9,0%), а в 2020 году реальная ставка по кредитам МСБ оказалась отрицательной (накопленная инфляция находилась в диапазоне 5,6–6,8%).

Фактор господдержки в числе прочих также активно влиял на динамичный рост доли МСБ в ВВП, наблюдавшийся в 2017–2019 годы – к концу периода вес малых и средних производителей товаров и услуг в экономике достиг 31,7% (рост на 6,8 п.п. за пять лет), причем отношение количества занятых в МСБ ко всему занятому населению составило 39,3% – малые и средние

Динамика отдельных компонентов затрат инвестиций в основной капитал МСБ РК в I квартале 2021 года, % в/г (накопленный итог)



Источник: БНС АСПР РК

поддержки бизнеса. Меры были ориентированы в первую очередь на пострадавшие отрасли, в основном представлявшие сферу услуг, которая в свою очередь преимущественно состоит из субъектов МСБ.

Первый был предложен еще в марте 2020 года после введения режима чрезвычайного положения. Преимущественно это были налоговые стимулы. Власти приостановили сроки налоговых проверок до 1 июня, отсрочили дефайны по предоставлению налоговой отчетности для субъектов МСБ и предоставили отсрочки по уплате всех видов налогов и других обязательных платежей МСБ без начисления штрафов и пени.

Для пострадавших отраслей (общепит и гостиничный бизнес) до конца 2020 года применялись нулевые ставки по налогу на имущество. Для МСБ в пострадавших секторах были обнулены ставки налогов на фонд оплаты труда – индивидуальный подоходный налог, соцналог, обязательные пенсионные взносы и платежи по обязательному социальному

субсидировать ставки по всем кредитам (в том числе договорам лизинга) субъектов МСБ в пострадавших секторах, куда включено 29 отраслей, среди которых розничная торговля, гостиничный бизнес, туристические агентства, кинотеатры, фитнес-центры, станции техобслуживания, организации дошкольного и начального образования. Изначально норма действовала до середины марта 2021 года, но затем ее действие продлили до июля.

В апреле 2021 года Министерство национальной экономики РК сообщило об очередном пакете налоговых стимулов: была введена отсрочка на уплату всех налогов и платежей с фонда оплаты труда для субъектов МСБ в пострадавших отраслях. В МНЭ подсчитали, что норма охватит 500 тыс. предпринимателей, а общая сумма отсрочки составит 67 млрд тенге. В течение II квартала 2021 года приостановлено принудительное взыскание налоговой и таможенной задолженности (около 90 тыс. предпринимателей, сумма – 374 млрд тенге).

Коснулись МСБ и монетарные стимулы: через регуляторные механизмы банки стимулировали предоставлять фирмам отсрочки по выплате основного долга и процентов. Отдельные займы малых компаний могли быть реструктурированы, например, ФРП «Даму» с марта по октябрь минувшего года поддержал реструктуризацию обязательств по проектам гарантирования на 108 млрд тенге, а по проектам субсидирования – на 503 млрд.

Подъем на фоне кризиса

В списке ожидаемых эффектов от поддержки МСБ снижение налоговой нагрузки (для фирм из пострадавших отраслей); освобождение и отсрочки по платежам должны были создать условия для роста объема денежных средств, которые компания может оставить в обороте. Это должно способствовать если не восстановлению, то поддержке деловой активности в пострадавших отраслях.

Первая реакция бизнеса на стимулы была сдержанной. В исследовании по оценке мер господдержки бизнеса, проведенном КРМГ в июле 2020 года, выяснилось, что 34% оценивают

актуальность и выполнимость критериев в программах «ниже среднего», а 89% компаний не считают, что «налоговые каникулы» являются эффективной мерой для стабилизации их положения.

Статистика по итогам года с начала коронакризиса свидетельствует о том, что кризиса в МСБ удалось избежать. В некоторых секторах ситуация лучше, чем до марта 2020-го.

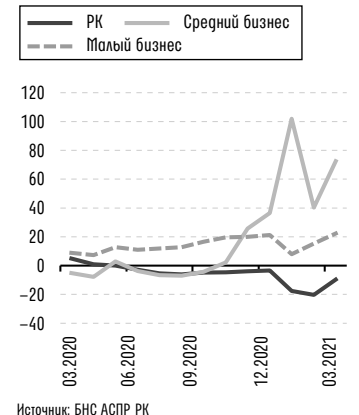
Выросла с начала 2020 года и доля активных субъектов МСБ. Например, доля активных малых предприятий увеличилась с марта 2020-го к марту 2021 года с 68,1 до 71,2% и продолжает расти. Доля действующих индивидуальных предприятий в тот же период практически не изменилась (увеличившись с 86,2 до 86,6%). Доля активных крестьянских и фермерских хозяйств незначительно сократилась (с 96,5 до 96,9%), но по-прежнему остается устойчиво высокой и растет в абсолютном измерении.

За кризисный 2020 год портфель кредитования малого бизнеса вырос на 25% и достиг уровня в 2,6 трлн тенге, или 3,7% ВВП (2020). Наиболее активно в этот период рос портфель кредитов малым и средним компаниям, работающим в наиболее устойчивых к минувшему кризису секторах – связь (+45,7%) и промышленность (+28,2%). То, что портфель кредитов вырос и по кредитам таким уязвимым секторам, как транспорт (+25,8%) и торговля (+23,8%), указывает на высокую доступность заемного финансирования, и это во многом является результатом расширения объемов господдержки.

Позитивная динамика наблюдается еще по одному маркеру состояния МСБ – доля просроченной задолженности на срок более 90 дней (NPL 90+) – по расчетам, основанным на данных Национального банка РК, с 15,0% NPL 90+ в марте 2020-го к июню этот показатель вырос до 17,5%, а затем начал сокращаться и к февралю 2021-го составил 11,1%, то есть ниже, чем на входе в кризис. Снижение доли необслуживаемых займов может указывать как на хорошее финансовое состояние заемщиков, так и на то, что активно применяются механизмы реструктуризации и действуют отсрочки по выплатам.

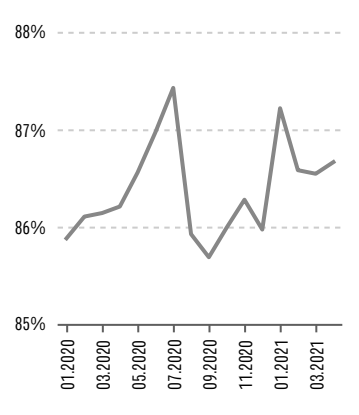
При такой картине кредитования (МСБ привлекает средства на развитие преимущественно в виде кредитов банков, а также собственных средств акционеров) в период роста вступила и инвестиционная активность. Увеличение темпов роста инвестиций в основной капитал у предприятий малого бизнеса наблюдалось с мая минувшего года. По итогам января – декабря 2020 года прирост объема капложений составил 21,2%, к январю – марту 2021 года показатель вырос до 22,3%. Осенью минувшего года с низкой базы начали расти темпы инвестиций в основной капитал средних компаний, к январю – марту 2021 года накопленный рост составил 72,5%.

Динамика инвестиций в основной капитал в РК в 2020–2021 годы, % (накопленный итог)



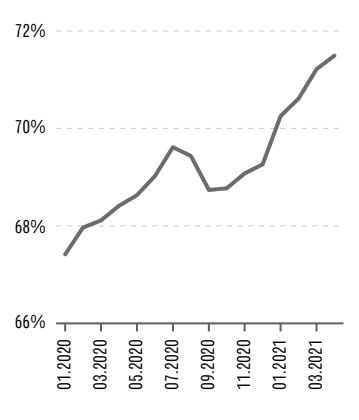
Источник: БНС АСПР РК

Доля действующих индивидуальных предприятий, %



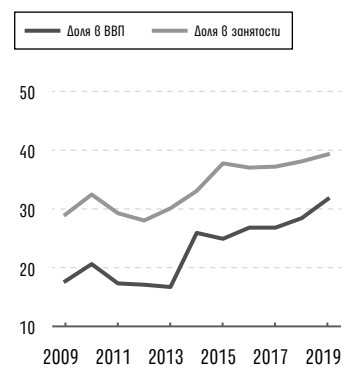
Источник: расчеты по данным БНС АСПР РК

Доля действующих малых предприятий, %



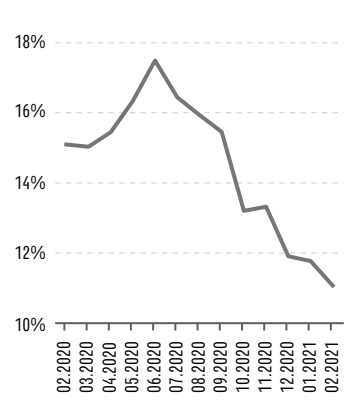
Источник: расчеты по данным БНС АСПР РК

Доля малого и среднего бизнеса в ВВП* и в численности занятых в РК, %



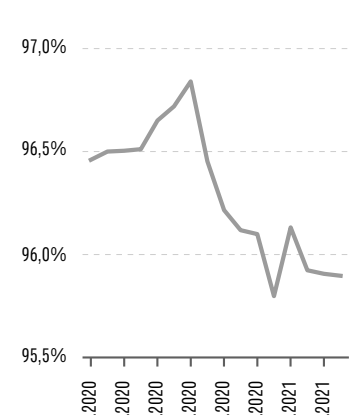
* ВВП предприятий малого и среднего предпринимательства в ВВП страны
Источник: БНС АСПР РК и расчеты по его данным

Доля просроченной задолженности (NPL90+) по кредитам БВУ МСБ, %



Источник: расчеты по данным НБ РК

Доля действующих крестьянских и фермерских хозяйств, %



Источник: расчеты по данным БНС АСПР РК



Фото: Офелия Жакаева

Новый друг лучше старых двух

Национальная атомная компания «Казатомпром» до конца июня 2021 года продаст 49% доли в двух урановых месторождениях китайской корпорации CGNPC. С китайцами казахстанская сторона дошла до того уровня кооперации, которого не смогла достичь с россиянами и японцами.

Куралая АБЫЛГАЗИНА

На прошлой неделе «Казатомпром» и China General Nuclear Power Corporation (CGNPC) подписали договор купли-продажи, в рамках которого китайская сторона получит 49% доли участия в ТОО «Добывающее предприятие «Орталык». В его состав входят два урановых месторождения – Центральный Мынкудук и Жаллак в Туркестанской области. На последнем из них в настоящее время ведется опытно-промышленная добыча, в случае успешности которой полномасштабное производство начнется в 2022 году. В 2020 году добыча урана в ТОО «ДП «Орталык» составила около 2,2 тыс. из 19,5 тыс. тонн общего показателя по группе.

По данным компании, сделку планируют завершить до 30 июня 2021 года и оценивают ее в \$435 млн. После продажи доли «Казатомпром» сохранит за собой 51% в предприятии. Партнеры будут осуществлять покупку урана с вышеперечисленных месторождений пропорционально доле участия.

Выгодный обмен

Казахстан является крупнейшим поставщиком урана в Китай, потребность в котором будет расти ежегодно. Согласно прогнозу Всемирной ядерной ассоциации, в 2020 году Китай должен был использовать более 11 тыс. тонн урана, а в 2025 году потребность в нем вырастет до 18,5 тыс. тонн в расчете на 100 реакторов (сейчас действует 58

реакторов), в 2030 году – уже 24 тыс. тонн для 130 реакторов.

По данным китайской таможи, в 2020 году Казахстан уже поставил в КНР около 11,6 тыс. тонн стоимостью \$1,1 млрд. Всего китайцы импортировали в прошлом году 16,7 тыс. тонн урана на \$1,8 млрд. И для «Казатомпрома» Китай остается главным рынком сбыта. В 2019 году 40% из общей выручки национальной компании от продажи урановой продукции приходилось на поставки в КНР. Сегодня Казахстан сотрудничает только с одной китайской корпорацией – CGNPC. Она является второй крупнейшей компанией в Поднебесной, уступая только Китайской национальной ядерной корпорации (CNNC). По оценке Всемирной ядерной ассоциации, сильная монополия CNNC на рынке топливного цикла в Китае вынуждает компанию развивать его самостоятельно, в основном за рубежом: собственных источников урана у CGNPC в Китае нет.

К нынешнему уровню кооперации «Казатомпром» и CGNPC пришли не сразу. В 2008 году CGNPC получила 49% в ТОО «Семизбай-У», в составе которого месторождения Ирколь в Кызылординской области и Семизбай в Акмолинской области, введенные в эксплуатацию в 2008–2009



Фото: НАК «Казатомпром»

годах. В свою очередь китайская сторона передала Казахстану технологию производства топливных таблеток (применяются для создания топлива для АЭС), которые «Казатомпром» поставит на станции CGNPC с 2012 года. Тогда казахстанская национальная атомная корпорация сосредоточила на родине такие элементы ядерного топливного цикла, как добыча сырья, обогащение урана и выпуск таблеток.

В 2014 году партнеры приступили к развитию дальнейших переделов и подписали договор об организации в Казахстане производства тепловыделяющих сборок (ТВС, топливо для АЭС), решение о создании которого окончательно приняли в 2017-м.

Завод «Ульба-ТВС» мощностью 200 тонн эквивалента уранового металла в год в виде ТВС на территории Ульбинского металлургического завода в Восточно-Казахстанской области планируется запустить до конца 2021 года, а первые поставки в КНР начать в 2022-м. Взамен этой инвестиции «Казатомпром» должен был уступить китайским партнерам 49% доли в ТОО «ДП «Орталык» на рыночных условиях.

Соглашение обязывает CGNPC покупать у завода «Ульба-ТВС» весь объем выпускаемой продукции в течение 20 лет (итого 4 тыс. тонн эквивалента уранового металла). Первый пятилетний контракт на поставку ТВС между «Ульба-ТВС» и CGNPC Uranium Resources Company Limited (дочерняя структура CGNPC) заключен в декабре 2020 года. Таким образом, после ввода завода национальный оператор превратится в компанию дореакторного полного цикла.

Партнер познается в ЯТЦ

Это не первая попытка Казахстана получить технологии для развития топливного цикла. В середине 2000-х на казахстанском рынке появился японский консорциум Energy Asia Limited, крупные доли в котором принадлежат Marubeni, Terco и Toshiba. В 2018 году Казахстан сократил его доли в предприятиях «Байкен-У» и «Хорсан-У», которые разрабатывают участки 1 и 2

месторождения Северный Хорсан. Тогда японские партнеры не в полной мере выполнили свои обязательства по передаче технологий по созданию топлива для АЭС.

Российский «Росатом», пришедший на казахстанские урановые месторождения в одно время с японцами, также обладает собственными разработками по производству тепловыделяющих элементов (ТВЭЛ) для атомных реакторов. Однако сотрудничество в области развития ядерного цикла ограничилось только доступом «Казатомпрома» к услугам по обогащению урана в России. В портфеле «Казатомпрома» 10% в АО «Международный центр по обогащению урана» (МЦОУ) в российском Ангарске и 1% в АО «Центр по обогащению урана» на мощностях АО «Уральский электрохимический комбинат» в Свердловской области.

Стоит отметить, что Toshiba, как и «Росатом», заявляла о желании построить в Казахстане АЭС по собственной технологии. Но правительство РК пока не видит необходимости развлекать энергобаланс страны атомными мощностями.

Усиление позиций

Эксперты, опрошенные «Курсивом», считают, что сделка стала хорошим событием не только для урановой отрасли страны, но и для «Казатомпрома», находящегося в листинге Лондонской и Казахстанской фондовых бирж, а также биржи МФЦА.

По мнению ведущего эксперта УК «Финанс Менеджмент» Дмитрия Баранова, соглашение может укрепить положение «Казатомпрома» и CGNPC на мировом рынке. Например, они смогут предложить третьим странам сотрудничество в области развития атомной энергетики. Для этого они обладают технологиями и сырьем. При этом, полагает эксперт, сделка вряд ли скажется на операционных показателях ДП «Орталык». Не исключает он в будущем и продажу доли в пользу китайских партнеров в других активах национального оператора.

«Производственная мощность, вероятно, останется на прежнем уровне, и решение о необходимости ее изменения теперь будут принимать уже два акционера, если сочтут это необходимым и будет соответствующий спрос», – добавил Баранов.

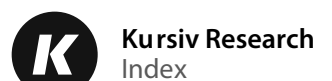
По мнению аналитика ИК «Фридом Финанс» Данияра Оразбаева, сумма сделки примерно равняется стоимости доли в ДП «Орталык», которая оценивается приблизительно в \$413 млн. Напомним, стороны подписали договор купли-продажи на \$435 млн. По его данным, в 2020 году на долю ДП «Орталык» в общем объеме добычи урана «Казатомпромом» пришлось 11,6%.

«Если брать 11,6% от рыночной капитализации «Казатомпрома», то («ДП «Орталык» – «Курсив») можно оценить в \$843 млн. А 49% от \$843 млн составляет \$413 млн», – объяснил он.



Фото: пресс-центр НАК «Казатомпром»

Индекс Kursiv-20: плоды коррекции



За последние семь дней индекс Kursiv-20, представленный 20 акциями, торгующимися на Казахстанской фондовой бирже (KASE), вырос с 1110,35 до 1123,85 (по состоянию на 15:00 28.04.2021).

Сергей ДОМНИН

Лидерами роста стали бумаги иностранных эмитентов, которые выросли после восстановления мировых финансовых рынков за минувшей неделей. Банк ВТБ вырос на 7,4%, Freedom Holding Corp. – на 5,7%, Facebook и Сбербанк – на 5,5% каждый.

Из казахстанских эмитентов активно рос «Казхателеком» (+2,8%). Рост, начавшийся на прошлой неделе на фоне объявления более высокой доли дивидендов, продолжился. По итогам четверга, 22 апреля, акции «Казхателекома» пробили отметку 30 000 тенге за бумагу, а общий объем торгов составил 63 млн тенге. Бумаги Банка ЦентрКредит выросли на 0,6%, «КазТрансОйла» – на 0,4%.

Скорректировались простые акции KEGOC (–0,3%), «Кселл» (–0,8%), но наиболее глубокий спад фиксировался по акциям Народного банка, которые потеряли 5,7%.

Ключевые корпоративные события казахстанских участников индекса с 21.04.2021 по 28.04.2021

Народный банк

Халык информирует о результатах заочного голосования на годовом общем собрании акционеров, которое прошло 23 апреля: решено установить размер дивиденда на одну простую акцию за 2020 год в размере 18,00 тенге, а выплаты начать с 1 июня этого года.

Таким образом, сумма дивидендов, подлежащих выплате держателям простых акций банка, составит 211,6 млрд тенге, это 60% от чистой прибыли, полученной банком в минувшем году.

Ключевыми акционерами Народного банка по состоянию на 01.04.2021 являются холдинг «АЛМЭКС» (56,39%) и Единый накопительный пенсионный фонд (5,34%), остальные бумаги находятся в свободном обращении.

«КазТрансОйл»

Оператор нефтегазотранспортной сети Казахстана подвел производственные итоги за I квартал 2021 года: объем транспортировки нефти по магистральным нефтепроводам сократился незначительно (–2,6% г/г) и составил 10,2 млн тонн, грузооборот по

нефти сократился на 3,6%, до 8,7 млрд тонно-километров, а совокупный грузооборот «КазТрансОйла» – на 0,7%, до 10,7 млрд тонно-километров.

В структуре поставок на НПЗ республики (всего за I квартал – 4 млн тонн) лидирует Павлодарский НХЗ, куда ушло 1,4 млн тонн, на Шымкентский НПЗ («ПетроКазахстан Ойл Продактс») поставлено 1,3 млн, на Атырауский НПЗ – 1,2 млн. Около 150 тыс. тонн прокачано на завод Caspi-Bitum.

Решение о распределении чистой прибыли компании за 2020 год и о дивидендах будет принято 26 мая этого года на годовом общем собрании акционеров, об этом «КазТрансОйл» сообщил 22.04.2021. Напомним, по представленной консолидированной финансовой отчетности за 2020 год «КазТрансОйл» получил чистую прибыль в размере 56,0 млрд тенге. Совет директоров предложил направить на дивиденды 50,8 млрд тенге, или 90,7% чистой прибыли компании.

KEGOC

Системный оператор национальной энергосистемы Казахстана 26.04.2021 провел на KASE День эмитента, на котором о деталях тарифной и дивидендной политики рассказал управляющий директор KEGOC по финансам Айбек Ботабеков.

Индекс Kursiv-20



Источник: расчеты Kursiv Research по данным KASE

СФО компании объявил о планах пустить на дивиденды в общей сложности около 74% (39,5 млрд тенге) чистой прибыли KEGOC, которая по итогам 2020 года составила 53,4 млрд тенге. Поскольку энергетическая компания выплачивает дивиденды дважды в год, с учетом выплаченного по итогам первого полугодия 2020 года вознаграждения прибыль на акцию за второе полугодие составит 75,01 тенге, а итоговый за год показатель – 152,10 тенге за бумагу.

Г-н Ботабеков проинформировал о намерении компании пересмотреть предельные тарифы, которые фиксирует для KEGOC регулятор, в сторону повышения: с учетом повышения предельных цен на электроэнергию с 1 апреля этого года тариф на

передачу электроэнергии должен вырасти на 30%.

Ранее KEGOC направил в Комитет по регулированию естественных монополий Министерства национальной экономики РК обновленную заявку на утверждение предельных тарифов на 2021–2025 годы. Регулятор контролирует следующие тарифы KEGOC: на передачу электроэнергии, на техническую диспетчеризацию отпуска в сеть и потребления электроэнергии, на организацию балансирования производства-потребления электроэнергии.

Банк ЦентрКредит

БЦК 27.04.2021 сообщил о дате годового общего собрания акционеров, оно состоится 28 мая. На собрании будет утверждена консолидированная и отдельная годовая отчетность банка по итогам 2020 года и будет принято решение в отношении распределения чистой прибыли. Банк пока не предоставил KASE консолидированную финансовую отчетность за 2020 год. Согласно отчету о прибылях и убытках на сайте банка, чистая прибыль в 2020 году выросла в 5,7 раза, до 8,6 млрд тенге. По итогам 2019 года банк показал чистую прибыль в размере 1,5 млрд (–84,4%).

Крупнейшими акционерами БЦК (включая привилегиро-

ванные акции) на 01.04.2021 являются Бахытбек Байсеитов (41,58%) и Владислав Ли (9,04%).

Nostrum Oil & Gas

Компания, чьим ключевым активом является Чинаревское нефтегазоконденсатное месторождение в Западно-Казахстанской области РК, 27.04.2021 объявила финансовые результаты за 2020 год.

Выручка компании упала на 45,4%, до \$176 млн, показатель EBITDA скорректировался на 59,7%, до \$80 млн. Это произошло на фоне снизившихся цен на нефть и сокращения добычи и продаж: уровень среднесуточной добычи упал с 28,5 до 22,3 тыс. баррелей нефтяного эквивалента (–21,8%), продажи сократились с 26,6 до 21,5 тыс. баррелей (–19,2%). Убыток составил \$327 млн после \$990 млн в 2019-м. Совокупный долг вырос незначительно – на 4,4%, до \$1,2 млрд. Показатель долг/EBITDA за год увеличился с 5,2 до 13,8.

Nostrum сообщает об успешных ремонтных работах и геологических мероприятиях, которые позволили сократить темпы снижения добычи. Компания располагает недействующими мощностями, которые ищет возможностями, которые ищет возможностью заполнить чужим сырьем.

Тим Беннетт: IPO «Казатомпрома» и Kaspi демонстрируют, почему нам нужно больше публичных размещений

Тим Беннетт, работавший председателем правления AIX с момента ее основания, 24 мая покинет свой пост и возглавит совет директоров биржи. В беседе с «Курсивом» Тим Беннетт подвел итоги трех лет, в течение которых возглавлял AIX, а также рассказал, как биржа планирует привлечь розничных инвесторов и можно ли ожидать в Казахстане листинга SPAC.

– Какие цели вы ставили перед собой, когда начинали работать? Какие из них удалось выполнить?

– Я хотел построить здесь команду, которая действительно бы понимала важность рынков капитала. Когда мы недавно объявили об изменениях в руководстве, я поделился с нашей командой цитатой новозеландского тренера по регби **Стива Хэнсена**: «Вы знаете, что у вас замечательная команда, когда все мыслит одинаково, в том числе и о том, что нужно предпринять, и о том, как победить». За последние три года нам удалось создать команду, которая понимает, почему важно развивать рынки капитала, почему они важны для роста экономики.

Главная наша цель – донести до общественности, а также ключевых стейкхолдеров, почему рынки капитала так важны. Я думаю, что на протяжении последних трех лет AIX повлияла на то, что широкий спектр стейкхолдеров теперь понимают важность развития рынков капитала для Казахстана. Мы считаем это своим достижением, такую цель я и ставил, когда пришел на эту работу.

Мы заметили перемену в том, как государственные организации смотрят на рынки капитала. Отрадно видеть, что новый финансовый регулятор (АРПФР) объявил о новой стратегии развития фондового рынка. Очевидно, что это хороший первый шаг. Мы также видим, что было создано Агентство по стратегическому планированию и реформам. Часть его мандата – развивать фондовый рынок. Министерство финансов старается диверсифицировать свои источники заимствования, также очевидно интерес иностранных инвесторов к тенговым облигациям. Кроме того, нас радует рост таких компаний, как Freedom Finance, Nalyk Finance, Jysan Invest. Все они развиваются и наращивают свою базу инвесторов.

– Как насчет невыполненных целей?

– Я бы хотел больше попутешествовать по Казахстану (сметая). Из-за COVID-19 эти планы немного сдвинулись.

Что касается работы, то невыполненные цели есть всегда. Я думаю, что если бы не пандемия, мы в прошлом году добились бы гораздо больших успехов. Мы провели очень интенсивную работу с некоторыми нацкомпаниями в рамках подготовки к приватизации. «КазМунай-Газ» и несколько других «дочек» «Самрук-Казыны» собирались провести IPO, и эти планы были отложены. Конечно, это было вне нашего контроля. Когда цены на нефть лихорадило, это не могло не отразиться на компаниях вроде КМГ. AirAstana же испытывала трудности из-за снижения количества перелетов по всему миру.

В то же время были и позитивные моменты, связанные с пандемией. Министры и другие официальные лица теперь несколько по-другому воспринимают экономическое развитие. Как я уже сказал, создание Агентства по стратегическому планированию и реформам – это кульминация этих усилий. Развитие фондового рынка стало ключевой частью повестки.



Фото: Дархан Жагипаров

– Прошлым летом AIX запустила сегмент регионального рынка акций (REMS), рассчитанный на компании с капитализацией до \$200 млн. На данный момент в этом сегменте торгуются акции только АО «Банк ЦентрКредит». Почему, на ваш взгляд, компании не стремятся на биржу даже при условии предоставления льгот?

– Во всем мире за последние 12 месяцев очень много компаний разместили свои акции на бирже, и есть еще ряд компаний с планами по IPO. Компании, которые сейчас проводят первичные размещения, в большинстве своем – компании роста. Инвесторы очень высоко оценивают такие предприятия. Например, Coinbase, которая разместила 9 апреля – у нее значительный потенциал роста. Казахстанский холдинг Kaspi также можно включить в этот список – у компании очень хорошие перспективы, рынок очень хорошо воспринял ее размещение. И в то же время за последние несколько лет мы видели намного меньше IPO-компаний, у которых более скромные перспективы роста. Обычно такие компании работают в более традиционных секторах экономики.

Если посмотреть на Казахстан, то здесь есть несколько компаний вроде Kaspi. Но все же большая часть предприятий, нуждающихся в финансировании, – выходящие из более традиционных отраслей, такова природа местной экономики. Это промышленность и различные ресурсы – от нефти и газа до горнодобывающей промышленности.

Кроме того, свою роль играют и культурные факторы. В Центральной Азии нет традиции продавать свой бизнес общественности. Я долгое время работал в Малайзии и Сингапуре. На этих рынках первое, что делает любой предприниматель, открывший успешный бизнес, – проводит IPO. Целые поколения людей так поступают. В Центральной Азии у владельцев предприятий немного другой менталитет. Они боятся потерять контроль, видят минусы листинга или процесса листинга, который многим кажется слишком сложным. Они не видят плюсы: возможность получения дополнительного капитала для дальнейшего развития. Так что с привлечением компаний на биржу есть определенные сложности.

За последние три года мы стали свидетелями двух IPO казахстанских компаний, которые оказались невероятно успешными. «Казатомпром» – образцовый

пример того, как можно успешно продать часть национальной компании публичке, по-настоящему вовлечь инвесторов и потом пожинать плоды в виде роста цены акций. То же касается Kaspi – они несколько раз пытались провести IPO. Ноябрь прошлого года стал отличным моментом для размещения. Эти два кейса демонстрируют, почему нам нужно больше публичных размещений. Мы ожидаем, что более мелкие компании тоже захотят привлечь капитал на бирже, поэтому мы и запустили сегмент REMS. Это тоже одна из особенностей Казахстана. Здесь есть небольшое количество крупных компаний и большое количество небольших предприятий.

– Правительство готовит новую программу «Народного IPO». Как вы знаете, впервые эта программа была запущена в 2012 году. Деталей новой программы пока нет...

– Многое изменилось с тех пор. Нужен более инновационный подход, чтобы обеспечить широкий спектр участников в этом процессе. Розничные инвесторы должны четко понимать, что они покупают, и они должны понимать, что это долгосрочные инвестиции. Чтобы такое народное IPO оказалось успешным, нужно много предпринять. Если посмотреть на последнюю крупную приватизацию в Европе – продажу Royal Mail в Великобритании в 2013 году, – можно извлечь из этого кейса некоторые уроки, которые помогут обеспечить хороший уровень участия розничных инвесторов и их понимание этого процесса. У нас в этом плане есть преимущество: нам доступны технологии, которых в 2013 году еще не существовало.

– Каков, на ваш взгляд, оптимальный подход к «Народному IPO» в нынешних условиях?

– Я думаю, что нужно расширить распределение акций. В большинстве случаев при приватизации розничные инвесторы покупают напрямую у государства или продающего акционера. Сейчас есть возможность сделать это очень дешево и эффективно в онлайн-формате. Нужно использовать клиентскую базу брокерских компаний.

Кроме того, нужно тщательно обдумать, как выстроить предложение. Как привлечь большое количество розничных инвесторов к участию в IPO, чтобы это было честно и стимулировало «физиков» покупать и удерживать акции на долгий срок? Нет смысла сегодня покупать акции национальной компании, чтобы

продать завтра. Мы ведь хотим, чтобы розничные инвесторы были как можно шире представлены в числе акционеров нацкомпаний. Поэтому нужно структурировать предложение так, чтобы оно было широко доступно и предлагало инвесторам стимулы не просто покупать и продавать, а покупать и удерживать в портфеле.

Третий важный фактор – финансовая грамотность. Как я уже говорил, люди должны понимать, что они покупают. Взять авиакомпанию, например. В прошлом году авиаиндустрия была на грани краха. В следующем году, возможно, дела у авиакомпаний будут обстоять отлично. От цены билета в данном случае ничего не зависит. Поэтому нужен тщательный подход к маркетингу: как презентовать эти компании инвесторам, чтобы они понимали, во что вкладывают свои деньги.

– Вы упомянули стимулы. Что именно вы имеете в виду?

– В международной практике розничным инвесторам предоставляется скидка при покупке акций, как правило, в рамках какого-то лимитированного объема. Например, в Новой Зеландии инвесторы – граждане страны могут получить такую скидку при участии в торгах. Во-вторых, для «физиков» устанавливается постоянная цена, то есть они точно знают, по какой цене приобретают бумаги, в отличие от институциональных инвесторов. Те участвуют в книге заявок, и количество акций, которые они получают, зависит от цены, которую они предложат.

Другой аспект – долгосрочное владение акциями. Снова обратимся к международному опыту – в некоторых странах предусматриваются бонусные акции для розничных инвесторов, если они удерживают акции на протяжении какого-то периода. И снова небольшое количество акций для большого количества розничных инвесторов. Или это могут быть бонусные дивиденды. Вот так некоторые страны стимулируют розничных инвесторов.

– К слову, о розничных инвесторах. В конце прошлого года AIX запустила инвестиционное приложение Tabys. Сколько приложений загрузок и активных пользователей? Каков средний чек?

– Стоит отметить, что Tabys предназначен для начинающих инвесторов с небольшим капиталом. Я называю это «инвестиции по цене чашки кофе». Вместо того чтобы покупать

Starbucks раз в неделю, можно инвестировать \$3–4 в ETN. В результате вы, может быть, будете покупать кофе не трижды, а дважды в неделю. Инвесторы Tabys – это не те люди, которые обслуживаются у брокеров, они только начинают работать на фондовом рынке. Это так называемый продукт широкого потребления для тех, кто инвестирует впервые.

На данный момент у нас около 50 тыс. загрузок и порядка 5 тыс. зарегистрированных пользователей. Возраст инвесторов – от 16 до 69 лет, но основной костяк – молодые люди от 20 до 35 лет. Средний чек – \$314. Приложение работает всего три-четыре месяца, и мы видим стабильный рост.

Сейчас пользователям доступно десять ETN. В ближайшее время мы собираемся запустить еще одну ETN, привязанную к QQQ. Это ETF, который отслеживает индекс NASDAQ-100. Мы стараемся отслеживать, какие инструменты наиболее интересны пользователям Tabys. Например, мы видели меньше интереса к ETN, привязанным к краткосрочным казначейским векселям, и гораздо больше – к ETN, базовым активом которых являются дивидендные акции. Теперь мы понимаем, что востребовано среди наших пользователей. Инвесторы привлекают технологические компании, поэтому мы решили запустить инструмент, привязанный к QQQ.

– Какие инструменты на AIX наиболее популярны среди розничных инвесторов?

– Акции пользуются наибольшим спросом, но растет интерес и к облигациям. Нас очень порадовало размещение облигаций ТОО «Мегастрой Лтд» несколько недель назад, которое организовал Jysan Invest. Довольны остались все: эмитент, брокер и биржа. На это размещение был огромный спрос со стороны розничных инвесторов – клиентов Jysan. Компания «Мегастрой» была очень довольна, что ей удалось привлечь почти \$12 млн на развитие своего бизнеса. Я думаю, что в этом году среди розничных инвесторов будет сохраняться спрос на бонды с хорошей доходностью.

– Микрофинансовые организации в последнее время размещают облигации с высокой доходностью; розничные инвесторы, насколько я могу судить, также проявляют к ним большой интерес...

– Да. Не хотел бы высказываться какое-либо суждение по поводу микрофинансового сектора –

это личное дело инвестора, куда вкладывать свои деньги. Но я бы хотел призвать компании и из других секторов задуматься о выходе на рынок долга. Я думаю, что казахстанский бизнес слишком сильно полагается на банковский сектор.

По мере выхода из пандемии мы наблюдаем по всему миру сильный отскок в плане экономического роста. Рост ВВП в Китае несколько недель назад превысил 18%. Казахская экономика также будет восстанавливаться быстрее, когда ситуация с COVID-19 будет под контролем. Предприятия должны задуматься о том, где они возьмут средства на расширение бизнеса, чтобы воспользоваться этим моментом роста.

– За последний год мы наблюдали бум размещений SPAC-компаний на рынке США. Что вы думаете о таком способе размещения? Надолго ли он останется популярным? Допускаете ли возможность размещения SPAC на AIX? Предусмотрено ли это правилами биржи?

– Отвечу сначала на последний вопрос. Мы изучаем возможность размещения SPAC на нашей бирже с регуляторной точки зрения, то есть какие изменения в правилах могут потребоваться, чтобы сделать это возможным. Если бы какой-либо SPAC захотел разместиться на бирже, мы бы поддержали эту инициативу.

Почему SPAC в последнее время так популярны? За последнее время мы видим все больше и больше так называемых прямых листингов. Первой компанией в США, воспользовавшейся таким методом листинга, была Spotify, а самый свежий пример – Coinbase. Это предприятия, которым, по сути, не нужен капитал, но акционеры которых хотят получить ликвидность, продать часть бизнеса. Прямой листинг привлекает такие компании, потому что в США, в частности, прямой листинг проще, к компаниям выдвигается меньше требований, чем при IPO. К тому же это дешевле. SPAC произошло от прямого листинга – это бланковые компании, листинг которых требует очень небольшого раскрытия информации, потому что у них нет никакого бизнеса.

Я думаю, SPAC в последнее время удалось привлечь так много денег, потому что это связано с макроэкономической реакцией на кризис. На мировых финансовых рынках сейчас очень много денег, потому что центральные банки вливали их в экономику. Будет ли это продолжаться? В долгосрочном плане – не думаю. Скорее всего, регуляторы начнут более пристально следить за этими сделками, а инвесторы будут более внимательно оценивать их стоимость, потому что основатели или спонсоры SPAC обычно очень хорошо зарабатывают на таких размещениях.

Ожидает ли я, что SPAC будут существовать через пять лет? Да, конечно. Это инновационный способ привлечь деньги. AIX готова поддержать эту инициативу, если будет соответствующий спрос со стороны инвесторов или эмитентов. Ожидает ли я, что они будут привлекать столько же денег, сколько привлекали за последние полгода? Нет.

– Поступали ли уже заявки на размещение SPAC на AIX?

– Скажу так: этот вопрос поднимался. Есть интерес, но нет каких-то конкретных предложений. И я их не ожидаю. Тут мы снова возвращаемся к вопросу о том, какие компании выходят на биржу в Казахстане. Как вы знаете, компании, которые размещаются через SPAC, – это по большей части компании роста, которые потребляют много капитала, чтобы поддержать рост, компании с высокой оценкой. Таких компаний просто нет в Казахстане.

Подготовила
Динара БЕКМАГАМБЕТОВА

БАНКИ И ФИНАНСЫ



Коллаж: Илья Ким

Собрался, листинговался

Узбекистан выведет на биржу акции крупнейших компаний с госучастием

> стр. 1

Золотая жила

Пятая часть списка на размещение – это компании горно-металлургического комплекса. В их числе крупнейший производитель золота в Центральной Азии – Навоийский горно-металлургический комбинат (НГМК), а также Алмалыкский горно-металлургический комбинат (АГМК) и «Узметкомбинат».

НГМК добывает золото на карьере Мурунтау, который, по оценке отраслевого портала Kitco, в 2020 году возглавил топ-10 золотых рудников в мире по объему производства. В прошлом году здесь добыто более 2 млн унций драгметалла. Слитки 999,9-й пробы производства НГМК сертифицированы Лондонской ассоциацией рынка драгоценных металлов. В минувшем году Навоийский горно-металлургический комбинат получил 10,05 трлн сумов чистой прибыли (\$1 млрд).

НГМК в 2021 году должен обеспечить 20% от всех поступлений в государственный бюджет Узбекистана. По прогнозам Минфина РУз, в этом году бюджетные доходы составят 147,2 трлн сумов (\$14 млрд).

АГМК занимает второе место среди всех узбекистанских предприятий по своей значимости для бюджета и должен принести 6,4% его доходной части. Компания производит медь, серебро и золото. Финансовая отчетность за 2020 год целиком еще не опубликована, но за девять месяцев Алмалыкский горно-металлургический комбинат получил 2,8 трлн сумов чистой прибыли (\$272,5 млн), что почти в полтора раза больше, чем за аналогичный период 2019 года.

«Узметкомбинат» производит прокат черных металлов и цветной металлопродукции. Только эта компания имеет право закупать металлолом в республике. «Узметкомбинат» приобретает ежегодно 600–700 тыс. тонн металлолома и тем самым на 55–60% закрывает свои потребности в сырье. За три квартала прошлого года чистая прибыль компании достигла 147,69 млрд сумов (\$14

млн), это в 2 раза меньше, чем за тот же период 2019 года.

И другие

Две компании из перечня занимают добычей и транспортировкой газа, это «Узбекнефтегаз» и «Узтрансгаз». Оба эти предприятия тоже внесут значительную лепту в доходы узбекистанского бюджета – 5,1 и 3,3% от общего объема поступлений соответственно. Чистая прибыль «Узбекнефтегаза» в 2020 году составила 460,11 млрд сумов (\$44 млн), что в 3,6 раза больше, чем годом ранее.

Еще две компании из списка тех, кто должен выйти на биржу, – из страхового сектора. Это «Узбекинвест» и «Узагросукурта» – на них суммарно приходится 18,8% страхового рынка РУз.

Листинговаться должно АО «Узавтосаноат» – организация, контролирующая предприятия по производству автотранспорта в республике. Также в компанию входят дилерская сеть в РУз и странах СНГ и лизинговая организация. Одна из «дочек» «Узавтосаноата» – UzAuto Motors. В марте 2021 года последняя продала в Казахстане 2161 автомобиль, заняв больше четверти рынка в сегменте новых машин. «Узавтосаноат» также владеет долей в «СамАвто» (выпускает автобусы на шасси Isuzu) и СП ООО «Uz Truck and Bus Motors» (производит грузовики).

Акции авиаперевозчика Uzbekistan airways тоже собираются вывести на биржу в 2021–2023 годах. Пока финансовая ситуация в компании не слишком к этому располагает: убыток за шесть месяцев прошлого года составил 767,7 млрд сумов (\$75,5 млн). Для повышения эффективности работы Uzbekistan airways планирует оптимизировать штат, а также сократить расходы на \$46,5 млн. В середине лета 2021 года перевозчик собирает запускать низкобюджетные рейсы и увеличить количество внутренних маршрутов с нынешних 17 до 49 в неделю.

В перечне компаний есть одна лизинговая – «Курилишмашлизинг». Организация специализируется на технике для строительной сферы. По величине



Фото: Навоийский горно-металлургический комбинат

портфеля по итогам 2020 года она на четвертом месте среди лизингодателей – 388,3 млрд сумов (\$37 млн), а по объему новых сделок оказалась на 13-м, заключив договоры на 23,4 млрд сумов (\$2,23 млн), и это в 10 раз меньше, чем годом ранее.

Кто на новенького

На бирже уже обращаются привилегированные акции Алмалыкского ГМК (его простые бумаги на 100% принадлежат государству). Также на РФБ есть акции «Узметкомбината», «Узтрансгаза», Агробанка, Микрокредитбанка и Кишлок курилиш банка.

Но при этом с бумагами всех трех банков с 1 по 26 апреля прошло 34 сделки всего на 1,5 млн сумов (\$140). С акциями «Узметкомбината», «Узтрансгаза» и Алмалыкского ГМК за это время совершено 303 операции купли-продажи на 661 млн сумов (\$63 тыс.).

По оценке партнера Avesta Investment Group Карена Срапионова, имеющегося объема бумаг упомянутых компаний в свободном обращении недостаточно для достижения KPI в 5% ВВП. Он уверен: «Нужен приток новых акций на рынок – даже небольшие пакеты в компаниях, указанных в документе, позволят существенно увеличить ликвидность и объем рынка».

Из перечня компаний, акции которых выведут на биржу,

Перечень предприятий, акции которых подлежат публичному размещению через фондовую биржу в 2021–2023 годах

- АО «Узметкомбинат»
- АО «Узбекнефтегаз»
- АО «Узнацбанк»
- АК Народный банк
- АКБ «Агробанк»
- АКБ «Микрокредитбанк»
- АКБ «Кишлок курилиш банк»
- АО «Узагросукурта»
- АО «Курилишмашлизинг»
- АО «Узбекинвест»
- АО «Uzbekistan airways»
- АО «Узтрансгаз»
- АО «Алмалыкский ГМК»
- АО «Навоийский ГМК»
- UzAuto АО «Узавтосаноат»

Примечание: Агентство по управлению государственными активами может менять предприятия, включенные в настоящий перечень, по согласованию с Государственной комиссией по проведению тендерных торгов при продаже государственного имущества

Домик на пенсию

На что потрачены деньги из ЕНПФ

Казахстанцы потратили на улучшение жилищных условий больше 1,1 трлн тенге пенсионных накоплений, почти половина этих средств пошла на покупку жилья без ипотеки. Когда нивелируется влияние пенсионных денег на стоимость недвижимости – в материале «Курсива».

Юрий МАСАНОВ

По данным ЕНПФ на 26 апреля, казахстанцы использовали 1,167 трлн тенге, превышающих «порог достаточности» пенсионных накоплений. Эти деньги можно потратить на улучшение жилищных условий, лечение или передать в частные управляющие компании. 99% использованных средств пошло именно на жилье.

Долевое участие

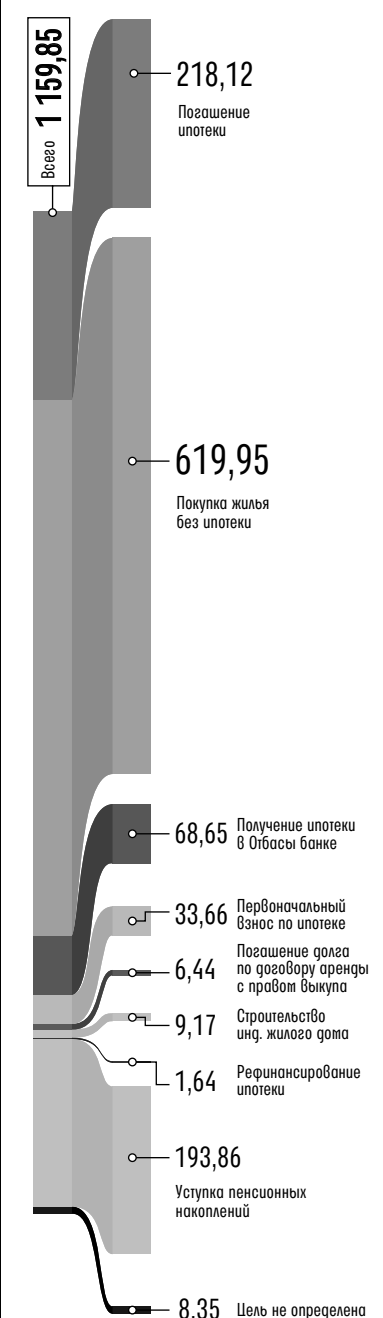
Больше всего пенсионных денег казахстанцы изъяли на приобретение жилья без ипотеки – ЕНПФ удовлетворил 80 тыс. заявок казахстанцев на общую сумму почти 620 млрд тенге. На втором месте частичное или полное погашение долга по ипотечному займу, на эту цель было направлено 218 млрд, в среднем каждый обратившийся вложил в ипотеку 3,14 млн тенге.

Третьей по объемам направленных средств стала цель «уступка пенсионных накоплений», то есть передача от одного родственника другому своих денег для последующего направления на конкретную цель. Казахстанцы переступили 193,86 млрд тенге, в среднем 3,56 млн тенге на человека.

На рефинансирование ипотечных займов пошло около 1,64 млрд тенге.

Статистика использования пенсионных накоплений, превышающих «порог достаточности», показывает, что значительная часть денег пошла напрямую на рынок жилья. Полный выкуп жилья и внесение первоначального взноса по ипотеке совокупно дают 653,616 млрд из 1,159 трлн тенге, то есть больше половины.

Как казахстанцы потратили пенсионные накопления на улучшение жилищных условий, млрд тенге



Примечание: данные по состоянию на 26.04.2021. Источник: ЕНПФ

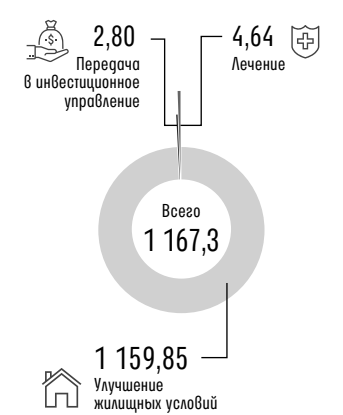
Катализаторы цены

По информации Бюро национальной статистики, в марте 2021 года цена за квадратный метр нового жилья в среднем по стране составляла 324,5 тыс. тенге, вторичного – 257,3 тыс. Эти показатели выросли к декабрю 2020-го на 4,7 и 10,4% соответственно.

«В то время как предложение недвижимости также продолжает расти... этот рост предложения кажется недостаточным, чтобы компенсировать всплеск спроса», – цитировало в феврале 2021 года слова заместителя директора группы финансовых услуг рейтингового агентства Standard and Poor's Екатерины Марушкевич издание Reuters. По мнению Марушкевич, уже к концу зимы были видны потенциальные признаки перегрева в секторе недвижимости, а в долгосрочной перспективе «пузырь» может нанести ущерб банкам, предоставляющим ипотечные кредиты.

Данные того же Бюро нацстатистики показывают, что рост стоимости жилья в республике

Использование казахстанцами пенсионных накоплений, млрд тенге



Примечание: данные по состоянию на 26.04.2021. Источник: ЕНПФ

наблюдался еще до вывода казахстанцами денег из ЕНПФ. За 2020 год (декабрь 2020 года к декабрю 2019 года) цены на вторичном рынке выросли на 13,2%, на новостройки – на 5%.

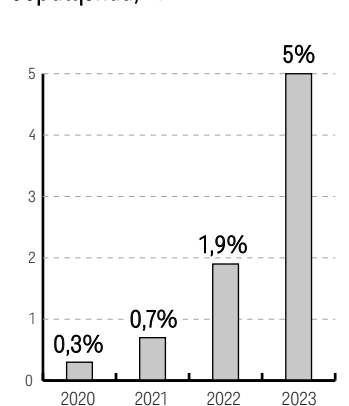
Вклад в подорожание жилья вносят сразу несколько факторов. Еще в прошлом году выросла стоимость ресурсов на международном рынке, напомнили в Отбасы банке и привели в пример обработанную древесину, чья цена выросла почти в 2,2 раза, смола – плюс 45%, медь – плюс 27% и сталь, подорожавшую за прошлый год на 13%.

Еще одной причиной, полагают представители Отбасы банка, можно назвать вливание денег в мировую экономику – около \$10 трлн, или 7,5% глобального ВВП, было направлено на поддержку национальных экономик, подорванных пандемией коронавируса. «В совокупности эти факторы вызвали рост цен на недвижимость во многих странах. В Турции цены на недвижимость повысились на 27% год к году, в США – на 15%, в Германии – на 12% и в России – на 10%. В 2021 году эта тенденция продолжается, многие страны поддерживают свои экономики инвестициями в инфраструктуру», – прокомментировали в пресс-службе фининститута.

На стоимость жилья в Казахстане повлияли также рост зарплат в строительной отрасли и рост курса доллара – сектор строительства зависит от закупки импортных материалов.

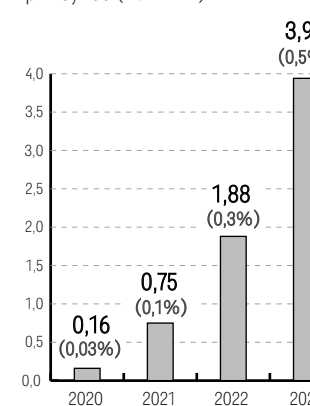
Тем не менее в Отбасы банке признают: возможность использовать пенсионные накопления населением тоже можно назвать одной из причин роста цен на вторичном рынке. «При этом мы оцениваем, что основная часть накоплений к концу весны уже будет использована на эту цель и дальнейшее влияние использования пенсионных накоплений на рынок не окажет», – подчеркивают в Отбасы банке. Там ожидают, что влияние пенсионных денег на стоимость недвижимости нивелируется уже к концу мая – началу июня.

Общая стоимость ценных бумаг, находящихся в свободном обращении, % к ВВП



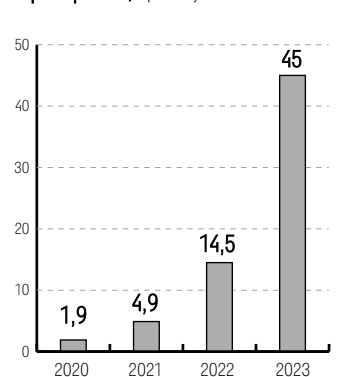
Источник: Указ Президента Республики Узбекистан от 13 апреля 2021 года № УП-6207

Общая стоимость корпоративных облигаций, трлн сумов (% к ВВП)



Источник: Указ Президента Республики Узбекистан от 13 апреля 2021 года № УП-6207

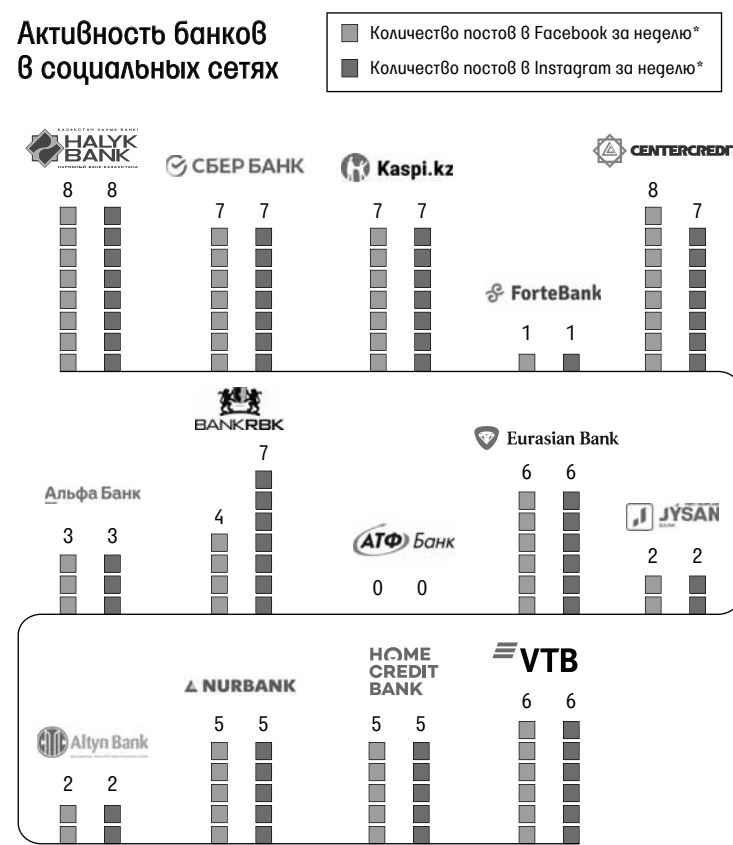
Капитализация рынка, основанного на ценных бумагах, находящихся в свободном обращении, трлн сумов



Информация: Ганьял Сейтмуханов для «Курсива»



Активность банков в социальных сетях



* За период с 19 по 25 апреля 2021 года (пост, опубликованный на двух языках, учитывался как один).

Источник: официальные страницы банков в Facebook и Instagram

Если у вас нет продуктов...

> стр. 1

Четыре слайда содержат рекламу мобильного приложения и платежных карт, три посвящены ипотеке (в том числе предлагается покупка строящегося жилья в рамках партнерских проектов с двумя застройщиками), два – продуктам сторонних страховых компаний. Еще один слайд представляет собой памятку по посещению отделений банка «в условиях режима ЧС» (формулировка тоже выглядит устаревшей, но актуальность проблемы и, соответственно, размещенной информации сохраняется).

Главная страница сайта Kaspi.kz не содержит динамических элементов. Здесь в первую очередь идет продвижение интернет-магазина с оплатой по карте дочернего банка, в том числе в кредит или в рассрочку.

У ForteBank главная страница сайта тоже является статичной. Ее самое видное место занимает реклама беззалогового потребительского кредита.

На сайте Банка ЦентрКредит посетитель может пролистать 13 слайдов. Четыре слайда посвящены возможности снятия сверхдоставочных пенсионных накоплений, в том числе в одном из них рекламируются услуги дочерней компании BCC Invest. Столько же слайдов направлено на продвижение карт. В двух случаях рекламируются кредиты МСБ (в том числе по госпрограммам), еще в двух – инвестиции

в золото. Один слайд предлагает ипотеку.

Jusan еще не довел до конца свой последний ребрендинг, и на сайте банка его название до сих пор пишется через «у». Сайт реализован в статике, основной продвигаемый продукт – мобильное приложение для физлиц. Также на главной странице рекламируются карта рассрочки и мультивалютная карта, беззалоговый экспресс-кредит, цифровой мобильный оператор, а для бизнес-клиентов – интернет-банкинг и программа льготного кредитования предпринимателей, пострадавших из-за введения ЧП.

На главной странице сайта Евразийского банка размещено семь слайдов, первый из которых предупреждает клиентов о грядущих плановых технических работах, которые повлекут временное ограничение ряда операций. Два слайда направлены на продвижение карт, столько же – на рекламу автокредитов. Один слайд посвящен тендерным гарантиям, еще один предназначен для вкладчиков разорившегося AsiaCredit Bank (выплатой этих вкладов в пределах гарантированной суммы занимается Евразийский банк).

АТФБанк готовится стать частью Jusan, а потому не нуждается в продвижении. Два из четырех слайдов на главной странице сайта АТФ непосредственно связаны со слиянием. Они информируют об автоматическом переводе клиентов АТФ на обслуживание в Jusan и об изменении условий про-



лонгации депозитов. Третий слайд сообщает об акции для держателей платежных карт, последний – предупреждает об участившихся случаях телефонного мошенничества.

На сайте Bank RBK представлено 11 слайдов, и все они продуктовые. Пять баннеров направлены на продвижение карт, в том числе премиального сегмента. Три слайда рекламируют мобильное приложение для розницы. Оставшиеся три посвящены депозитам, инвестициям в золото и продвижению зарплатного проекта.

Альфа-Банк ограничился двумя динамично сменяющимися баннерами. Один из них предлагает онлайн-оформление беззалогового потребкредита, другой – мобильное приложение для бизнеса. Остальные продукты реализованы в статике.

Больше всего слайдов (15) размещено на главной странице Алтын Банка. Шесть баннеров прямо или косвенно (например, предлагая функцию оплаты через смартфон) служат для продвижения карт, четыре – рекламируют ипотеку, два – обеспеченные и необеспеченные кредиты. Три остальных посвящены продвижению мобильного приложения, целевому использованию единовременных выплат из ЕНПФ, а также информированию о режиме работы отделений.

На главной странице сайта Нурбанка ротируются пять слайдов, причем первым выплывает баннер с тревожной надписью «Берегись мошенников!». Три слайда информируют о льготных кредитах для МСБ (по госпрограммам) и об отсрочке по их погашению. Единственный собственный продуктовый слайд сообщает об акции для держателей карт банка в партнерской сети автозаправок. Остальные продуктовые предложения реализованы в статике.

На сайте Хоум Кредита доступно для пролистывания семь слайдов, четыре из которых посвящены карточкам (в том числе кредитной), два – собственно кредитам и один – мобильному приложению. Здесь над огово-

ряться, что определение целевого назначения того или иного баннера является условным, поскольку продвижение часто бывает перекрестным. Например, для подачи онлайн-заявки на кредит следует загрузить мобильное приложение.

Дочерний ВТБ посредством слайдов продвигает три продукта: депозит, потребительский кредит и автокредит (в том числе по госпрограмме). Прочие предложения реализованы в статике.

Пир креатива

Вторым каналом бесплатного продвижения являются популярные социальные сети. Банки могут вести свои страницы в соцсетях собственными силами, а могут отдать эти функции на аутсорсинг. В нашем случае, говоря о бесплатном продвижении, мы имеем в виду именно возможность бесплатного размещения материалов на той или иной площадке и пренебрегаем стоимостью сторонних услуг SMM.

Почти все из рассматриваемых нами 14 банков (за исключением АТФ по понятным причинам) с той или иной степенью регулярности ведут свои официальные страницы в Facebook и Instagram. Также банки присутствуют и в других соцсетях по своему усмотрению (см. инфографику), но это присутствие может быть номинальным, без проявления активности. Например, последняя публикация Хоум Кредита в «Одноклассниках» датирована маем 2017 года.

«Курсив» изучил публикации банков в Facebook и Instagram за последнюю полную неделю (с 19 по 25 апреля) и обнаружил, что посты (как тексты, так и сопровождающий их визуал) на обеих площадках полностью дублируются. Исключение составил только Bank RBK, разместивший в Instagram на три оригинальных поста больше, чем в Facebook.

Банки стараются не злоупотреблять вниманием своих подписчиков, ограничиваясь в основном одним-двумя постами в день и пятью-восемью постами в неделю (см. инфографику). Не-

Присутствие банков* в соцсетях и YouTube

	Facebook	Instagram	Twitter	ВКонтакте	Одноклассники	YouTube
HALYK BANK	✓	✓	✓			
СБЕР БАНК	✓	✓	✓	✓		✓
Kaspi.kz	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ForteBank	✓	✓				✓
CENTERCREDIT		✓		✓		
JYSAN	✓	✓				✓
Eurasian Bank	✓	✓		✓		✓
АТФ Банк	✓	✓	✓			
BANKREK	✓	✓		✓		
Альфа Банк	✓	✓		✓		✓
Allyn Bank	✓	✓				✓
NURBANK	✓	✓	✓			✓
HOME CREDIT BANK	✓	✓		✓	✓	✓
VTB	✓	✓		✓		

* Банки расположены в порядке убывания активов по состоянию на 01.03.2021. Источник: официальные сайты банков (по наличию на главной странице сайта прямой ссылки на ту или иную соцсеть/канал)

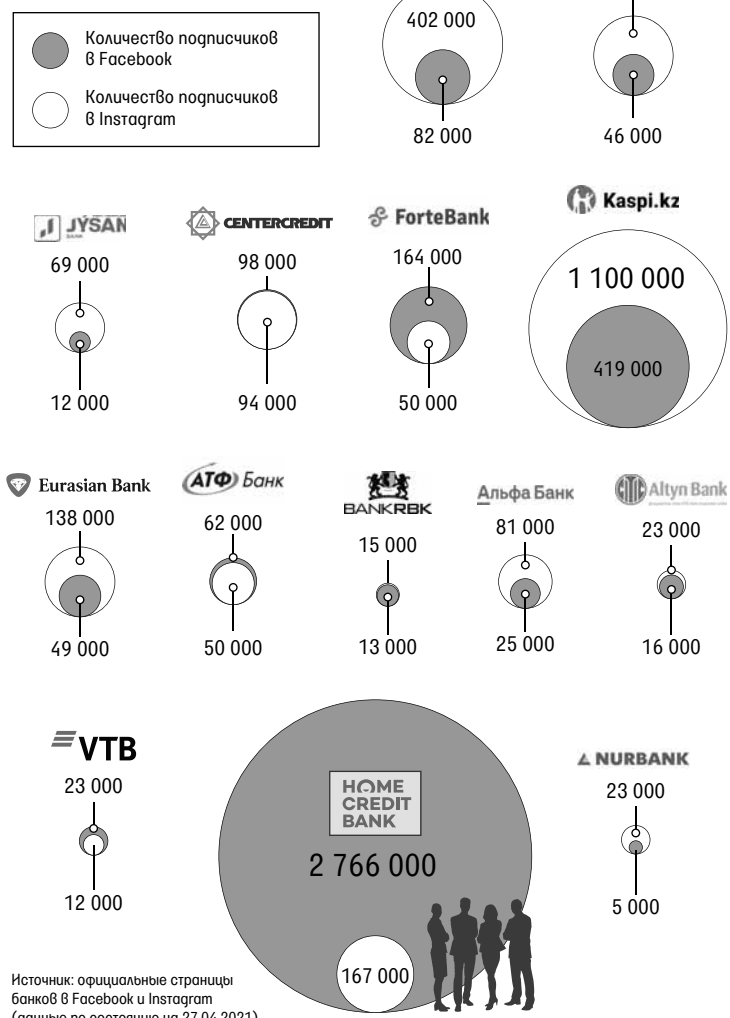
которые публикуются еще реже: за последнюю неделю в число таких банков попали Forte (один пост), Jusan и Алтын (по два поста) и Альфа (три поста). Самым продаваемым банковским продуктом в соцсетях стала платежная карта (о ней шла речь в 14 из 64 постов, размещенных 13 банками за последнюю неделю).

О популярности банков в той или иной соцсети можно судить по количеству подписчиков (указывается на официальной странице), однако качество этих подписчиков проверить затруднительно. Например, на страницу Хоум Кредита в Facebook подписаны почти 2,8 млн человек (правильнее сказать, аккаунтов) – рекордная цифра для казахстанских БВУ.

При этом за последнюю неделю посты этого банка собирали не более шести лайков. Для сравнения: страница Kaspi.kz, утверждающая о наличии 419 тыс. подписчиков, получила 61 лайк за пост об оплате пробного ЕНТ.

В Instagram больше всего подписчиков (1,15 млн человек) имеет Kaspi, и здесь его пост про ЕНТ (в русскоязычной версии) набрал почти 15 тыс. просмотров и заработал 531 лайк. Опять же для сравнения: у Халык Банка имеется 403 тыс. подписчиков в Instagram, при этом его пост с участием новоиспеченного обладателя «Грэмми» Иманбека посмотрели 24,5 тыс. человек и поставили 869 отметок «Нравится».

Популярность банков в социальных сетях



Источник: официальные страницы банков в Facebook и Instagram (данные по состоянию на 27.04.2021)

Инфографика: Галия Сейтжанов для «Курсива»

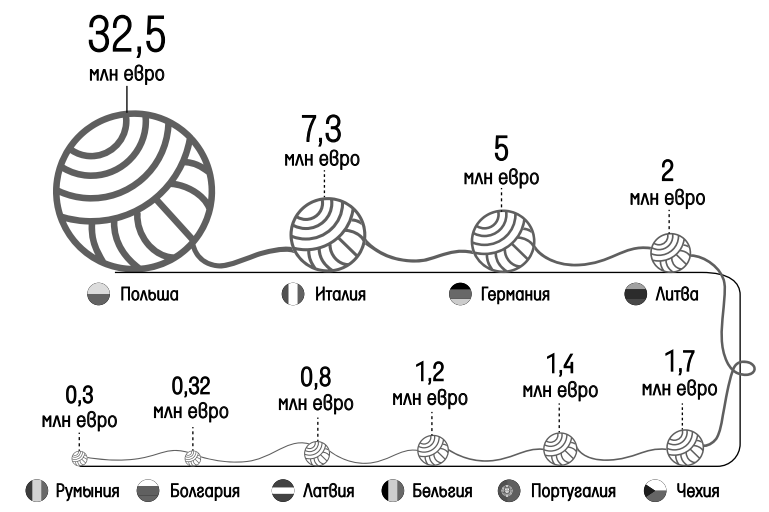
Что продвигают банки в социальных сетях



* За период с 19 по 25 апреля 2021 года. Источник: официальные страницы банков в Facebook. Инфографика: Галия Сейтжанов для «Курсива»



Топ-10 стран ЕС, куда Узбекистан экспортирует текстиль (январь – октябрь 2020 года)



Источник: Европейская комиссия, ассоциация «Узтекстильпром»
Инфографика: Ганья Сайтжанов для «Курсива»

Фото: Depositphotos/pixpack

Узбекистан получил новые преференции от ЕС

Более чем в два раза – с 3 тыс. до 6,2 тыс. – вырос перечень товаров, которые Узбекистан сможет завозить в ЕС без таможенных пошлин. Поможет ли это Узбекистану нарастить экспорт в Евросоюз?

Александр ТЕН,
Татьяна ТРУБАЧЕВА

В апреле Узбекистан стал страной – бенефициаром Всеобщей системы преференций плюс (GSP+). Система дает льготные таможенные тарифы на товары, которые развивающиеся страны завозят в развитые государства. Новый статус позволит узбекским производителям экспортировать свою продукцию в ЕС без таможенных пошлин.

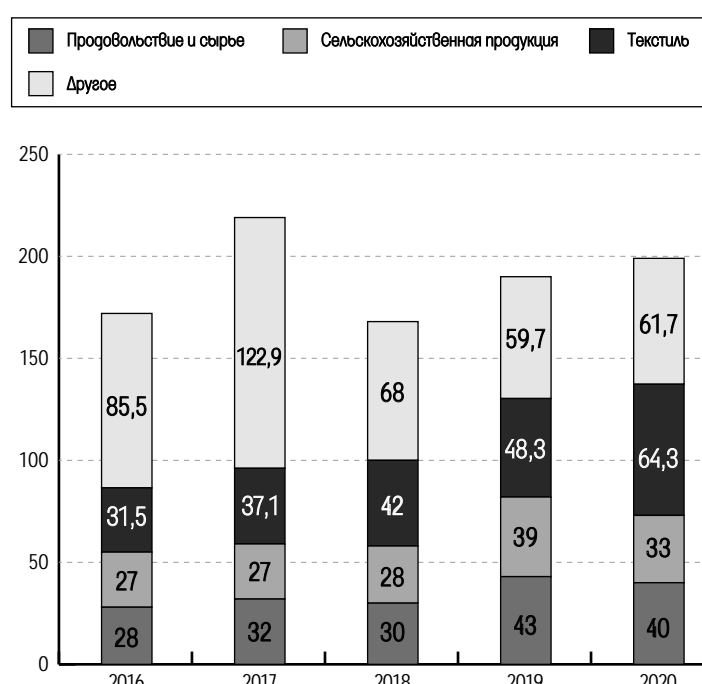
С 2014 года Узбекистан пользовался режимом GSP, позволяющим экспортировать в ЕС 3 тыс. товаров без таможенных пошлин и 3,2 тыс. – по сниженным ставкам. Теперь 6,2 тыс. позиций можно завозить в развитые страны без оплаты пошлин.

По данным портала GSPHub, в 2017 году на преференциальный экспорт Узбекистана пришлось 120 млн евро (при общем экспорте в ЕС – 219 млн евро), в 2018-м – 97 млн евро (168 млн евро), в 2019-м – 94 млн евро (190 млн евро).

Самые крупные товарные категории GSP, по которым поставляла свою продукцию РУз в ЕС, – волокна, ткани из шелка, шерсти и хлопка, изделия из пластмасс, а также продовольствие и сельхозпродукция.

Чтобы стать девятой страной – бенефициаром GSP+ (в список уже входили Армения, Боливия, Кабо-Верде, Кыргызстан, Монголия, Пакистан, Филиппины и Шри-Ланка), Узбекистану пришлось ратифицировать 27 международных конвенций – о правах человека и трудовых правах, защите окружающей среды и климата и надлежащем управлении.

Экспорт Узбекистана в страны ЕС (2016–2020), млн евро



Источник: Европейская комиссия, ассоциация «Узтекстильпром»
Инфографика: Ганья Сайтжанов для «Курсива»

Ташкент и Брюссель надеются, что GSP+ позволит нарастить экспорт из Узбекистана в ЕС, а также увеличить приток инвестиций в республику.

Стимуляция экспорта

Одной из причин принятия РУз в ряды бенефициаров GSP+ заместитель председателя экономической ассамблеи и зампред Ассоциации экспортеров РУз **Бобуржон Расулов** назвал интерес Брюсселя к реформам, особенно политическим, которые проводятся в Узбекистане. «Это импонирует ЕС, и таким образом они хотят поддержать нас в строительстве демократии», – добавил он. – Помимо этого Евросоюз заинтересован в экспорте плодовоовощной и текстильной продукции из РУз».

Но чтобы получить максимальную выгоду от таможенных преференций, бизнесменам Узбекистана самим нужно проявить активность.

«Наши коммерсанты особо не стараются и не изучают воз-

можности внешнего рынка, не пересматривают маркетинговую политику и не меняют свою продукцию. Некоторые, обладая огромными возможностями, до сих пор дерутся за внутренний рынок, хотя они могли бы экспортировать в соседние Афганистан и Таджикистан», – сказал Расулов.

Он отметил, что у Брюсселя жесткие условия для выхода на рынок. Поэтому всем бизнесменам, кто хочет наладить поставки в ЕС, Расулов посоветовал изучить опыт фирмы Ideal (производит мужские костюмы) и манганских текстильщиков, которые уже торгуют с Евросоюзом.

Кроме того, Бобуржон Расулов считает, что узбекским экспортерам поможет использование торгового коридора «Север-Юг» – маршрута, который связывает Европу и Индию и проходит через страны Центральной Азии. Узбекистан присоединился к проекту в апреле 2021-го. «На нескольких сухопутных направлениях будут упрощены таможенные

процедуры и движение по нему будет быстрее, чем по морскому пути», – заявил Расулов.

Перевозка по маршруту «Север-Юг» позволит Узбекистану снизить стоимость и время транспортировки в Европу, что важно при экспорте продуктов.

Оседлать эковолну

Присоединение к GSP+ не означает автоматического роста экспорта агропродукции из Узбекистана в ЕС, считает председатель наблюдательного совета Национального сельскохозяйственного кластера Jizakh Organic **Сергей Щуров**. «Большая часть сельхозпродукции в Узбекистане не подходит по стандартам многих зарубежных стран», – объясняет Щуров.

Однако у узбекской агропродукции есть существенное преимущество – экологичность. Во многих государствах такие товары относятся к премиум-сегменту. Но с выходом на развитые рынки есть проблемы, которые не снимает GSP+: в компаниях не решены вопросы с промышленной и ветеринарной безопасностью, а также с упаковкой. Если бизнесмены исправят ситуацию, они смогут поставлять в ЕС качественные товары под брендом Made in Uzbekistan.

Как отмечает эксперт, Узбекистан первым делом должен обеспечить собственную продовольственную безопасность как основу независимости любого государства. А уже следующая задача правительства – поддержать местного производителя при выходе на мировые рынки.

«Я не верю в мгновенное создание производства, ориентированного на экспорт. Для начала нужно подтолкнуть потребление среди местного населения и только потом отправлять за рубеж качественно сформированный продукт. Если мы пригласим иностранные компании для создания экoproдукта, то уверен: они будут в первую очередь заинтересованы в получении прибыли, чем в развитии местного бренда. Поэтому нужно поддерживать

отечественных предпринимателей. Будет чуть медленнее приходиться выходить на внешние рынки, но в долгосрочной перспективе для страны это будет выгоднее», – сказал он.

Щуров призвал не забывать, что никто не ждет узбекскую продукцию ни на одном рынке. Более того, зарубежные покупатели доверяют уже знакомым брендам крупных корпораций.

«Поэтому все продукты Made in Uzbekistan должны привлекать потребителя и не разочаровывать его. Первое время действительно мы будем теряться на фоне других, нам будет тяжело достучаться до потребителя, – с сожалением отмечает Сергей Щуров, но с оптимизмом добавляет: – В мире растет спрос на сельскохозяйственную продукцию и число тех, кто хочет питаться качественной едой. Поэтому Узбекистан может получить от этого выгоду».

По прогнозам Щурова, экономика Узбекистана в целом и агропродом в частности смогут почувствовать положительное влияние GSP+ в течение ближайших 10 лет.

Текстиль на выданье

После присоединения к GSP+ объем экспорта текстиля может составить \$142 млн в 2021 году, а к 2025-му – увеличиться до \$1,2 млрд. Такие прогнозы делает ассоциация «Узтекстильпром».

В ассоциации считают, что Узбекистан, несмотря на свою относительную близость к ЕС (если сравнить с Вьетнамом и Бангладеш, которые также поставляют в ЕС текстиль), еще не полностью реализовал свой экспортный потенциал.

Но чтобы реализовать этот потенциал, предприниматели Узбекистана должны сами заявить о себе, ведь на рынке ЕС их никто не ждет. Такого мнения придерживается сооснователь текстильной b2b торговой площадки Uzbtextile.com, брендов Fratelli Casa и Promowear **Шохрух Каюмов**.

Он также считает, что государство и частный сектор должны проделать огромную работу, чтобы получить выгоду от присоединения к GSP+. Здесь поможет продвижение бренда Made in Uzbekistan по линии посольства РУз в Евросоюзе или организация ярмарок и показ видеороликов о ситуации в стране и в текстильной отрасли.

Кроме того, бизнесмены могут воспользоваться льготами, ко-

торые предоставляет Агентство продвижения экспорта при Министерстве инвестиций и внешней торговли РУз. Например, агентство компенсирует 100% расходов, которые несет компания, участвуя в международных тендерах. Если бизнес платит за регистрацию в зарубежных госорганах, то эти расходы ему тоже могут вернуть (но не более \$10 тыс. на одну компанию).

«Стоит учитывать, что на рынке ЕС есть свои нюансы, – предупреждает Каюмов. – Многие европейские заказчики не работают с поставщиками напрямую, поэтому текстильщикам нет нужды тратить средства на поездки и переговоры с ними. Компании Евросоюза в основном работают с трейдерами, и предпринимателям Узбекистана необходимо сотрудничать с ними, потому что у них есть готовые заказы и процедуры. У заказчиков в ЕС нет времени обучать коммерсантов документообороту и условиям экспорта».

Узбекский текстиль уже несколько лет поставляют в страны ЕС. В прошлом году, к примеру, сумма экспорта составила \$74 млн, увеличившись почти на 37% по сравнению с 2019-м (\$54,3 млн).

Но это не означает, что любой производитель сможет экспортировать текстиль. «Необходимо привести условия труда на фабрике к международным стандартам и только потом подавать на сертификацию. Для работы текстильщикам нужны сертификаты – GOTS, BSCI, VCI, ISO, их примерно 10 видов. Срок получения занимает от месяца до года в зависимости от документа, и таких обладателей немного. Сумма затрат на нее доходит до \$20 тыс., но она покрывается компенсацией от государства. Предстоит много работы, но в выигрыше будут те, кто сможет быстрее адаптироваться к европейским правилам», – уверен Каюмов.

Стоит отметить, что система таможенных льгот GSP+ не будет действовать вечно. Узбекистан исключат из системы, а его торговые отношения с ЕС будут регламентироваться правилами ВТО, как только республика три года подряд будет входить в число стран с уровнем дохода выше среднего – от \$4,1 тыс. до \$12,7 тыс. По данным Всемирного банка, РУз может достичь этого уровня к 2030 году. В 2019 году этот показатель в Узбекистане составлял \$1,8 тыс.

Объявления

• ТОО «SPECIAL ONE», БИН 1605 4002 4928, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Нур-Султан, ул. Магжан Жумабайулы, д. 33/2, тел. 8 708 485 48 05.
• ТОО REDEX, БИН 091040010670, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, ул. Райымбека, 212, тел. 8 701 336 67 79.
• ТОО «Gold Money KZ», БИН 160340014150. Уведомляет об уменьшении уставного капитала.
• ТОО «АТЫРАУКАПИТАЛКОНСТРАКШН», БИН 150240010985, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Атырау, ул. Чернышевского (Едил), 5, тел. 8 705 988 12 72.
• ТОО «ТЕМИРОВА», 201140016658, сообщает о своей ликвидации. Претензии принима-

ются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: Улы дала, 11/2, тел. 8 702 957 82 74.

• ТОО «QazGazService», БИН 171040039615, сообщает о ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, мкр. Курамыс, ул. Сейдимбек, д. 240, тел. 8 747 488 16 34.

• ТОО «ElectroLight», БИН 180140016282, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Нур-Султан, ул. 38, д. 34/1, кв. 245, тел. 8 778 144 23 28.

• ТОО «MedConsult», БИН 200140004245, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, мкр. Орбита-1, д. 28, кв. 15, тел. 8 701 451 00 01.

• ТОО «Build House Ltd», БИН 160640012046, сообщает о своей ликвидации. Претензии

принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Нур-Султан, ул. Шакарим Кудайбердиулы, д. 17, кв. 160, тел. 8 708 485 48 05.

• ТОО «Yellowcreate», БИН 181040007311, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Нур-Султан, ул. Габита Мусрепова, д. 9, кв. 16, тел. 8 708 485 48 05.

• ТОО «Expert consulting Astana», БИН 180540013956, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Нур-Султан, пр. Республики, д. 54, тел. 8 747 657 58 87.

• ТОО «PROFIT99», БИН 181040029739, сообщает о своей ликвидации (реорганизации). Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Нур-Султан, ул. Сауран, д. 4, кв. 61, тел. 8 708 485 48 05.

• ТОО «Казмедиацентр», БИН 051040014328,

сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Нур-Султан, ул. Можайского, д. 5 А, тел. 8 708 485 48 05.

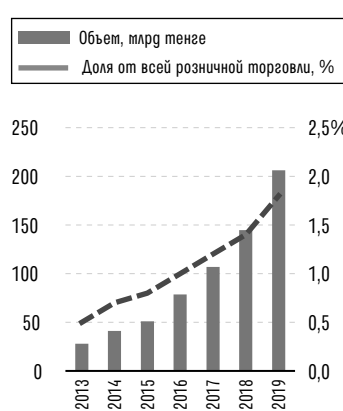
• ТОО «Строительная компания «АС», БИН 060640015852, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Нур-Султан, ул. Можайского, д. 5А. тел. 8 708 485 48 05.

• ТОО «Матудизайн студия», БИН 200540022238, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, Алмалинский район, пр. Абылай хана, здание 56, тел. 8 707 372 67 89.

• ТОО «Акрас Металл», БИН 130340020142, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение 2 месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Актюбе, ул. Пожарского, д. 105 «а», тел. 7 702 299 88 83.

За 7 лет розничная электронная коммерция показала более чем трехкратный структурный рост

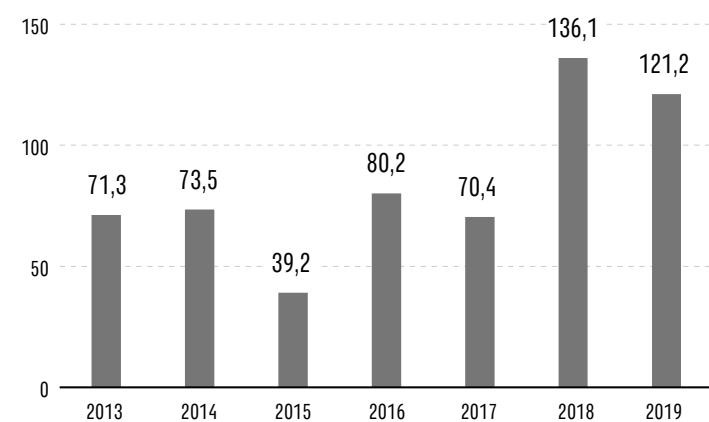
Объем розничной торговли через интернет в РК



Источник: БНС АСПР РК

Рост услуг в e-commerce нестабилен

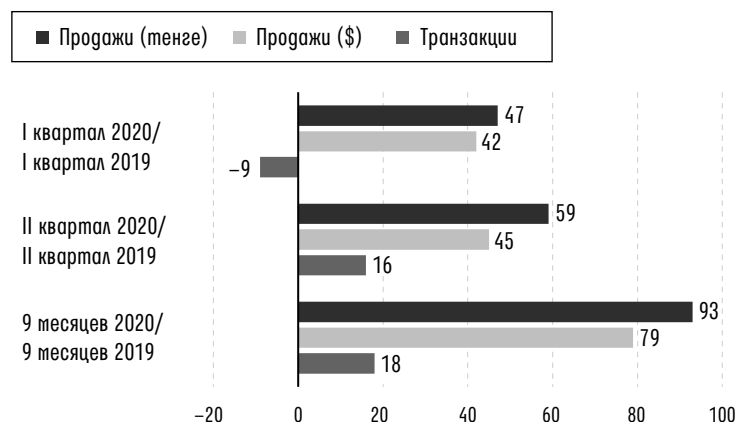
Объем реализации услуг через интернет в РК



Источник: БНС АСПР РК

К осени рост достиг пика

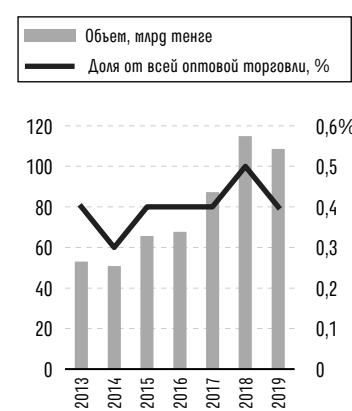
Динамика продаж в розничном секторе участников исследования РшС за периоды, %



Источник: РшС

Лишь полпроцента оптовой торговли улет через канал e-commerce

Объем оптовой торговли через интернет в РК



Источник: БНС АСПР РК

Вирусный потенциал e-commerce

> стр. 1

Причины роста все опрошенные эксперты видят одинаковыми – они связаны с пандемией и карантинными ограничениями. «Отсутствие возможности приобрести товары в физических магазинах спровоцировало игроков на улучшение своих платформ, сервисов, процессов оплаты и доставки. Это в свою очередь повлияло на увеличение доверия со стороны потребителей и послужило более быстрому развитию электронной коммерции и рост спроса на приобретение товаров в онлайн-формате», – говорится в исследовании PWC.

Одеться и навести порядок

Игроки рынка e-commerce, опрошенные «Курсивом», значительный прирост продаж в карантинном 2020 году связывают не только с закрытыми офлайн-магазинами, но и вынужденным «домоседством», из-за чего люди принялись улучшать свой быт.

В пресс-службе маркетплейса Wildberries рассказали, что за прошедший год их клиенты приобрели почти в 3,5 раза больше единиц товаров, чем в 2019-м. Около 53% оборота компании в Казахстане пришлось на fashion-сегмент – продано на 135% больше товаров. Еще примерно 16% продаж обеспечили категории «Товары для детей» (+168% год к году) и «Товары для дома и дачи», показавшие рост сразу на 314%.

Мольдер Рысалиева, генеральный директор интернет-магазина Lamoda.kz, говорит, что число активных пользователей их платформы в 2020-м увеличилось до 3,6 млн человек – это на 21% больше, чем годом ранее.

«Основными драйверами роста бизнеса в 2020 году стали активный приток новых клиентов, развитие партнерских отношений с fashion- и lifestyle-брендами, подкрепленное развитием fashion-маркетплейса», – про-

комментировала Мольдер Рысалиева.

Наиболее заметный рост в IV квартале 2020-го, сообщила Рысалиева, показали товары для спорта, премиальный сегмент и детские товары. Например, чистый оборот в категории премиальных брендов вырос на 56%.

Еще один игрок рынка электронной коммерции – сеть магазинов электроники и бытовой техники Sulprak, у которой есть и офлайн-магазины по всему Казахстану, и собственная интернет-платформа. В пресс-службе сети отметили, что в первой половине 2020-го был сильный спад офлайн-продаж, примерно на 60%, и в то же время онлайн-направление выросло в три-четыре раза. «У нас не было четкого плана, как действовать в новых реалиях нашей жизни. Мы поменяли модель управления и принятия решений на более гибкую, так как пандемия изменила каналы

продаж, рабочие процессы и в целом возникла необходимость пересмотреть многие процедуры. Сократили и перенаправили рекламные бюджеты в цифровые каналы», – поясняют в Sulprak. В 2020 году, отмечают в сети, спрос вырос и на компьютерную технику с периферией (на фоне перехода на дистанционное обучение и удаленную работу), и на бытовую электронику – холодильники, стиральные машины, плиты и пылесосы.

В холдинге Chocofamily поделились: «Мы не испытали падение по выручке, хоть оборот компании снизился на 23%. Причина в том, что наш бизнес состоит из разных сегментов, некоторые из которых были особенно востребованы во время локдауна, например, доставка еды. Другие просто не могли работать – Chocolife и travel-сегмент», – пояснил «Курсиву» сооснователь Chocofamily Анвар

Бакиев. Тем не менее, сообщил он, travel-сегмент закончил год с достойными результатами. «Наш travel-сегмент показал рекордную прибыльность по итогам года при падении выручки всего на 11%, хоть казахстанцам три месяца и не были доступны ж/д перемещения и авиаперелеты». Поскольку в прошлом году активно рос рынок доставки готовых блюд из ресторанов, оборот сервиса Chocofood практически удвоился (+88% относительно показателей 2019 года).

Заметно «просел» сегмент, напрямую связанный с офлайн, – купонный сервис Chocolife. Объекты общепита, салоны красоты и места массовых развлечений для клиентов, многие до сих пор работают с ограничениями. «По этой причине Chocolife испытал падение почти на 60% по сравнению с прошлым (2019-м. – «Курсив») годом», – объяснил Бакиев.

Пандемия продолжается, тренд сохраняется

В 2021 году участники рынка рассчитывают на продолжение позитивного тренда. В Wildberries считают, что за счет нарастающего проникновения онлайн-торговли все больше казахстанцев будут совершать покупки в интернете. «Мы продолжим свое развитие на территории страны, в частности, сеть точек выдачи заказов с начала 2021 года увеличилась вдвое, до 3,4 тысячи точек, за счет сотрудничества с партнерами», – сообщили в компании.

В сети Sulprak предполагают, что тенденция 2020 года сохранится и в 2021-м, но уже без таких резких скачков. «Пандемия продолжается по сей день, карантинные меры меняются, но суть остается прежней. Мы работаем над улучшением наших сервисов, акций, достав-

ки, работаем над ошибками, с которыми столкнулись в 2020 году», – говорят в Sulprak. Представители компании добавляют, что несмотря на все новые возможности e-commerce, часть клиентов остается приверженцами традиционных покупок – они привыкли прийти в офлайн-магазины, чтобы увидеть и пощупать товар.

В холдинге Chocofamily рассказывают, что по итогам I квартала 2021 года выручка группы уже выросла на треть в сравнении с аналогичным периодом 2020-го. Так, travel-сегмент прибавил почти 50%, food – 30%, а падение купонного бизнеса замедлилось.

В Lamoda.kz связывают потенциальный рост онлайн-покупок в 2021 году с выходом из самоизоляции и открытием границ. Люди снова начнут вести активную социальную жизнь, поэтому ставка делается на категории fashion- и lifestyle-товаров. «Мы думаем, что у рынка есть огромный потенциал роста», – полагает гендиректор Lamoda.kz Мольдер Рысалиева.

Директор департамента маркетинга и электронной коммерции центра Qaz Trade Ожет Шегирбаев резюмирует: «Конечно, после бума в 2021 году возможно определенное замедление, но нужно понимать, что электронная торговля – это один из основных трендов развития на ближайшее время.

Косвенно продолжающийся рост e-commerce подтверждает статистика Нацбанка. Если к концу 2020 года объемы безналичных операций в республике достигли 34,589 трлн тенге, то за первые три месяца 2021-го этот показатель уже превысил 12,5 трлн – это 36% от всего объема прошлого года. Подавляющее большинство транзакций при этом проведено через интернет и мобильные телефоны – около 10,244 трлн тенге, или почти 82%.

В подготовке текста участвовал Сергей Домнин.

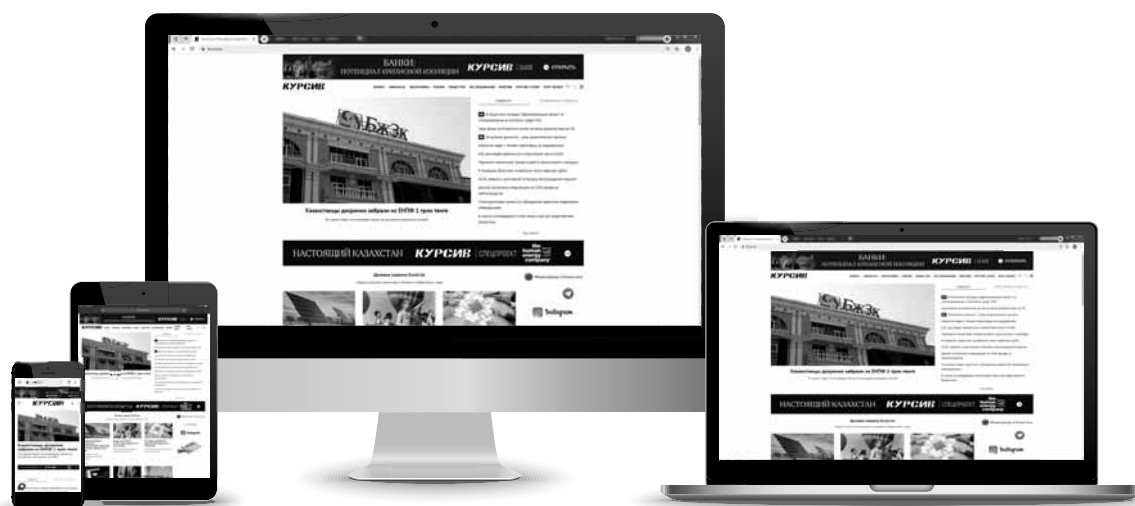


Фото: Depositphotos/digitalstorm

Узнай больше на kursiv.kz



Наведи камеру телефона на QR-код и перейди на страницу сайта



НЕДВИЖИМОСТЬ



Попасть в струю Сколько денег уходит на содержание фонтанов

> стр. 1

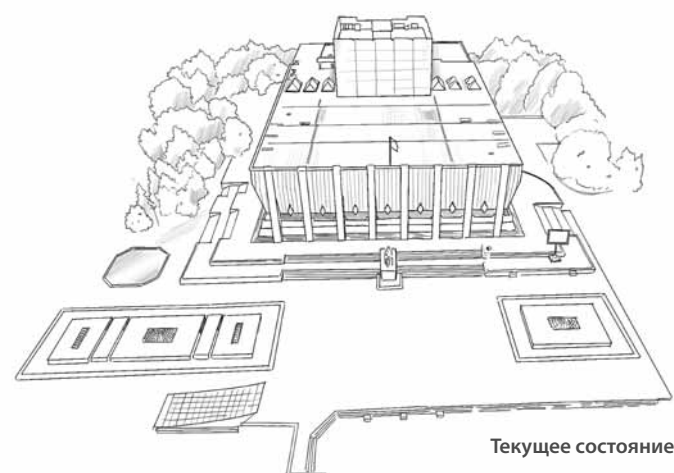
Фонтанирующая степь

На обслуживание всех столичных фонтанов в 2021 году из бюджета выделили 314 млн тенге. К примеру, Есильский район на эти цели пустит 64 млн тенге, хотя годом ранее потратили почти в четыре раза больше. В Есильском акимате считают, что в течение года бюджет увеличат.

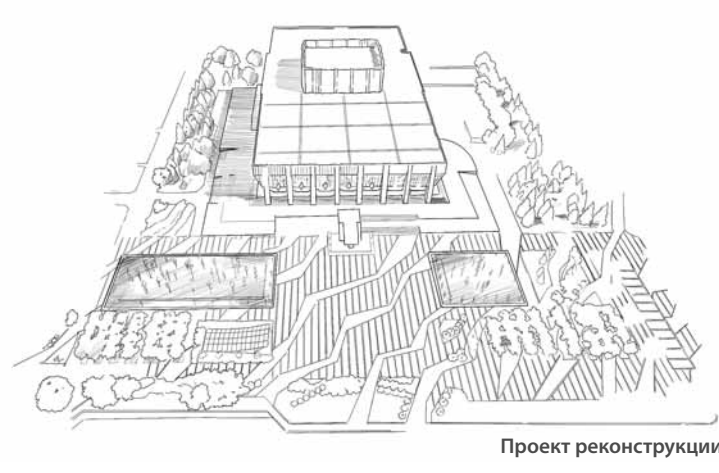
Конкурс на обслуживание главных фонтанов страны (Есильский район) в 2021 году, как и год назад, выиграло ТОО «Астана-Сантехсервис-С». Контракт с подрядчиком заключили в марте 2021-го сразу на три года – до конца 2023-го. Сумма контракта – 538,8 млн тенге. В 2020 году этот подрядчик обслуживал фонтаны за 215,4 млн тенге. Среди фонтанов, обслуживаемых «Астана-Сантехсервис-С», – поющие фонтаны на бульваре Нуржол, на территории ЕХРО-2017, в Ботаническом саду и парке «Жетісу», обновленные фонтаны в парке вдоль набережной реки Есиль и многие другие.

В прошлом году комплекс из трех фонтанов в парке «Есіл», отслуживший 15 лет, заменили на четыре новых фонтана с УФ-очисткой воды, свето-динамической подсветкой и функцией искусственного тумана. А поющий фонтан на бульваре Нуржол получил новый музыкальный репертуар – теперь с подачи жителей города там звучат песни Димаша Кудайбергенова, Батырхана Шукенова, «Көзімнің қарасы» Абая Кунанбаева.

На территории района «Сарыарка» 11 фонтанов. Два из них – «Дружба народов» и «Казахский драматический театр» – реконструируют. «На содержание фон-



Текущее состояние



Проект реконструкции
Фонтан перед театром драмы им. Ауэзова

Весной 2020-го победителем конкурса на обслуживание фонтанов в «Алматы» стало ТОО «СК «Гарант Строй Групп». Но договор с ним вскоре расторгли, а новый контракт заключили со вторым победителем – ТОО «СК «Зерен-Эксклюзив». Эта компания «получила работу» сразу на три года – до 31 декабря 2022 года. За этот период ей заплатят из бюджета 296,3 млн тенге. СК «Зерен-Эксклюзив» отвечает за бесперебойную работу девяти фонтанов, общая водная гладь которых составляет 21,2 тыс. кв. м. Это, в том числе, фонтаны в президентском парке, возле Дворца мира и согласия (Пирамиды), Дворца Независимости и «Казак Елі». На последних двух фонтанах сейчас идут ремонтные работы.

На территории нового района «Байконур» всего четыре фонтана – все они расположены по проспекту Республики. На них в 2021 году потратят 29 млн тенге.

В 2020 году конкурс на техническое обслуживание фонтанов выиграло ТОО «Progress-Service K». С ним и заключили контракт на содержание и текущий ремонт фонтанов на 40 млн тенге.

ственности числится только 63 фонтана. Почти все алматинские фонтаны сосредоточены в трех районах города – Алмалинском, Медеуском и Бостандыкском.

В 2021 году, как и в прошлом, содержание фонтанов обойдется бюджету в 346,5 млн тенге. Останется прежним и поставщик – ТОО «Еco Almaty».

В 2021 году обновят пять алматинских фонтанов, в том числе фонтан в сквере Дружбы (за гостиницей «Казахстан»), у здания Государственного музея им. А. Кастеева и фонтан «Неделька». Так, на капитальный ремонт фонтана на территории музея им. Кастеева потратят 374,3 млн тенге – с подрядчиком ТОО «ПМК-7К» в апреле 2021-го заключен госконтракт.

Кроме того, реконструируют существующие и создадут новые фонтаны и водоемы на площади перед Центральным государственным музеем, Дворцом школьников, театром драмы им. Ауэзова и в сквере Славы аэропорта – проектно-сметная документация на них разрабатывается.

На площади у театра короб фонтана заменят на чашу с



Фото: Илья Ким

Водный тюльпан

В солнечном Шымкенте журчащие струи фонтанов, разбивающиеся миллионами прохладных брызг, особо приятны в летний зной. Но в собственности города фонтанов меньше, чем в других мегаполисах, – всего 22.

Среди них – поющие и световые фонтаны в парках Независимости, «Нурсат», этнопарке, фонтаны-одуванчики в централь-

«Шымкент Жасыл Қала». Исключением стал 2019 год, когда на тендере минимальную сумму предложил другой подрядчик – ТОО «Royal Max Group» – и выиграл конкурс. Но в 2020 году статус кво был восстановлен – обслуживать фонтаны вновь поручили «Шымкент Жасыл Қала». К слову, еще пять лет назад это предприятие было государственным, но в апреле 2016-го его приватизировали – новый владелец ТОО «Жасыл алаң KZ» заплатил за него 57,7 млн тенге.

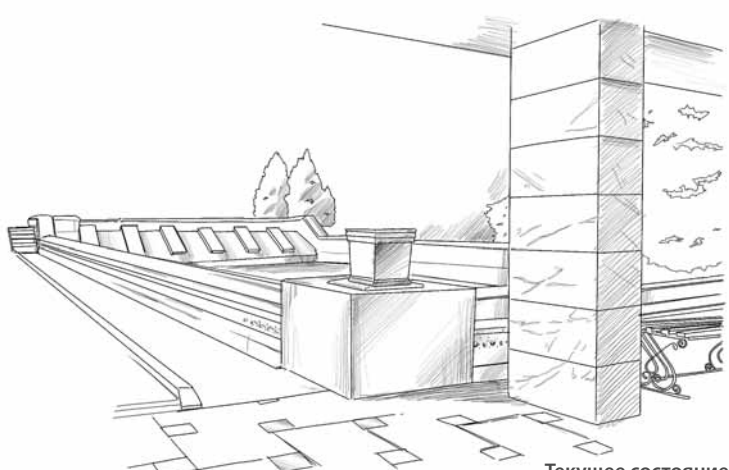
На содержание двух десятков фонтанов в Шымкенте в 2020 году подрядчик получил 186,2 млн тенге. Эта сумма включает техническое обслуживание, профилактические работы, очистку и дезинфекцию фонтанов, а также консервацию на зиму и весеннюю подготовку к работе – покраску, замену узлов и изношенных деталей, устранение утечек и регулировку.

Иногда подрядчику приходится выполнять и «непредвиденные» работы. Так, зимой 2018-го музыкальный фонтан в парке «Нурсат» лишился почти тысячи метров электрокабеля. Ущерб от действий вандалов оценили в 600 тыс. тенге. Фонтан к сезону восстановили, а вокруг разместили камеры видеонаблюдения.

На 2021 год с «Шымкент Жасыл Қала» пока заключен контракт только на расконсервацию фонтанов (договор действовал с конца января по конец марта 2021-го) на сумму 17,5 млн тенге.

* В статье использованы данные eGov у goszakup.gov.kz.

Иллюстрации: Гамаль Сейтжанов



Текущее состояние



Проект реконструкции
Фонтан на территории музея им. Кастеева

танов предусмотрен бюджет на сумму 116,8 млн тенге», – сообщили «Курсиву» в районном акимате.

Фонтаны «Сарыарки» в прошлом году были под присмотром ТОО «Астаназеленстрой»: компания выиграла тендер на сумму 2,9 млрд тенге. Но стоит отметить, что в «пакет» входят и услуги по содержанию зеленых насаждений района.

В правобережном районе «Алматы» девять фонтанов и фонтанных комплексов. Бюджет на их содержание в 2021 году составляет 104 млн тенге.

Но затем сумма увеличилась до 53 млн тенге, а в конце 2020 года контракт продлили на январь-февраль 2021 года, доплатив подрядчику еще 2 млн тенге.

Земной шар омоют в фонтане

Если в столице за содержание фонтанов отвечают районные акиматы, то в Алматы – Управление зеленой экономики города.

Алматинцы в городе насчитали более 120 фонтанов, но официально в коммунальной соб-

водной гладью, подсветкой и музыкальным сопровождением. На площади у Дворца школьников появится фонтан с пенными водными струями и подводным освещением. Его разместят в детской игровой зоне «Космический сад». Композиция будет сферической – в фонтан диаметром четыре метра установят скульптуру планеты Земля. Чашу фонтана отделают гранитными плитами. Такая информация содержится в ОВОС (оценка воздействия на окружающую среду) к рабочим проектам.

ном парке, а также на площадях Ордабасы, Аль-Фараби. Фонтан «Тюльпан» на проспекте Таукехана является визитной карточкой города.

За строительство и содержание фонтанов в 2021 года отвечает городское управление природных ресурсов и регулирования природопользования, до этого ответственным было Управление энергетики и коммунального хозяйства города Шымкент.

Подрядчиком по обслуживанию фонтанов в Шымкенте более 10 лет выступало предприятие

ПОЧЕМУ СУХИЕ ФОНТАНЫ СТАНОВЯТСЯ ПОПУЛЯРНЫМИ

Термин «сухой фонтан» больше похож на оксюморон – когда соединяются противоположные понятия, вроде «живого трупа». Но это словосочетание лишь указывает на устройство фонтана. Его водная чаша и технические системы находятся ниже уровня земли – под специальной решеткой. А когда фонтан выключен, площадь, на которой он расположен, остается сухой. Отсюда и название.

Именно «подземное» устройство сделало сухой (или пешеходный) фонтан популярным – подобные сооружения все чаще можно увидеть на городских улицах и площадях, в парках и скверах, рядом с торговыми центрами или отелями вместо классических массивных чаш.

Архитекторы выбирают «сухие» решения, потому что площадь, где располагаются пешеходные фонтаны, остается чистой, без луж. К тому же сухие, или пешеходные, фонтаны – это место для развлечения. Дети и взрослые обожают бегать среди струй, которые вырываются из-под мостовой. Если же фонтаны еще и подсвечиваются и «поют», то они превращаются в настоящий праздник для гуляющих.

Еще несколько плюсов сухих фонтанов – они имеют высокую вандалостойкость и более экономичны: не требуют ежедневной чистки от мусора, более рационально «расходуют» воду. Более того, в выключенном состоянии они «превращаются» в обычную площадь, которую можно беспрепятственно использовать. С традиционными фонтанами так не получится.

Однако при всех преимуществах пешеходных фонтанов важно не забывать, что это «интерьерное» решение прекрасно дополняет городскую среду, но не заменяет историческое наследие.

«Старые классические фонтаны, даже с учетом их дороговизны и сложности эксплуатации – часть идентичности городов, архитектурной композиции конкретной локации, которая на момент проектирования и строительства предполагала определенный вид ландшафта», – подчеркивает соучредитель и председатель Urban Forum Адиль Нурмаков.

Урбанист считает, что традиционные фонтаны важно сохранять, оптимизируя расход воды и очистные механизмы.

Завоевание республики

Как бизнес из регионов выходит на страновой рынок

Не только транснациональные бренды и крупные компании из столиц открывают филиалы по всему Казахстану. Свои сети по республике раскидывают и небольшие фирмы из регионов. Как «региональщики» завоевывают популярность на страновом рынке и с какими трудностями сталкиваются? Почему одни из них идут в столицы, а другие – обходят Нур-Султан и Алматы стороной? Читайте в материале «Курсива».

Татьяна ТРУБАЧЕВА, Анастасия МАРКОВА, Акмарал ШАХМЕТОВА

Уральская пицца

Сеть пиццерий Nexxio сейчас насчитывает 18 заведений в восьми городах Казахстана. Руководитель ТОО «Nexxio Franchising» Денис Серегин признается, что сначала не строил никаких грандиозных планов по расширению бизнеса и занялся общепитом, потому что в 2005 году в его городе – Уральске – этим бизнесом мало кто занимался.

«Изначально даже не было цели открыть именно пиццерию. Просто мне хотелось чем-то заняться, а ниша общественного питания и доставки на тот момент была свободна. Я решил попробовать: взял кредит, нашел помещение, купил его и начал свое дело», – рассказал Денис.

Вторая точка открылась только спустя два года. По словам Серегина, рост сети на первоначальных этапах замедляло то, что больше 10 лет назад было достаточно сложно привлечь инвестиции, найти площадку.

В 2017 году, спустя 12 лет после открытия первой точки, бизнесмен принял решение о продаже франшизы в столицу. К тому времени в Уральске уже насчитывалось семь заведений Nexxio.

«Какого-то определенного момента, послужившего толчком к масштабированию, не было. Просто я решил попробовать франчайзинг как один из путей развития бизнеса. На тот момент у нас уже были отработаны основные бизнес-процессы, разработана своя информационная система, и я понимал, что наших ресурсов и сил достаточно для того, чтобы упаковать франшизу и расти в другие города», – рассказал Серегин.

В том же 2017 году Nexxio выкупила и забрала под собственное управление первую открытую по франшизе пиццерию в Нур-Султане, потому что офис компании решили перевести в столицу. Сейчас восемь из 18 точек сети работают по франшизе в Костанайе, Актобе, Актау, Аксае, Жанаозене и Семейе. Остальные – в Уральске (семь заведений)

Из Шымкента навывнос

Кто бы мог подумать в 2016 году, что сеть кофеен с «международным» названием Global Coffee и с 57 точками по всему Казахстану «зародится» именно в Шымкенте? В городе, который считается хранителем казахских традиций, а значит, и чаепития. В городе, где если и пили кофе, то «три в одном», а не в стаканчиках навывнос за 500 тенге.

Однако именно этот фактор – незанятость ниши – подтолкнул Аяттилло Азимову, Данияра Мамирханова и Максата Аманмурадова к открытию в 2016 году своей первой кофейни.

«Я получал образование за границей, в сфере МВА. Мне в университете для анализа попала компания Starbucks. Так я узнал, что рынок кофеен достаточно маржинальный. Я стал изучать этот вопрос, – рассказывает Азимов. – Жил я тогда в Клайпеде, там море, много кофеен, романтическая атмосфера. Я подумал, почему бы у нас это все не внедрить. К тому же мой родственник из Ташкента сказал мне: «Какой бы кризис ни наступил, люди не перестают есть». Я сопоставил эти факты и решил открыть что-то в общепите, а до этого занимался рекламой».

Аяттилло и его партнеры вложили 7 млн тенге в открытие первой кофейни «Салем, кофе». (В скобках сделаем отступление. Бренд с названием «Салем, кофе» тяжело было масштабировать. Партнерам пришлось придумать не местечковое, а глобальное название – Global Coffee. Именно этот бренд «полетел»). «Людам нравится быть частью западной культуры», – объясняет Аяттилло Азимов).

Кофейню открыли в торговом центре с хорошей проходимостью, и точка вышла в прибыль с первых дней. После появилось желание продавать «кофе навывнос» в центре города. «Для нас это был риск: у нас же нет инструментов анализа, сколько люди готовы платить за кофе, готовы ли они вообще его покупать? Решили рискнуть. Но появился вопрос с выбором места – там, где нет парковки и конкурентов, но есть высокая проходимость, или там, где высокая конкуренция, но люди туда целенаправленно едут поесть», – вспоминает о «муках выбора» Азимов.

Решение созрело после совета одного знакомого: «В США говорят, что если ты хочешь иметь успешный ресторан, то открой его возле «Макдоналдса». И партнеры организовали вторую свою кофейню возле конкурентов.

«Мы стали первыми, кто открывался в 7 утра, как это делают кофейни в Европе. Мы приучили людей заходить к нам за кофе перед работой. Это нам дало еще больше уверенности в своих силах, и мы решили, что надо открывать кофейню с посадочными местами», – рассказывает Азимов.

Такая кофейня стала работать без кухни, там продавали только снеки, десерты и кофе. «Таких форматов не было в городе, все остальные работали с кухней. И мы взорвали рынок, – утверждает собеседник. – После мы стали штамповать кофейни, чтобы конкуренты не забрали рынок».

В 2017 году начали продавать франшизу. «Бизнес-процессы у нас уже были налажены, так почему бы не выйти на другие рынки? Мы понимали, что мир меняется, поэтому можно не успеть», – говорит Азимов.

Первая франшиза ушла в Нур-Султан. Но партнеры, сетует Аяттилло, не прислушивались к советам держателей франшизы, поэтому в итоге закры-

ли в Нур-Султане (три заведения) – находятся под собственным управлением.

Бизнесмен отметил: когда искали партнеров, не проводили масштабную рекламную кампанию, потому что не было цели «бессистемно распродать франшизы». Основной упор делался на надежность партнера.

«Франшиза удобна тем, что нет необходимости физически присутствовать и управлять точкой. Поиск помещения, подбор персонала и прочие организационные моменты переходят в зону ответственности партнера, при нашей консультации. По этой причине, я думаю, у нас и не было особых проблем при переходе в другие города», – добавил партнер.

Помимо торговой марки во франшизный пакет Nexxio входит доступ к информационной системе, услуги единого по республике колл-центра и сайта. В удаленном управлении собственными точками руководству компании помогают современные технологии: качество продуктов и соблюдение стандартов контролируется через камеры и фототочки.

«Масштабирование на данный момент нам не принесло много денег. Мы тратимся на штат программистов, которые разрабатывают систему, на единый колл-центр и сайт. И с учетом тех отчислений, которые поступают от роялти франшизы, думаю, что мы примерно выходим «по нулям». Если у нас будет больше партнеров, то удастся увеличить доход», – говорит Серегин.



лись: «Другие наши партнеры до сих пор успешно работают – в Кызылорде, Туркестане, Сарыагаше, Шымкенте. В Тараз и Кызылорду (плюс там есть франшиза) мы зашли своими силами. Кроме того, мы работаем с инвесторами. Приходим и говорим: «Нам нужно 80 млн тенге на открытие одной точки под нашим брендом. Срок окупаемости – два года. Работаем 60 на 40. Так наша компания масштабируется».

Global Coffee не собирается ограничиваться рынком Казахстана – хочет завоевать СНГ, но «брать» будут не столицы, а региональные города.

«Нам все говорили: «Идите в Алматы». А у нас нет ни одной кофейни в Алматы, и мы даже этому рады. Нам не нужны такие города, как Москва, Санкт-Петербург, Ташкент. Нам нужны регионы, где не хватает чего-то классного, где люди хотят почувствовать себя частью кофейной культуры, а Starbucks еще долго будет туда добираться. И пока он будет туда идти, мы хотим забрать рынок мелких городов. Это голубой океан для нас», – уверен основатель Global Coffee.



Уникальное лекало

В 2013 году Асхат Рамазанов открыл в Уральске магазин мужской одежды и обуви Fiesta. Вместе с партнером Александром Керимовым они начали бизнес с капитала в 700 тыс. тенге.

«Одеждой занялись случайно: открыли бутик, в первый месяц наторговали на 900 тыс. тенге, во второй месяц – на 1,5 млн. Выручку постоянно пускали в оборот. Дело пошло довольно быстро, в первый год мы купили свое помещение», – говорит Асхат Рамазанов.

Одежда в магазине Fiesta не уникальная, ее можно приобрести и в других бутиках. Популярность магазина владелец объясняет качеством сервиса. «Наша уникальность в скорости обслуживания, широком ассортименте и максимальном удобстве для клиентов. Мы уделяем много внимания эмоциям. Для нас важно, чтобы человек ушел с хорошим настроением и захотел вернуться. Мы также дарим людям эмоции в социальных сетях. В этом и есть фишка нашего магазина», – отмечает бизнесмен.

Спустя год со дня открытия первого магазина Асхату Рамазанову предложили запустить бизнес в другом городе ЗКО – Аксае.

«В Аксай я отправил доверенного человека, который смог там наладить тот же сервис, что и в Уральске. После этого мы год за годом открывали магазины в Атырау, Актау, Актобе и Алматы. В Алматы мы открыли центральный склад, организовали логистику. Сейчас даже отшиваем вещи под нашим брендом», – отмечает Асхат Рамазанов.



Открытие магазинов в других городах порой проходило со скрипом, но предприниматель был внутренне готов к сложностям.

«Я понимаю, что сложности будут всегда. Будет воровство, будут ленивые сотрудники, будет некачественный сервис. Но все это можно решить. Проводим ревизии – если есть недостатки, значит, люди воруют, соответственно недостатки урезаем с зарплат. Или проводим анализ продаж: если они низкие, значит директор магазина не на своем месте, его нужно менять. И так со всем: появляется проблема – решаем ее», – говорит Рамазанов.

Спустя четыре года после открытия первого бутика начали поступать предложения о продаже франшизы.

«Мы продали франшизы в Костанай, Рудный, Усть-Каменогорск и Кульсары. Еще было три магазина в Павлодаре, Караганде и Актобе, но эти франшизы мы отозвали, поскольку люди не хотели работать так, как мы. Они не хотели вкладываться и делать дело с любовью, их интересом были только деньги. Мы же не хотели иметь в своем окружении недисциплинированных и непонятливых людей», – рассказывает предприниматель.

Асхат Рамазанов отмечает, что с франшизы он не получает большую прибыль: пашуальный взнос за саму франшизу и 15–20% от прибыли. Основную выручку дают собственные магазины. Оборот всей сети – около 2 млрд тенге.

Сейчас Fiesta в Алматы закрывается и переезжает в Актобе.

«Магазин в Алматы был успешным, но не настолько, чтобы его там оставить: обороты Fiesta в регионе выше в разы. Мы планируем открыть свои точки во всех небольших городах Казахстана, потому что я сам из Уральского и знаю потребности жителей провинции. В Алматы и Нур-Султан пока не планируем, но время покажет. Также мы стали пробовать себя в других видах бизнеса: строим таунхаусы, открыли «Центр плова». Наши клиенты в этих сферах – это клиенты из Fiesta, доверие которых мы оправдали временем», – резюмирует Асхат Рамазанов.

Кофейня на двоих

История сети кондитерских-кофеен Hani началась в Караганде, с домашних десертов, которые обычно готовят для гостей.

«Торты моей супруги Али очень нравились нашим друзьям, родственникам и знакомым. Они часто говорили, что с удовольствием покупали бы такую выпечку. Так и появилась идея открыть аккаунт в Instagram, через который можно было бы продавать торты, сделанные на заказ», – рассказывает основатель сети Нариман Шакабаев.

Сказано – сделано: в 2016 году супруги создали страницу в соцсети, и аккаунт начал набирать популярность. Но чем больше становилось заказов, тем тяжелее было делать торты на дому. И спустя несколько месяцев работы в таком ритме Нариман вместе с супругой решили нанять людей и открыть первую точку в центре Караганды.

Супруги выстраивали бизнес, прислушиваясь к пожеланиям клиентов. Так, для удобства посетителей летом 2016-го они открыли еще одну точку Hani – в другой части Караганды.

«Также от своих гостей мы слышали, что некоторые специально едут из Темиртау в Караганду, чтобы купить наши торты. Это было одной из причин, почему мы решили идти в другие города, – объясняет Шакабаев. – И в том же 2016-м мы открыли первую точку в соседнем Темиртау».

Следующим городом стал Нур-Султан, где Hani появилась в 2019 году. Семья жила в этом городе несколько лет до старта своего бизнеса, и потому столица не была для них terra incognita. Но это не помогло избежать трудностей при входе на новый рынок. Помимо высокой конкуренции бизнесмены столкнулись с ошибкой при выборе локации.

«Мы думали, что открываемся в динамично развивающемся районе, но на самом деле этот район только сейчас начал становиться популярным.

Поэтому нам было сложно с трафиком в первое время. Еще одной сложностью была текучка кадров. В отличие от Караганды и других региональных городов, где люди живут более размеренно, в Нур-Султане ритм жизни другой. В столицу многие приезжают ради работы, поэтому периодически получалось так, что наши сотрудники переходили на другую работу в поисках лучшего варианта. Из-за этого нам потребовалось время на формирование сильного костяка», – перечисляет «столичные» проблемы предприниматель.

Параллельно с Нур-Султаном еще одну точку Hani открывали в Петропавловске, но уже по франшизе.

«Мы хотели попробовать франшизу в небольшом городе, чтобы посмотреть, как она будет работать, и устранить недочеты при необходимости. А в Петропавловске как раз был наш доверенный человек, который с уверенностью взялся за дело», – комментирует выбор нового города Нариман.

Пока это единственное заведение сети, которое работает по франшизе, еще одно – партнерское. Остальные 11 точек находятся под собственным управлением семьи Шакабаевых. В планах открыть кондитерские по франшизам в Жезказгане и Балхаше. Нариман признается, что им удобнее открывать точки в близлежащих городах, куда не сложно съездить и где о бренде Hani уже знают.

Также бизнес-тандем собирается увеличивать количество собственных заведений в Караганде и Нур-Султане и довести общее число точек в сети до 20 к концу 2021 года.

Помимо этого, с конца 2019 года в Караганде они развивают отдельное направление – hani brunch. Это рестораны правильного питания, которые Шакабаев тоже планирует «выводить на республику» – с открытия точки в Нур-Султане.

«После выхода на столичный рынок наша прибыль увеличилась почти на 25%. Но держать под контролем соблюдение одинакового стандарта качества во всех заведениях становится труднее. Тем не менее в наших целях продолжать расти. Потому что одна из миссий компании – это поддержка безалкогольного образа жизни и увеличение количества alcohol free (в наших кофейнях не продают алкоголь) заведений хоть немного, но будет этому способствовать», – считает Шакабаев.

Шоу за закрытыми дверями

Как проходят недели моды во время пандемии



Мир моды уже никогда не будет прежним: в прошлом году ушли в онлайн не только продажи, но и «священная индустрия» — fashion week. О том, как теперь проходят недели моды, — в материале «Курсива».

Гульнар ТАНКАЕВА

Приглашенных просят не приходить

23 февраля 2020 года, за несколько часов до показа Atmani на Миланской неделе моды, в итальянских СМИ появилось сообщение, что приглашенных просят не беспокоиться. В смысле — не приходить. «Шоу пройдет за закрытыми дверями из-за вспышки коронавируса в Италии, будет вестись прямая трансляция на сайте Atmani, — говорилось в официальном обращении модного дома. — Решение было принято ради сохранения здоровья всех приглашенных».

И хотя остальные дизайнеры не последовали примеру Джорджио Армани, Milan Fashion Week стала отправной точкой, с которой начался новый отсчет: вскоре появились сообщения об отмене мужских недель моды в Лондоне и Париже, а уже через месяц, в конце марта, прошла первая в истории индустрии полностью цифровая неделя моды — в Шанхае.

Перейти в виртуальную реальность в такие короткие сроки китайским дизайнерам помог мировой лидер онлайн и мобильной коммерции Alibaba: принадлежащая им компания Tmall создала платформу, на которой можно было не только смотреть модные показы, но и покупать понравившиеся вещи. То есть та самая бизнес-стратегия see now — buy now, «увидел и купил», которую несколько лет назад предложили известные дома моды Burberry, Tom Ford, Ralph Laurent и другие, нашла свое воплощение в новых условиях цифровизации модной индустрии.

Итоги Шанхайской недели моды впечатлили: показы 150 дизайнеров посмотрели 800 млн пользователей. И хотя некоторые СМИ назвали шанхайское модное шоу «коммерческой online-акцией для продвижения

продаж», китайские марки с удовольствием отмечали значительную прибыль.

Вывод, который невольно напрашивался после цифровой недели моды в Шанхае — «хорошо китайцам, у них есть Alibaba». Даже основным неделям моды — в Париже, Лондоне, Милане и Нью-Йорке — понадобилось время для того, чтобы наладить технические процессы. Казахстану для этого надо еще больше времени, считает генеральный продюсер Kazakhstan Fashion Week Саят Досыбаев.

«Конечно, мы очень сильно думали о возможности проведения недели моды онлайн. Но для проведения цифровых недель моды нужны стриминговые платформы с хорошим техническим ресурсом, чтобы все работало без сбоев и «подвисаний», и, надо признать, Европа и Америка в этом ушли от нас далеко вперед. Добавьте вопрос с музыкой — она должна быть специально написана для показа, потому что сейчас и YouTube, и Instagram просто блокируют материал, если в нем использована музыка, на которую у вас нет прав. То есть здесь очень много нюансов, как технических, так и творческих, плюс — проведение онлайн недели моды тесно связано с онлайн-продажами, а с этим у нас тоже, увы, не все хорошо. Я надеюсь, что этот пробел будет восполнен казахстанскими компаниями, которые смогут предложить нам такие же стриминговые платформы и такую же надежную систему онлайн-продаж и логистики, как в Европе и Америке, потому что сегодня это необходимо: как показал прошлый год, вся жизнь может проходить онлайн», — сказал Саят Досыбаев.

Как оцифровать неделю моды в Казахстане

Но в Казахстане все же появилась цифровая неделя моды: пятый сезон Aspara Fashion Week, запланированный на весну 2020 года в традиционном формате, прошел летом в режиме онлайн.

«19 февраля прошлого года у меня был показ на Mad Mood Milano Fashion Week, — говорит организатор Aspara Fashion Week, известный казахстанский дизайнер Айдархан Калиев. — 21 февраля я уезжал из Италии, когда там уже начали принимать серьезные карантинные меры. Но тогда я наивно думал, что это история на несколько месяцев и можно будет просто передвинуть сроки недели моды и провести ее летом в обычном формате. Когда оказалось, что нельзя, я начал думать над тем, как оцифровать Aspara Fashion Week.



Трансляция V сезона казахстанской недели моды «родом из Тараза» началась 20 июня 2020 года. Показы можно было посмотреть на YouTube-канале Aspara Fashion Week и в социальных сетях. В октябре так же, виртуально, прошел VI сезон, весна-лето 2021.

«Готовя VII сезон, мы рассматривали несколько вариантов, — рассказывает Айдархан Калиев. — Первый: живые показы казахстанских дизайнеров и тех дизайнеров, кто может заехать на территорию Казахстана. Второй: только онлайн-показы. И, наконец, третий, смешанный, при котором дизайнер не приезжает, но отправляет свою коллекцию, и мы сами делаем ее показ. От третьего варианта пришлось сразу отказаться: к нашему удивлению, оказалось, что с нашей страной до сих пор нет нормальной логистики, а расценки на то, что есть, просто заоблачные (например, отправка коллекции из Беларуси или Китая обойдется в два-три раза дороже, чем сама стоимость участия в неделе моды). Первый вариант, с живыми показами, отпал, когда Тараз попал в желтую зону. Нам оставалось только опять провести мероприятие онлайн, что мы и сделали в начале апреля. И это была самая представительная Aspara Fashion Week: больше 90 дизайнеров из 30 стран. Но, несмотря на все достоинства

цифрового режима, несмотря на то, что мы стали первой профессиональной неделей моды, которая полностью перешла в онлайн, со всеми показами, конференциями, обратной связью, я надеюсь, что следующий сезон пройдет хотя бы в «комбинированном» формате, где будут и живые показы, и видео».

Модный «гибрид»

Этот формат уже получил свое название — phygital. Новое слово в fashion-словаре образовано от physical (физический) и digital (цифровой) и означает гибридный режим, когда настоящие показы на подиуме чередуются с видео от дизайнеров. Именно его использовали недели моды 2021 года, от Парижской до Mercedes-Benz Fashion Week Russia, хотя сама тенденция была заложена еще в 2020-м, когда два бренда, Etro и Dolce & Gabbana, несмотря ни на что, представили свои коллекции на Milan Digital Fashion Week «по старинке» — это были реальные показы, конечно, с соблюдением всех мер предосторожности, но для реальной публики.

Возможно, для того, чтобы избежать обвинений в нарушении социального дистанцирования, съемка части показа Etro (он проходил на открытом воздухе на территории отеля Four Seasons) велась с дрона, и можно было оценить расстояние

и между зрителями, и между моделями. Но замечания все равно были: когда зрители по привычке захотели сделать селфи и сняли маски.

Через несколько месяцев директор Moschino Джереми Скотт решил вопрос с дисциплиной зрителей на показе радикально, заменив их на марионеток, пугающе похожих на настоящих завсегдатаев модных шоу — от главного редактора американского Vogue Анны Винтур до консультанта японской версии Анны Делло Руссо. Моделями служили тоже куклы-марионетки, и коллекция была выполнена в соответствующем размере. Этот же прием использовала во время первой виртуальной Недели высокой моды в июле 2020 года креативный директор Dior Мария Грация Кьюри, шив коллекцию для кукол. Планировалось, что куклы от-кутор отправятся к клиентам в качестве образцов и модель будет считаться в обычном размере только после того, как на нее поступит заказ.

Таким образом Dior и Moschino хотя бы частично решили проблему с байерами, которые, наверное, больше всех пострадали в результате диджитализации недель моды: теперь им приходится оформлять заказы «по картинке», не трогая ткань и не изучая изнанку. Не спасают даже виртуальные шоурумы: сколько ни увеличивай изображение, оно все равно не даст ощущения реальной вещи. А виртуальная неделя моды, даже самая профессиональная и креативная, все равно не передаст атмосферу настоящего, живого показа мод.

«В цифровом формате может быть все, что угодно, но только не неделя моды, — говорит PR-директор Kazakhstan Fashion Week Ботагоз Алдонгарова. — То, что делается сейчас, это ролики, презентации, клипы, но это не неделя моды. Такие мероприятия, которые делает KFW, это показатель работы fashion-индустрии, это большая площадка, где идет обмен информацией, собираются лучшие из лучших, они учатся друг у друга и, как они сами говорят, сдают своеобразный экзамен. Все это в совокупности создает уникальное действие, которое больше никогда не повторится, и никакой цифровой формат его не передаст».

Судя по всему, похожего мнения придерживаются многие представители fashion-индустрии во всем мире. Во всяком случае, Неделя моды в Шанхае — та самая, с которой в прошлом году начались виртуальные модные мероприятия — две недели назад вернулась к живым показам. Эпидемиологическая ситуация в Китае это позволяет. А модный рынок Поднебесной сегодня едва ли не единственный, кому удалось выжить во время пандемии. Стоит ли удивляться, что впервые в расписании Шанхайской недели моды появился показ Dior?

Фотографии: Aspara Fashion Week, Гульнар Танкаева



Фотографии: Kazakhstan Fashion Week

