

КУРСИВ



БАНКИ И ФИНАНСЫ:
РАЗМЕЩАЙСЯ ЛУЧШЕ НАС

стр. 5

ЭКСПЕРТИЗА:
НЕФТЯНЫЕ ПРЫЖКИ
С ВЫСОКОЙ БАЗЫ

стр. 6

ИНДЕКСЫ:
К КАЗАХСТАНЦАМ ВЕРНУЛСЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ОПТИМИЗМ

стр. 8

LIFESTYLE:
СТРИТСТАЙЛ: КРАСОТА В ГЛАЗАХ
СМОТРЯЩЕГО

стр. 12

kursiv.media kursiv.media kursivmedia kursiv.media kzkursivmedia

Бюджет Шредингера

Как госсектор умудряется оказаться одновременно с деньгами, но без денег

В течение одного квартала Министерство индустрии и инфраструктурного развития РК (МИИР) выделило 135 млрд тенге по концепции развития обрабатывающей промышленности, которые пока лежат мертвым грузом в кеше институтов развития, и не смогло обслужить обязательства по субсидиям. Короткая история неэффективности казахстанского госсектора – в материале «Курсива».

Сергей ДОМНИН

Сотня-другая

Информация о выделении 135 млрд двум институтам развития стала известна еще в начале года: 23 февраля 2023-го НУХ «Байтерек» (холдинг институтов развития) сообщил, что докапитализирует Банк развития Казахстана (БРК) на 100 млрд тенге, а Qazaqstan Investment Corporation (QIC; бывшая «Казына Капитал Менеджмент») – на 35 млрд тенге.

Для финансирования была избрана одна из стандартных схем – дочерние структуры выпустили дополнительные акции, материнская их приобрела. Таким образом, деньги достались институтам развития бесплатно.

Данные транзакции были упомянуты в текущих отчетах о госфинансах. В статбюллетене, который ежемесячно выпускает Минфин РК, отражены расходы по линии Министерства индустрии и инфраструктурного развития (МИИР; реализует госполитику поддержки промышленности) на увеличение уставного капитала «Байтерека» – все те же 100 млрд тенге для БРК, 35 млрд тенге для QIC. Минфин указывает цели этих расходов: в случае с БРК это финансирование проектов обрабатывающей промышленности (ОП), в случае QIC – фондирование фонда (фондов) прямых инвестиций с целью финансирования проектов той же ОП.

Оба института развития и механизмы их участия детально расписаны в переутвержденной в марте Концепции развития обрабатывающей промышленности на 2023–2029 годы (ранее документ назывался Концепцией индустриально-инновационного развития).

> стр. 2



Фото: Кирилл Киселев

Как вылетают с самокатов? Совсем не так, как с поездов

Кикшеринговые компании в Казахстане испытывали трудности с поиском партнеров среди страховщиков. Страховые компании отказывались сотрудничать с представителями нового бизнеса. Однако сейчас пользователи всех четырех «самокатных» операторов могут застраховать себя, свое имущество или ответственность перед третьими лицами.

Татьяна ТРУБАЧЕВА

Добровольно подстраховались

Законодательство Казахстана не обязывает кикшеринговых операторов страховать ни свою ответственность, ни ответственность и здоровье пользователей самокатов. Однако все четыре кикшеринговые компании, которые сейчас работают в стране, решили внедрить опцию страхования.

«Были проблемы с поиском партнера – страховой компании», – рассказывают сотрудники кикшерингового оператора Eleven.

> стр. 3

Уйти по-французски

Carrefour покидает узбекский рынок, проработав на нем три года

Казахстанская розничная сеть Magnum выкупила все магазины Carrefour в Узбекистане. Французская сеть не прижилась на рынке уже второй страны в Центральной Азии, первой была РК. «Курсив» обсудил с экспертами, почему французам так не везет в нашем регионе.

Анастасия МАРКОВА

В начале августа Magnum объявил о покупке 100% акций Majid Al Futtaim LLC Uzbekistan (держатель франшизы Carrefour в Узбекистане). Все магазины французской сети теперь будут работать под брендом Magnum. Таким образом, казахстанская розничная сеть к двум уже имевшимся магазинам в РУз добавила еще шесть точек.

На те же грабли

Девальвацию и жесткую конкуренцию назвали основными причинами закрытия Carrefour в Казахстане компания Majid Al Futtaim Hypermarkets Kazakhstan (держатель франшизы в Казахстане). Гипермаркет проработал в Алматы всего год – с февраля 2016-го по май 2017-го. После ухода из РК Carrefour попытался в другой центральноазиатской республике – в Узбекистане, открыв там первый магазин в 2020 году.

На соседнем рынке компании удалось достичь гораздо больших результатов, чем в Казахстане: к началу 2023 года в Узбекистане работало шесть магазинов Carrefour (пять в Ташкенте и один в Самарканде). Почему их решили продать, Majid Al Futtaim (MAF) пока не комментируют, на вопросы «Курсива» в офисе компании также не ответили.

По мнению управляющего компании Trade Help, эксперта в сфере FMCG-ритейла Андрея Калмыкова, менеджмент MAF повторил в Узбекистане ту же ошибку, что и в Казахстане – на подготовительном этапе перед заходом в страну был сделан недостаточно качественный анализ рынка, локаций и целевой аудитории.

> стр. 10



Относительный перегрев

Технический индикатор сигнализирует о перекупленности индекса KASE

Индекс KASE на историческом максимуме. Одновременно вырос и индикатор RSI, который может свидетельствовать о перекупленности казахстанского рынка.

Айгуль ИБРАЕВА

Индекс относительной силы (relative strength index, RSI) – это популярный инструмент технического анализа, который показывает силу тренда

и вероятность его смены. Значения индикатора определяются в диапазоне от 0 до 100%.

Принято считать, что RSI ниже 30% означает перепроданность актива, то есть цена на него сильно снизилась за определенный промежуток времени (обычно 14 дней). Такие активы имеют потенциал роста при хороших фундаментальных показателях. Если RSI находится выше 70%, то актив является перекупленным – цена на него сильно выросла за определенный промежуток времени. Это может быть сигналом к скорому развороту тренда.

Коррекция: быть или не быть

Индекс KASE, который включает девять самых ликвидных казахстанских акций, 14 августа 2023 года вырос до 3813,59, показав новый исторический максимум (предыдущий – 3810,70 пункта – был зафиксирован в ноябре 2021 года). За максимумом 2021 года последовала глубокая коррекция, которая продолжилась до июня 2022-го, индекс тогда обвалился на 44% с пиковых значений.

> стр. 4



ЧИТАЙТЕ
КУРСИВ
НА БУМАГЕ!

Подписка через каталоги:

- ◆ АО «Казпочта»
- ◆ ТОО «Эврика-Пресс»
- ◆ ТОО «Евразия Пресс»

Продолжается подписка на 2-е полугодие 2023 года

Бюджет Шредингера

Как госсектор умудряется оказаться одновременно с деньгами, но без денег

> стр. 1

Концепция развития ОП – это наследница государственных индустриальных программ, которые последовательно реализуются в РК с 2003 года и с которыми связано появление институтов развития.

Роль БРК в рамках действующей госполитики – институт развития, обеспечивающий долгосрочное (от 7 до 20 лет) льготное финансирование проектов обрабатывающей промышленности (по ставкам от 9 до 11% по разным схемам), экспортное финансирование предприятий ОП (по ставке 6%), финансирование оборотного капитала (по ставке 7%). «Дочка» БРК – Фонд развития промышленности – предоставляет проектам ОП льготный финансовый лизинг.

Функция QIC – инвестировать в основной капитал, а также предоставлять мезонинное финансирование предприятий обрабатывающей промышленности. В концепции развития ОП обозначено, что фонд фондов может инвестировать напрямую или через свои фонды в проекты ОП на срок до 10 лет по ставке 8% и при условии, что объем инвестиций не будет превышать 49% в структуре капитала предприятия и будет находиться в диапазоне 1–5 млрд тенге.

Еще одна схема – долевое финансирование по схеме «20–20–60»: 20% – собственные средства заявителя, 20% – деньги QIC, 60% – банковский кредит. По этой схеме ставка по кредиту БВУ составит 8% (будет субсидироваться), а сумма – от 2 млрд до 7 млрд тенге. Третья схема – долевое финансирование на 10 лет с участием фонда не более 49%, конечной ставкой вознаграждения в 8% и суммой от 0,4 до 1,4 млрд тенге.

Приняли на свой счет

На балансы обоих институтов развития 135 млрд тенге попали не сразу. По крайней мере, в их отчетности по итогам I квартала изменений в капитале нет, а по итогам II квартала они уже присутствуют: уставный капитал БРК вырос с 616 до 716 млрд, или на 100 млрд тенге, QIC – с 113 до 148 млрд, или на 35 млрд. Фининституты распорядились средствами похожим образом. Из балансово-

го отчета БРК следует, что рост активов в течение квартала (+2%) произошел за счет увеличения денежных средств и эквивалентов на 19% (+160 млрд тенге), до 1,0 трлн тенге. В итоге доля кеша на балансе банка составила 25%. Больше половины денег на счету БРК перераспределил на текущий счет в Нацбанке РК (510 млрд) и банках второго уровня (173 млрд), 296 млрд направил на сделки обратного РЕПО, 24 млрд тенге отправил на депозит до востребования в НБ РК. У QIC из 95 млрд кеша 68 млрд лежит на текущих счетах и краткосрочных депозитах в банках второго уровня, еще на 27 млрд приобрели ноты НБ РК срочностью менее трех месяцев.

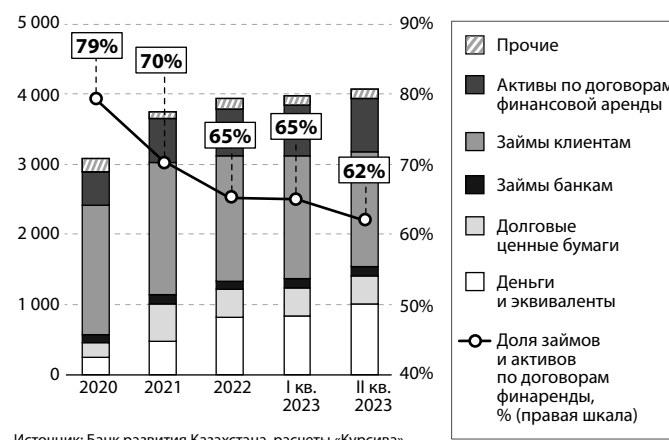
Напомним, в соответствии с задачами институтов развития эти государственные средства и ранее выделенные трансферты из бюджета и заработанные институтами деньги должны максимально эффективно распределяться в те виды активов, которые создают ценность. Для БРК это займы крупным проектам обрабатывающей промышленности и проекты лизинга, для QIC – инвестиции в фонды прямых инвестиций.

По итогам II квартала 2023 года совокупный вес займов и активов по договорам финансовой аренды на балансе БРК составил 62%, сократившись за квартал на 3 п.п. Для сравнения: по итогам 2020 года этот показатель составлял 79%, тогда как доля денег на счету тогда у банка составляла 8%. У QIC по итогам II квартала 2023-го совокупная доля инвестиций в совместные и ассоциированные предприятия, а также прочих финансовых активов (сюда входят доли в ряде предприятий и ФПИ) опустилась до 63% (–10 п.п. за квартал). А по итогам 2021-го вес этих активов был на уровне 78%.

Почему институты развития выбрали такое применение государственным деньгам? Часто бывает, что средства приходят в институты развития достаточно поздно (в нашем случае – ближе к середине года) и их просто не успевают быстро распределить по проектам. На это указывает то, что большая часть средств расщедоточена по текущим счетам.

БРК наращивает кеш при небольшом сокращении портфеля

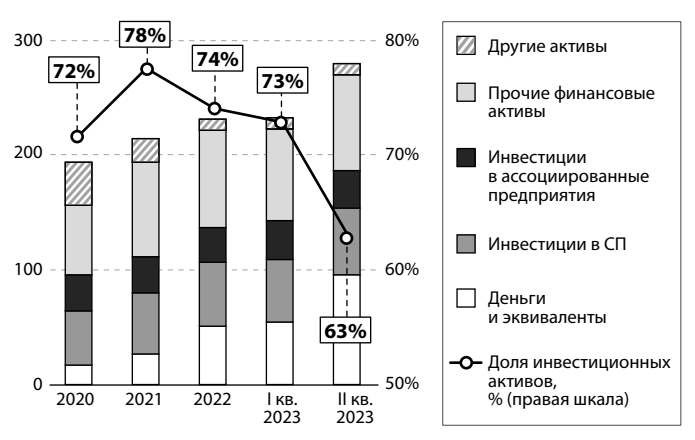
Структура активов Банка развития Казахстана на конец периода, млрд тенге



Источник: Банк развития Казахстана, расчеты «Курсива» по данным компании

Вливания в капитал пока не привели к увеличению портфеля

Структура активов Qazaqstan Investment Corporation (Kazyna Capital Management) на конец периода, млрд тенге



Источник: QIC, расчеты «Курсива» по данным компании

Но есть вероятность и того, что деньги лежат на счетах, потому что администраторы денег пока не нашли проекты, соответствующие требованиям госпрограмм и правилам фининституты. Уверенно об этом можно будет говорить, если и по итогам III квартала этого года сохранится распределение с высокой долей денежных средств (в виде текущих счетов и вкладов), ГЦБ и нот в структуре активов.

«На текущий момент формируется список проектов, находящихся на рассмотрении, по которым осуществляются инвестиционный анализ, сбор документов и экспертиза в соответствии с внутренними процедурами дочерних фондов прямых инвестиций QIC для дальнейшего финансирования», – ответили на запрос «Курсива» в QIC.

Важным внешним обстоятельством остается высокая базовая ставка НБ РК (16,75% на середину августа 2023 года). В условиях высокой ставки и широкого предложения государственных бумаг с фиксированной доходностью инвесторы менее склонны вкладываться в рыночные проекты. И институты развития в данном случае не исключение, хотя их возможности по инвестированию в

ценные бумаги могут быть нормативно ограничены.

Не хватило

Сама по себе история с упомянутыми выше государственным 135 млрд тенге обыкновенная, и критиковать субъекты квазигосударственного сектора здесь в общем-то не за что. Они оперируют государственными деньгами по четким правилам, над ними осуществляется многосторонний контроль, который особенно усилился после критики президента Касым-Жомарта Токаева практики выдачи ссуд на проекты представителям узкого круга «избранных» заемщиков.

Вопросы вызывает качество механизмов государственной промышленной политики. Одновременно с этой историей происходит другая, также связанная с МИИР, институтами развития и распределением бюджетных средств, о которой в этом месяце уже писал «Курсив». В отчетности БРК и его «дочки» – Фонда развития промышленности – за январь – июнь этого года указано, что компания фиксировала просрочку в 131 день по лизинговой сделке с KTZ Express («дочка») нацкомпании КТЖ. Но дело не в лизингополучателе – он платит исправно. Причина просрочки – «временное

отсутствие субсидируемых средств от МИИР». «По предварительным данным, средства ожидаются в августе-сентябре 2023 года», – указано в отчетности.

В финансовом отчете БРК подчеркивается, что на конец июня 2023 года у ФРП 7 крупных лизингополучателей или 3 группы связанных лизингополучателей, на которых приходится 39% дебиторки по договорам финансовой аренды (речь идет о лизинговом портфеле) – это около 205 млрд тенге. Из этого объема 190 млрд (93%) – это займы КТЖ и дочерним структурам нацкомпании, причем «здоровых» сделок – на 132 млрд, а переведенных в т.н. стадию 2 (учитываются ожидаемые кредитные убытки за весь период по активам, которые еще не обесценены) – 57 млрд. Даже если предположить, что министерство просрочило выплаты по всей сумме обязательств КТЖ, то счет может идти максимум на несколько десятков миллиардов тенге. В то же время сотни невостребованных бюджетных миллиардов находились на текущих счетах, в депозитах и краткосрочных нотах.

Трагикомизм ситуации в том, что произошли обе истории с одними и теми же участниками и в рамках одних и тех же госпрограмм.

Реабилитация промполитики

Мейнстримные экономисты переосмысливают традиционные оценки индустриальной политики

Допустима ли индустриальная политика? Долгое время экономисты отвечали на этот вопрос твердым «нет». Но под влиянием приближающегося глобального технологического раскола и рещоринга на смену тотальному отрицанию промышленной политики приходит здоровый конструктив. В РК больше вопросов вызывает не столько подход, избранный правительством, сколько качество его реализации.

Сергей ДОМНИН

Переосмысление влияния промполитики на экономическое развитие дают в своей работе известный экономист из Гарвардского университета Дэни Родрик, экономист из университета Оксфорда Натан Лэйн и экономист из университета Британской Колумбии Река Юхас.

Исследователи предлагают критический анализ взглядов экономистов в отношении влияния государства на экономику. Долгое время мейнстрим экономической науки транслировал представления, по которым го-

сударственное вмешательство в процесс выбора технологий и распределения мощностей вредит долгосрочному экономическому росту. Многие экономисты до сих пор убеждены, что государству не следует вмешиваться в экономику, кроме как через регулирование и расходы бюджета на социальные услуги, образование, здравоохранение, оборону и инфраструктуру.

Среди сторонников применения промышленной политики (с таргетированием со стороны государства приоритетных отраслей, госинвестициями в НИОКР и протекционизмом) были либо левые экономисты (теоретики концепции догоняющего развития), либо немногочисленные исследователи, вдохновленные примерами роста экономик Юго-Восточной Азии (например, Ха Джун Чхан и Джо Стадвелл).

Первым серьезным толчком для пересмотра этих моделей стали стратегии декарбонизации. Переход на зеленую энергию был далек от классических представлений об эффективности: правительства в странах с наиболее развитыми рыночными экономикой выбирали отрасли и не жалели субсидий на важные, по их мнению, проекты частных игроков. Даже в такой либеральной экономике, как США, были приняты законы IRA и CHIPS со

стимулами для производителей оборудования и инфраструктуры для электромобилей и полупроводников.

После торговых войн Китая и США и на фоне обострения глобальных экономических противоречий на фоне коронакризиса и войны на территории Украины к зеленой повестке прибавился рещоринг – возвращение цепочек добавленной стоимости в пределы национальных границ либо в дружественные страны.

Иными словами, критиковать промполитику на Западе постепенно становится немейнстримно, так как развитые страны сами настолько активно ею занимаются, что уже не скрывают этого. Как инструмент влияния на развивающиеся страны либертарианский подход давно не работает. В этих условиях даже самые закостенелые скептики вынуждены корректировать свою позицию.

Обновленный взгляд на промполитику, предлагаемый Родриком и его коллегами, содержит признание в том, что этот подход позволяет решить некоторые серьезные проблемы, которые в условиях невмешательства государства так бы и остались нерешенными: стимулировать декарбонизацию, улучшить качество рабочих мест, нарастить экспорт или произвести импортозамещение, обеспечить опере-

жающий рост отстающих регионов. Экономисты признают, что промполитика не препятствует, а усиливает процесс глобализации.

Исследователи показывают, что промполитика оказалась достаточно гибкой к требованиям времени: если обрабатывающая промышленность, традиционно главный объект промполитики, становится все более капиталоемкой и менее трудоемкой, правительства выбирают новые базовые отрасли и направления приложения усилий – цифровизацию, зеленый транзит, торговлю и другие сервисные секторы, притягивающие рабочую силу и позволяющие расширять долю среднего класса в структуре населения.

Экономисты отмечают и особенности более успешных практик промышленной политики. Первая из них – повторяющееся государственно-частное сотрудничество вместо регулирования «сверху вниз». Опыт, когда чиновники сами определяют секторы и меры поддержки, зачастую негативен. Удачные кейсы – например, Южной Кореи – свидетельствуют о политике встроенной автономии (embedded autonomy), когда частные игроки могут корректировать цели и задачи развития благодаря специфическим социальным связям.

Вторая особенность – фокусирование поддержки на кастоми-

зированных мерах, а не субсидиях для всех. Субсидии предприятиям действительно чаще всего стимулируют создание большого количества рабочих мест, однако ценой огромных потерь бюджета. Куда эффективнее использовать специально разработанные механизмы. На материале США исследователи показывают, что одну и ту же задачу создания рабочих мест программа переподготовки рещорала дешевле, чем субсидии: стоимость создания одного рабочего места в первом случае равнялась \$34 тыс., во втором – \$196 тыс.

Третья специфическая черта успешных промполитик – отращивание расфокусировки. Как уже было сказано, предметом индустриальной политики, как правило, является обрабатывающая промышленность. Однако в последние годы этот сектор уже не генерирует большого количества рабочих мест, а на картину занятости и производительности в целом по экономике влияют ретейл, HoReCa, образование, здравоохранение.

«Реальная практика промышленной политики выглядит совершенно отличной от того, как ее традиционно понимают экономисты», – заключают исследователи. – Она включает динамичное, повторяющееся взаимодействие между правительством

и компаниями для достижения широкого набора целей».

Как ни странно, казахстанские власти на теоретическом уровне идут в ногу с Родриком и его коллегами. С самого начала индустриальных пятилеток особое внимание уделяется не только обрабатывающей промышленности, но и инновациям (производство софта), а также прочим секторам сферы услуг. Подходы, которые используют в промполитике в РК, следует признать вполне передовыми. Но дьявол кроется в деталях.

Набор целей казахстанской индустриальной политики был достаточно широк, если судить по индикаторам ГПИИР – выпуск, производительность, объем экспорта, – однако сами значения индикаторов неоднократно пересматривались по ходу реализации программ. Эти изменения были результатом стремления чиновников облегчить достижение целей госпрограмм, а не итогом консультаций государства и бизнеса. Широкий и набор мер поддержки предпринимателей – теоретически он позволяет кастомизировать меры поддержки под особенности любого проекта. Но на практике получить господдержку фирмам непросто, а государственные средства распределяются не самым рациональным образом.

РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

КУРСИВ

Газета издается с 24 июля 2002 г. Собственник: ТОО «Altco Partners» Адрес редакции: А15Р1М9, РК, г. Алматы, ул. Желтоқсан, 115, 5-й этаж. Тел./факс: +7 (727) 232 24 46 E-mail: kursiv@kursiv.kz

Генеральный директор: Меуерет СУЛТАНКУЛОВА m.sultankulova@kursiv.media

Главный редактор: Сергей ДОМНИН s.domnin@kursiv.media

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

Шеф-редактор: Татьяна НИКОЛАЕВА t.nikolaeva@kursiv.media

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

Редактор отдела «Недвижимость»: Наталья КАЧУЛОВА n.kachulova@kursiv.media

Редактор Kursiv Research: Аскар МАШАЕВ a.mashaev@kursiv.media

Обозреватель отдела «Потребительский рынок»: Анастасия МАРКОВА a.markova@kursiv.media

Корректор: Светлана ПЫЛЬПЧЕНКО Татьяна ТРОЦЕНКО Елена КОРОЛОВА

Бильд-редактор: Илья КИМ

Верстка: Елена ТАРАСЕНКО Мадина НИЯЗБАЕВА

Дизайнер: Дана АХМЕТУЛИНА

Фотограф: Аскар АХМЕТУЛИН

Коммерческий директор: Ирина КУРБАНОВА i.kurbanova@kursiv.media

Руководитель по рекламе и PR: Сабир АГАБЕК-ЗАДЕ s.abek-zade@kursiv.media

Административный директор: Ренат ГИМАДДИНОВ r.grenat@kursiv.media

Представительство в Астане: РК, г. Астана, пр. Кунаева, д. 12/1, БЦ «На Водро-зеленом бульваре», ВР-80, 2-й этаж, оф. 203 Тел.: +7 (7172) 28 00 42 astana@kursiv.media

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 ТОО РПИК «Делур». РК, г. Алматы, ул. Калдаякова, д. 17 Тираж 8 000 экз.

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

Как вылетают с самокатов? Совсем не так, как с поездов

> стр. 1

При выходе на рынок Казахстана весной 2021 года белорусская компания обращалась ко всем страховщикам, которых выдал поисковик. Но риск-менеджеры этих компаний оператору отказали, и первый сезон Eleven отработал без опции добровольного страхования поездок.

Однако в 2022-м Eleven нашел партнера – страховую компанию Amanat, у которой «на борту» есть еще два кикшеринговых оператора – Jet и Whoosh. Последний при выборе поставщика страхового продукта смотрел, готовы ли партнер работать с новым для себя продуктом (а страхование самокатчиков – это новшество на рынке Казахстана), разрабатывать юридические и технические регламенты обслуживания кикшерингового страхового портфеля.

«Кроме того, именно Amanat оказалась готова к созданию у себя специального подразделения по урегулированию подобных убытков», – отметили в Whoosh.

В самой Amanat страхование кикшеринга не относят к новациям, говоря, что это результат многолетней эволюции продуктов страхования пользователей других видов транспорта – авиационного, железнодорожного и автобусного.

«На протяжении нескольких лет определялись необходимые риски для защиты клиента, улучшались условия выплат и технологии для осуществления этих выплат. И к моменту появления кикшеринга в городах страховая защита (как часть сервиса) была уже практически готова к выходу на рынок как методологически, так и технологически», – говорят в Amanat.

В «Нефтяной страховой компании» (НСК) также утверждают, что им не пришлось создавать с нуля продукт для кикшеринга, они лишь модернизировали действующий продукт страхования.

«НСК имеет большой опыт в области страхования различных видов, поэтому для нашей компании страховать такие кейсы (кикшеринговые сервисы. – «Курсив») – это обычная практика», – заверяют в компании.

Вшитая и на выбор

Eleven, Jet и Whoosh предоставляют пользователям только опцию добровольного страхования. «Ничего навязывать пользователю мы не имеем права», – подчеркивают в Eleven.

В Whoosh еще думают, нужно ли вводить обязательное страхование всех пользователей в Казахстане. К окончательному решению не пришли, так как пока не видят факторов, которые бы указывали на необходимость этого.

У «Яндекс Go» подход отличается: для арендаторов самокатов действуют две программы страхования. Одна вшита в плату за аренду и страхует жизнь и здоровье всех пользователей на время поездки.

По желанию и за дополнительную плату в сервисе можно подключить программу расширенного страхования. Такая страховка покрывает, допустим, ремонт смартфона, если он повредится во время поездки.

Собственную ответственность кикшеринговые операторы не страхуют. Whoosh, к примеру, объясняет это тем, что доля ситуаций, когда ответственность за происшествие лежит не на пользователе, а на операторе, ничтожно мала. Это, в свою очередь, связано с тем, что



Коллаж: Гамаль Сейткужанов

Стоимость страховки для пользователя | Максимальная сумма страхового покрытия | Страховая компания-партнер



Источник: открытые данные

кикшеринговые компании содержат свой флот в хорошем состоянии, регулярно проводят техосмотры. «Потому что для нас безопасность пользователя всегда на первом месте», – говорят в Whoosh.

Третий с краю

Вшитая программа «Яндекс Go» также страхует ответственность за причинение вреда жизни и здоровью окружающих. «Страховая покрывает ущерб до четырех миллионов тенге в зависимости от травм», – делятся подробностями в «Яндекс Go».

Мусалав Алибеков, директор Jet, вспоминает, что в первый год работы, в 2021-м, они страховали имущество третьих лиц: «Но после того как увидели ноль в графе обращений, отказались от этого вида страхования».

Добровольные страховки Eleven включают инциденты с третьими лицами и их имуществом. Обращений от людей, пострадавших от самокатчиков, очень мало. «По Казахстану у нас таких обращений вообще нет за этот сезон. В целом (компания работает также в Беларуси и Грузии. – «Курсив»), может, пару случаев в месяц, – говорят в компании. – По причинению вреда имуществу если и обращаются, то обычно насчет авто. Но это тоже нечасто».

Нечасто третьи лица вовлечены и в происшествия с пользователями Whoosh, чья добровольная страховка также покрывает ответственность перед окружающими.

«Самое распространенное в таких обращениях – повреждение автомобиля: пользователи задевают машины или

наезжают на припаркованный автомобиль. Случаи наезда на пешеходов или какую-либо муниципальную собственность единичны», – утверждает оператор.

В Whoosh говорят, что самокатчики гораздо чаще травмируются сами, чем портят чужое имущество. Инциденты, связанные с ущербом для окружающих, составляют менее 1% от всех обращений. «То есть главный враг самокатчика – это не пешеход или автомобиль, а плохая дорожная инфраструктура», – делают вывод в компании.

Разбор привычек

«Как правило, люди делятся на тех, кто выбирает страховку, и тех, кто не выбирает», – делятся своими наблюдениями сотрудники Eleven. Они также

заметили, что если арендатор готовится совершить длительную поездку, то он, вероятнее всего, выберет опцию страхования.

Мусалав Алибеков говорит, что зачастую страховкой пользуются новички, которые еще неуверенно чувствуют себя, и пользователи, которые, наоборот, уже давно и регулярно ездят на самокатах как на транспорте. «Последние понимают, что страховка важна на случай возможных инцидентов», – объясняет Алибеков.

У Whoosh другие наблюдения: чем выше опыт пользователя, тем реже он покупает полис. «Это связано с психологией поведения человека, – считают в Whoosh. – Мы видим, что в начале сезона самокатов (в Алматы это февраль, а в Астане – апрель) страховка пользуется большей популярностью среди пользователей, когда с самокатом знакомится больше новичков. К концу сезона пользователи чувствуют себя увереннее – мы отмечаем снижение числа поездок со страховками».

У новичков, кстати, чаще всего происшествия происходят в первые две-три минуты поездки, иногда даже в первые секунды. «Взял самокат в аренду и с ходу выжал газ, не прировнившись к управлению, – приводят пример в компании Eleven. – У опытных пользователей момент происшествия распространяется на весь период аренды и может наступить в любой ее момент».

Мусалав Алибеков заметил корреляцию между возрастом пользователя и покупкой полиса: «Молодежь, как правило, стремится сэкономить и отказаться от страховки. Взрослые люди, напротив, понимают важность страхования своего здоровья и ездят с включенной страховкой».

Глобус кикшеринга

Привычки пользователей могут меняться в зависимости от местности. Eleven отмечает, что в Алматы 60–70% поездок совершаются с опцией страховки, в Минске – 40% поездок. «Это связано с интенсивностью жизни в городе: Минск более спокойный», – объясняют в компании.

У Jet похожие данные: в Беларуси реже покупают страховку, чем в Казахстане. Правда, объясняют это другим: более ответственным подходом казахстанцев к вопросам использования страхования.

«Чаще страховку включают в регионах; в Алматы и Астане со страховкой совершается около половины поездок», – рассказывает об особенностях Казахстана Мусалав Алибеков.

На рынках СНГ, где присутствует Whoosh, уровень конверсии покупок страховок примерно одинаков, поскольку схожи пользовательские привычки в страховании в целом.

«В конце 2022 года, когда страховка только стала доступна в Казахстане, доля поездок, в которых пользователи подключили себе добровольное страхование, составляла всего 5%, а в середине 2023 года – уже 54%. В Астане в 2022 году доля составила около 2%, а в середине 2023 года – более 80%», – приводит локальную статистику Whoosh.

Мусалав Алибеков утверждает, что с годами доля страховых случаев относительно поездок снижается: «Это говорит о том, что количество поездок растет быстрее, чем количество инцидентов, с которыми нужно обращаться за страховыми выплатами. Это радует».

Какие травмы получают самокатчики?



«96% травм водители самокатов получают в результате падения – часто это происходит из-за несовершенства инфраструктуры», – приводит свою статистику кикшеринговая компания Jet. Почти все полученные травмы – ушибы и ссадины. «Реже бывают переломы рук и ног, пару раз страдали зубы (меньше 0,5% от общего количества травм)», – говорят в Jet.

В компании Whoosh тоже грешат на неровность или рельеф дороги, это главная причина падений с самокатов. На втором месте – неопытность в управлении устройством.

По статистике Whoosh, в Казахстане инцидентов меньше, чем, например, в России. В мае – июле в Алматы произошел 51 инцидент (из них 80% – легкие или незначительные травмы и ссадины), включая ДТП (11) и падения (31). «А в Екатеринбурге, который по нашим внутренним показателям соизмерим с Алматы, за этот же период – 171 инцидент, включая ДТП (59) и падения (112)», – сравнивают в компании.

У Eleven было только два инцидента за этот год: «Один резко нажал на тормоз. Падение, небольшие ссадины. Второй врезался в какой-то камень или бордюр, резко улетел с самоката, сломал палец, рука в гипсе была».

Причины падения с самокатов



4

«КУРСИВ», №30 (998), 17 августа 2023 г.

ИНВЕСТИЦИИ

Относительный перегрев

Технический индикатор сигнализирует о перекупленности индекса KASE

> стр. 1

По данным TradingView, 14 августа текущего года RSI (за 14 торговых дней) индекса KASE достиг 89%, что является очень высоким значением. Ранее такой уровень RSI был достигнут лишь однажды – в апреле 2021 года, а в октябре 2021-го, незадолго до предыдущего максимума индекса, значение RSI выросло до 86,1%.

Текущее значение индекса KASE является уровнем сильного сопротивления, от которого вполне вероятен отскок индекса вниз, отмечает заместитель начальника управления аналитических исследований Jusan Invest Жумабек Темиржанов.

Ближайшие уровни поддержки, куда может снизиться индекс, просматриваются на отметках 3460 и 3230 пунктов, что открывает потенциал для его снижения на 9 и 15% соответственно, указывает Темиржанов. Но в долгосрочной перспективе индекс KASE находится в «бычьем» тренде, отмечает он и предполагает, что после завершения коррекции, которая позволит снять техническую перекупленность, стоит ожидать возобновления роста индекса KASE.

Высокие показатели RSI не обязательно означают скорую

коррекцию индекса, считают другие опрошенные «Курсивом» участники рынка. По мнению аналитиков BCC Invest, индекс KASE продолжит восходящий тренд на фоне благоприятных внешних факторов, а также на ожиданиях рынка о скором снижении базовой ставки.

Чаще всего рост индикатора RSI говорит о том, что акциям становится сложнее расти в текущий момент, объясняет аналитик Freedom Finance Global Ансар Абуев. Индикатор перекупленности может быть «сброшен» путем непродолжительной коррекции либо переходом во временной боковой тренд. «В течение данного ралли мы не раз замечали уход индекса относительной силы RSI выше 80 пунктов и формирование «медвежьих» дивергенций. Это означает перекупленность и является сигналом на снижение. Однако индекс умеренно переходил в паузу, за счет чего RSI уходил в более приемлемую зону ниже 80 пунктов, затем рост начинался снова», – делится наблюдениями аналитик.

Перегретые и не очень

В представительском списке индекса KASE есть две акции,

Фото: Shutterstock/Perzeus

демонстрирующие сигналы перегрева по индикатору относительной силы. Самый высокий уровень у акций Kaspi.kz – по состоянию на 14 августа двухнедельный RSI ценных бумаг составил 91%. Индикатор относительной силы за 14 торговых недель у акций также высокий – 90%.

Акции Kaspi.kz были главным драйвером роста индекса KASE в июле текущего года, за месяц их цена повысилась на 12,3%. Рост произошел после выхода финансового отчета по итогам II квартала 2023 года. В первой декаде августа рост котировок продолжился, а объемы торгов бумагой вышли на исторические максимумы со времени листинга на бирже. Несмотря на сильный рост акций и высокие показатели перекупленности, у Kaspi еще есть локальная восходящая трендовая перед коррекцией, считают аналитики Freedom Broker.

Индикатор относительной силы сигнализирует и о заметной перекупленности акций Kcell. RSI за 14 торговых недель у ценных бумаг находится на границе потенциальной точки разворота (72,8%), RSI за 14 торговых дней уже значительно выше границы – 81,1%. Резкий рост стоимости акций в августе спровоцировали новости о смене акционеров, Kcell планируют вывести из состава «Казактелекома» до конца

года. Сегодня акции Kcell находятся на максимумах последних двух лет, с начала года бумаги подорожали на 13%. С другой стороны, до исторических максимумов начала 2021 года котировкам еще далеко. Kcell демонстрирует умеренные показатели – компания показала неплохой рост выручки и маржинальности в I квартале. Одновременно выросли капитальные затраты и кредиторская задолженность, что негативно отразилось на денежных потоках компании.

Акции «Казактелекома» и «КазМунайГаза» демонстрируют нейтральные показатели по индикатору относительной силы, хотя и близкие к верхней границе разворота (65,13 и 58,5% соответственно). Аналитики Freedom Broker предполагают, что целевые цены по данным бумагам могут вырасти по результатам очередного сезона отчетности. Позитивные прогнозы касаются также ценных бумаг Народного банка Казахстана, «Казатомпрома» и «КазТрансОйла». Технические индикаторы по данным активам находятся в нейтральной зоне.

Ближе к нижней границе индикатора относительной силы находятся котировки акций KEGOC и БЦК – 46 и 42,7% соответственно. С начала года акции KEGOC подешевели на 3%. По данным

Значение RSI акций представительского списка индекса KASE

* Индекс относительной силы за 14 торговых дней.

** Индекс относительной силы за 14 торговых недель.

Примечание: по состоянию на 14 августа 2023 года.

Динамика индекса KASE

Источник: Investing.com

Короткий долг – большие ставки

В Казахстане растут выпуски краткосрочных государственных ценных бумаг

Объем государственных ценных бумаг РК в обращении в июне текущего года достиг 21,4 трлн тенге. Это на 35,3% больше, чем годом ранее.

Айгуль ИБРАЕВА

В июне 2023 года объем краткосрочных казначейских обязательств МЕККАМ составил 551,58 млрд тенге, и это в 7 раз больше, чем в июне 2022 года, фиксируется в статбюллетене НБ РК. Объем нот Нацбанка в июне достиг 2,84 трлн тенге, за год показатель вырос на 58%.

Главным фактором роста заимствований со стороны Минфина РК выступает необходимость покрытия стабильно высокого дефицита бюджета, указывают в Ассоциации финансистов Казахстана. Напомним, несмотря на 4,6 трлн тенге изъятий из Нацфонда, дефицит республиканского бюджета в 2022 году составил 2,4 трлн тенге. В 2023 году, при изъятиях из Нацфонда в 4 трлн тенге, ожидаемый дефицит республиканского бюджета составляет 3,2 трлн тенге.

«Короткий характер» облигаций Минфина обусловлен экономической целесообразностью заимствовать по высоким ставкам на краткосрочный период. Нацбанк держит базовую ставку на уровне 16,75% с 6 декабря 2022 года.

В результате ставки по нотам Нацбанка в конце 2022 года выросли до 18,1% и сохраняются на данном уровне по сей день. Ставки по краткосрочным казначейским облигациям в моменте

Фото: Shutterstock/eamesBot

МЕККАМ

Ноты Национального банка РК

* Объем по дисконтированной цене.

достигали 16,6%. Повышенный спрос на тенговые бумаги наблюдается со стороны как казахстанских участников рынка, так и нерезидентов.

«У банков из-за высокой ставки начала формироваться большая прибыль, так как ставки по кредитам выросли гораздо сильнее, чем по депозитам. В то же время по причине высокой геополитической неопределенности получаемую прибыль банки не стали направлять на кредитование и не выплачивали (в прошлом году) дивиденды акционерам, сформировали подушку ликвидности в виде резервов. Эти резервы также были направлены на покупку ГЦБ и нот НБК, чтобы извлекать повышенный и безрисковый доход от высокой ставки», – комментирует гендиректор DAMU Capital Management Мурат Кастаев.

Большой объем изъятия свободной тенговой ликвидности посредством нот Нацбанка преимущественно обусловлен растущим профицитом ликвидности в системе и необходимостью сдерживания ее перетекания на валютный рынок. Ноты Нацбанка являются инструментом денежно-кредитной политики и выпускаются в целях регулирования объемов краткосрочной ликвидности на рынке, отмечают в АФК. Среднее значение профицита ликвидности в системе в текущем году составляет около 4 трлн тенге. Открытая позиция по операциям НБ РК в июле текущего года находилась вблизи отметки 4,7 трлн тенге задолженности перед рынком, что является максимальным значением с ноября 2021 года.

Размещайся лучше нас

Рекламные расходы крупнейших банков страны в прошлом году выросли более чем на четверть. «Курсив» подсчитал, как распределился этот прирост в разрезе отдельных БВУ.

Виктор АХРЁМУШКИН

Согласно аудированной консолидированной отчетности банков, в 2022 году в секторе насчитывалось 14 игроков, потративших на рекламу и маркетинг свыше 100 млн тенге (представлены в инфографике). Их общие расходы по данной статье достигли 21,5 млрд тенге. По сравнению с 2021 годом рост составил 4,4 млрд тенге, или 26%. Низкий показатель 2020 года (9,7 млрд тенге) объясняется пандемией, карантинном и связанным с этим сокращением рекламной активности.

Однако совокупный рост расходов не означает, что бюджеты нарастили все игроки. Среди рассматриваемых 14 банков ровно половина в 2022 году потратила на продвижение больше, чем годом ранее, у трех бюджеты почти не изменились, у четырех – заметно уменьшились.

Самый высокий рост расходов в абсолютном выражении смог себе позволить Jusan (+2,6 млрд тенге). Если в 2021 году этот банк потратил на рекламу и маркетинг 2,15 млрд тенге, что было третьим по величине показателем на рынке (после Халыка и Сбера), то в 2022-м аналогичные издержки Jusan достигли 4,78 млрд тенге, что сделало его обладателем крупнейшего рекламного бюджета в банковском секторе. Доля Jusan в совокупном рекламном-маркетинговом бюджете (РМБ) сектора взлетела с 12,6% в 2021 году до 22,3% в 2022-м.

Агрессивное продвижение не привело к сколько-нибудь значимому развитию бизнеса Jusan. Его ссудник в 2022 году увеличился лишь на 12%, тогда как в среднем по сектору рост составил 24%, а сопоставимые по размерам игроки, такие как Bank RBK, Forte и Евразийский, нарастили свои кредитные портфели на 43, 49 и 60% соответственно (данные Нацбанка на основе неконсолидированной отчетности БВУ по национальным стандартам). По средствам физлиц (а именно этот клиентский сегмент служит главной целевой аудиторией для банковской рекламы) Jusan допустил отток в размере 27 млрд тенге (-4% за год). Более глубокую просадку претерпели только Сбер и ВТБ и только потому, что оказались неконкурентоспособными из-за санкций, в то время как в целом по сектору розничные счета приросли на 3,5 трлн тенге, или на 26%. По средствам юрлиц Jusan номинально подрос лишь на 26 млрд тенге (+3,3% за год на фоне ослабления тенге к доллару на 7,1%), притом что совокупный приток сектора по корпоративным счетам составил 2,1 трлн тенге (+16,7%).

В Jusan Bank не захотели откровенничать по поводу рекламной политики банка в минувшем году и оценок эффективности стремительно выросшего бюджета на продвижение. «Увеличение расходов на рекламу и маркетинг в 2022 году было связано с продолжением реализации программы продвижения ряда приоритетных продуктов банка и проектов, нацеленных на рост узнаваемости бренда в целом», – сообщили «Курсиву» в пресс-службе Jusan.

В относительном выражении самые быстрые темпы наращивания РМБ продемонстрировал Freedom Bank (+566%). В 2021

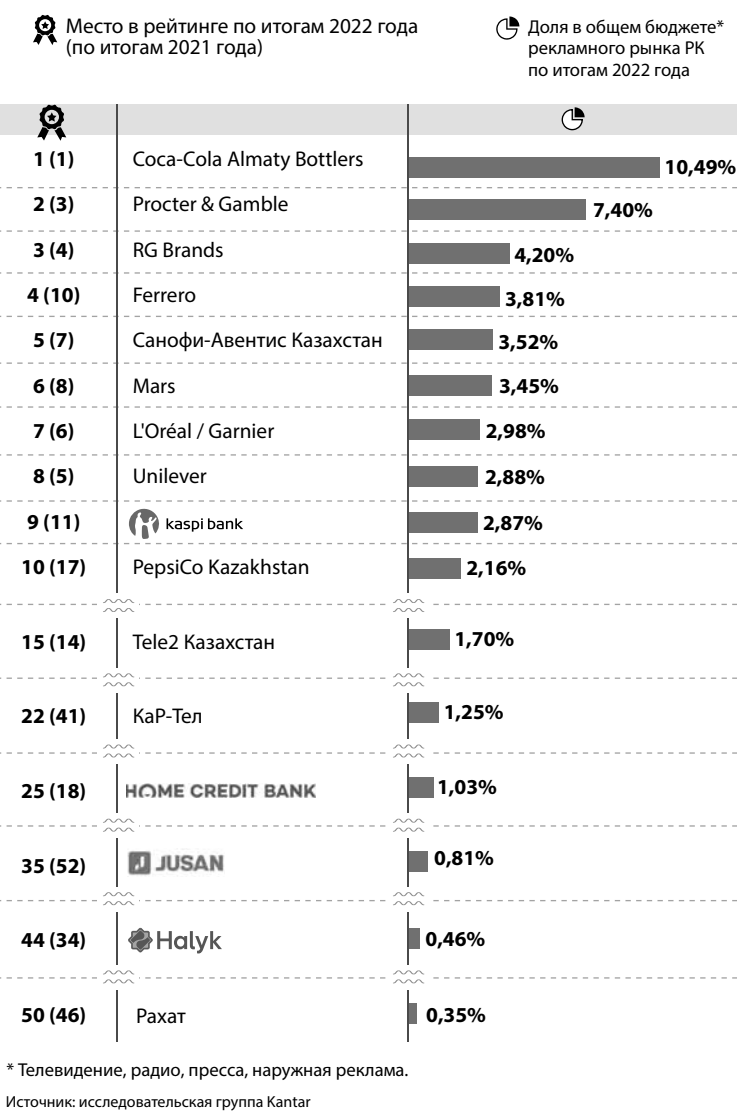
году этот банк потратил на рекламу 163 млн тенге (меньший бюджет был только у Алтына), в 2022-м аналогичные расходы составили почти 1,1 млрд тенге (+920 млн). В случае с Freedom агрессивность продвижения коррелировала динамикой ключевых показателей бизнеса. Для банка минувший год стал фактически первым годом полноценного функционирования после покупки Kassa Nova (сделка была закрыта под занавес 2020-го), ребрендинга, разработки новых цифровых продуктов и доводки соответствующих бизнес-процессов. Кредитный портфель банка в прошлом году вырос в 18 раз (с 17 млрд до 302 млрд тенге), средства физлиц – в 8 раз (с 38 млрд до 309 млрд), средства юрлиц – в 4,3 раза (с 66 млрд до 284 млрд). По размеру активов банк за год поднялся с 17-го на 11-е место в секторе (сейчас занимает 8-е место). На запрос «Курсива» пресс-служба Freedom Bank не ответила.

Третьим игроком, серьезно увеличившим расходы на продвижение, стал БЦК. Банк давно является крупным, но раньше его РМБ всегда был достаточно скромным. В 2022-м рыночные позиции банка резко усилились. Возможно, на предпочтения клиентов в пользу БЦК повлияли внутриполитические перемены в стране после январских беспорядков. Чуть позднее, весной, БЦК совершил очень выгодную сделку по покупке Альфа-Банка. По итогам года БЦК ворвался в топ-3 банков по размеру активов, нарастил ссудник на 72%, розничные и корпоративные счета – на 144 и 129% соответственно. На этом фоне рекламный бюджет банка вырос в 2,4 раза, или ровно на 1 млрд тенге (до 1,7 млрд тенге, шестая сумма в секторе).

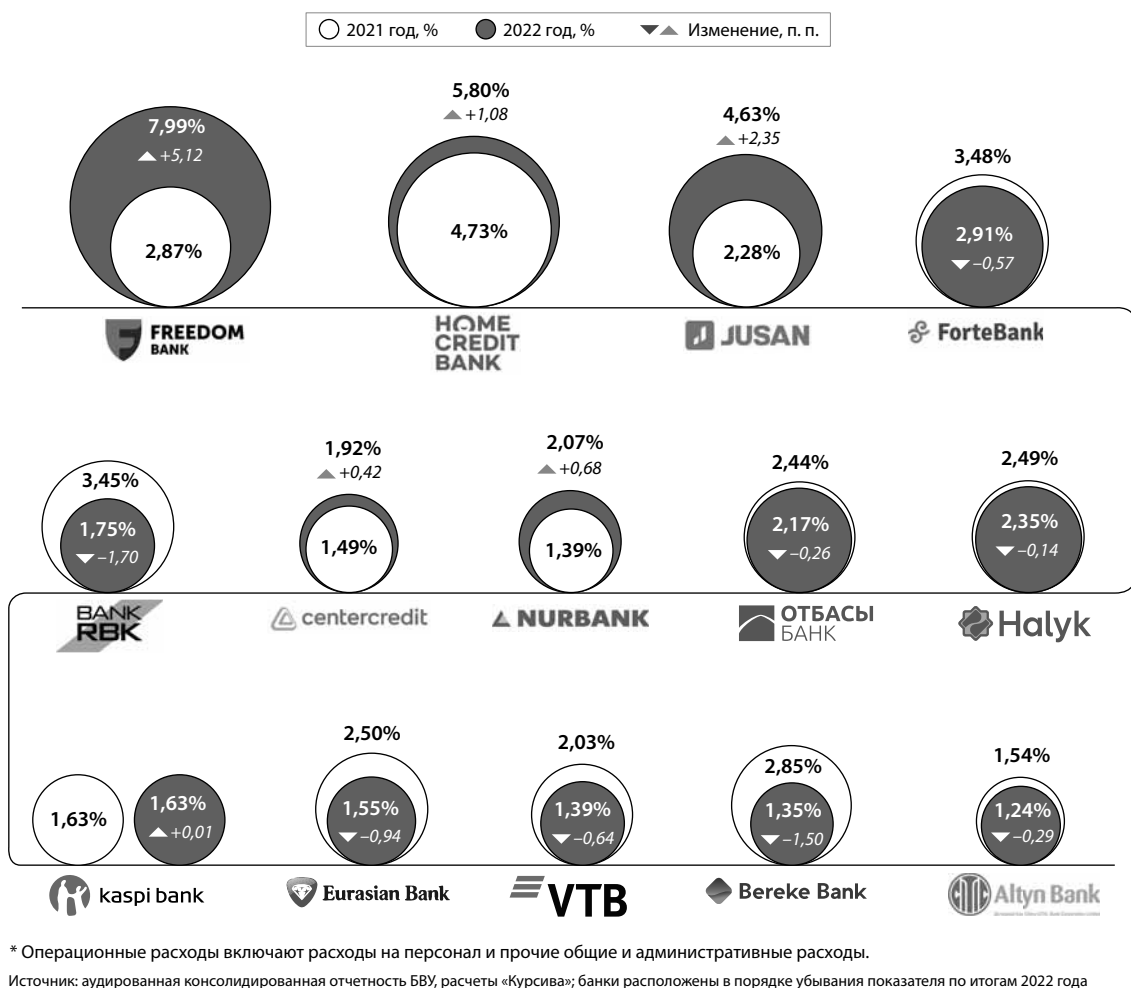
Увеличение бюджета в БЦК объяснили «запуском новых продуктов и сервисов, которые активно продвигались на рынке». Структуру бюджета в разрезе каналов продвижения в банке раскрывать отказались в силу «коммерческого характера» данной информации. «При этом основными каналами продвижения для банка являются интернет-реклама, наружная реклама и СМИ», – уточнили в пресс-службе БЦК.

Среди квартета игроков, чьи расходы на рекламу заметно сократились, в двух случаях причины сворачивания рекламной активности очевидны – это антироссийские санкции. У Сбербанка, который в 2021 году занимал второе место в секторе по размеру РМБ, в 2022-м (уже под брендом квазигосударственного Вереке) затраты на продвижение уменьшились сразу на 1,24 млрд тенге, или на 57%. ВТБ в прошлом году потратил на 94 млн тенге меньше, чем годом ранее (-42%). Два других банка (Евразийский и Bank RBK), судя по всему, либо просто решили сэкономить, урезав рекламные бюджеты на 20 и 29% соответственно, либо поняли, что бюджеты 2021 года оказались завышенными. Так или иначе, в обоих случаях такого рода «секвестр» не привел к ухудшению бизнес-показателей банков: оба завершили 2022 год с позитивной динамикой.

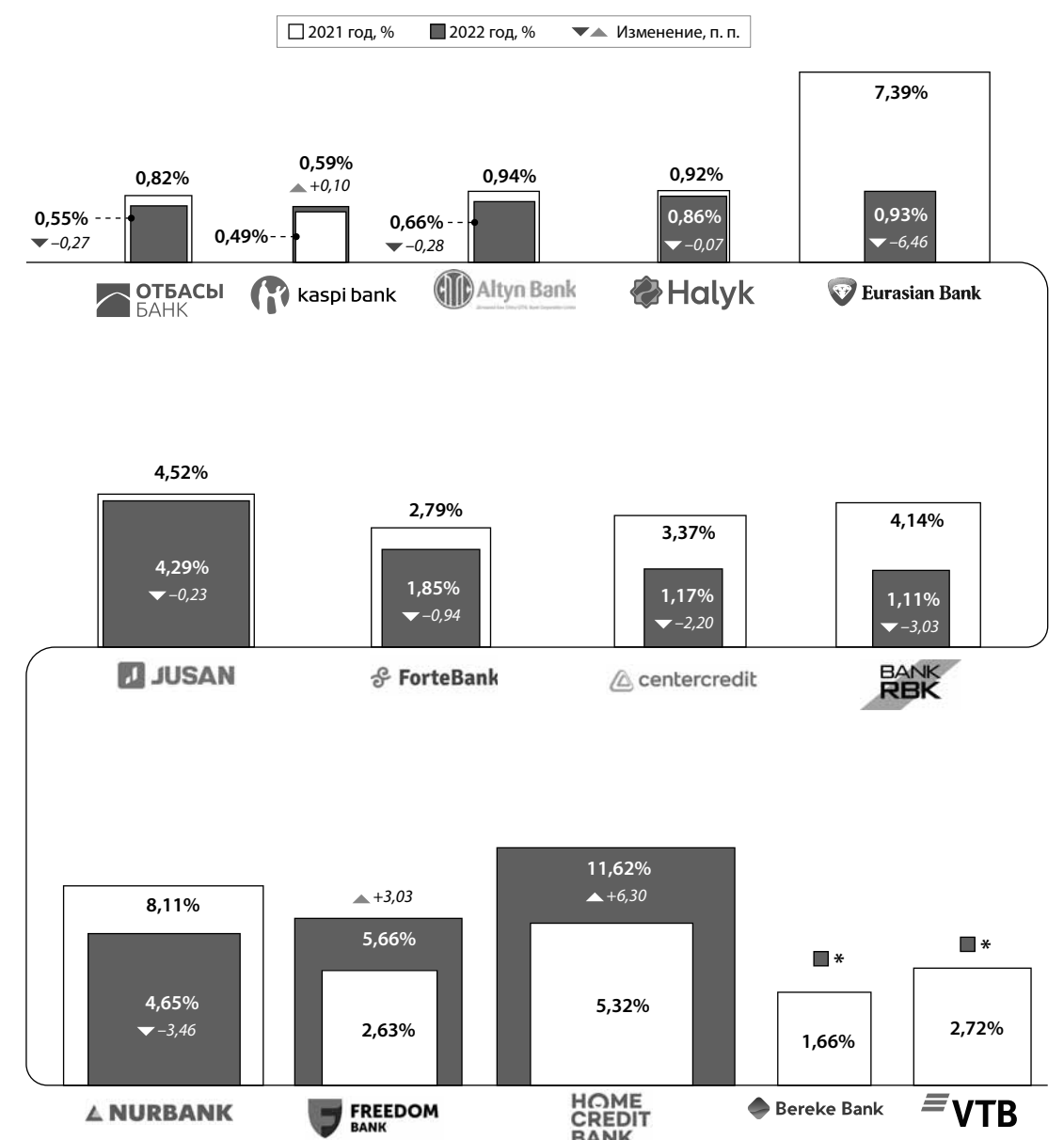
Топ-50 крупнейших рекламодателей Казахстана



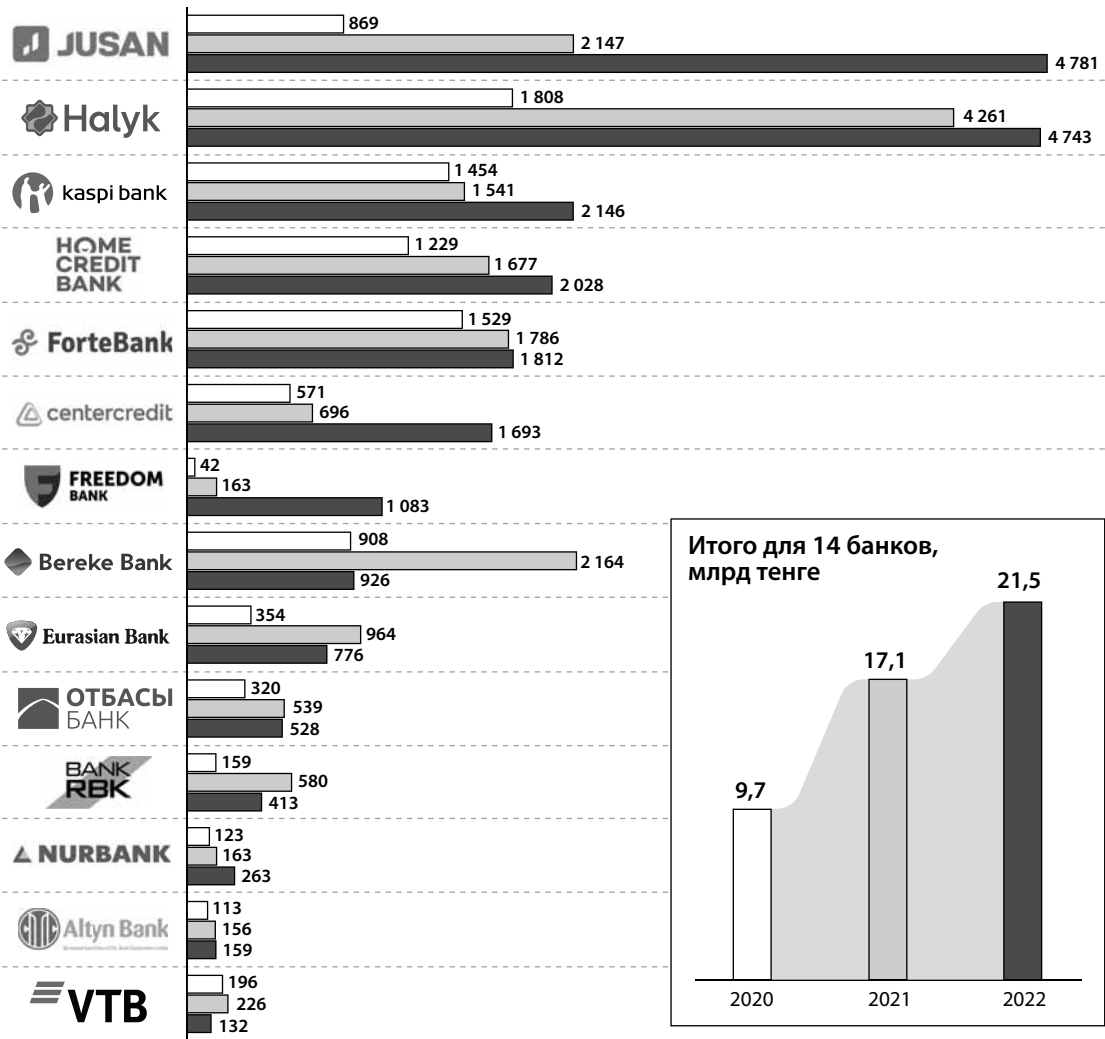
Доля рекламного бюджета в операционных расходах* банков



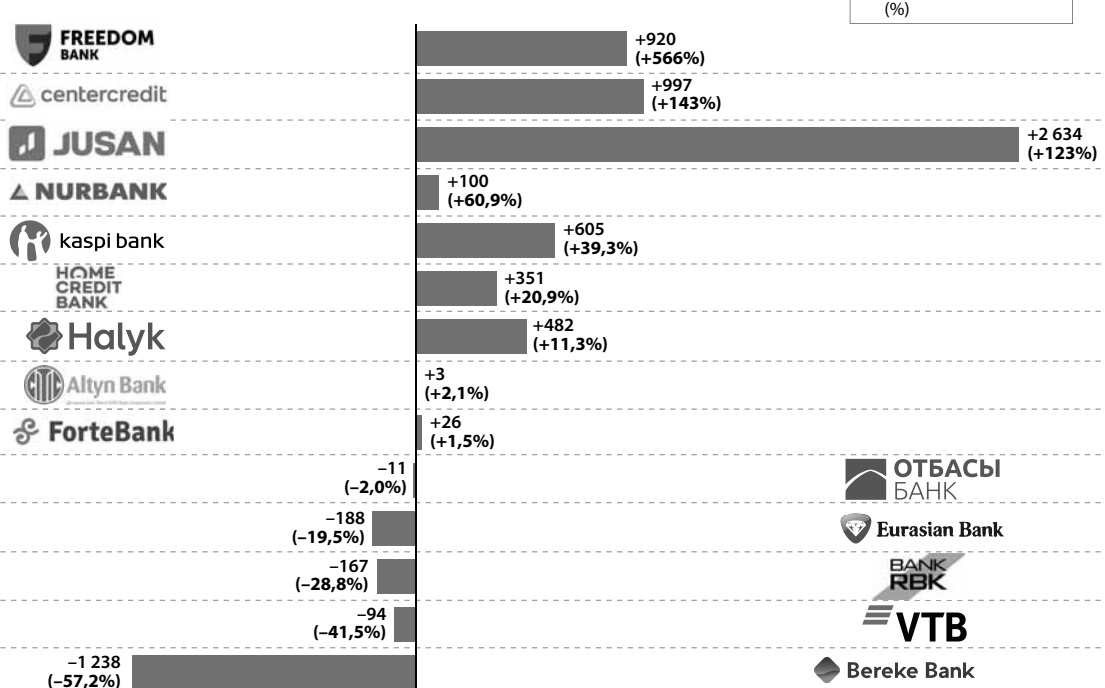
Отношение рекламного бюджета к чистой прибыли банков



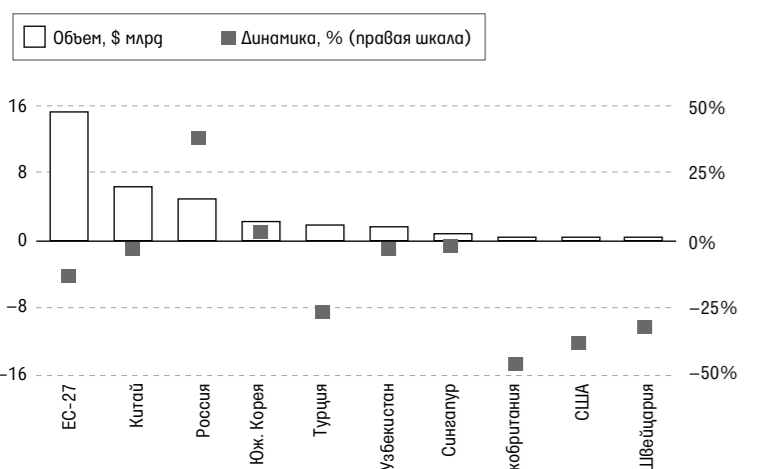
Расходы банков* на рекламу и маркетинг, млн тенге



Как изменились расходы банков на продвижение*

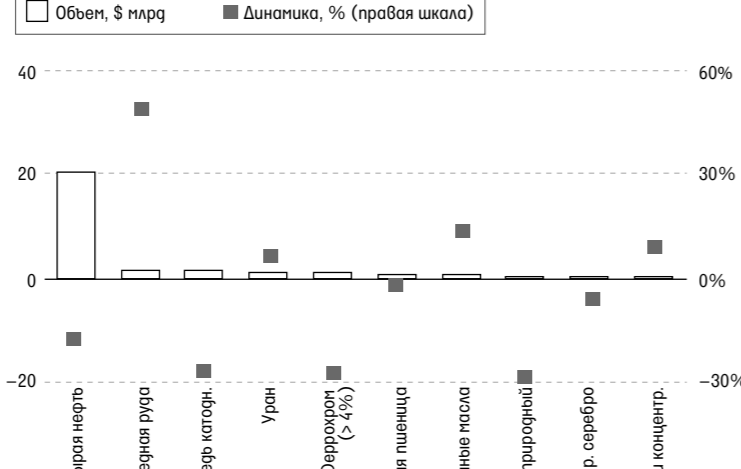


Казахстанский экспорт упал на 10,3%
Топ-10 направлений экспорта РК в I полугодии 2023 года



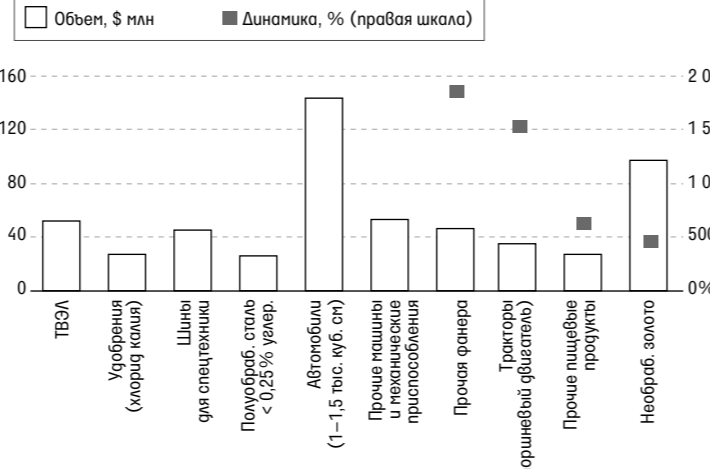
Источник: БНС АСГР РК

Поставки нефти сократились на 17,4%
Топ-10 экспортных товаров РК в I полугодии 2023 года



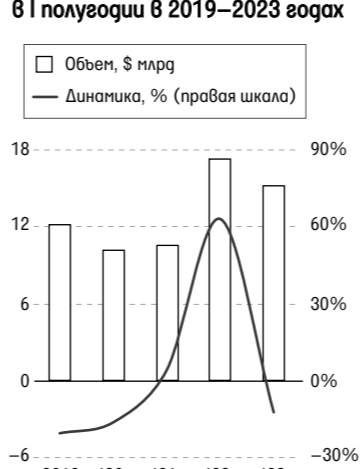
Источник: БНС АСГР РК

В лидерах роста ТВЭЛ, удобрения и шны
Топ-10 быстрорастущих статей экспорта РК в I полугодии 2023 года*



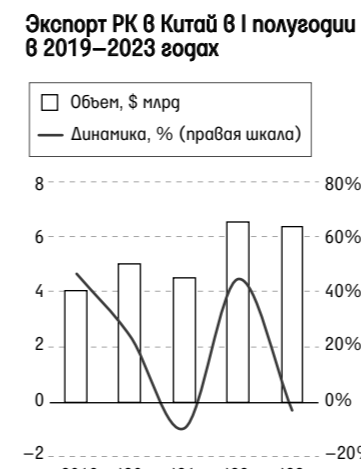
* Учитываются группы с объемом экспорта более \$25 млн. Источник: КГД МД РК, БНС АСГР РК

Экспорт в ЕС-27 сократился на 12,3%
Экспорт РК в страны ЕС-27 в I полугодии в 2019–2023 годах



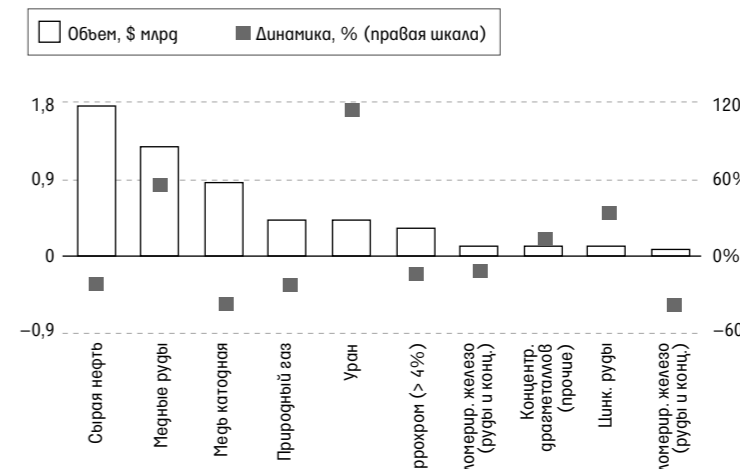
Источник: ТПС (страны РК), КГД МД РК

КНР сократила ввоз казахстанских товаров на 3%
Экспорт РК в Китай в I полугодии в 2019–2023 годах



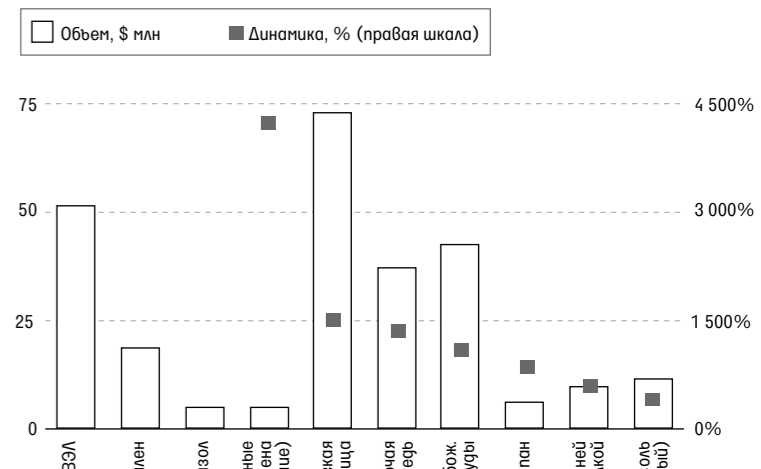
Источник: КГД МД РК

Поставки нефти в КНР сократились на 21,6%
Топ-10 статей экспорта РК в Китай в I полугодии 2023 года

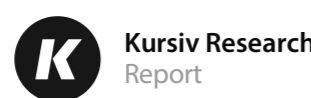


Источник: КГД МД РК

РК поставила в Китай ТВЭЛ на \$51,6 млн
Топ-10 быстрорастущих статей экспорта РК в КНР в I полугодии 2023 года*



* Учитываются группы с объемом экспорта более \$2,5 млн. Источник: КГД МД РК



Нефтяные прыжки с высокой базы

Казахстанский экспорт в первом полугодии 2023 года сократился на 10,3%

Kursiv Research проанализировал структуру экспорта Казахстана по итогам первого полугодия 2023 года и попытался выявить ключевые точки роста и стресса по основным направлениям.

Аскар МАШАЕВ

В первые шесть месяцев казахстанский экспорт сократился на 10,3% в годовом выражении. Отрицательная динамика вызвана падением нефтяных котировок. Кроме медных руд сокращаются поставки других металлов, которые традиционно входят в топ-10 экспортных товаров – катодная медь и феррохром. Снижение нефтяных цен (они еще держатся на комфортном для казахстанской экономики уровне) отразилось на географической структуре. Упали поставки сразу в несколько стран, куда Казахстан преиму-

щественно направляет нефть. На фоне санкционной блокировки российской экономики наблюдается рост экспорта в РФ.

Десятипроцентный минус

Совокупный экспорт Казахстана по итогам января – июня 2023 года составил почти \$38 млрд, сократившись к аналогичному периоду прошлого года на 10,3%. Основной причиной снижения валового показателя стало сокращение поставок за рубеж ключевого продукта страны – сырой нефти – на 17,4%. Доля черного золота в общей товарной структуре экспорта в первом полугодии 2023 года составила 54%, или \$20,5 млрд.

Негативная динамика по углеводородам вызвана в первую очередь ухудшением ценовой конъюнктуры. На фоне стабильной нефтедобычи (+5,7% к аналогичному периоду 2022-го) нефть марки Brent по итогам января – июня текущего года подешевела на четверть (сред-

няя цена за полугодие к средней цене первых шести месяцев 2022-го).

Из других топ-10 продуктов казахстанского экспорта снижение объемов показали катодная медь (-26,2%, до \$1,3 млрд), феррохром (-26,7%, до \$913 млн), пшеница мягких сортов (-1,6%, до \$891 млн), природный газ (-28%, до \$470 млн) и необработанное серебро (-5,8%, до \$352 млн).

Одновременно выросли отгрузки медных руд и концентратов, которые со значительным отставанием являются второй экспортной позицией РК – на 48,6%, до \$1,5 млрд. Показатель поддерживался исключительно внутренним производством: добыча медных руд выросла почти на 11,3%, выплавка медных концентратов – на 6,6%. В то же время на мировых рынках тонна этого цветного металла подешевела с \$9,8 тыс. до \$8,7 тыс.

Первые шесть месяцев 2023 года выдались удачными для урановой промышленности. На

фоне ошумительного роста спотовых цен на оксид урана (+5% к итогу шести месяцев 2022-го) растет спрос: из свежего производственного отчета «Казаотпрома» следует, что продажи по группе выросли на 6% (с 9 тыс. до 9,5 тыс. тонн). В результате уран расположился на четвертом месте в топ-10 экспортных товаров РК, валютная выручка достигла \$1,2 млрд (+6,8%). Еще две позиции из топ-10 показали положительную динамику: отгрузки нефтяных масел выросли на 14,1% (до \$630 млн), руд и концентратов драгоценных металлов – на 9,1% (до \$310 млн).

По итогам первых шести месяцев текущего года на топ-10 пришлось 74% всего экспорта. Годом ранее топ-10 собирали 78% совокупного экспорта. Товарная концентрация экспорта сократилась из-за проблем с углеводородами, но остается высокой. Динамика ключевых экспортных позиций отразилась на географической структуре

внешней торговли. Удешевление нефти и некоторых металлов привело к смене фокуса экспортеров.

Ощутимо упали поставки в ЕС-27, куда направляется преимущественно нефть. Отгрузки сократили и другие страны из топ-10, которым в торговле с РК интересна главным образом наша нефть. Среди них Турция (-26%, почти до \$1,9 млрд), Сингапур (-2%, до \$888 млн) и Швейцария (-31,9%, до \$449 млн). Южная Корея, которую также интересуют наша нефть, в отличие от других покупателей черного золота, напротив, нарастила физические поставки, тем самым увеличив экспортные операции на 3,7% (до \$2,3 млрд).

При рассмотрении десяти наиболее быстрорастущих статей экспорта (с величиной более \$25 млн в отчетном периоде) заметен взрывной рост поставок тепловыделяющих элементов (ТВЭЛ), который с нулевых значений в прошлом году достиг \$52 млн по итогам

шести месяцев 2023-го. Весь объем был направлен в Китай. Другая экспортная позиция с бурным ростом – удобрения (хлорид калия), отгрузки которых с минимальных значений достигли \$27 млн (+11 122%). Почти весь объем (99%) был направлен в Польшу. Тройку быстрорастущих экспортных товаров замыкает поставки калия для спецтехники (+6367%, до \$45 млн). Российские компании – ключевые заказчики этой продукции (99,2%).

Бурный рост фиксируется в экспорте полуобработанной стали, кроме квадратных полуобработанных (4101%), автомобилей с объемом двигателя от 1 до 1,5 литра (+3187%), прочих машин и механических приспособлений (+2253%), тракторов с поршневым двигателем (+1532%), прочих пищевых продуктов (+624%) и необработанного золота (+465%). Общий вес топ-10 быстрорастущих групп составляет 1,5% от валового экспорта РК.

Два оттока, два притока

Kursiv Research определил четыре ключевых направления для анализа продуктовой структуры экспорта, среди которых ЕС-27, страны ЕАЭС и Центральная Азия, а также Китай. Наименее сложная ситуация в Евросоюзе, поскольку львиную долю казахстанского экспорта в этом направлении составляют сырая нефть, газ и нефтепродукты. Сокращение добычи углеводородов или снижение цен приводит к падению поставок. В отчетном периоде экспорт в ЕС-27 на фоне падения нефтяных котировок сократился на 12,3%.

Китайское направление упало незначительно, но если разорвать структуру экспорта, в которой на топ-10 приходится 87% объема, то ситуация видится более пессимистической. Сократились традиционные позиции в этом направлении: сырая нефть (-21,6%), катодная медь (-37,4%), природный газ (-21,7%), феррохром (-13,5%) и агломерированное железо (-11%). Потери перекрыли главным образом выросшие поставки медной руды (+55,8%, или дополнительные \$462 млн) и урана (+113,3%, или дополнительные \$223 млн). Выросла также выручка от поставок концентрата драгоценных металлов (+14,1%) и цинковых руд (+33,9%).

В списке наиболее быстрорастущих экспортных продуктов (с объемом поставок свыше \$2,5 млн) в китайском направлении три позиции, отгрузки которых не фиксировались в аналогичном периоде прошлого года: ТВЭЛ (\$52,6 млн), полипропилен (\$18,5 млн) и бензол (\$4,6 млн). Бурный рост фиксируется в отгрузках масличных семян (+4168%, \$4,3 млн), мягкой пшеницы (+1446%, \$73,2 млн), прочих рафинированной меди (+1300%, \$36,8 млн).

Среди самых быстрорастущих фиксируется рост экспорта в три страны ЕАЭС за четырех: поставки в РФ выросли на 38,2%, в Кыргызстан – на 22,4%, в Беларусь – на 69,2%. Поставки в Армению сократились на 44,4%. Россия, на которую приходится 91% экспорта в ЕАЭС, нарастила экспорт по восьми пози-

циям из топ-10: уран (+93,5%), концентраты драгоценных металлов (+6,2%), плоский прокат толщиной более 10 мм (+5,6%), оцинкованный плоский прокат (+36,7%), плоский прокат толщиной 3 мм (+29,6%) и прочий плоский прокат толщиной менее 3 мм (+83,8%). Две экспортные позиции показали рост с нулевых значений в прошлом году: автомобили с объемом двигателя 1–1,5 литра и необработанное золото. Сократились объемы отгрузки двух товаров из топ-10: плоского оксида алюминия (-33,5%) и неагломерированного железа (-23,6%).

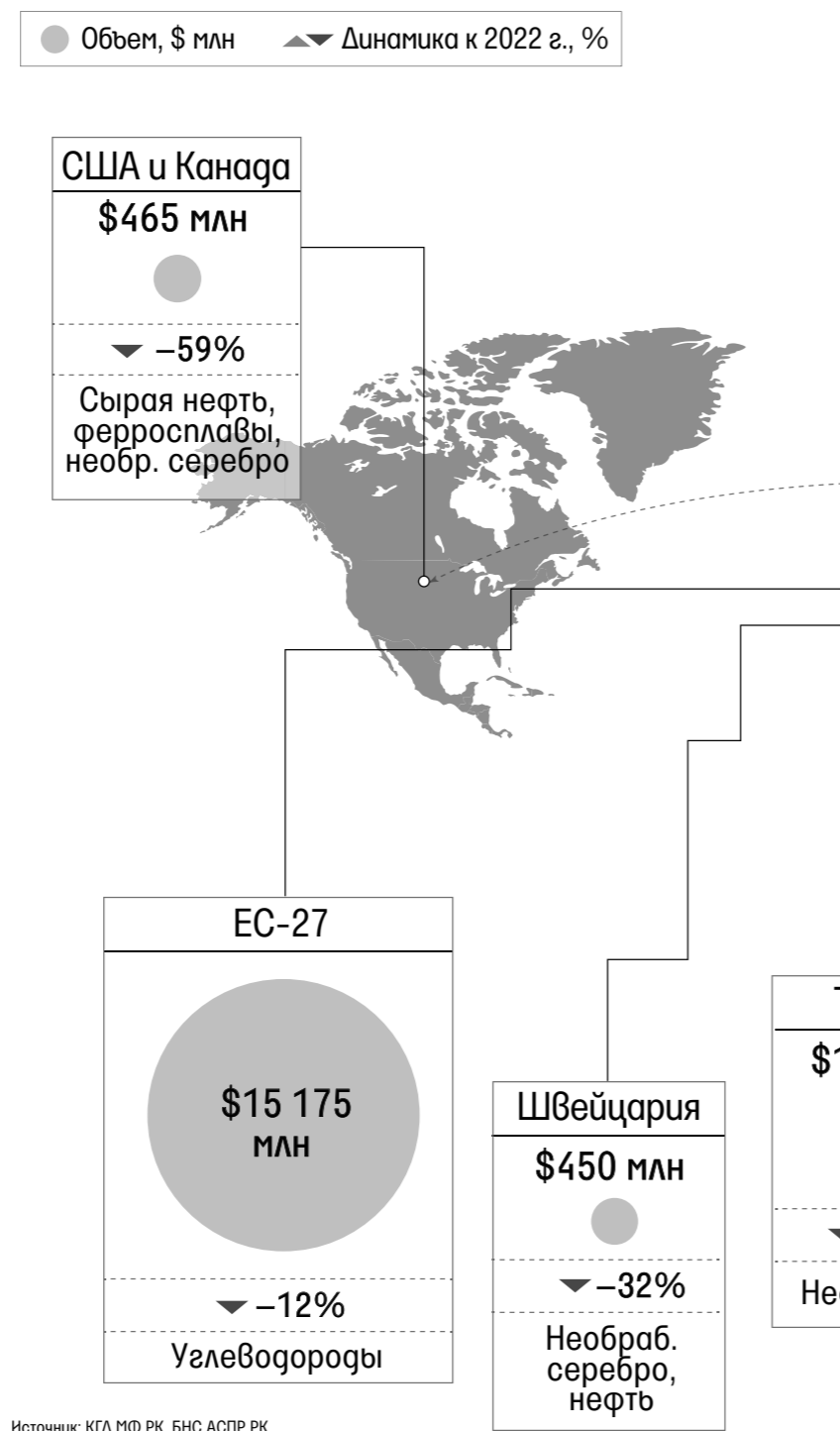
В аналогичном периоде прошлого года не фиксировались заметные отгрузки по всем позициям в топ-10 быстрорастущих экспортных продуктов в РФ (с объемом поставок свыше \$10 млн). Кроме вышеупомянутых автомобилей и необработанного золота в эту десятку вошли шины для спецтехники (до \$45,1 млн), тракторы с поршневым двигателем (до \$33,9 млн), прочие пищевые продукты (до \$24,3 млн), прочие связующие вещества (до \$21 млн), прочие прицепы и полуприцепы (до \$17 млн), центробежные насосы (до \$16,6 млн), прочие экскаваторы-погрузчики (до \$13,6 млн) и искусственные оболочки для колбасных изделий (до \$12,3 млн). Общий вес топ-10 быстрорастущих экспортных товаров в РФ составляет 8,3% от отгрузок в этом направлении.

Заметно сократилась товарная концентрация казахстанского экспорта в Россию: в первом полугодии 2022 года на топ-10 пришлось 42%, в аналогичном периоде текущего года – всего 37%. Иначе говоря, дополнительные потоки от экспорта товаров, которые традиционно не входят в первую десятку, перекрывают потери по ключевым позициям.

Экспорт в Центральную Азию в первые шесть месяцев 2023 года вырос на 2,9% и достиг самого высокого значения за последние пять лет – \$2,6 млрд, причем более 60% этого объема идет узбекское направление. Отдельно по странам динамика казахстанского экспорта выглядит так: поставки в Узбекистан сократились на 3%, оставшиеся три страны нарастили отгрузки – Таджикистан на 7%, Кыргызстан на 22%, Туркменистан на 14%.

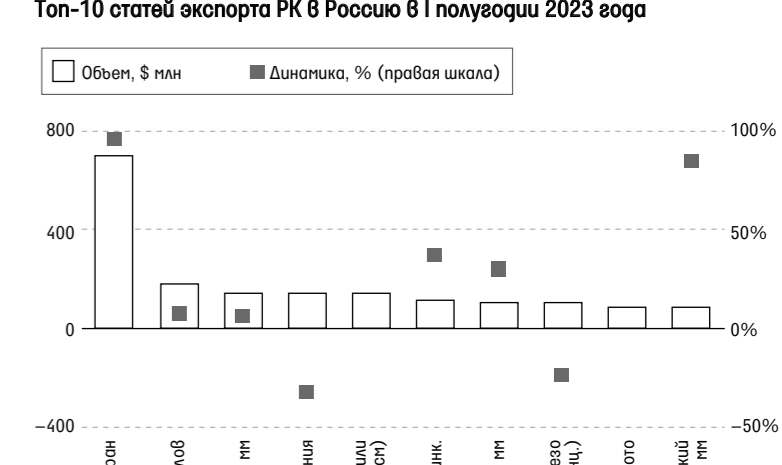
В структуре поставок основному торговому партнеру в ЦА – Узбекистану – главные десять продуктов занимают 60%. Рост наблюдается по шести товарным позициям: пшеница (+17,3%), мука (+28,3%), прочие удобрения, содержащие фосфор и калий (+163%), полуобработанная сталь (с содержанием менее 0,25% углерода; 7,2%), подсолнечное и сафоровое масло (+16,4%) и прутки с деформацией (+127,6%). Сократились поставки медных руд (-29,1%), смартфонаов (-52,9%) и цинковых руд (-26,8%). Среди самых быстрорастущих (с объемом поставок свыше \$2,5 млн) – пять товаров, по которым не было отгрузок в первом полугодии 2022 года: алюминиевые емкости (до \$9,8 млн), прочий КРС (до \$4,4 млн), башни и решетки матчи (до \$3,5 млн), пропан (до \$2,8 млн) и бутаны (до \$2,8 млн).

КАРТА ЭКСПОРТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ, СТРУКТУРА ТОВАРНЫХ ГРУПП И ДИНАМИКА ЭКСПОРТА ТОВАРОВ РК В I ПОЛУГОДИИ 2023 ГОДА



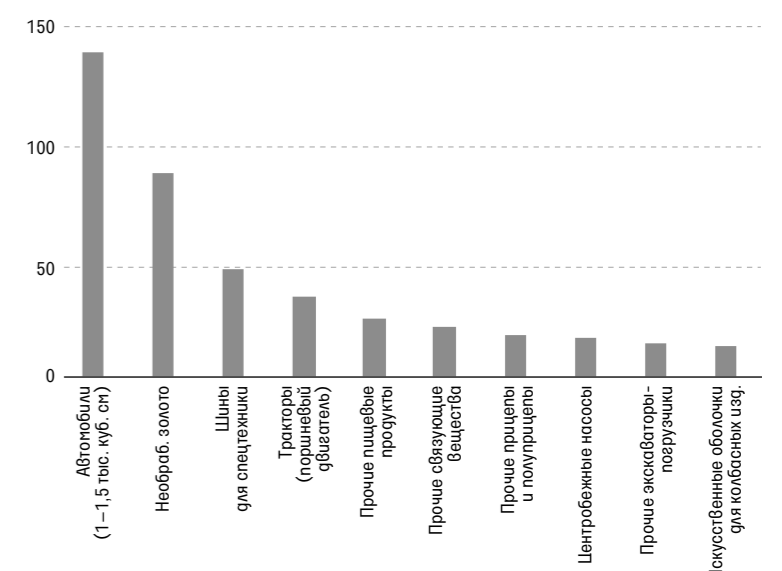
Источник: КГД МД РК, БНС АСГР РК

Поставки урана в РФ выросли на 93,5%
Топ-10 статей экспорта РК в Россию в I полугодии 2023 года



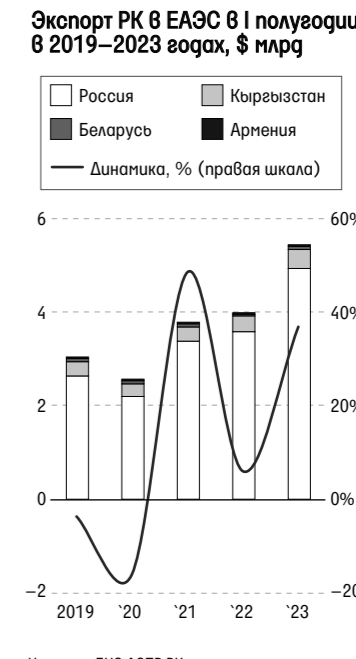
Источник: БНС АСГР РК

РК поставила в РФ автомобили на \$139,9 млн
Топ-10 быстрорастущих статей экспорта РК в РФ в I полугодии 2023 года*, \$ млн



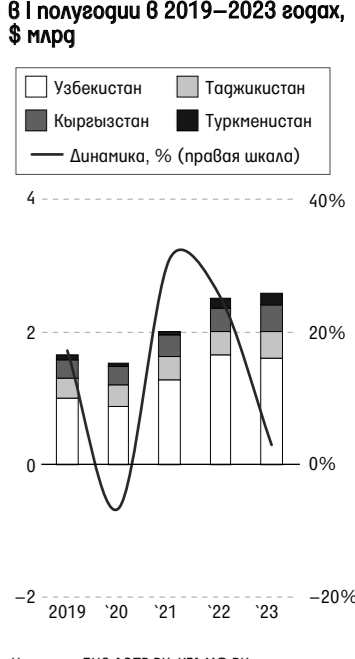
* Учитываются группы с объемом экспорта более \$10 млн. Источник: КГД МД РК

Казахстанский экспорт в страны ЕАЭС вырос на 36,8%
Экспорт РК в ЕАЭС в I полугодии в 2019–2023 годах, \$ млрд



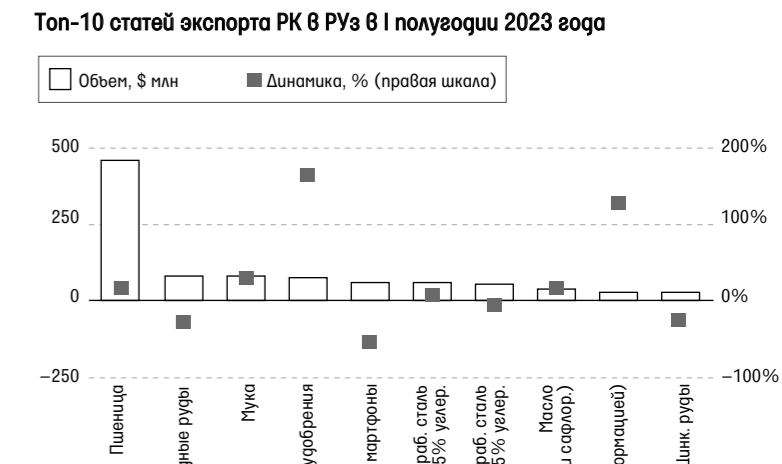
Источник: БНС АСГР РК

Отгрузки в страны ЦА выросли на 2,9%
Экспорт РК в страны ЦА в I полугодии в 2019–2023 годах, \$ млрд



Источник: БНС АСГР РК, КГД МД РК

Экспорт казахстанской пшеницы в Руз вырос на 17,3%
Топ-10 статей экспорта РК в Руз в I полугодии 2023 года



Источник: КГД МД РК



Коллекция: Сивиль, Селенуриан

ИНДЕКСЫ

Середина лета вернула казахстанцам потребительский оптимизм

В июле индекс потребительской уверенности жителей Казахстана (CCI) добавил 4,5 пункта, остановившись на отметке 101,5. Впервые за четыре месяца интегральный макроэкономический показатель вернулся в пределы оптимистичной зоны (более 100), свидетельствуют результаты очередного исследования Kursiv Research.

Выросли ожидания

По данным исследовательского центра, последний раз индекс потребительской уверенности жителей республики находился в границах оптимистичной зоны в марте текущего года. Тогда значение индикатора составило 101,8 пункта. Падение показателя ниже ватерлинии в 100 пунктов началось в апреле (96,5 пункта), продолжилось в мае (95,7 пункта) и июне (96,9 пункта). Результаты июльского исследования вновь говорят о преобладании позитивных оценок экономической ситуации и ее перспектив со стороны жителей Казахстана. Причем рост потребительской уверенности в большей степени связан с экономическими ожиданиями, чем с оценкой нынешней ситуации, говорит соотношение субиндексов. В июле индекс потребительских ожиданий увеличился на 8,1 пункта, тогда как индекс оценки текущего состояния добавил лишь 1,1 пункта. Единственный частный индикатор, показавший снижение – индекс произошедших изменений в экономической жизни Республики Казахстан (минус 1 пункт), – является частью композитного индекса оценки текущего состояния.

Вместе с тем бросается в глаза резкое увеличение индекса

ожидаемых изменений экономической ситуации в Казахстане в краткосрочной перспективе (плюс 18,5 пункта). Больше людей стали смотреть с оптимизмом на будущее национальной экономики и в долгосрочной перспективе (плюс 4,8 пункта). Уверенный рост этих индикаторов определил позитивную динамику интегрального индекса потребительской уверенности (CCI), его возвращение в оптимистичную зону.

В июле значения индекса потребительской уверенности среди мужчин и женщин почти сравнялись, достигнув отметок 101,2 и 101,7 соответственно. Произошло это за счет существенного увеличения показателя среди женщин (плюс 7 пунктов). Среди мужской аудитории индикатор тоже вырос, но не столь значительно (плюс 1,8 пункта).

Индекс CCI увеличился во всех возрастных группах, при этом максимальный рост отмечен среди молодежи (плюс 6,2 пункта). В остальных категориях прирост оказался менее существенным – от 3 до 4,7 пункта.

Среди регионов наилучшие показатели вновь продемонстрировала Атырауская область (128,7 пункта), здесь же отмечена и самая позитивная динамика – плюс 17,8 пункта за месяц. В отличие от других регионов Атырауская область демонстрирует высокие значения индекса оценки текущего состояния – 117 пунктов. Следующий за ней регион – Жамбылская область – по этому индексу показывает лишь 96,3 пункта. Хотя позитивная динамика отмечена и там: за месяц индекс CCI в Жамбылской и Актыбинской областях увеличился на 14,2 и 16,5 пункта соответственно. Три перечисленных региона в июле продемонстрировали наибольший рост потребительской уверенности в стране.

Самое низкое абсолютное значение индекса CCI в июле

показал один из крупнейших промышленных регионов Казахстана – Карагандинская область (91,1 пункта), а худшая динамика зафиксирована в Кызылординской области (минус 5,9 пункта).

Индекс потребительской уверенности в Восточно-Казахстанской, Карагандинской и Павлодарской областях по-прежнему остается ниже среднего по республике уровня, в то время как в Туркестанской области данный показатель, наоборот, выше. Впервые за время наблюдений индекс CCI в Северо-Казахстанской области превысил общенациональный показатель, тогда как в Мангистауской области индикатор, напротив, опустился ниже среднего значения по стране.

На что жалуемся?

На вопрос: «Что вас больше всего волновало, вызывало наибольшее беспокойство?» 30,8% респондентов ответили «Ничего». Среди предполагаемых факторов снижения потребительской уверенности на первый план вновь вышли социально-экономические проблемы, тогда как вопросы частной жизни несколько утратили актуальность. В июле, как и всегда, респондентов больше всего волновали «Финансовые трудности, нехватка денег,

долги, кредиты и низкие зарплаты». В июле эти проблемы посчитал для себя актуальными каждый четвертый участник опроса (25,2%, плюс 3,5% за месяц). На вторую строчку вновь вернулась «Инфляция, рост цен и тарифов» (10,8%, плюс 1,7%). Далее следуют «Семейно-бытовые вопросы» (9,4%, минус 1,5%), «Проблемы со здоровьем, болезни» (8,5%, минус 0,3%), «Вопросы, связанные с работой/бизнесом/учебой» (6,4%, минус 1,3%).

Инфляция замедляется, инерция сохраняется

Согласно данным Бюро национальной статистики, годовая инфляция в Казахстане в июле 2023 года за год замедлилась на 0,6% и составила 14%. Инфляция в республике замедляется уже пять месяцев подряд, однако скорость этого процесса сократилась более чем вдвое (в июне замедление составило 1,3% к уровню мая). На этом фоне доля респондентов, отмечающих резкий рост цен по итогам последнего месяца, незначительно увеличилась на 0,7% (с 50,9% до 51,6%), а доля опрошенных, фиксирующих умеренный рост цен, сократилась на 1,3% (с 28,2% до 26,9%).

Значительное подорожание товаров и услуг за прошедший

месяц подряд растет доля тех, кто ждет быстрого повышения цен по итогам ближайшего месяца (с 17,1% в мае до 18,9% в июне и до 21,6% в июле). Это можно объяснить длительностью предшествовавшего периода высокой инфляции. Вместе с тем в июле на 2,9% (до 61,8%) снизилась доля респондентов, которые ожидают ускорения или сохранения текущих темпов инфляции в течение года. Также на 1% (до 12,3%) сократилась неопределенность в ответах опрошенных. Ожидаемый уровень годовой инфляции в июле (14,1%) практически сравнялся с фактическим уровнем годовой инфляции (14%). Текущие инфляционные ожидания респондентов вошли в соответствие с динамикой изменения цен, что стало следствием реакции жителей на продолжительное замедление инфляционных процессов и сезонное снижение цен на сельскохозяйственную продукцию. При этом заметен рост доли респондентов, которые выбрали ответ «Цены не изменятся в следующие 12 месяцев» (плюс 4,5%), и снижение доли тех, кто считает, что темпы роста цен не изменятся (минус 3,6%).

На региональном уровне наиболее пессимистичные инфляционные ожидания в перспективе одного месяца наблюдаются у жителей Кызылординской области (31,5%), в перспективе одного года – у жителей Улытауской (37,6%) и Жетысуской (31,1%) областей.

Растет тенге, но верят в доллар

По итогам июля тенге укрепился к доллару на 1,4%, за месяц курс американской валюты снизился до уровня 445,20 тенге. По словам заместителя председателя Нацбанка РК Виталия Тутушкина, это связано с ростом нефтяных котировок и притоком средств нерезидентов в государственные ценные бумаги Казахстана.

В июле большинство опрошенных посчитало, что через месяц курс доллара к тенге не изменится (46,3%). Доля тех, кто считает, что американская валюта будет стоить больше, составила 28,8%, тех, кто верит в укрепление тенге, – лишь 6,6%. 18,3% затруднились спрогнозировать валютные курсы.

При этом позитивная динамика курса тенге в июле не повлияла на то, как респонденты оценивают будущее доллара в перспективе одного года. Так, в последнем исследовании впервые за историю наблюдений доля тех, кто считает, что доллар через год будет стоить больше, чем сейчас, превалировала над долей тех, кто считает, что доллар через год будет стоить меньше (52,2%, плюс 4,8% за месяц). Заметный повышательный тренд был отмечен и в июне (47,4%, плюс 3,2% за месяц).

Рост курса доллара чаще прогнозируют мужчины (55,3%), чем женщины (49,5%). Среди возрастных групп в рост американской валюты больше верит молодежь, причем их доля по сравнению с июнем выросла на 3% (до 62,7%). Повышательные настроения снижаются с увеличением возраста респондентов.

На региональном уровне рост американской валюты чаще прогнозируют жители Актыбинской области (60,3%), причем месячный прирост сторонников повышения курса доллара здесь составил 15,6%.

Безработица пугает немного меньше

Среди исследуемых показателей особое место занимает индекс ожидания безработицы, потому что он находится в обратной зависимости от уровня страха безработицы в обществе – рост индекса говорит о снижении тревожных ожиданий; уменьшение показателя, наоборот, свидетельствует об актуализации проблемы занятости на рынке труда. В июле индекс ожидания безработицы незначительно вырос – на 0,9% (до 73,4 пункта), что говорит о снижении страха общества перед безработицей. Доля тех, кто считает, что через год безработных в стране станет меньше, увеличилась на 2,1% (до 14,8%).

Негативные ожидания, связанные с рынком труда, по-прежнему наблюдаются преимущественно у людей предпенсионного возраста (42,9%), однако за месяц показатель в этой возрастной группе снизился на 3%.

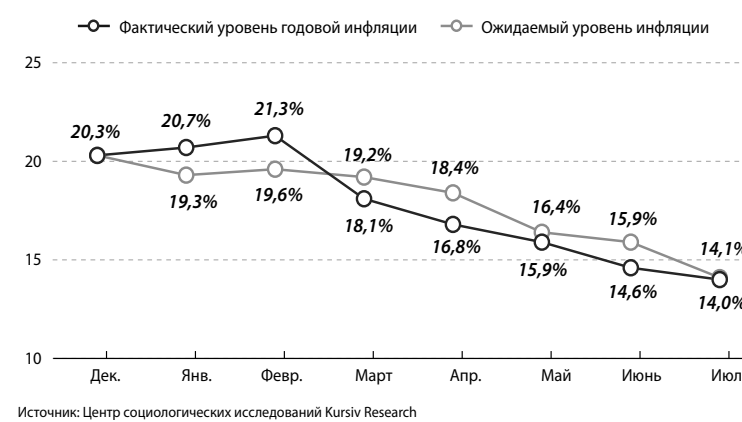
Среди регионов страх безработицы наиболее силен среди жителей Мангистауской (53,6%, плюс 6,3% за месяц) и Атырауской (53,1%, плюс 7,9% за месяц) областей. Для Мангистауской области остро стоит проблема безработицы в сельской местности, в Атырауской области проходят масштабные сокращения – по словам главы региона Серика Шапкенова, в текущем году там будут уволены 12 тысяч человек.

Кредиты, депозиты и нейтральные ответы

Индексы кредитного и депозитного доверия – это индикаторы, которые отражают восприятие жителями текущего момента как благоприятного или неблагоприятного для займов и банковских вкладов. В июле Kursiv Research изменил методологию расчета этих индикаторов, добавив к существующим ответам нейтральный вариант «не хорошее, но и не плохое».

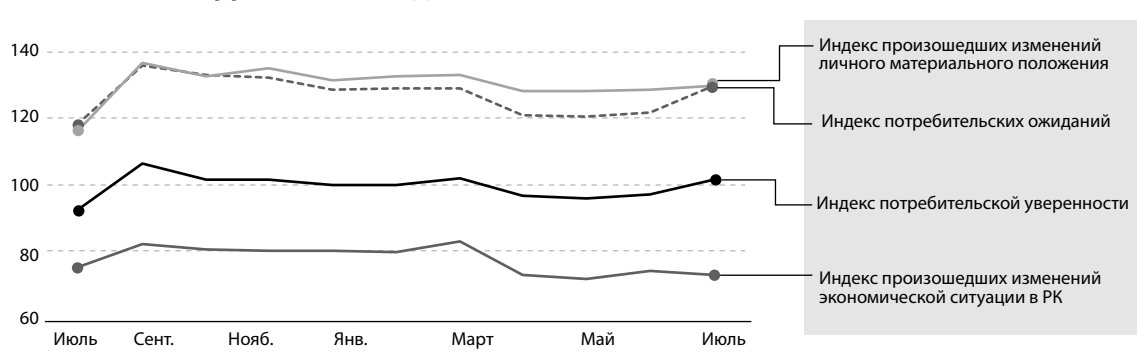
В июле индекс кредитного доверия жителей Казахстана составил 37,4 пункта. Среди регионов наибольшую готовность брать кредиты продемонстрировали жители Северо-Казахстанской (43,1 пункта), Туркестанской (41,9 пункта), Улытауской (40,2 пункта) и Акмолинской (40 пунктов) областей. Самые низкие показатели индекса кредитного оптимизма зафиксированы в Жетысуской (32), Атырауской и Восточно-Казахстанской областях – 33,5 пункта в каждом регионе. Среди возрастных групп наибольшую готовность брать деньги в заем продемонстрировала молодежь (40,5 пункта).

Участников исследования также спросили, планируют ли они покупать что-то в кредит или брать банковский заем в ближайшие 12 месяцев. Подавляющее большинство респондентов (76,6%) не собирается в течение года оформлять кредит. Менее



Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

Динамика индексов, июль 2022 – июль 2023



Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

сая отметили больше женщины (53,5%), чем мужчины (49,5%). Подорожание товаров и услуг более заметно респондентам старше 29 лет (50,5–55,4%). Среди регионов месячную инфляцию особенно ощутили жители Жетысуской (66,3%), Улытауской (64,4%) и Кызылординской (60,5%) областей.

На фоне замедления инфляции второй месяц подряд сокращается доля тех, кто ощутил высокий рост цен по итогам последнего года: с 71% в мае до 68,1% в июне и до 66,4% в июле. Годовая инфляция оказалась более заметна женщинам (69,1%), чем мужчинам (63,4%). Резкое повышение цен за последние 12 месяцев отметили 72% участников опроса среднего возраста.

В региональном разрезе годовую инфляцию наиболее остро ощутили жители Восточно-Казахстанской (77,4%), Павлодарской (75,2%), Мангистауской (72,8%) областей, а также жители Алматы (76%) и Астаны (72%).

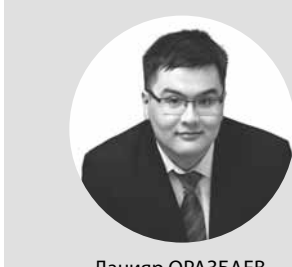
Респонденты традиционно отмечают заметный рост цен на продовольственные товары первой необходимости. Участники опроса констатируют подорожание мяса и птицы (41,4%), овощей и фруктов (38,6%), молока и молочных продуктов (36,5%), круп и макаронных изделий (34,6%), хлеба и хлебобулочных изделий (31,1%), а также сахара и соли (28,8%). Медианная оценка ожидаемой инфляции осталась на июньском уровне – 20%.

Ожидания ближе к реальности

Ожидания относительно роста цен как в следующем месяце, так и в следующем году остаются умеренными. При этом второй

тем не менее здесь мог сыграть свою роль фактор сезонности. Наконец, отмечаем снижение доли тех, кто заметил сильный рост цен на яйца, сахар и соль, которые в последние месяцы показывали устойчивое падение стоимости в месячном выражении.

Также второй месяц подряд растет доля тех, кто считает, что тенге ослабнет к доллару. Причем ожидания по ослаблению курса через год оказались наибольшими за девять месяцев опроса. Похоже, что это происходит на фоне пикирующего вниз рубля, учитывая историческую корреляцию между нашими валютами. Но тенге продолжает стойко стоять на своем даже несмотря на то, что в первые два торговых дня этой недели доллар укрепился на 5 тенге, так как курс продолжает находиться в рамках заданного тренда. К тому же продажи валюты из Нацфонда в августе будут самыми высокими этим летом, что должно поддержать национальную валюту.



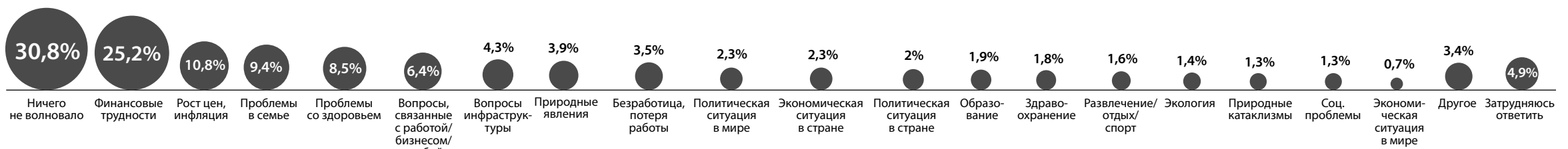
Данияр ОРАЗБАЕВ, аналитик Freedom Finance Global

Индекс потребительской уверенности от Kursiv Research в июле показал существенный рост и впервые с марта оказался в положительной зоне выше 100 пунктов. Рост наблюдается второй месяц подряд, причем так же, как и в прошлом обзоре, выросли четыре из пяти составных частей CCI. Единственным снизившимся компонентом оказался индекс произошедших изменений экономической ситуации. В то же время резко вырос индекс ожидаемых изменений экономической ситуации в краткосрочной перспективе, что и стало главным фактором роста индекса CCI.

Отметим некоторое увеличение оценки роста цен за последний месяц. Вероятно, это произошло на фоне небольшого ускорения месячной инфляции с 0,5% в июне до 0,6% в июле. Скорее всего, новости о росте тарифов на жилищно-коммунальные услуги оказали на это влияние. Доля тех, кто отмечает рост цен на эти услуги, увеличилась в июле до рекордного значения за все время наблюдений.

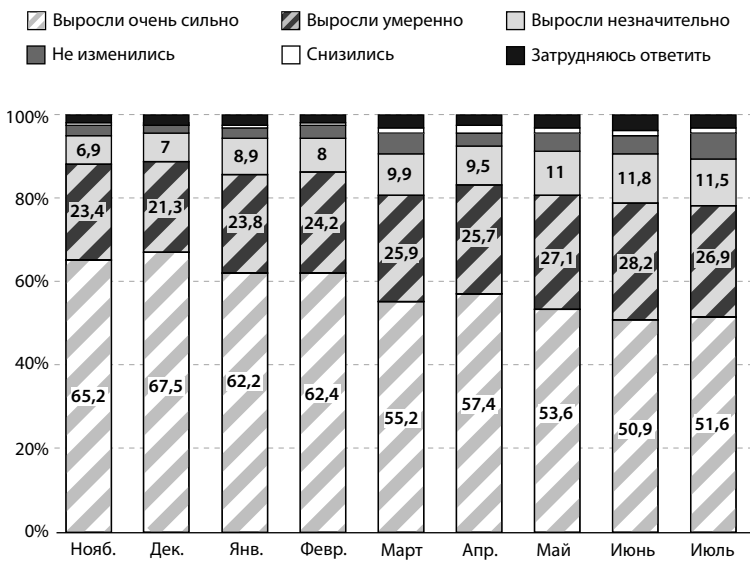
В прошлый раз отмечалось увеличение количества респондентов Kursiv Research, ожидающих какого-либо роста цен в ближайшем месяце. По сути, это подтвердилось вышеупомянутой динамикой оценки инфляции в июле. На этот раз доля таких респондентов вновь увеличилась. Причем рост оказался куда более существенным, чем в прошлой волне исследования. Что же это будет: предвестник небольшой волны роста цен или единовременное явление? Пока что за восемь дней августа цены на социально значимые продукты снизились на 0,1%.

Что вас больше всего волновало, вызывало наибольшее беспокойство?



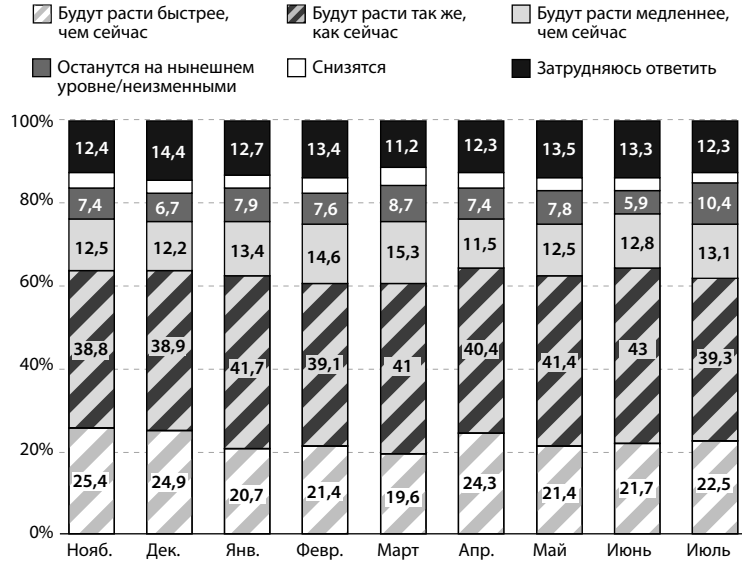
Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

Оценки роста цен за прошедший месяц, %



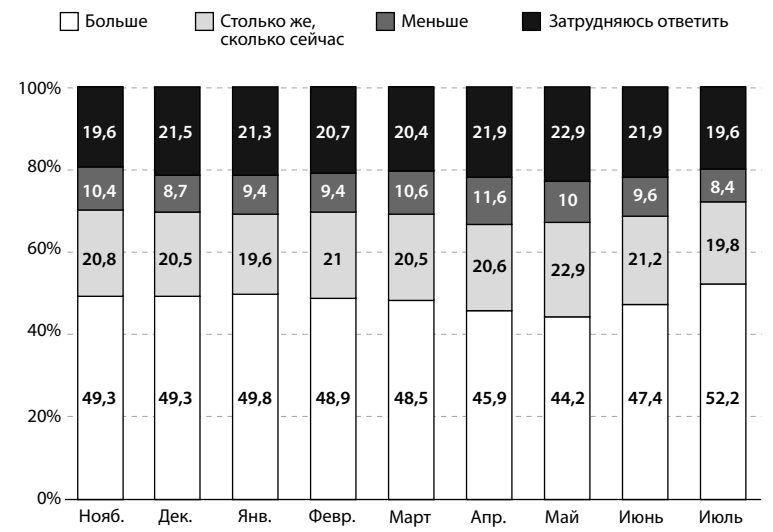
Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

Ожидания роста цен в следующие 12 месяцев, %



Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

Ожидания относительно изменения курса доллара по отношению к тенге через год, %



Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

всего планируют брать кредиты жители Шымкента (85,3%), а также Павлодарской (83,2%), Костанайской (80,8%), Северо-Казахстанской (80,3%) и Восточно-Казахстанской (80,1%) областей. Индекс депозитного доверия жителей Казахстана в июле составил 53,1 пункта. Больше доверие к депозитам демонстрировали женщины (55,5 пункта), чем мужчины (50,6 пункта). Среди возрастных групп наибольшую готовность делать банковские вклады демонстрирует молодежь (58,3

пункта). В региональном разрезе наибольший показатель индекса отмечен в Актобинской области (59,8 пункта), самый низкий – в Жетысуской (46,1 пункта).

Внимание! Тревога и стресс

Эще одним новшеством в июльском опросе Kursiv Research стало изучение рейтинга тревожности и стресса жителей Казахстана. Ежемесячное изучение этих показателей даст исследовательскому центру важные данные о динамике настроений,

влияющих на потребительское поведение людей.

В июле большинство опрошенных заявило, что их окружают спокойные настроения (55,3%). В то же время почти каждый четвертый респондент считает окружающие настроения скорее тревожными. Тревоге более подвержены женщины (43,1%), чем мужчины (37,5%). Среди людей предпенсионного и пенсионного возраста тревожатся 45,4 и 45,8% респондентов соответственно.

В региональном разрезе тревожные настроения преобладают в Восточно-Казахстанской (48,6%), Карагандинской (46,9%), Жетысуской (45,3%) областях, а также в городе Алматы (45,7%).

Что касается стресса, то большинство участников опроса (45,7%) не сталкивались со стрессовыми ситуациями. Среди тех, кто сталкивается со стрессом, чуть больше трети (35,9%) испытывают его не реже нескольких раз в месяц.

Со стрессом также чаще сталкиваются женщины (56,3%), чем мужчины (47,2%). Стрессу

подвергаются более половины опрошенных всех возрастных групп (52,1%–56,5%), за исключением респондентов пенсионного возраста. Среди регионов стрессу более всего подвержены жители столиц – Алматы (61,1%) и Астаны (60,7%).

Делаем выводы

Результаты июльского опроса Kursiv Research в целом фиксируют позитивные тенденции изменения общественного мнения жителей Казахстана. Впервые с марта индекс потребительской уверенности вернулся в границы оптимистичной зоны. Среди причин этого нужно выделить замедление инфляции, снижение цен на сезонные продукты и укрепление тенге (по отношению к рублю казахстанская валюта с начала года укрепилась на 26%). Также нельзя списывать со счетов и сугубо психологический аспект подъема оптимизма, связанный с летним периодом. Несмотря на то что позитивные изменения касаются не всех отдельных индексов, суммированные результаты позволяют говорить о позитивном тренде в восприятии экономической реальности.

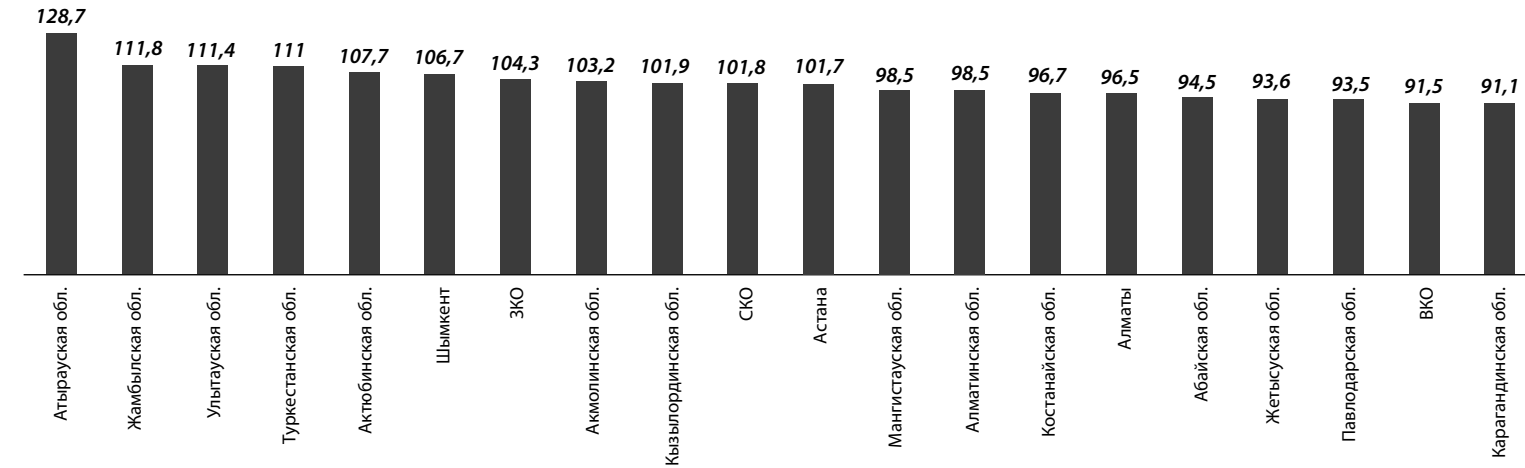
За дальнейшей динамикой ключевых потребительских индексов следите в новых ежеме-

сячных исследованиях Kursiv Research.

Исследование прошло в июле 2023 года методом телефонного опроса CATI. В нем принял участие 3601 совершеннолетний респондент из всех регионов Казахстана. Выборка репрезентативна по полу, возрасту и региону проживания участников исследования.

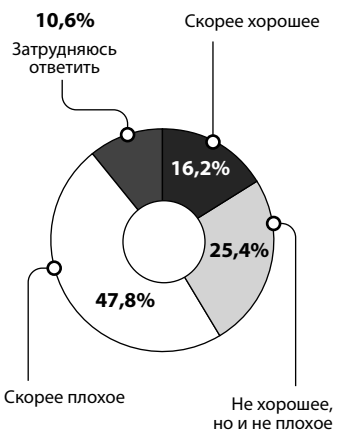
Материал подготовлен Центром социологических исследований Kursiv Research

Индекс потребительской уверенности по регионам (июль 2023)



Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

Кредитное доверие (оптимизм)



Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

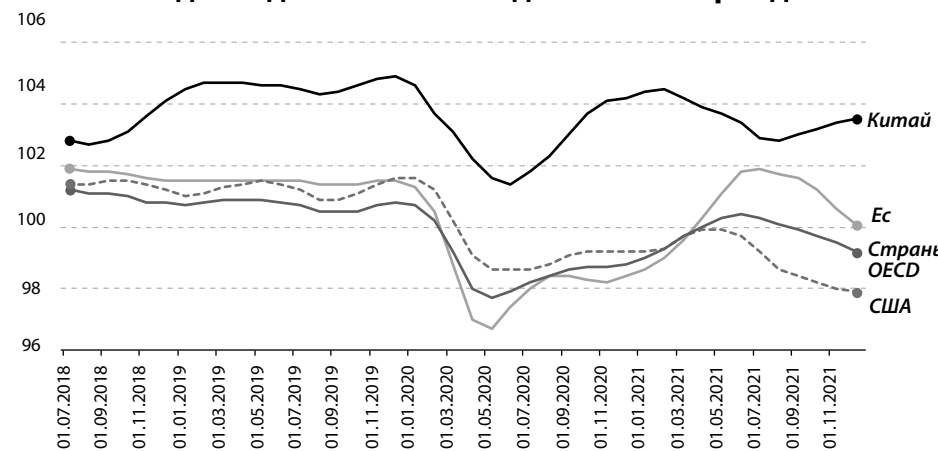
Потребительская уверенность и вызовы мировой пандемии COVID-19

В прошлой статье про колебания индекса потребительской уверенности как реакции стран на происходящие шоки мы обсуждали локальные и глобальные эффекты оказываемых на страны экономических, социальных или политических вызовов, а также факторы, влияющие на глубину реакции (статью можно прочитать, перейдя по QR-коду в конце текста). В меньшей степени были затронуты глобальные кризисы неэкономического происхождения – в частности, пандемии COVID-19, чьи краткосрочные и среднесрочные эффекты на потребительскую уверенность и экономику стран уже возможно оценить и проанализировать.

«Моральные паники» и чрезвычайные реакции на рынке

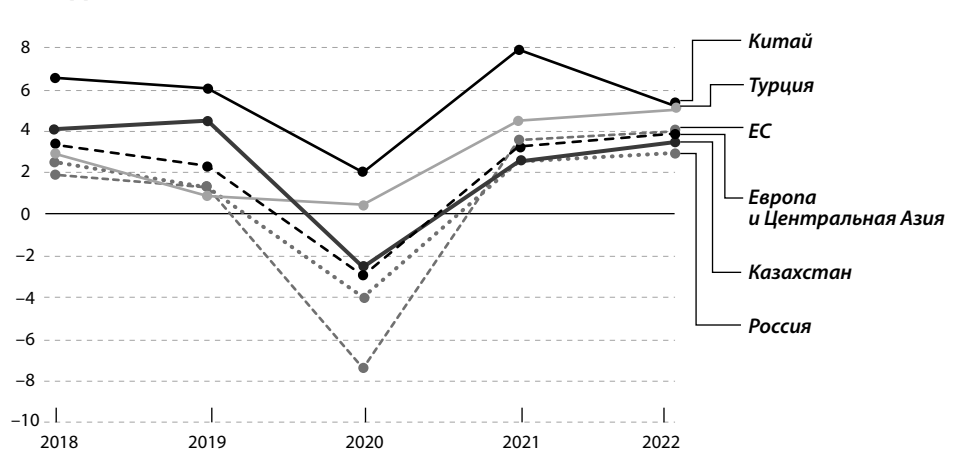
Начало пандемии охарактеризовалось не только чрезмерными реакциями политических режимов в связи с чрезвычайной ситуацией, но и «моральными паниками» со стороны экономических акторов на европейских и американских рынках. Так, исследование настроений среди инвесторов (Investor Sentiment) продемонстрировало, что в нестабильные периоды инвесторы склонны в большей степени полагаться на краткосрочные тренды на рынке, а также внимательнее наблюдать за изменениями волатильности. Недостаток информации (о влиянии пандемии на экономику) и быстрота вводимых ограничительных мер привели

Динамика CCI в странах Евросоюза, США и Китая в допандемийный и пандемийный периоды



Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

Прогнозируемый и реальный рост ВВП стран в период пандемии COVID-19



Источник: Центр социологических исследований Kursiv Research

рынок – в большей степени европейский – к «моральным паникам» и острому реакциям, что приводит к неправильной оценке ценных бумаг рынком.

Во время пандемии многие страны столкнулись с такими ограничениями, как карантинные меры и закрытие предприятий, что привело к экономическому спаду, что в свою очередь снизило уверенность потребителей и сократило их реальные расходы, поскольку снижение потребительской уверенности отражает опасения потребителей относительно здоровья экономики, рабочих мест и личных доходов. Исследование, проведенное Международным валютным фондом (МВФ) в октябре 2020 года, показало значительное снижение потребительской уверенности во многих странах мира, включая Соединенные Штаты, Германию, Италию, Испанию, Китай и другие.

Неуверенность и волатильность в пандемийный период

Жесткие ограничения из-за COVID-19 ограничили международную торговлю, в результате

чего возникла местная монополия, что привело к нехватке поставок и росту цен во многих странах. Проведенные исследования демонстрируют, что национальные экономики (Китай, США и Евросоюза) в период пандемий, в частности COVID-19, тесно связаны с факторами настроений – потребительских, бизнес-настроений и настроений инвесторов.

Воздействие пандемии на доверие и уверенность потребителей значительно увеличило неопределенность, связанную с инфляцией и незакрепленными инфляционными ожиданиями, что привело к повышению волатильности. Также в целом потребительские расходы значительно снизились по сравнению с допандемийным уровнем, в первую очередь из-за карантинных мер и экономических последствий кризиса COVID-19. При этом выход из кризисного периода часто занимает значительно большее количество времени – несмотря на эффективные карантинные ограничения, поддержку бизнеса и населения, потребительские расходы крайне медленно возвращались к допандемийному уровню.

Исследователи полагают, что ключевую роль в восстановлении структуры потребления и возмещении расходов на личное потребление играет повышение уровня доверия потребителей. Восстановление доверия потребителей произошло не только при смягчении карантинных мер, восстановлении работы предприятий и повышении стабильности на рынке труда, но и улучшении ситуации в сфере здравоохранения – разработка вакцин и лечения, активная вакцинация и сокращение случаев заболеваний помогли американской экономике вернуться к умеренно оптимистичным сценариям потребления населения к концу 2020 года.

Пандемийный кризис также подчеркнул роль цифровизации в повышении уровня доверия и потребления населения: переход стран на гибридные / цифровые рынки обеспечил альтернативу, которая поддерживала восстановление расходов на частное потребление, предоставляя возможности трудоустройства, которое тесно связано с уровнем потребительского доверия, и поддерживая прибыль бизнеса во время пандемии.

Пандемия COVID-19 в странах Центральной Азии

Организация экономического сотрудничества и развития (OECD) проводила оценку влияния пандемии COVID-19 на страны Центральной Азии в экономической перспективе, отметив уязвимость стран Центральной Азии из-за структурных недостатков (зависимость от сырьевой экономики, отсутствие экономической диверсификации и т. д.), которые усугублялись перепадами в торговле, низким глобальным спросом на энергоносители и сырьевые товары, а также ограничениями на передвижение, игравших роль основных факторов экономического роста в регионе.

Зависимость от экспорта сырья, недостаточная инфраструктура, а также высокий уровень неформальной экономики в Казахстане (а также в Таджикистане и Кыргызстане) привели к сложностям в адаптации бизнеса и населения к вводимым ограничениям, ухудшив личное материальное состояние многих домохозяйств. Тем не менее более высокий уровень финансовой

инклюзивности в Казахстане в сравнении с другими странами Центральной Азии, а также точечные меры поддержки – денежные переводы (в Казахстане) и продовольственная помощь (в Кыргызстане) – способствовали росту доверия потребителей и медленному увеличению личных расходов, несмотря на ограниченность проводимой поддержки в пандемийный период в странах Центральной Азии.

Исследования отмечают важность нивелирования эффектов пандемии на бизнес и население, а также «прозрачности» механизмов поддержки, которые способны снизить неблагоприятные краткосрочные экономические эффекты благодаря увеличению доверия участников рынка. Долгосрочные же эффекты пандемии на потребительскую уверенность, доверие населения, бизнес-сообщества и инвесторов еще только предстоит изучить.





Фото: Carrefour Uzbekistan

Уйти по-французски

Carrefour покидает узбекский рынок, проработав на нем три года

> стр. 1

«Есть две основные стратегии ретейла: «статус» и «экономия». Carrefour – это «статус», в таком же формате работают «Азбука вкуса», «Перекресток», Magnum Hyper, «О'Кей», Real, Globus, E.Leclerc и т. д. А «Лента» Cash & Carry, Magnum C & C, «Магнит» и т. д. работают в стратегии «экономию», – объясняет Калмыков. По его мнению, более выигрышная стратегия для Узбекистана в ретейле – это «экономию», а не «статус».

Успех гипермаркета, работающего в стратегии «статус», во многом зависит от локации и близости к своей целевой аудитории. Однако как в Алматы, так и в Ташкенте месторасположение магазинов было не самым удачным.

«К примеру, два гипермаркета – «Carrefour Караташ» и «Carrefour Самарканд Дарвоза» – расположены довольно близко друг к другу, на расстоянии около 700 метров, а между ними находится супермаркет сети Korzinka. Помимо того, что эти два гипермаркета Carrefour конкурируют между собой, они еще конкурируют с супермаркетом другой сети. При этом один из этих двух гипермаркетов – «Carrefour Караташ» – находится в торговом доме с низким трафиком. Еще один гипермаркет Carrefour, расположенный в Юнусабадском районе Ташкента, соседствует с супермаркетом той же сети Korzinka, то есть с магазином одного из крупнейших ретейлеров Узбекистана», – так объясняют одну из причин закрытия сети эксперты аналитической платформы EastFruit.

Гипермаркет и пустота

«Carrefour зашел в Узбекистан в формате гипермаркета. Обычная стратегия для мультинациональных мультиформатных сетей – развивать новый рынок с большого формата. У них также есть другие форматы, вплоть до Carrefour Express, к которому они переходят, когда рынок уже заполнен большими форматами. Однако в Узбекистане, в силу национальных особенностей и ввиду отсутствия конкуренции в таком формате, потребитель не имел опыта покупок в больших магазинах. Carrefour по идее должен был составить конкуренцию традиционным базарам большим предложением и высоким качеством обслуживания. На деле ассортимент не был стабильным, разнообразным и понятным для узбекистанских потребителей», – говорит Николай Чумак, сооснователь IDNT – международной компании, специализирующейся на разработке стратегий для розничных сетей.

Чумак отмечает, что некоторые приемы Carrefour были вполне удачными и опередили рынок. Например, наличие в магазине множества цехов по выпечке или готовке еды, которую можно купить и там же съесть. Французская сеть даже продавала плов в торговом зале, чего не делали локальные сети. Однако готовой еды для привлечения клиентов, видимо, оказалось недостаточно.

При заполнении огромных торговых площадей Carrefour опирался на импорт, собственные торговые марки и в меньшей степени на местных производителей.

«Основа Carrefour – продажа рыбы и морепродуктов, собственного non-food в Private Label. А в Узбекистане это оказалось ненужным – рыбу едят в 100 раз меньше, чем мясо, а non-food категории товаров широко представлены и на базарах», – отмечает Калмыков.

Переключиться же с формата гипермаркета на более компактный – например, на Carrefour Express, для сети было бы уже невозможно, так как под каждый формат выстраиваются свои процессы, логистика, отношения с поставщиками.

«Для работы эффекта масштаба необходимо наличие большого количества магазинов, чего сеть не смогла достигнуть за короткое время. Именно этим пытается воспользоваться Magnum – значительно увеличить сеть путем покупки конкурента. Стоит понимать, что Magnum покупает лишь локации, не больше: Carrefour не успел сформировать привычки шопинга и лояльную аудиторию», – продолжает Николай Чумак.

Удержится ли казахстанский Magnum?

Эксперты отмечают, что кроме Magnum на рынке не было дру-

гих конкурентов, которым была бы интересна сеть Carrefour. Только два эти игрока, Magnum и Carrefour, работали в формате гипермаркетов. И пока этот формат для узбекского рынка, где все еще сильна традиционная торговля, считается очень рискованным. По оценкам экспертов, доля традиционных рынков в торговле сохраняется на уровне 90%.

Свои гипермаркеты в стране пытались запустить Korzinka и Makro (две крупные локальные сети), но позже отказались от этой идеи.

«Узбекистанские компании не смогли наполнить большой формат товаром и сервисами, привлечь достаточный трафик и навязать ценовую конкуренцию традиционным базарам. Поэтому они сконцентрировались на работе в формате супермаркета, который дает другую ценность, кроме большого размера и низких цен. К тому же начали появляться ретейлеры, работающие в формате «магазин у дома». Они пытаются сформировать новые привычки у покупателей», – говорит Чумак.

По мнению Калмыкова, Magnum Hyper в стратегии «статус» вполне может ожидать та же участь, что и французского коллегу, если казахстанская сеть не перестроит магазины в формат «магазин у дома» – более экономную и быстро развивающуюся модель. «Магнум C & C в формате «экономию» завоевал

рынок РК за пять лет до захода Carrefour в формате «статус», – напоминает он.

Для компании из Казахстана применимы все те же риски, с которыми имел дело Carrefour, считает Николай Чумак.

«Рынок РК очень сильно отличается от рынка РУз и по структуре, и по привычкам потребителей. При кажущейся географической близости различия очень сильны. Korzinka, которая своей многолетней работой сформировала привычки шопинга и потребления, нашла свое место в сердцах и кошельках потребителя, успешно конкурируя с базарами. Korzinka – lovemark в стране и имеет большую фору не только в лояльности клиентов, но и в опыте команды, системности бизнеса, занятых локациях и прочем. Существует много рынков, например, Украина, где локальные ретейлеры настолько сильны, что иностранные компании не выживают или имеют очень незначительную долю. Поэтому выход или создание любой новой компании в сегменте FMCG будет иметь высокую стоимость», – говорит он.

По мнению Николая Чукама, успех Magnum в Узбекистане будет зависеть от количества удачных локаций, которые компания сможет найти быстро для экспансии и достижения эффекта масштаба. А также от того, станет ли Magnum развивать другие форматы.



Фото: Shutterstock/Sun_Shine

На чьи деньги Magnum удовлетворял свой аппетит

Казахстанская торговая сеть Magnum увеличивает свое присутствие в соседнем Узбекистане, заняв там место Carrefour. Редакция «Курсива» вспоминает, как сеть масштабировалась, кого и когда «съела» на родном рынке.

Анастасия МАРКОВА

Торгово-розничная сеть Magnum открыла свой первый магазин в Алматы в сентябре 2007-го. Спустя два года в Караганде открылся второй магазин сети. Третьим городом Казахстана, где появился Magnum, стала Астана – там он заработал в конце 2012 года.

Свой путь Magnum начал с формата дискаунтера, сделав ставку на экономию. Изначально клиентам предлагался небольшой ассортимент популярных непремияльных товаров с минимальной торговой наценкой. Позже, в 2011–2012 годах, начали появляться «Magnum Атак» – магазины в формате супермаркетов, где ассортимент был уже более разнообразным.

Основателем и долгое время генеральным директором компании был Александр Гарбер, входящий в список 50 богатейших бизнесменов Казахстана по версии Forbes. Ему принадлежит контрольный пакет акций ТОО «Прима Дистрибьюшн» – одной из крупнейших компаний в сфере дистрибуции товаров народного потребления.

Для привлечения денег в масштабирование сети в 2014 году Гарбер продал 30%-ную долю еще одному бизнесмену из списка казахстанского Forbes, владельцу многопрофильного холдинга Fincraft Group Кенесу Ракишевцу, который стал стратегическим инвестором торговой сети. К тому времени сеть состояла из девяти магазинов в трех городах Казахстана. После прихода нового совладельца компания зашла в Шымкент, а также открыла еще три точки в Алматы.

В мае 2017 года стало известно, что долю Кенеса Ракишева выкупил Вячеслав Ким – другой участник рейтинга 50 богатейших бизнесменов Казахстана по версии Forbes. Суммарно доля Кима составила 45%. После этой сделки Александр Гарбер заявил о стратегии поглощения других сетей. К



Фото: Magnum.kz

тому времени компанией уже были частично выкуплены точки торговой сети Green Mart. В этот же период компания начала развивать третий формат – Magnum Express. Под этот формат в январе 2019 года она выкупила 10 магазинов бывшей сети «Реалист» в Алматы.

В начале 2020 года Александр Гарбер вышел из состава учредителей ТОО «Magnum Cash & Carry». Условия, на которых основатель и остальные участники вышли из ТОО «Magnum Cash & Carry», в самой компании не комментировали. Покупателем доли и единственным

владельцем Magnum стало ТОО «Дочерняя компания Caspian Trading Investment Co. Ltd» (CTI), генеральным директором сети – Азамат Османов.

На данный момент участниками ТОО «Дочерняя компания Caspian Trading Investment Co. Ltd» являются Азамат Османов

и Александр Роденков. Сама компания аффилирована с АО Kaspi Group, 23,34% Kaspi.kz контролирует Вячеслав Ким.

После того, как Magnum перешел в управление CTI, сеть начала агрессивную экспансию в регионы. Если к концу 2019 года сеть насчитывала около 70 магазинов в девяти городах, то в мае 2022 года их было уже 200 в 12 городах Казахстана. В процессе масштабирования Magnum поглотил торговую сеть «Семейный» (в 2021 году) в Северо-Казахстанской области и сеть «Фиркан» в Шымкенте (в 2022 году).

С августа 2020-го Magnum начал продажу товаров под собственными торговыми марками. В том же году было запущено приложение по доставке продуктов на дом Magnum Go. Спустя три года, в 2023-м, Kaspi.kz сообщил, что инвестирует в развитие совместной с Magnum компании – E-Magnum, и будет ее 90%-ным владельцем.

Сейчас сеть включает в себя 234 магазина в Казахстане и является самой крупной торговле-розничной сетью в РК. По оценкам Forbes Kazakhstan, выручка компании увеличилась с 92,9 млрд тенге в 2016-м до 344,96 млрд тенге в 2022 году.

Буду ждать на 45

Какие ландмарки встречаются в казахстанских городах

Когда речь идет о достопримечательностях городов, в англоязычном мире используют термин *landmark* – природный или созданный человеком узнаваемый в данной локации высотный ориентир. Такие объекты обычно становятся символами городов, как то лондонский Биг-Бен или Бурдж Халифа в Дубае. «Курсив» изучил, какие ландмарки казахстанские города готовы противопоставить парижскому Лувру и статуе Свободы в Нью-Йорке.

Наталья КАЧАЛОВА

Столичное разнообразие

Когда смотришь на казахстанскую столицу с высоты птичьего полета, Астана похожа на макет, сплошь уставленный ландмарками. Почти стометровый монумент «Байтерек», увенчанный золотым шаром-яйцом, «шатер» ТРЦ «Хан Шатыр» со шпилем до 150 м, 120-метровые золотые башни Дома министерств (в народе – «золотые ведра»), не столь высокая (62 м), но все же приметная пирамида Дворца мира и согласия. А кроме этого – футуристические павильоны ЕХРО-2017 и недавно достроенная высотная доминанта столицы – комплекс «Абу Даби Плаза», самая высокая башня которого в непогоду теряется в тумане на высоте более 300 м.

Но в качестве ориентиров у горожан пока прижились лишь немногие из новоделов, например, «Хан Шатыр» и ЕХРО. В основном жители столицы, чтобы объяснить свою локацию, используют понятия «правый и левый берег», уточняя ее названием ближайшего ЖК или торгового центра.

Алматинские горы и высотки

Если у Астаны можно попутать берега, то в Алматы выручают горы. Раньше вершины Зайлийского Алатау можно было увидеть практически из любой точки города, сейчас же в некоторых районах горные пики закрыты высотками. Тем не менее ориентиры «верх» и «низ» города (ближе к горам и дальше от гор, соответственно), ставшие предметом множества шуток про алматинцев, остались незбылемыми.

Среди высотных зданий, которые в южной столице можно назвать ландмарками – 370-метровая телебашня «Коктобе», 170-метровая высотка Esentai Tower, стометровые стеклянные «пики» бизнес-центра «Нурлы-Тау» и коронованная молодыми советскими



архитекторами гостиница «Казахстан» (в конце 70-х на крыше высочайшего в сейсмоопасных районах СССР здания установили техническую конструкцию, напоминающую корону, чтобы скрыть выступающие шахты лифта). Среди не столь заметных из разных точек города, но все же знаковых объектов бывшей столицы Казахстана – высокогорный каток «Медеу» и Вознесенский собор.

Шымкентская «статуя Свободы»

В третьем мегаполисе Казахстана, Шымкенте, среди высотных доминант только активно растущие жилые комплексы. Но все же и здесь есть свои ландмарки.

«В Шыме знаковые объекты – это гигантская скульптура Байдибек би и фонтан «Тюльпан», – рассказывает историк и краевед Ислам Калани, проводящий авторские туры в Шымкенте.

Десятиметровый семитонный красный тюльпан в чаше фонтана установили в центре Шымкента в 2010-м, и с тех пор цветок является символом города – его изображают на открытках, используют в навигации.

Двумя годами позже, к 80-летию Южно-Казахстанской области, в городе появился считающийся самым высоким в стране 23-метровый памятник легендарному казахскому бию Байдибеку. Высота медной фигуры батыра – 10 м, но она установлена на девятиметровом постаменте, расположенном, в свою очередь, на четырехметровой насыпи.

«Мы изучили статуи в Рио-де-Жанейро, Волгограде, статую Свободы и решили,

что нечто подобное должно быть и у нас», – пояснил на открытии шымкентской ландмарки бывший в то время областным акимом Аскар Мырзахметов.

Региональные ландмарки

В областных центрах масштабы ландмарок, в основном, скромнее, чем в мегаполисах. Но и в небольших городах можно найти интересные объекты.

Город Актау на Каспийском побережье – один из немногих в мире, который может похвастаться наличием маяка, расположенного на крыше жилой 10-этажки (на высоте 73 м над уровнем моря). Маяк «Меловой», построенный в 1974 году, проработал больше трех

десятилетий. В 2021 году, к 30-летию Независимости РК, его реновировали, и маяк вновь начал указывать путь кораблям. Свет обновленного маяка виден за 21 морскую милю (~ 38 км). Маяк «Меловой» называют хранителем Каспийского моря.

Бесспорной ландмаркой Туркестана является мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави. Хотя это сооружение времен Тамерлана не превышает 50 м, оно остается высотным ориентиром. Вокруг него попросту запрещено строить высокие дома, чтобы мавзолей, включенный в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, был виден со всех сторон.

«В Костанайе самый узнаваемый объект – это наш шахматный клуб. Так называемая Башня с часами. Она всегда на сувенирных открытках города, и по ней сразу можно понять, что это Костанай», – рассказывает местная жительница Айгуль. Другим символом Костаная являются пшеничные колосья. «Свежую» 15-метровую стелу в виде снопа из колосьев на одной из городских развязок установили 10 лет назад, другая – в виде рук, держащих колосья, появилась на въезде в город еще во времена Союза.

Символом Усть-Каменогорска, по словам организатора авторских туров Валерий Топольняк, служит древняя усть-каменогорская крепость. «Но ее нет давно. Это лишь символ, – говорит она. – Ориентируются местные жители на

парки, рестораны, магазины, но ничто из них символом города не является».

Hollywood по-казахстански

Самый высотный ориентир Жезказгана – это, пожалуй, 220-метровая труба местной ТЭЦ. Именно она в паре с более низкой трубой медеплавильного завода корпорации «Казахмыс» обращает на себя внимание при выходе из местного аэропорта. Однако жителям Жезказгана, находящегося в 300 км от космодрома Байконур, больше импонирует «космическая» ландмарка – 110-метровый монумент покорителям космоса с поднимающимися в небо истребителем МИГ-17 и ракетой. Есть в Жезказгане и свой «Лувр» – стеклянная пирамида Дворца бракосочетаний.

Дымовая труба №2 Карагиндинской ТЭЦ-3 на полсотни метров превосходит по высоте жезказганскую. После труб экибастузской ГРЭС (от 300 до 420 м) это самая высокая труба в стране (270 м). Но в качестве ориентиров в Карагандине используют все же не трубы, а мечети, церкви, отели, кварталы и дома культуры. «Встретимся возле ДК («Горняков»), возле мечети или на гостинице «Караганда». Обычно наши так говорят. Или «Буду ждать на 45 (то есть на 45-м квартале)», – рассказывают карагиндинцы.

Единственным пока высотным строением в новом областном центре Конаеве местные жители называют трубу, но не ТЭЦ или завода, как в Жезказгане и Карагандине, а неработающей котельной в речном порту. И все же ориентируются конаевцы по микрорайонам «морю», как местные называют Капчагайское водохранилище.

«В Актобе есть знаменитые 25-этажки – ЖК «Актобе Ажары». По ним все ориентируются, так как это единственные высотки», – рассказывает Назгуль о своем родном городе. Кроме 25-этажек, ориентирами для местных жителей являются торговые центры, рынки и Центральный стадион. «Встретимся на Меге» (старое название нынешнего ТРЦ «Керуен Сити»), «у стадиона» (Центральный стадион), «на Колхозке» (рынок) или «на пятом, восьмом, одиннадцатом и двенадцатом микрорайоне», говорят жители Актобе, чтобы объяснить локацию.

Самое высокое строение Уральска – тоже жилое – две 19-этажные башни-близнецы (или по-местному – «свечки») в мкр. Строитель. Но ориентирами служат не они, а три площади – первого президента (чаще называемая площадью Кадыра Мырзы Али), площадь Абая в старом центре и площадь Победы с установленной там стелой.

Ландмаркой Кокшетау, пожалуй, является 180-метровая телевизионная вышка с установленной у ее подножия на склоне сопки 10-метровой надписью «КОКШЕТАУ» – местным аналогом знака HOLLYWOOD на холмах в Лос-Анджелесе.



Объявления

● ТОО «РК ГРУПП», БИН 170540007216, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Актау, мкр. 1, зд. 1/2. Тел.: +7 701 499 47 43.

● ТОО «BUSINESS & JOIN TRAVEL COMPANY», БИН 181140019616, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Сейфуллина, д. 1. Тел.: +7 705 292 00 92.

● ТОО «ULY DALA Construction», БИН 180640005770, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Сейфуллина, д. 1. Тел.: +7 705 292 00 92.

● ТОО «ORDA TEN», БИН 200240041769, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: РК, Акмолинская обл., г. Косшы, ул. Даулеткерей, д. 4.

● ТОО «Муса БС», БИН 140940001583, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объяв-

ления по адресу: Акмолинская обл., г. Косшы, ул. Сейфуллина, д. 61, кв. 2.

● ТОО «ESBI», БИН 091240010637, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, пр. Абая, д. 99. Тел.: +7 701 716 35 63.

● ТОО «JETQLOGISTIC», БИН 21014003 2232, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Павлодар, ул. Павлова, д. 11/1.

● ТОО «Сафина999», БИН 1804 40036654, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Экибастуз, ул. Дуйсенбаева, д. 30, кв. 28.

● ТОО «Табыс-Зерде», БИН 131140004252, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Караганда, р-н Казыбек би, пр. Бухар Жырау, д. 41, оф. 41. Тел.: +7 771 170 93 69.

● ТОО «Кунар Агро», БИН 201140008657, сообщает о своей ликвидации. Претензии принима-

ются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, ул. Толе би, д. 300/1.

● ТОО «LN service», БИН 191240027434, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Сауран, д. 19. Тел.: +7 702 121 00 72.

● ТОО «AVATEX», БИН 230440008511, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, ул. Сейфуллина, д. 597. Тел.: +7 702 797 37 52.

● ТОО «ТоТем Групп», БИН 150840018596, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, пр. Рыскулова, д. 53а. Тел.: +7 707 321 13 63.

● ТОО «Алтаир Инвест», БИН 160740019829, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Майлина, д. 23, кв. 284. Тел.: +7 778 980 52 82.

● ТОО «Небесное движение», БИН 221040052664, сообщает о своей ликвидации. Претензии принима-

ются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Павлодар, ул. Ломова, д. 162/2.

● ТОО «Динар 2022», БИН 220840017711, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Сыганак, д. 62.

● ТОО «Алматинская текстильная компания КЗ», БИН 191040014881, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: Алматинская обл., Талгарский р-н, с. Бесагаш, ул. Аныракай, д. 23/1. Тел.: +7 701 000 01 81.

● Утерянную 1 августа 2023 года печать ТОО «Olimp LTD» считать недействительной.

● Служебное удостоверение №081 на имя Умурзакова Нурбека Едилевича считать недействительным.

● Открыто наследственное дело после смерти Халитова Батырхана Маратовича, 01.06.1958 г. р., умершего 16.07.2023. Наследникам обращаться к нотариусу Икбаевой Альбине Юрьевне по адресу: г. Косшы, ЖК «Лесная поляна», д. 15. Тел.: +7 778 672 39 09.

Стритстайл: красота в глазах смотрящего

В 1978 году в The New York Times появилась фотография Греты Гарбо. К этому времени великая актриса почти 40 лет не снималась в кино, не давала интервью и отказывалась от приглашений на мероприятия. Фотография произвела фурор: публика впервые увидела не постановочный снимок знаменитости. «Грета Гарбо, 73 года, проскальзывает практически незаметно», – так подписал его автор, фотограф Билл Каннинген. Сегодня его называют отцом стритстайла, а 30 декабря 1978 года – день, когда был опубликован снимок – считается официальной датой появления течения street style (буквально – «уличный стиль»).

«Лучший показ мод – на улице»

Впрочем, сам стиль street fashion зародился раньше. Историки моды пока еще не определились со временем и страной возникновения и потому «путаются в показаниях». Одна из версий – уличная мода появилась в Великобритании в 1950-х годах: страна восстанавливалась после войны, оставалась система карточек (талонных) – и не только на продукты питания, а молодежи хотелось хорошо выглядеть, не дожидаясь подъема национальной экономики. Так возникло течение DIY (do it yourself – «сделай это сам»): молодые люди сами шили себе новую одежду и перделывали старую, но не просто так, а в соответствии со своими политическими взглядами, музыкальными пристрастиями и т. д. То есть уже тогда была заложена основа концепции street style: через одежду, обувь, макияж, в целом – образ – демонстрировать свой внутренний мир.

Для того, чтобы появился street style в его современном понимании, дело оставалось за малым: чтобы кто-то заметил эту демонстрацию и захотел ее запечатлеть. Именно это сделал Билл Каннинген, а потом и другие репортажные фотографы.

Модный критик и журналист Кэти Хорин тогда писала: «Билл первым запечатлел женщин, которые отказались от каблучков и начали ходить на работу в кроссовках, показал возвращение широких костюмов 30–40-х, появление джинсов с низкой посадкой, моду на камуфляж, а также добрую сотню стильных нарядов, защищавших ньюйоркцев от непогоды. Он считал, что истинный портрет моды – и, опосредованно, эпохи – определяется тем, как одеваются реальные люди, будь то подростки в экстравагантных толстовках или богачи на благотворительных приемах. Модных подиумов ему было недостаточно, поэтому каж-

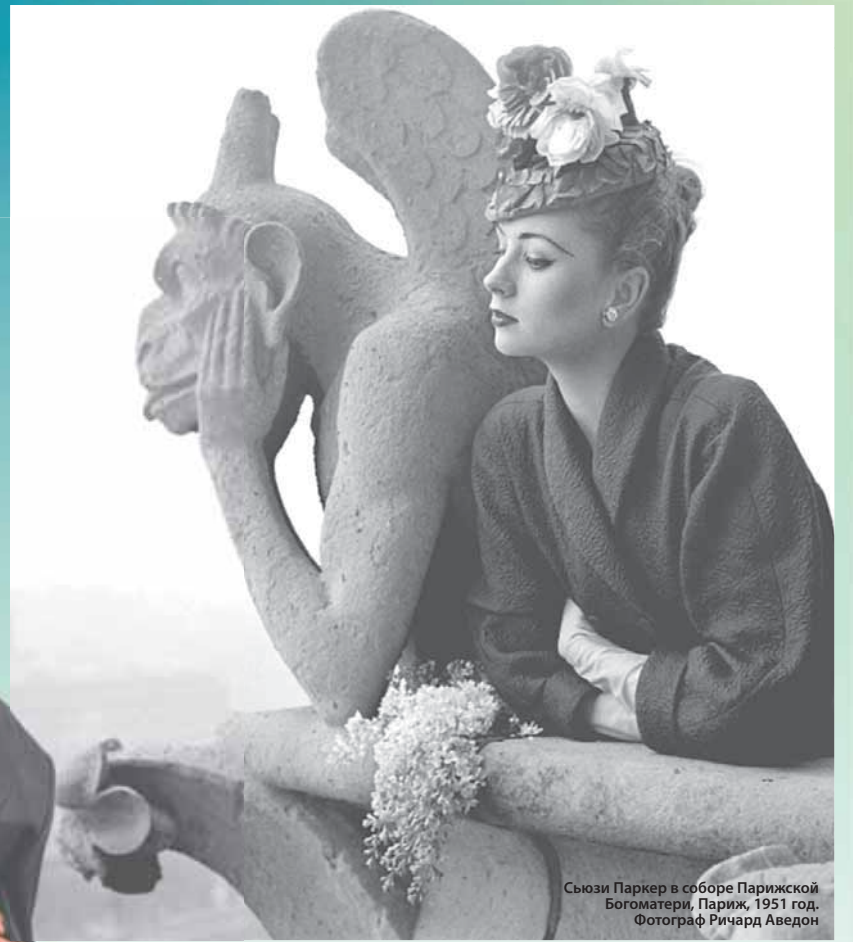
дый день он брал в руки камеру и выходил с ней на улицу».

И здесь надо отметить главное: Билл Каннинген был очень избирателен. Он не снимал «просто красивых» или просто эффектных одетых ньюйоркцев, всегда говорил, что его не интересуют знаменитости в нарядах, которые достались им бесплатно, но каждый раз подмечал по-настоящему необычные решения и находки. «У многих людей есть вкус, но не каждый наберется наглости подойти к процессу творчески», – говорил фотограф.

И еще одна его цитата: «Лучший показ мод – на улице. Так было всегда. И так будет всегда».

«Модный цирк» и его «павлины»

Почти параллельно с развитием стритстайла (стартовал раньше) шел другой процесс: съемки высокой моды начали делать на улицах. Не только на улицах – в самых непредсказуемых локациях. Считается, что все это затеял еще в 1930-х



Сьюзи Паркер в соборе Парижской Богоматери, Париж, 1951 год. Фотограф Ричард Аведон

одетых дорогими стилистами для красных дорожек.

В 2012 году обозреватель The New York Times Рут ла Ферла написала, что в стритстайле больше не осталось искренности и непосредственности – лишь реклама люксовых модных домов (и не только). «Когда-то уличный стиль сохранял независимость: редакторы и стилисты миксовали винтаж, быструю моду и люксовые марки, – говорится в статье Who Am I Wearing? Funny You Should Ask («Кого я ношу? Забавно, что вы должны это спросить»). – В конечном счете стритстайл сломали маркетологи, консультанты по брендингу и пиар-специалисты».

В 2013-м еще резче высказался Сьюзи Менкес, редактор Vogue, редактор моды The International New York Times: «Когда-то нас называли «черными воронами» (нас – это модный народ, с ног до головы закутанный в темную униформу от Comme des Garçons

ный цирк»), в СМИ, модных и не очень, регулярно появлялись материалы о том, что течение street style, или «свободной моды», себя исчерпало; что существующее сегодня – это скорее не street style, а fashion week style – но с той же регулярностью эти издания публикуют фото стритстайла.

Made in Kazakhstan

Что касается Казахстана, то у нас – хорошие новости. Поскольку в наших степях это течение, как водится, возникло позже, чем в Европе или Америке – как считает казахстанский дизайнер, арт-директор Kazakhstan fashion week Алексей Чжен, лет 10 назад – то у нас речь о том, что street style исчерпал себя, не идет. Наоборот: по мнению дизайнера, он развивается в полном соответствии с мировыми трендами – но со своим колоритом.

«Вкус к стритстайлу привила казахстанцам Kazakhstan fashion week, – говорит Алексей. – Поэтому что на наши мероприятия люди стали одеваться модно, трендово, необычно, со вкусом. А сейчас стритстайлеров можно встретить не только на неделях моды или любых других мероприятиях, но и в повседневной жизни. Если говорить об Алматы, то особенный алматинский стиль замечают прежде всего приезжие, всегда отмечая, что у нас одеваются очень ярко, интересно, со вкусом и трендово».

Одна из тех алматинских, кого невозможно не заметить – стилист Жанар Сатпаева. Ее личный стиль – классика концепции стритстайла: выразить во внешнем облике свой внутренний мир. При этом Жанар считает, что если для американских или европейских блогеров не быть как все – это уже давно норма, то в Казахстане этот процесс начался совсем недавно и среди молодых. «Потому что у нас в свое время была установка – не выделяться, а стритстайл как раз об этом».

Зато гораздо легче и быстрее у нас «заходит» одна из главных особенностей street style – использование элементов национальной моды.

«Буквально в прошлом году город захватила мода на тубейтки. Иногда, конечно, был перебор с украшательством, но сам тренд великолепен, – говорит Жанар. – У нас вообще такое богатое наследие, с нашими орнаментами, узорами, очень модными сейчас свободными силуэтами – и вот этот микс этники и мировых трендов создает свой, особенный образ. Поэтому мы всегда будем отличаться от зарубежных стритстайлеров».

Подготовила
Гульнар Танкаева



Алексей Чжен (фото Kazakhstan fashion week)



Жанар Сатпаева
(фото из ее Инстаграма)

Мартин Мункачи – спортивный фотограф. Занявшись модой, он посчитал, что fashion-фотографии не хватает «жизни» в кадре.

Потом был великий Ричард Аведон, классик модной фотографии, который снял модель Сьюзи Паркер в соборе Парижской Богоматери рядом с горгульями и химерами. Следом по этому пути пошли все глянецовые журналы и все модные фотографы: Дэвид Бейли, Диана Арбус, Вивиан Майер и другие.

Где-то эти процессы должны были перечислять – так и произошло: с середины 2000-х стритстайл-фотографы начали ездить на главные недели моды.

Скотт Шуман с его блогом The Sartoriast, Томми Тон (стритстайл-фотограф американских GQ и Style), Фил О. (vogue.com) – их репортажи будто создают Street fashion week и спорят с официальными съемками Fashion week. И нередко в этом споре побеждают.

Но, возможно, именно в ходе этого спора стритстайл, возникший в свое время как средство самовыражения и альтернатива рафинированной моде от-кутюр, начал терять свою суть: сегодня многие образы стритстайлеров так же «вылизаны» и, к слову, так же оплачены, как, например, выходы знаменитостей,

или Yohji Yamamoto, который собрался под каким-то заброшенным зданием в ожидании показа, – написала легендарный модный редактор в статье The Circus of Fashion. – «Кого сегодня хоронят?» спрашивали себя прохожие, глядя на нас. Теперь толпа, которая собирается на показы, скорее напоминает стадо павлинов. Они позируют и чистят перышки, передеваются несколько раз в день, ходят на сумасшедших платформах, в авангардных плащах и шляпах, больше напоминающих клумбы».

Все 10 лет, что прошли после публикации этой знаменитой статьи (она называлась «Мод-

КАМЫЗЯКИ

5 ON TOUR

АЛМАТЫ

20:00

ТИКЕТОН

Jason Derulo в Алматы

Алматы Арена, 17 сентября, 20:00

Soundtrack concert «Гарри Поттер» и «Пираты Карибского моря» в исполнении NE PROSTO ORCHESTRA в Алматы

Дворец Республики, 6 сентября, 19:00

Моноспектакль Ренаты Литвиновой Sactis в Алматы

Almaty Theatre, 24 октября, 19:00

Ваня Усович в Алматы

Dostyk Hall, 25 августа, 2 сентября

ТИКЕТОН

Наведи камеру телефона на QR-код и перейди на страницу

LATINO Music Concert в Алматы

Студенческий театр Concordia, 26 августа, 19:00