

КУРСИВ



ВЛАСТЬ И БИЗНЕС:
«МОБИЛЬНОСТЬ» РАВНО
РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

стр. 2

ФОНДОВЫЙ РЫНОК:
СТРАТЕГИЯ ЯДРА И СПУТНИКА

стр. 5

ФОНДОВЫЙ РЫНОК:
НАРОДНЫЙ ПРОЦЕНТ

стр. 5

LIFESTYLE:
МОДА НА СКЛОНЕ

стр. 8

kursiv.media
 kursiv.media
 kursivmedia
 kursiv.media
 kzkursivmedia

Оставить по умолчанию

Почему казахстанцы не несут пенсионные накопления в частные УИП?

Доля частных УИП составляет менее 1% портфеля ЕНПФ, хотя с 1 июля 2023 года у вкладчиков пенсионного фонда появилось право передачи до 50% от суммы своих пенсионных накоплений в частное управление. Сегодня это около 8,6 трлн тенге. В этом году большинство частных управляющих демонстрируют лучшую доходность, чем ЕНПФ.

Айгуль ИБРАЕВА

Под управлением пятерки частных управляющих компаний (УИП) на начало ноября находится 13,3 млрд тенге пенсионных активов (включая инвестдоход). С начала года показатель вырос почти на 4 млрд тенге (+42%), нетто-приток из ЕНПФ в портфели УИП составил 3 млрд тенге.

Основная часть «новых» денег пришла в УИП после 1 июля 2023 года – тогда начали действовать поправки в Социальный кодекс, которые позволяют переводить частным управляющим до половины пенсионных накоплений (до поправок в УИП можно было перевести только сумму сверх порога минимальной достаточности). По данным ЕНПФ, за июль – октябрь 2023 года этим правом воспользовались 4230 казахстанцев, они перевели частникам около 5,5 млрд тенге (в первой половине года наблюдался отток пенсионных накоплений из УИП в ЕНПФ, поэтому сумма нетто-притока с начала года меньше суммы притока).

Большая часть средств переведена в Halyk Finance. И тем не менее заместитель предправления Halyk Finance Адиль Табылдыев отмечает, что пока сумма переводов из ЕНПФ в УИП несопоставимо мала по сравнению с общим размером пенсионных накоплений казахстанцев, которые превышают 17 трлн тенге.

Инертное состояние

Вкладчики ЕНПФ не торопятся переводить половину своих пенсионных денег в частные управляющие компании, и этому есть сразу несколько причин, считают участники рынка.

«В рамках инициативы руководства страны за прошедшие два года львиную часть своих пенсионных накоплений население направило на улучшение жилищных условий и лечение», – напоминают в BCC Invest.

> стр. 4



Фото: Илья Ким

Мимикрия под высший сорт

Какие казахстанские бренды столкнулись с подделкой своих товаров

Жалобы покупателей на нестабильное качество товара – первый сигнал производителю, что его товар начали подделывать. «Курсив» спросил у представителей казахстанских компаний, как они выявляют подделки своей продукции и что делают, чтобы обезопасить себя.

Анастасия МАРКОВА

«Когда каждый день работаешь с продуктом, привыкаешь к нему. И если в его внешнем виде меняется какая-то даже незначительная деталь, это сразу бросается в глаза. Именно поэтому мы

с коллегами обратили внимание на нашу муку, которая продавалась на одном из прилавков Зеленого базара в Алматы», – рассказывает Элдияр Назарметов, финансовый директор Dani Nap, мукомольной компании из Шымкента. Муку он с коллегами тогда купил, и выяснилось, что она вовсе не производства Dani Nap. «На первый взгляд продукт был наш. Но упаковка вызвала подозрение – она была немного другого цвета. Изучив ее получше, мы поняли, что это подделка».

По словам Назарметова, такие случаи происходят нередко. Из всего ассортимента продукции Dani Nap подделывают преимущественно муку высшего сорта – она самая дорогая. И на ней легче всего заработать даже с учетом того, что подделка

продается на базарах в среднем на 30% дешевле оригинала. Компания Dani Nap самостоятельно мониторит ситуацию на популярных рынках, периодически делает контрольные закупки. И в случае выявления подделок сообщает в госорганы.

Нет обращения – нет проверки

Проверками торговых точек, оптовых дистрибьюторов или производственных цехов на наличие контрафакта занимаются департамент экономических расследований Агентства по финансовому мониторингу (АФМ) или региональные департаменты Министерства юстиции.

> стр. 7



РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК



18+

Задача с тремя неизвестными

Как перезагрузка Отбасы банка изменит ипотечный рынок страны

На минувшей неделе мажилис принял законопроект о реформе Отбасы банка, но будущее главного игрока на ипотечном рынке Казахстана по-прежнему не определено. «Курсив» узнал у экспертов, изменится ли после перезагрузки монополиста расстановка сил на ипотечном рынке.

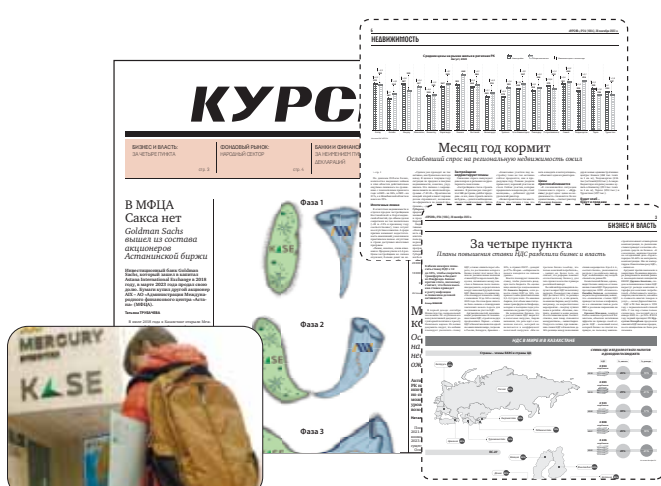
Наталья КАЧАЛОВА

Мажилис на заседании 22 ноября в первом чтении одобрил проект закона о преобразовании Отбасы банка в национальный институт развития. Если закон будет принят, банк получит часть функций местных исполнительных органов. В частности, все списки очередников (646 тыс. человек) будут переданы в электронную базу «Центр обеспечения жильем» Отбасы банка.

Текущие преобразования – один из этапов трансформации Отбасы банка, необходимость которой президент Касым-Жомарт Токаев озвучил в своем

послании 1 сентября. Правительству поручено разработать жилищную программу, администратором которой станет Отбасы банк. Среди поставленных задач – сделать жилье для казахстанцев доступнее, обеспечить его распределение по принципу одного окна, а также переориентировать фокус Отбасы банка, 58% структуры ипотечного портфеля которого приходится на мегаполисы, на районы, моногорода и села.

> стр. 3



ЧИТАЙТЕ
КУРСИВ
НА БУМАГЕ!

Подписка через каталоги:

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

Продолжается подписка на 2-е полугодие 2023 года

БАНКИ И ФИНАНСЫ

Kursiv Research
Review

«Мобильность» равно рентабельность Сколько потеряет «Казактелеком» при продаже одного из мобильных операторов?

Под настойчивые напоминания главы Минцифры Багдата Мусина о необходимости продать одного из двух мобильных операторов, действующих в структуре нацкомпании «Казактелеком», Kursiv Research решил проанализировать, какую долю потеряет эта листинговая нацкомпания с продажей мобильного актива в долгосрочной перспективе.

Сергей ДОМНИН

Сделка быть

С 2019 года «Казактелеком» контролирует двух из трех мобильных операторов Казахстана – Kcell и Tele2/Altel – с общей долей рынка более чем в 70%. В 2022-м на уровне президента РК Касым-Жомарта Токаева обсуждался план так называемой демонаполизации «Казактелекома», в ходе которой нацкомпания должна передать частному игроку одного из двух мобильных операторов. Тогда этот план представлял министр цифрового развития РК Багдат Мусин, он же является его главным сторонником и сейчас.

«Сегодня, насколько я знаю, официальная информация от «Казактелекома» такова: проводится соответствующая процедура перед покупкой. Перед тем как купить, любой инвестор проводит своего рода проверочные действия. Сейчас две компании проводят эту процедуру, после проверки будет проговариваться цена, после установления цены будет совершена сделка», – заявил глава Минцифры 21 ноября этого года, уточнив, что продажа должна состояться в 2024 году.

В «Казактелекоме» ситуацию комментируют сдержанно. В ходе беседы с аналитиками и журналистами в рамках Дня эмитента KASE 24 ноября этого года финансовый директор «Казактелекома» Людмила Атамуратова подчеркнула, что «на текущий момент решение о продаже одного из операторов не принято». По словам госпожи Атамуратовой, в нацкомпании ожидают решения Госкомиссии по вопросам модернизации экономики (консультативный орган при президенте РК под председательством премьер-министра), которая должна одобрить внесение того или иного актива в Комплексный план приватизации.

По состоянию на конец ноября в действующей версии Комплексного плана приватизации «Казактелеком» должен приватизировать лишь один актив – 51% в ТОО «НУРСАТ+» (сейчас нацкомпания контролирует 100%), компании с оборотом в 1,5 млрд тенге (2021). По актуальному графику приватизации в 2024-м начнется ее оценка, а до августа 2025 года должна произойти продажа фирмы частному игроку.

Период большого капекаса

Текущие финансовые результаты «Казактелекома» свидетельствуют о том, что компания вошла в очередной инвестиционный цикл. При устойчивом росте выручки (+6,1% до 504 млрд) и EBITDA (+3,2% до 235 млрд) по итогам трех кварталов 2023 года фиксируется взлет капитальных затрат (сарех) – соотношение сарех/выручка по сравнению с аналогичным периодом прошлого года выросло с 13 до 68%. В итоге чистая прибыль увеличилась лишь на 0,6%, до 89 млрд.

Объем приобретения основных средств в годовом выражении вырос в 3,5 раза, нематериальных активов – в 12,5 раза. Нацкомпания продолжала инвестировать в строительство сети 5G – приобрела права на использование радиочастотного спектра (РЧС) – и много выкладывала в инфраструктуру сети.

Основным источником инвестиций являются собственные средства «Казактелекома»: рост активов за девять месяцев этого года к аналогичному периоду 2022-го нацкомпания обеспечила на 80% за счет собственного капитала (нераспределенной прибыли) и на 20% за счет обязательств.

В «Казактелекоме», говоря об этом, представляют ситуацию как весьма комфортную для привлечения долга в будущем: текущий показатель долг/EBITDA составляет всего 0,73. «Мы работаем над доступностью средств и всегда имеем открытую кредитную линию в банках. Объем доступных средств практически в 10 раз превышает размер краткосрочных обязательств группы. При этом у нас имеется свободный доступ к заемному капиталу в том числе за счет высокого международного кредитного рейтинга», – отмечает финдиректор нацкомпании Людмила Атамуратова.

Похожий случай

В качестве своих бенчмарков в «Казактелекоме» указывают, например, российскую МТС и эмиратскую Etisalat. Однако ставят ее в один ряд не со всем холдингом, а с мобильной «дочкой» Kcell. На наш взгляд, в масштабах всей нацкомпании логично рассматривать сравнение с американской AT&T, с которой у «Казактелекома» не только похожие логотипы, но и историческая траектория, и холдинговая структура. Сходств американскому и казахстанскому рынкам дает доля населения с доступом к интернету, которая к минувшему году у РК и США сравнялась и составляет около 92%.

Избавившись в 2021 году от стримингового сервиса, американская компания в своем телекоммуникационном бизнесе в США сосредоточилась на трех направлениях – связь фиксированного доступа для корпоративного и потребительского сегментов, а также услуги мобильной связи (включая реализацию смартфонов). В течение последних пяти лет доля выручки AT&T от мобильной связи последовательно росла (в том числе за счет отказа от стриминга) и по итогам 2022-го составляет 70%. «Казактелеком» с 2019 года, консолидировав контроль над двумя мобильными операторами, показывает похожий тренд, и за последние четыре года вес «мобильности» в его выручке вырос с 50 до 63%.

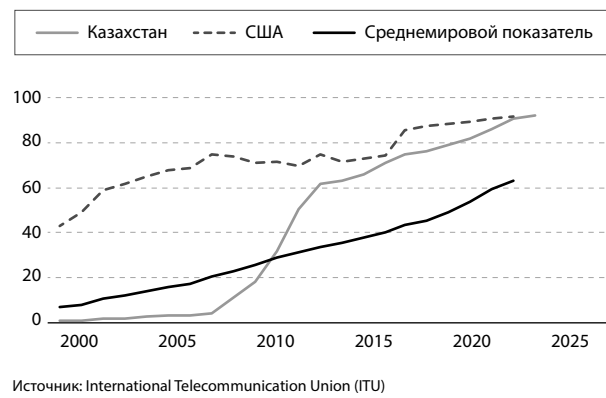
При этом в структуре прибыли до налогообложения доля мобильной связи у американцев по итогам девяти месяцев 2023-го достигает 93%. Еще год назад этот показатель был ниже – 89%. Фундаментальные причины такого тренда, которые называют в компании, – снижающийся спрос со стороны бизнеса, необходимость нести дополнительные затраты на перевод розничных клиентов с «медиа» на оптоволокно. В то же время клиенты мобильного сегмента готовы показывать более высокий ARPU, переходя на более дорогие тарифные планы с большим лимитом по дата-трафику.

«Казактелеком» идет к тому же показателю – у него «мобильность» составляет около 70% прибыли до налогообложения, и этот показатель явно стремится в ту же зону, где сейчас находится мобильный сегмент AT&T. Лишаясь одного из мобильных операторов – скажем, Kcell, где у нацкомпании 51% контроля, а среднегодовое соотношение всей прибыли до налогообложения к аналогичному показателю материнской компании составляет около 30%, – «Казактелеком» существенно сокращает свои перспективы рентабельности в долгосрочной перспективе.

Это отразится и на размере дивидендов, которыми нацкомпания сейчас жертвует для реализации инвестиционной стратегии. По итогам 2022-го – года невысоких капзатрат – дивиденды составили около 26% от размера чистой прибыли.

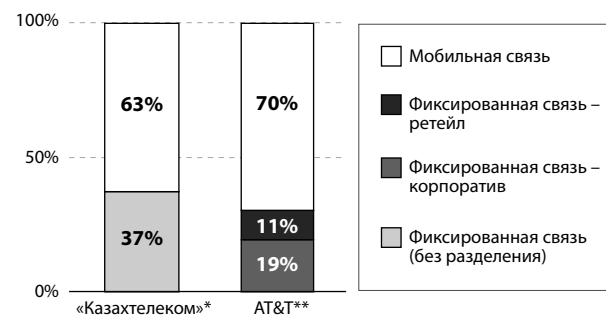
Казахстан сравнялся по интернетизации с США и идет с большим отрывом от среднемировых показателей

Доля населения страны, располагающая доступом в интернет, %



Источник: International Telecommunication Union (ITU)

Структура выручки «Казактелекома» и AT&T по итогам 2022 года, %

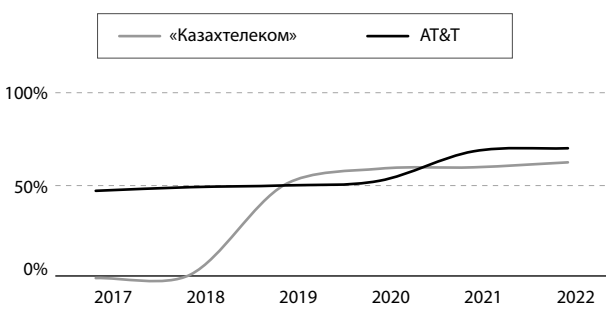


* Учитывается только выручка внешним покупателям.

** Учитывается только выручка от телекоммуникационной части бизнеса компании.

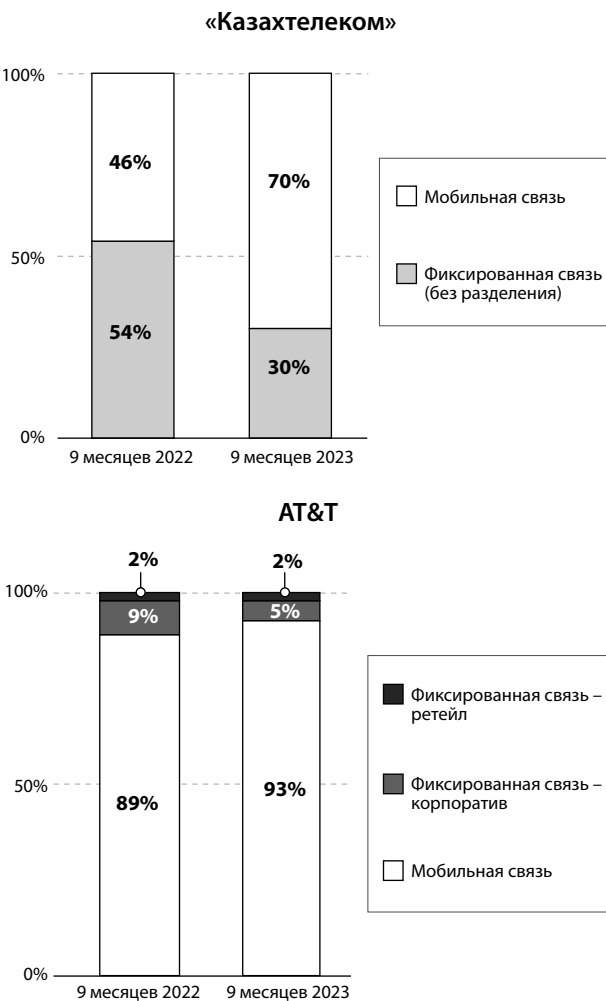
Источник: расчеты Kursiv Research по данным «Казактелекома» и AT&T

Доля выручки «Казактелекома» и AT&T от сегмента мобильной связи, %



Источник: расчеты Kursiv Research по данным «Казактелекома» и AT&T

Доля сегментов бизнеса в прибыли до налогообложения «Казактелекома» и AT&T, %



* У «Казактелекома» учитывается операционная прибыль за 2022 год без учета элиминаций; у AT&T учитывается только прибыль от телекоммуникационной части бизнеса компании.

Источник: расчеты Kursiv Research по данным «Казактелекома» и AT&T



Большой трубный заем Чем примечательна схема финансирования «Магистрального водовода»?

На этой неделе завершился последний этап многоходовой операции по финансированию проекта расширения водовода Астрахань – Мангышлак. Проект стал классическим примером того, как в Казахстане смешиваются функции и интересы государства, нацкомпаний и частных игроков.

Сергей ДОМНИН

В наследство от советских предприятий казахстанскому квази-госсектору достались не только сырьевые гиганты, но и обслуживающая их инфраструктура. «КазМунайГаз» (КМГ), например, получил нефтедобывающее предприятие на Узеньском месторождении (будущий «Озенмунайгаз»), а «в нагрузку» – водовод Астрахань – Мангышлак, который снабжал пресной волжской водой предприятие и город при месторождении, заодно и другие производственные и населенные пункты в Атырауской и Мангистауской областях. При распределении активов внутри КМГ водовод достался «КазТрансОйлу».

Поскольку имуществомный комплекс водовода долгое время был одним из производственных филиалов вертикально интегрированной государственной нефтяной компании, предприятие даже и думать не могло преследовать цели рентабельности – слишком важными были задачи социального характера и оптимизации издержек основных – добывающих – активов.

В 2018 году «КазТрансОйл» вывел предприятие в отдельное юрлицо, создав ТОО «Магистральный водовод» (МВ) со своим 100-процентным участием. Судя по доступным данным за 2021 и 2022 годы, компания генерировала убыток уже на этапе производства услуг, а соотношение чистого убытка к выручке находилось в диапазоне 30–50%.

Что предпринимают собственники убыточного предприятия, чьи продукты все-таки востребованы? Поднимают цены до уровня, при котором рентабельность компании их удовлетворяет. Однако МВ – естественный монополист, в сильном росте тарифов компании власти видели угрозу социальной стабильности в неспокойном регионе присутствия.

Поэтому, когда возникла необходимость модернизации водовода (официально он называется «Реконструкция и расширение магистрального водовода Астрахань – Мангышлак, I очередь») и, исключительные рыночные источники финансирования использоваться не могли. Необходимо было придумать схему.

Рассматривалось несколько вариантов. МВ привлекал часть

суммы как кредит по рыночным ставкам у Народного банка, а затем подключался другой партнер. Сначала планировалось, что им станет Евразийский банк развития (ЕАБР). В 2021 году МВ заключил кредитный договор с ЕАБР на 124 млрд тенге под 11% для траншей в тенге и 8,5% для траншей в рублях. Но, как указывается в финансовой отчетности МВ за 2022 год, договор о займе на 15 лет не вступил в силу, «так как сторонами не завершены требуемые условиями указанного договора корпоративные процедуры». Поэтому подключиться пришлось КМГ и правительству.

В ноябре 2022-го 67 млрд тенге на 10 лет на условиях базовой ставка НБ РК плюс 2,5% «Магистральному водоводу» выдал Халык. Еще в ноябре 2022-го МВ получил первый транш почти на 30 млрд тенге и отправил всю сумму на авансы подрядчику – казахстанско-итальянскому ТОО «Ренко-Кат». В начале апреля компания получила от Халыка еще 12 млрд и направила средства подрядчику. В апреле 2023 года МВ выпустил 10-летние облигации на 50 млрд тенге по ставке 0,5%, которые приобрел «КазМунайГаз». В ноябре по той же схеме МВ выпустил еще 20 млрд 10-летних облигаций по ставке 0,5%, а счастливым обладателем бумаг снова стал КМГ. В сообщении на сайте «КазТрансОйла» указывали, что 70 млрд получены в рамках привлечения «антикризисных средств из Нацфонда (НФ) РК».

Итак, деньги из НФ пришли через бюджет и ФНБ «Самрук-Казына» в КМГ, нацкомпания выкупила бонды «дочки» своей «дочки» по нерыночным ставкам. Не случайно нацкомпания подчеркивает, что проект для нее «коммерчески нейтрален». С точки зрения НФ такие инвестиции являются расходами и, строго говоря, негативны.

Но есть в этом и позитив. Компании и население западных регионов получают больше пресной воды. В «КазТрансОйле» говорят, что прогресс работ по проекту составляет 95%, он будет официально завершен в первой половине 2024 года. На фоне привлечения финансирования МВ удалось добиться повышения тарифов, в итоге к III кварталу 2023-го компания нарастила выручку почти в три раза и подошла ближе к границе рентабельности.

Последний вопрос без ответа в этой истории – фактическая конечная стоимость проекта. На сайте КМГ указывается объем инвестиций в \$257,3 млн (около 120 млрд с учетом средних значений курса в последние два года). В «КазТрансОйле» подтверждают сумму 113 млрд с НДС. А сложение кредита Халыка с суммой облигационного займа дает 137 млрд. Но для таких многоходовок это скорее второстепенная деталь.

РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

КУРСИВ

Газета издается с 24 июля 2002 г.
Собственник: ТОО «Altco Partners»
Адрес редакции: АО5D7M5, РК,
г. Алматы, ул. Желтоқсан, 115, 5-й этаж.
Тел./факс: +7 (727) 232 24 46
E-mail: kursiv@kursiv.kz

Генеральный директор:
Эльмар МУРТАЗАЕВ

Главный редактор:
Мира ХАЛИНА

Редакционный директор:
Максим КАЛАЧ

m.kalach@kursiv.media

Шеф-редактор:
Татьяна НИКОЛАЕВА

tnikolaeva@kursiv.media

Редактор отдела «Финансы»:
Виктор АХРЕМУШКИН

v.akhremushkin@kursiv.media

Редактор отдела «Недвижимость»:
Наталья КАЧАЛОВА

n.kachalova@kursiv.media

Редактор Kursiv Research:
Аскар МАШАЕВ

a.mashaev@kursiv.media

Редактор отдела
«Потребительский рынок»:
Анастасия МАРКОВА

a.markova@kursiv.media

Редактор отдела «Инвестиции»:
Айгуль ИБРАЕВА

a.ibraeva@kursiv.media

Обозреватель отдела
«Фондовый рынок»:
Айгерим КУЛЬМУХАМЕДОВА

a.kulmukhamedova@kursiv.media

Корректоры:
Светлана ПОЛТЫГИЧЕНКО

Татьяна ТРОЦЕНКО

Елена КОРОЛЕВА

Билье-редактор:
Илья КИМ

Верстка:
Елена ТАРАСЕНКО

Мадина НИЯЗБАЕВА

Дизайнер:
Данара АХМУРЗИНА

Фотограф:
Аскар АХМЕТУЛЛИН

Коммерческий директор:
Ирина КУРБАНОВА

Тел.: +7 (727) 257 49 88

i.kurbanova@kursiv.media

Руководитель по рекламе и PR:
Сабир АГАБЕК-ЗАДЕ

Тел.: +7 (707) 950 88 88

sagabek-zade@kursiv.media

Административный директор:
Ренат ГИМАДИНОВ

Тел.: +7 (707) 186 99 99

g.renat@kursiv.media

Представительство
в Астане:

РК, г. Астана, пр. Кунаева, д. 12/1,
БЦ «На Водно-зеленом
бульваре», ВП-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 РПЖ «Джуір».

РК, г. Алматы, ул. Калдаякова, д. 17

Тираж 8 000 экз.

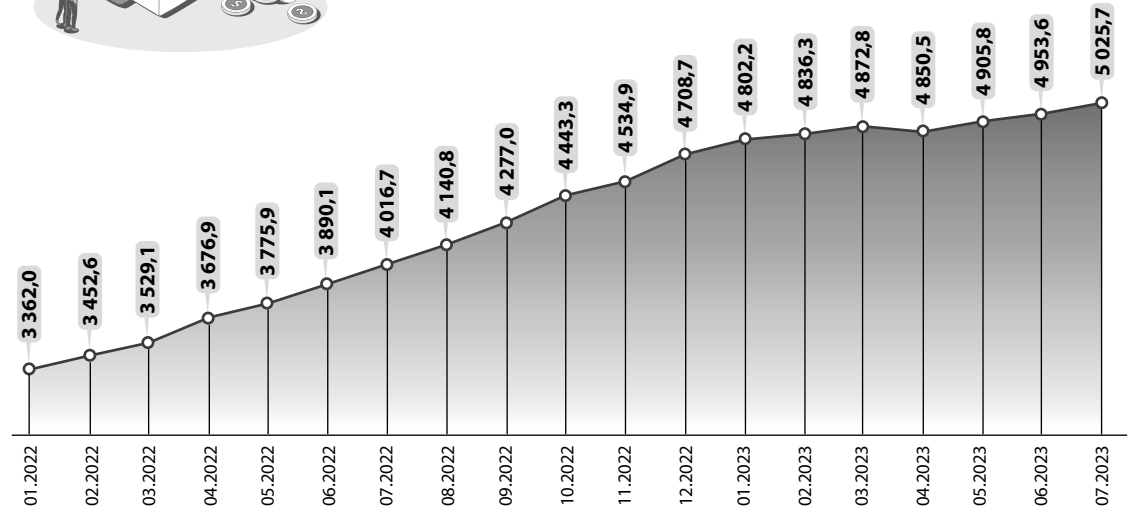
Информационная продукция данного

печатного издания предназначена

для лиц, достигших 18 лет и старше



Объем ипотечных кредитов в 2022–2023 годах накопительным итогом, млрд тенге



Источник: исследование рынка недвижимости Казахстана Freedom Finance Global

> стр. 1

Задача с тремя неизвестными

Как перезагрузка Отбасы банка изменит ипотечный рынок страны

«На мой взгляд, трансформация Отбасы банка схожа с концепцией «Дом.РФ», за минусом того, что строительные функции для разделения рисков сохраняются за КЖК. Строительная отрасль на сегодняшний день нуждается в наведении порядка, перед правительством стоят вопросы стандартизации и формализации отраслевой информации, соблюдения технологий, планирования, налогообложения, необходимость разобраться с очередниками и так далее. Трансформация – один из этапов решения застарелых вопросов», – считает экономист **Эльдар Шамсутдинов**.

Расфокусировать внимание

Цель, которую ставит президент, понятна – охватить населенные пункты, где система жилищных сбережений пока представлена в меньшей степени, если вообще представлена. Логика задачи из послания в том, чтобы распространить позитивный опыт системы на как можно большую часть населения», – говорит руководитель Kursiv Research **Сергей Домнин**.

Объем выдачи ипотечных кредитов БВУ в 2022 году составил 1,99 трлн тенге. Общий объем ипотечного кредитования накопительным итогом к началу 2023 года – 4,71 трлн тенге, а к июлю 2023 года – 5,03 трлн тенге.

Основная масса этих кредитов (около 29%), по данным исследования рынка недвижимости РК от Freedom Finance Global, приходится на столицу страны Астану, чуть меньше четверти – на Алматы. Остальные регионы сильно отстают: больше 5% кредитов выдано в ВКО, Улытау, Карагандинской области, области Абай, а также в Шымкенте. Меньше всего – в Туркестанской, Кызылординской и Северо-Казахстанской областях (0,6; 1,4 и 1,5%).

В структуре ипотечного портфеля Отбасы банка по итогам 2022 года почти такое же региональное распределение: 58% приходилось на Астану, Алматы и Шымкент, еще 16% – на урбанизированные Актобинскую, Восточно-Казахстанскую, Карагандинскую и Улытаускую области. Пять южных регионов, где сосредоточено 32% населения, пока формируют лишь 7% портфеля.

В структуре ипотечного портфеля Отбасы банка по итогам 2022 года почти такое же региональное распределение: 58% приходилось на Астану, Алматы и Шымкент, еще 16% – на урбанизированные Актобинскую, Восточно-Казахстанскую, Карагандинскую и Улытаускую области. Пять южных регионов, где сосредоточено 32% населения, пока формируют лишь 7% портфеля.

Почтальоны широкого профиля

В самом Отбасы банке говорят, что уже вовсю работают с регионами и селами. «Сейчас из 298,1 тыс. действующих займов 29,9 тыс. кредитов выданы жителям сельской местности. Из 2,7 млн действующих депозитов 966,2 тыс. открыты казахстанцами, проживающими в селе», – приводит статистику в пресс-службе банка.

Совместно с акиматами банк реализует программы для мо-

лодежи не только в Астане и Алматы, но и в Алматинской, Атырауской, Карагандинской, Костанайской, Жамбылской, Актобинской, Жетысуской, Абайской, Павлодарской, Кызылординской и Мангистауской областях. «Общий бюджет акиматов и Отбасы банка по реализации составляет 118,5 млрд тенге, освоено 95,8 млрд тенге», – добавляют в пресс-службе банка.

Сапреля Отбасы банк назначен поверенным агентом программы «С дипломом – в село». Программа предусматривает выдачу кредитов на приобретение или строительство жилья и выплату подъемного пособия в селах. Проект переведен в цифровой формат, через портал otbasubank.kz подано почти 3,9 тыс. заявок на приобретение недвижимости в сельской местности и 2,5 тыс. заявок на подъемное пособие. По программе выделено 20 млрд тенге.

А чтобы добраться до самых отдаленных сел, банк запускает проект «Почтальон-консультант». «Зачастую в отдаленных населенных пунктах нет интернета, и задача банка – помочь каждому региональному жителю стать ближе к условиям городской жизни в получении банковских услуг. Для этого банк готовится заключить меморандум с национальным оператором почты и привлечь операторов дистанционного обслуживания банка. До конца 2023 года планируется подключить к нему около 100 почтальонов, а в 2024 году – до 500 человек. То есть вскоре почтальоны за дополнительно вознаграждение смогут консультировать сельчан по продуктам/услугам Отбасы банка, подавать за них заявки на открытие депозита и получение кредита», – говорят в пресс-службе Отбасы банка.

Малозэтажный Казахстан

Но чтобы реально увеличить долю присутствия регионов в системе жилищных сбережений и повысить обеспеченность казахстанцев жильем, этого недостаточно, считают эксперты. Государству нужно строить в малых городах и селах инфраструктуру, создавать рабочие места, а также активнее развивать программы, связанные с индивидуальным жилищным строительством.

«Институтам развития необходимо идти в сегмент индивидуального жилищного строительства. У Отбасы банка есть

в линейке продукт «Заем на строительство дома», льготные займы по программе «С дипломом – в село». Однако объемы финансирования по этим программам пока крайне скромные. Если говорить о малых городах, то в отдельных случаях спросом может пользоваться и многоквартирное жилье, но для этого акиматам необходимо помочь с инфраструктурой, а застройщикам – с финансированием, и эти задачи уже по линии КЖК, которая выкупает обязательства местных исполнительных органов по льготным ставкам и субсидирует займы застройщиков в БВУ», – высказывает свое мнение **Сергей Домнин**.

«Программы в регионах пока не работают из-за отсутствия

в ближайшем мегаполисе. Но у нас нет такой инфраструктуры и, скорее всего, не будет. Это финансово никогда не окупится. Поэтому в Казахстане надо развивать ИЖС, такой вариант «одноэтажной Америки».

Под видом БВУ

На сегодня у Отбасы банка около 2,7 млн вкладчиков. Это почти треть населения страны, которые фактически кредитуют друг друга. «Система ЖСС – это своего рода касса взаимопомощи граждан: пока одни делают накопления, другие получают доступные займы. Такая система позволяет сделать ставку по кредитам очень доступной – от 3,5 до 10% (ГЭСВ от 3,6%)», – объясняют в Отбасы банке.

сы банка составил 2,1 трлн тенге, или 60% от всего объема ипотечных кредитов. При этом доля гибридных продуктов банка, подменяющих концепцию развития жилищных сбережений, составляет 83% от общего портфеля. То есть вместо реализации системы жилищных строительных сбережений Отбасы банк, оперируя государственными средствами, фактически зашел на рынок коммерческого ипотечного кредитования, вытеснив с него частные финансовые структуры», – делают вывод эксперты АЗРК.

По данным Ассоциации финансистов Казахстана, в 2017 году Отбасы банк и другие БВУ делили рынок ипотеки в пропорции 62 и 38% соответственно. В период с 2018 по 2022 год доля ипотек БВУ сократилась до 1%, но в 2023-м почти вернулась к уровню 2018 года (25%). «Повышению доли БВУ способствовал практически полный уход с рынка программы «7-20-25». Это, во-первых, привело к общему падению количества ипотек, а во-вторых, покупатели квартир, у которых срок сдачи домов подал на 2023 год, попали в ситуацию, когда им спешно пришлось искать альтернативы «7-20-25» в БВУ», – объясняют аналитики Freedom Finance Global в своем исследовании рынка недвижимости Казахстана.

Закрепиться на позиции

Несмотря на возросшую в текущем году долю БВУ, им вряд ли удастся существенно потеснить Отбасы банк. Даже несмотря на неэффективность госсубсидий, разгоняющих инфляцию в сферах льготного кредитования, и перспективы переориентации Отбасы банка на регионы, эксперты пока не видят предпосылки снизить долю присутствия квазигосударственного банка на ипотечном рынке.

«С одной стороны, мы считаем, что субсидирование ставок конечного заемщика не является экономически правильным решением для правительства. Мы согласны с правительством, что необходимо наращивать кредитование реального сектора, от которого начали отказываться БВУ. С другой стороны, мы понимаем, что введение льготных программ важно на фоне высоких ставок и низкой ликвидности населения при существующем дефиците жилого фонда», – говорят в Freedom Finance Global.

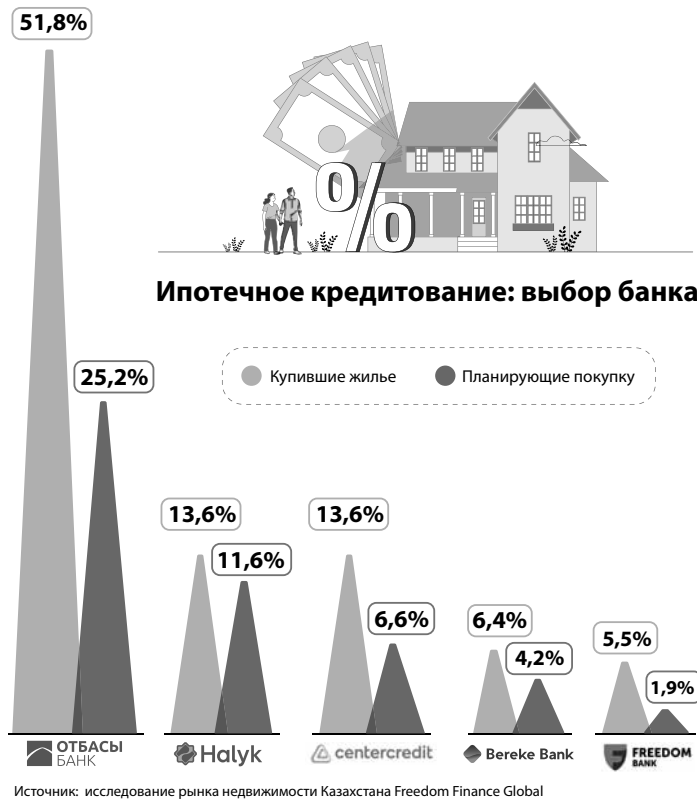
«Сегодняшнее место Отбасы на рынке ипотечного кредитования – это естественный процесс, поскольку в условиях экономики

догоняющего развития участие коммерческих банков в долгосрочном кредитовании несет риски для финстабильности. Процесс снижения доли будет органическим при достижении и поддержании НБ таргета по инфляции. Насильственные методы по снижению доли Отбасы на рынке приведут скорее к негативным процессам. Поскольку коммерческие БВУ не сосредоточены на стимулировании накопления средств населением, задача комбанков в текущей ситуации – это получение быстрой прибыли без существенных рисков», – считает **Эльдар Шамсутдинов**.

«Отбасы стал таким большим фининститутом, что по факту БВУ не могут с ним конкурировать в вопросе ипотеки. Основная причина – БВУ, предлагая ипотечные продукты, отталкиваются от ставки НБ РК. При текущей базовой ставке ипотека будет под 20–25%, что почти невозможно. Если закрыть население доступ к Отбасы, многие казахстанцы просто не смогут взять ипотеку в БВУ. Из-за отнесенности высокой закредитованности и низкого уровня доходов они попросту не пройдут квалификационные требования обычных банков», – объясняет **Евгений Долбилин**.

«Три главных города страны в любом случае будут оставаться для всех организаций, выдающих ипотеку, приоритетными, ведь здесь сосредоточен наиболее платежеспособный спрос. Это приоритетные точки как для БВУ, так и для госбанка. Если Отбасы нормативно не запретят выдавать новые займы здесь, то структура рынка вряд ли будет критично меняться в среднесрочной перспективе», – резюмирует **Сергей Домнин**.

Материнская компания, в свою очередь, не торопится раскрывать суть перезагрузки Отбасы банка. «Правительству РК поручено с целью операционной эффективности государственной поддержки осуществить структурную трансформацию АО «НУХ «Байтерек» и его масштабную цифровизацию. В рамках данного поручения проводится работа совместно с заинтересованными государственными органами. Рассматриваются различные варианты структурной трансформации группы компаний холдинга, и окончательное решение по данному вопросу еще не принято. Срок завершения данной работы указом президента определен на июнь 2024 года», – сообщил «Курсиву» руководитель пресс-службы НУХ «Байтерек» **Болат Садыков**.



Источник: исследование рынка недвижимости Казахстана Freedom Finance Global

инфраструктуры, высокооплачиваемой работы, ограниченного доступа к школам, медицине. В регионах, где есть земельный фонд, нужно облегчить подключение к сетям, и люди сами будут активно строить частные дома, особенно если стимулировать это через программы Отбасы. Но государство должно участвовать в строительстве дорог, больниц, школ, развивать инфраструктуру в этих районах», – считает партнер Scot Holland | CBRE в Казахстане и Центральной Азии **Евгений Долбилин**. – Другой вариант – развивать транспорт, чтобы иметь возможность, как в Японии, добраться за час за 200 км на скоростном поезде до работы

Именно дешевые кредиты, а точнее отрицательные реальные ставки, делают Отбасы банк привлекательным для многих казахстанцев. «Клиент, который может участвовать в программах Отбасы банка и кредитоваться под 3,5%, получает такие кредиты. Другие берут промежуточный заем под 12%. Ну а оставшийся спрос удовлетворяют по рыночным ставкам банки второго уровня», – говорит **Сергей Домнин**.

Доступные ставки позволили Отбасы банку не только существенно нарастить свой кредитный портфель, но и фактически вытеснить с рынка конкурентов. «По состоянию на январь 2022 года кредитный портфель Отба-

Ипотечное кредитование: оценка ставок



Источник: исследование рынка недвижимости Казахстана Freedom Finance Global

Оставить по умолчанию

Почему казахстанцы не несут пенсионные накопления в частные УИП?

> стр. 1

С начала пенсионной реформы на эти цели из ЕНПФ было переведено 3,71 трлн тенге. Оставшиеся суммы по умолчанию так и сидят на счетах ЕНПФ, указывают аналитики управляющей компании.

«Большинство казахстанцев относятся к пенсионным отчислениям в ЕНПФ как к некоему налогу – деньги из заработной платы отчисляются в ЕНПФ, и дальнейшая судьба этих денег их не интересует. О том, что этими пенсионными накоплениями можно и нужно управлять, в том числе и путем их передачи в управление частным управляющим компаниям, многие не имеют представления», – говорит Адиль Табылдиев.

Многие казахстанцы инертны в вопросе своих пенсионных сбережений, соглашается Дамир Сейсебаев, директор департамента управления активами UD Capital. Чтобы привлечь вкладчиков, нужны значительные затраты на рекламу и штат, а в этом ЕНПФ выигрывает у частных управляющих, комиссионных которых могут не покрывать эти расходы, полагает Сейсебаев.

Все упомянутые причины так или иначе связаны с информационно-разъяснительной работой с вкладчиками ЕНПФ, обобщает Табылдиев. Он добавляет, что основными проблемами являются недостаточное информирование населения и низкая финансовая грамотность в целом. Участники рынка проводят маркетинговые кампании, встречи с потенциальными клиентами, размещают информацию на своих корпоративных интернет-сайтах и так далее, но этого недостаточно.

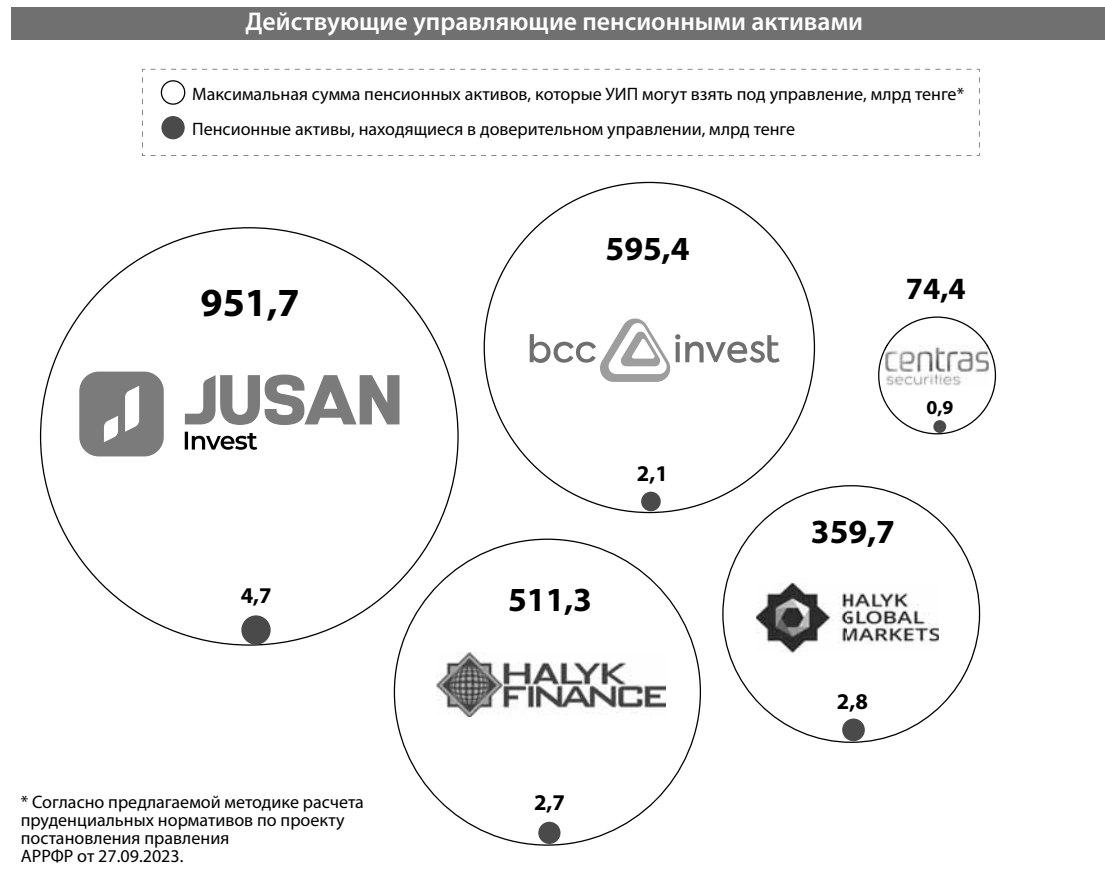
Вопрос доверия

Массового перетока пенсионных активов в частные УИП нет еще и из-за недоверия частникам. У казахстанцев остался в памяти неудачный опыт с частными НПФ, которые теряли деньги из-за того, что вкладывали в аффилированные компании или просто делали неудачные вложения, говорит гендиректор консалтинговой фирмы DAMU Capital Management Мурат Кастаев. «Безусловно, с тех пор регулирование вышло на качественно иной уровень, однако доверие к государственному ЕНПФ несоизмеримо выше, так как сейчас вкладчики предпочитают выбирать надежность, пусть и с меньшим доходом», – объясняет эксперт. Напомним, что сохранность пенсионных накоплений в ЕНПФ с доходностью не ниже инфляции гарантируется государством. В случае с УИП такая отрицательная разница компенсируется из собственного капитала частных компаний.

По итогам десяти месяцев 2023 года большинство частных управляющих опередили по доходности ЕНПФ (в управлении НБ РК). Доходность пенсионных активов под управлением регулятора с начала 2023 года составила 7,98% при инфляции в 7,9%. УИП показали среднюю доходность в 10,81%.

Лучшую доходность среди управляющих пенсионными активами с начала года демонстрируют Halyk Global Markets – 14,17% и Halyk Finance – 12,74%. Доходность пенсионных активов

Инвестиционные портфели пенсионных активов УИП на 1 ноября 2023 года



Источник: расчеты Kursiv по данным НБ РК

«Возможность перевода части пенсионных накоплений открыта для вкладчиков всего несколько месяцев, это будет долгий и организационный процесс, и постепенно доля частных УИП будет расти, особенно если компании будут стабильно показывать более высокую доходность. Пенсионные деньги – это долгосрочный капитал, и сравнивать доходность нужно на максимально возможном горизонте, а в коротких отрезках лидеры по доходности будут регулярно меняться», – отмечает гендиректор DAMU Capital Management.

Управляющие компании имеют в целом схожую инвестиционную стратегию и не дифференцированы по стилю управления, что продиктовано текущими нормативными требованиями. Однако отличие в портфелях управляющих компаний все же есть, это более высокая доля валютных инструментов и ценных бумаг иностранных эмитентов, тогда как ЕНПФ больше вкладывает в казахстанские ценные бумаги.

«В частности, для меня это было главным фактором в пользу выбора частных УИП. И потому лично я перевел в частные УИП 40% своих накоплений (распределив их среди четырех из пяти имеющихся УИП) и 60% оставил в ЕНПФ. Долю в частных УИП буду постепенно наращивать.

Кстати, это очень удобно – если в прежние годы при существовании частных НПФ необходимо было полностью переводить все накопления, то сейчас есть возможность распределить средства между ЕНПФ и несколькими УИП и выбрать для себя оптимальное



соотношение риска и доходности», – отмечает Кастаев.

Сейчас вся информация крайне прозрачна и доступна – на сайте ЕНПФ можно видеть инвестиционные стратегии каждой УИП, во что они вкладывают, и выбрать ту стратегию и ту УИП, которая больше подходит инвестору, указывает финансист.

«Отдельно стоит отметить, что государство не переводит сами пенсионные активы на счета УИП, то есть все пенсионные деньги продолжают храниться у ЕНПФ, а частным УИП просто передается право управления ими. Условно, управляющая компания не может снять пенсионные деньги со счета и сбежать с ними. Поэтому в плане сохранности средств текущая ситуация гораздо лучше, чем раньше, когда средства переводились непосредственно в полное распоряжение частных НПФ и они злоупотребляли ими», – рассуждает эксперт.

Почему только пять?

В Казахстане на сегодня функционируют 20 управляющих инвестиционным портфелем, а доверительное управление пенсионными активами осуществляют лишь пять из них. Больше всего пенсионных активов у Jusan Invest – 4,7 млрд тенге. Две компании представлены от группы Halyk – Halyk Finance и Halyk Global Markets (2,73 и 2,79 млрд тенге соответственно). Под управлением BCC Invest находится 2,13 млрд тенге пенсионных активов. Меньше всего пенсион-

ных денег у «Сентрас Секьюритиз» – чуть меньше 1 млрд тенге. Для управления пенсионными активами УИП должны соответствовать определенным пруденциальным нормативам – обладать достаточным собственным капиталом, так как низкую доходность по пенсионным активам УИП должны компенсировать из собственного капитала. По действующим нормативам минимальный размер собственного капитала (МРСК) для управляющих пенсионными активами составляет не менее 1 029 000 месячных расчетных показателей (в 2023-м – 3,6 млрд тенге). Сегодня данному критерию соответствуют девять из двадцати управляющих компаний, включая пять действующих управляющих пенсионными активами.

Остальные четыре компании не спешат заключать договор с ЕНПФ. «Видимо, не все видят для себя возможности в части управления пенсионными активами», – рассуждает Дамир Сейсебаев. Он добавляет, что UD Capital рассматривает возможность участия в управлении пенсионными активами.

Отметим, что для действующих УИП участие в управлении пенсионными активами не является основной деятельностью. Совокупный объем комиссионных от инвестиционного дохода по пенсионным активам за девять месяцев 2023 года составил 62,4 млн тенге, это всего 1,7% от общего объема комиссионных доходов данных

компаний. Больше всех на пенсионных активах с начала года заработал Halyk Global Markets – 24,3 млн тенге, это 80,3% всех комиссионных УК. Но это скорее исключение, так как Halyk Group планирует сосредоточить бизнес по управлению пенсионными активами на базе более крупной компании – Halyk Finance. По остальным компаниям доля комиссионных от инвестиционного дохода по пенсионным активам в общем объеме комиссионных доходов варьируется в пределах 0,2–6,4%.

Требования государства к УИП в ближайшее время могут измениться. Соответствующий проект постановления Агентства по регулированию и развитию финансового рынка РК был выставлен на публичное обсуждение

месяцем ранее. Проект предусматривает снижение МРСК до 440 тыс. МРП. Данное изменение расширяет круг потенциальных управляющих до 15 компаний.

«На мой взгляд, максимальное количество УИП сейчас может доходить до семи-восьми, то есть еще максимум два-три игрока могут получить соответствующую лицензию. Из крупных игроков в сектор УИП могли бы еще зайти «Фридом», Forte и Kaspi – только они могли бы серьезно повлиять на расклад сил. А в случае с «Фридомом» и Kaspi (учитывая силу брендов и наличие доступа к большой клиентской базе) – оттянуть на себя значительную часть пенсионных активов», – считает Мурат Кастаев.

Сейчас обсуждается также возможность применения для

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

УИП рыночных бенчмарков, отдельных стратегий (консервативные, умеренные, агрессивные) с учетом потребностей клиентов, что в будущем позволит провести дифференциацию среди управляющих компаний для потенциальных клиентов с учетом их стиля инвестирования, чтобы они не отталкивались только от бренда УИП и доходности, пишут аналитики BCC Invest.

Пенсионные активы ЕНПФ на 1 ноября 2023 года, млрд тенге



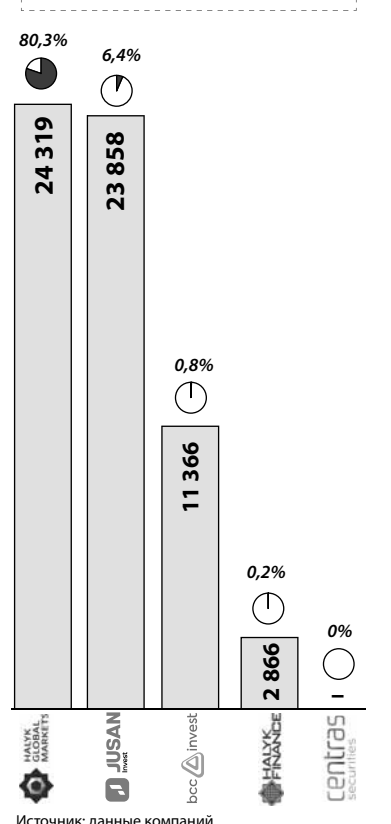
под управлением BCC Invest составила 10,24%, у Jusan Invest – 9,01%. Единственный игрок, который демонстрирует доходность ниже, чем у Нацбанка, – это «Сентрас Секьюритиз», доходность пенсионных активов с начала года составила 7,89%.

под управлением BCC Invest составила 10,24%, у Jusan Invest – 9,01%. Единственный игрок, который демонстрирует доходность ниже, чем у Нацбанка, – это «Сентрас Секьюритиз», доходность пенсионных активов с начала года составила 7,89%.

Комиссионные вознаграждения УИП от инвестиционного дохода по пенсионным активам

за 9 месяцев 2023 года

■ Сумма, тыс. тенге
● Доля в совокупных комиссионных доходах



многим управляющим компаниям, возможно, потребуются вливания в капитал, отмечает Адиль Табылдиев.

Экспертное сообщество считает, что государство сделало большой шаг в развитии пенсионного рынка и с течением времени все больше капитала будет переходить в частные УИП, что будет стимулировать конкуренцию и развивать финансовый рынок в целом. Переток пенсионных активов в частные УИП выгоден и для самого государства, так как с передачей пенсионных активов в управление частным УИП передается и ответственность за их доходность, указывают специалисты.

«Велико еще влияние советского прошлого, когда единственным способом управления сбережениями были вклады в сберкассах на сберегательных книжках, а пенсии выплачивались государством исходя из трудового стажа. Фондовому рынку Казахстана только 30 лет, а для развития культуры управления сбережениями и инвестирования в обществе нужно больше времени», – резюмирует зампред Halyk Finance.



Стратегия ядра и спутника

Можно ли переиграть рынок?



Борис КОЖУХОВСКИЙ,
финансовый консультант
ООО «LK Finance»

Согласно двадцатилетней статистике SPIVA (Standard and Poors Index vs Active), организация, которая уже двадцать лет ведет сравнение успешности активно управляемых фондов по сравнению с индексами, 95–97% активных фондов не могут обогнать индекс на 10-летнем и более временном горизонте. Однако, несмотря на это, человек такое существо, которое верит в то, что вдруг ему повезет и именно ему удастся переиграть рынок или он сможет выбрать именно тот фонд из этих 3–5%.

Если есть спрос – значит есть предложение. Даже управляющие компании, основные провайдеры индексных фондов и ETF, создают продукты, которые

цый и облигаций. И такое ядро составляет 80% или даже 90% от стоимости всего портфеля. К долям вернемся чуть позже. При этом сохраняется принцип стратегического распределения активов, то есть заранее определяется доля каждого основного актива в зависимости от риск-профиля клиента и его инвестиционного горизонта. Затем решается, где и как будут включаться спутники.

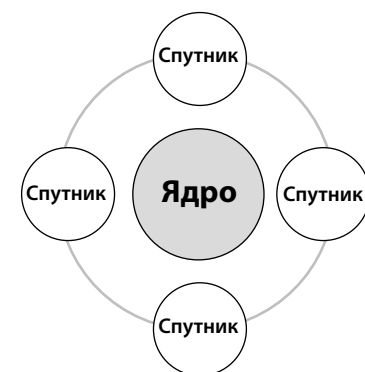
Обычно спутниками являются инструменты, дающие потенциально более высокую доходность, но при большей волатильности. Хотя зачастую они могут обладать низкой корреляцией с активами из ядра, что будет обуславливать результаты, отличные

ному росту капитала. Заставляя считать, что только активные шаги могут дать положительный результат.

Поэтому если хочется активных действий, то стратегия ядра и спутника лучше всего для этого подходит. Ядро – это основа портфеля, его незыблемая долгосрочная часть. А спутники – это пространство для удовлетворения собственных инвестиционных идей, спекуляций и погони за высокой прибылью.

Как делить?

Доля между спутниками и ядром индивидуальна. Зависит она от толерантности к рискам, финансовых возможностей, желания погружаться в данную тематику, затрат времени, в конце концов. Со временем эта пропорция может меняться как в одну, так и в другую сторону. Кто-то достигает успехов и, получив результаты выше рынка на своих временных горизонтах, начинает увеличивать активные операции. Кто-то, наоборот, не достигнув ожидаемого повышения доходности, переводит портфель на полностью индексную составляющую.



Народный процент

Как менялась доля физлиц в IPO госкомпаний

«Курсив» проследил, как складывалось распределение акций между типами инвесторов в первичных размещениях четырех национальных компаний и какие из этих IPO стали более «народными».

Айгерим КУЛЬМУХАМЕДОВА

Программу, в рамках которой на фондовый рынок РК выводились крупнейшие национальные компании, а население республики получало возможность купить их акции, назвали «Народное IPO». Слово «народное» предполагало, что право на покупку акций получают только казахстанские инвесторы. С момента запуска госпрограммы в 2012 году на биржу вышли «КазТрансОйл», KEGOC, «Казатомпром» и «КазМунайГаз».

В IPO только своим

В рамках первых двух размещений акции «КазТрансОйла» и KEGOC распределились только среди казахстанских инвесторов.

KazTransOil

По итогам IPO-дебюта госпрограммы в 2012 году подавляющее большинство акций – 79,1% – досталось 34 тыс. казахстанских розничных инвесторов. Еще 20,4% размещаемых акций «КазТрансОйла» отошло накопительным пенсионным фондам, 0,5% – маркетмейкеру. Заявки от физлиц до 7 млн тенге и маркетмейкера удовлетворены полностью, от НПФ – на 15,3%. «КазТрансОйл» привлек в рамках IPO 27,89 млрд тенге, из них 22,044 млрд – от местных частных инвесторов.

KEGOC

Доля местных розничных инвесторов на следующем IPO, компании KEGOC, снизилась до 72,2% – суммарно эта группа приобрела 18,77 млн акций. ЕНПФ приобрел 26,3% акций, а маркетмейкер в лице Nalyk Finance – 1,5%. Активные заявки от физических лиц, поданных с 41 тыс. лицевого счетов, и маркетмейкера были удовлетворены полностью. Заявка ЕНПФ, по расчетам редакции «Курсива», была удовлетворена на 49,4%. Объем размещения достиг 13,13 млрд тенге, из них 9,474 млрд – за счет инвесторов – рядовых казахстанцев.

Иностранный инвестор – тоже народ

И хотя в своем изначальном виде «Народное IPO» не предусматривало продажу размещаемых акций иностранным инвесторам, уже в рамках третьего по счету «Народного» IPO» акции

казахстанской компании «Казатомпром» в 2018 году смогли приобрести иностранцы. И не 5 или 10% от размещаемого объема, а больше половины. «Казатомпром» тогда размещался параллельно и на Астанинской международной бирже AIX, и на Лондонской фондовой бирже LSE.

Доля иностранных инвесторов составила 52,5%, в то время как и юридическим, и физическим казахстанским лицам досталось 47,5% акций (33,3% акций досталось ЕНПФ, 14,2%, или 5,5 млн штук, – 2,7 тыс. розничных инвесторов). Большая часть акций распределилась среди иностранцев еще и потому, что с их стороны наблюдался повышенный спрос – он превышал спрос казахстанских физ- и юрлиц в 2,5 раза.

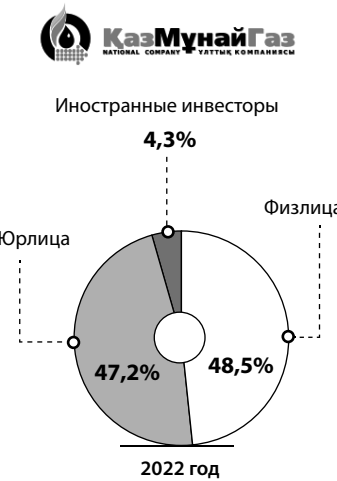
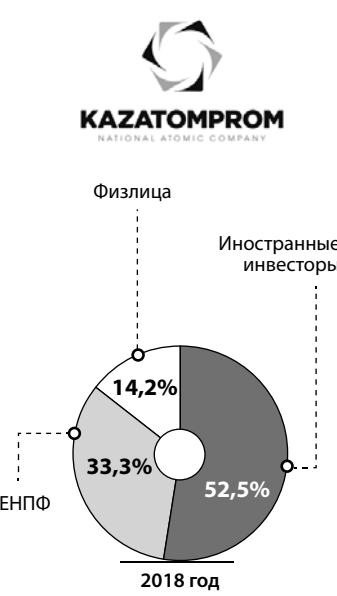
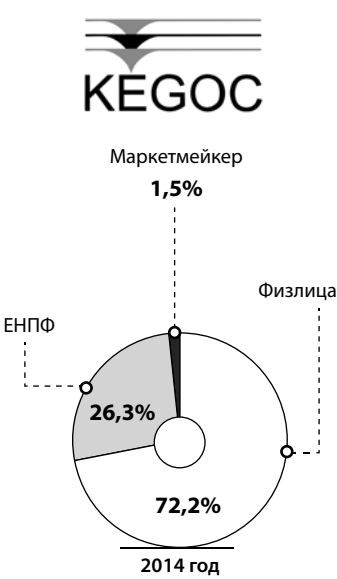
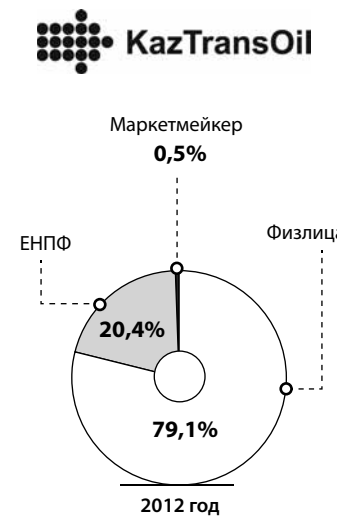
При этом принцип приоритетности казахстанцев при формировании книги заявок на IPO «Казатомпрома» оставался. Это видно по объему удовлетворенных заявок от инвесторов: казахстанским физ- и юрлицам акции были переданы в полном запрашиваемом объеме на общую сумму в \$214,3 млн, а заявки иностранцев были удовлетворены лишь на 43%. Размер IPO составил \$451 млн, из них казахстанские частные инвесторы вложили \$64,3 млн.

Последнее на данный момент IPO в рамках госпрограммы проводилось только на казахстанских торговых площадках KASE и AIX. Тем не менее в преддверии выхода «КазМунайГаза» на фондовый рынок СПБ биржа также заявила о скором начале торгов этими акциями. Первый торговый день там совпал с началом торгов акциями на территории Казахстана, 8 декабря.

Доля казахстанских розничных инвесторов в рамках первичного размещения КМГ составила 48,5% (8,88 млн акций на общую сумму 74,6 млрд тенге). Доля казахстанских юрлиц в рамках этого размещения была чуть меньше – 47,2%, оставшаяся часть акций в 4,3% досталась иностранцам, в том числе юрлицам. Приоритет при формировании книги заявок отдавался резидентам Казахстана – заявки от этой группы инвесторов удовлетворены в полном объеме, в отличие от казахстанских юрлиц. КМГ привлек финансирование на 153 млрд тенге.

Точное количество казахстанских розничных инвесторов не называлось, однако всего в IPO приняли участие 68,8 тыс. инвесторов. При этом 99,07%, или 128,7 тыс. удовлетворенных заявок, приходится на физлиц РК. Остальные типы инвесторов – физлица-нерезиденты и юрлица в РК и за ее пределами – коллективно подали 1208 заявок, что дает право предположить, что местных розничных инвесторов на IPO было около 67,6 тыс.

Распределение акций в рамках IPO между инвесторами



Источник: KASE

инвесторы могут включать в свои портфели для повышения потенциальной доходности своих инвестиций над рыночной.

Такое комбинирование подходов позволяет сохранить преимущество низких расходов, диверсификации и низкой относительной волатильности индексов, с потенциалом большей доходности активного управления.

Эта стратегия была разработана двумя американскими экономистами – Фишером Блэком и Джеком Трейнором. К этому их побудила теория эффективного рынка Юджина Фармы, которая говорит, что так как все инвесторы имеют одинаковый доступ к информации о публично торгуемых акциях компаний, то на эффективном рынке эти данные уже включены в цены всех акций.

И таким образом, переиграть рынок, если он эффективный, не представляется возможным. Но Блэк и Трейнор обнаружили, что некоторые акции могут генерировать избыточный доход, и в результате появилась теория о «ядре и спутниках». Ту часть портфеля, которая является «ядром» и отражает широкий рынок (чаще всего он является эффективным), крайне тяжело превзойти на длительном горизонте. Но существуют менее эффективные рынки, активы на которых могут торговаться ниже своей справедливой стоимости в краткосрочном или среднесрочном горизонте и которые могут дать повышенную доходность. Они и будут «спутниками».

Можно сказать, что стратегия «ядра и спутников» признает фундаментальные различия между индексным и активным подходом и комбинирует лучшие аспекты обоих методов.

Общий принцип

Иллюстративно стратегию можно представить так. В центре находится ядро – Солнце – долгосрочные относительно низкорисковые инвестиции. Сателлиты – планеты – потенциально более рискованные инвестиции, которые могут максимизировать доход или построить большую диверсификацию.

Основная цель данной стратегии – попробовать превзойти рынок. Ядро – обычно это индексные фонды на широкий рынок ак-

от них. Они могут включаться как краткосрочные инвестиции, как тактические идеи или быть в составе портфеля на длинном горизонте.

Вариантов того, чем могут быть спутники, множество. Вот несколько из них:

Вариант 1. Спутники – это фонды в тех же самых категориях активов, но только активного управления. Допустим, что общая аллокация портфеля – это 60% акций и 40% облигаций. И ядро составляет 80%. Тогда на выходе мы все равно получаем общую аллокацию в 60/40, только 80% инвестируется через индексные фонды, а 20% – через фонды активного управления.

Вариант 2. Спутники – такие же индексные фонды, но на отдельные сектора или страны. Например, на компании оборонной промышленности или биотехнологий. Или на спекулятивные облигации или облигации в какой-то специфической валюте. Или фонды с плечом и инверсные фонды. Или даже отдельные акции или облигации.

Вариант 3. Использование как первого, так и второго способа.

На мой взгляд, определяющим критерием является то, что спутники чаще всего включаются на краткосрочном периоде, когда инвестор видит какую-то перспективную в его понимании инвестиционную идею.

Иногда краткосрочные операции на рынке связаны с психологией, а не с финансами. Часто инвесторы хотят, чтобы в их портфелях постоянно что-то происходило, было какое-то движение, какие-то операции по покупке и продаже. Часто это стереотип, навязанный фильмами, СМИ и YouTube. Как показывает моя 16-летняя практика работы на финансовых рынках, самое тяжелое – это ничегонеделание. Пассивное наблюдение. Особенно в наш век интернета, блогеров и инвестиционных гуру из Инстаграма с историями про 100% доходности. Я могу это с уверенностью сказать как по собственным инвестициям, так и по поведению клиентов.

Человеческая натура часто действует против инвесторов, заставляя их торговать и искать дополнительную кратковременную прибыль в ущерб долгосроч-

на мой взгляд, разумной начальной пропорцией является 90/10, где 90% – это ядро из индексных фондов.

Для глобального рынка пример инвестиционного портфеля может быть таким:



Где 90% – это фонд акций всего мира и смешанный фонд облигаций в долларах, разделенный в пропорции 55/45. А три спутника – это два секторальных индексных фонда акций, например биотехнологий и оборонного сектора, и один фонд акций отдельной страны, допустим, Индии*. Таким образом, общая аллокация активов в таком портфеле будет составлять 60% акций и 40% облигаций. 100% портфеля будет инвестировано в индексные фонды.

На мой взгляд, самое сложное в этой стратегии – это как раз выбор тех инвестиционных инструментов, которые, по мнению инвестора, смогут превзойти по своей доходности рынок. И главное – регулярное отслеживание этих инвестиций, так как активные инвестиции всегда это подразумевают.

Поэтому такая стратегия подходит тем, кто обладает необходимыми знаниями или готов полагаться на мнение финансового специалиста, хочет некоторой активности в своем инвестиционном портфеле, верит в то, что сможет переиграть рынок и готов регулярно уделять свое время на контроль за активной частью.

Остальным, кто просто хочет постепенно создать свой капитал с доходностью, соответствующей рынку, можно рекомендовать портфель из индексных фондов с ежегодной ребалансировкой.

*не является инвестиционной рекомендацией. Распределение приведено только в качестве примера.



Kursiv Research

Аналитика республиканского делового еженедельника «Курсив»

Отраслевая аналитика Казахстана и Центральной Азии



Kursiv Research Ratings

Отраслевые, нишевые и региональные рейтинги по ключевым финансовым и операционным показателям



Kursiv Research

ЦЕНТР СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Всестороннее изучение общественного мнения

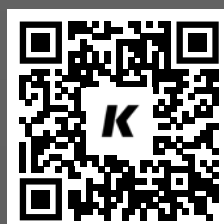


Kursiv Research Report

Комплексные обзоры рынков, регионов и направлений, бизнес-кейсы



Наведи камеру телефона на QR-код и перейди на страницу Kursiv Research



Мимикрия под высший сорт

Какие казахстанские бренды столкнулись с подделкой своих товаров

> стр. 1

Но по действующему законодательству проводить проверки можно только после обращения правообладателя. При этом правообладатель должен самостоятельно провести сравнительный анализ и предоставить доказательства продажи подделки в магазине (чеки, патент на товарный знак, фотографии подделки). Получается, что небольшой ларек на окраине города может торговать подделкой до тех пор, пока об этом не узнает владелец бренда и не обратится в соответствующие госорганы.

И даже обращение правообладателей не всегда гарантирует наказание мошенников. Последние три года руки сотрудников департаментов были связаны мораторием на проверку объектов МСБ (вступил в силу в январе 2020 года).

В Министерстве юстиции «Курсиву» рассказали, что с 2020 по 2022 год проверки практически не проводились. Для сравнения: в 2019 году было проведено 277 проверок, выявлено 237 правонарушений (речь идет не только о казахстанских брендах, но и о нарушении права на использование товарного знака в целом). Из гражданского оборота изъято 31 тыс. единиц контрафактной продукции на общую сумму более 22 млн тенге. Сумма штрафов составила 14 млн. В период же с 2020 по 2022 год проверили всего 16 субъектов.

С начала 2023 года мораторий был продлен еще на год, но с поправкой: проводить проверки можно при наличии существенных доказательств нарушения. С начала года органами юстиции проведено 113 проверок субъектов МСБ, выявлено 100 нарушений. Возбуждено 100 административных дел. В виде штрафов в бюджет поступило около 8 млн тенге. Было изъято более 25 тыс. единиц контрафактной продукции на общую сумму около 47 млн тенге.

Большинство проверок связано со случаями подделок мировых брендов. Наиболее часто в этом году в Казахстане выявляли паленую продукцию Apple, Lego, Chanel, Louis Vuitton, Toyota (машинное масло), Levi's. Но и факты подделок отечественных брендов тоже отмечены. Так, в Алматы выявили подделки чая «Ассам» и «Наурыз».

Кз заменить на Uz

Чаще казахстанскую продукцию подделывают непосредственно в Казахстане для реализации на внутреннем рынке. Однако есть примеры, когда отечественные товары подделывали за границей: в Узбекистане было выявлено сразу несколько случаев продажи контрафактной муки под видом казахстанских брендов.

«Около восьми лет назад, когда мы активно присутствовали на рынке Узбекистана, наша мука там была в тренде и хорошо



Фото: Илья Ким

продавалась. Но на пике популярности нашего бренда мы то и дело стали получать от клиентов упреки, что качество стало хуже», – вспоминает генеральный директор карагандинского мукомольного комбината «Мутлу» Дос-Мукасан Таукебаев.

Выявить подделку смог сотрудник компании, который отправился в Самарканд. «Мы поняли, что это не наша продукция. Дело в том, что на наших мешках сбоку были цветные полоски в зависимости от сорта. Высший сорт – синяя полоска, первый сорт – красная, второй – зеленая. А те мешки были один в один как наши, но цветные полоски в них отсутствовали», – говорит бизнесмен.

По его словам, ситуация на соседнем рынке улучшилась после того, как они «подняли шум». Производители контрафакта залегли на дно. Но спустя несколько лет использовали прием товарной мимикрии и сделали узбекский «Мутлу». «Он с таким же логотипом, что и у нас, но картинка на этикетке другая. А значок бренда отличался одной буквой: нашу Kz заменили на Uz. Из-за этого мы им ничего предъявить не можем по закону», – объясняет Таукебаев.

Казахстанская мука в Узбекистане пользуется спросом у населения, в сознании потребителей закрепилось мнение, что она более качественная, поэтому мошенники там активно подделывают именно казахстанские бренды. «С этой проблемой

столкнулись не только мы. Практически все бренды казахстанских ведущих производителей муки, которые присутствуют на узбекском рынке, подделывали», – делится глава мукомольного комбината.

Таукебаев считает, что невозможно подсчитать вред, нанесенный имиджу компании – «Мутлу» потерял узбекский рынок. Контрафакт, правда, был не единственным фактором, повлиявшим на уход казахстанского бренда муки с узбекского рынка. Тогда же правительство РУз начало активно поддерживать свой внутренний мукомольный бизнес. «Оттуда многие ушли. Остались местные игроки и казахстанские компании, которые открыли в Узбекистане собственные мельницы, или те, что имеют там свои склады и точки прямых продаж. Тем самым они имеют возможность контролировать ситуацию на местах», – комментирует Дос-Мукасан Таукебаев.

Закосить под бренд

Регистрация товарного знака в Казахстане может затянуться на срок от семи месяцев, но это один из самых действенных способов для защиты товара отечественных производителей. Все названия брендов могут рассчитывать на защиту от государства. Но есть нюансы.

«В законодательстве, связанном с товарными знаками, существует такое понятие, как «неохраноспособные элементы». Это могут быть как слова, так и

с названием «Казахстан». На полках супермаркетов можно увидеть несколько вариантов коньяка «Казахстан», которые трудно отличить с первого взгляда от продукции завода «Бахус». Это наносит нам как материальный, так и имиджевый ущерб. Неоднократно в нашу компанию приходили обращения из разных городов с жалобами, мол, «раньше ваш коньяк был хороший, а теперь испортился». В ответ на это мы просим прислать фотографию этикетки. Нам присылают, и мы понимаем, что это коньяк другого производителя», – рассказывает Андрей Ганжа, коммерческий директор АО «Бахус». «Бахус» сталкивался не только с мимикрией бренда, но и со случаями откровенного мошенничества. «В основном это небольшие подпольные цеха, где разливают в пустые бутылки из-под нашей продукции негодную жидкость и продают ее на рынках, в небольших магазинчиках у дома. Это, безусловно, наносит вред нашему бренду, но прежде всего это несет реальную опасность для жизни потребителей», – говорит Ганжа. В основном, по его словам, это делают для внутреннего рынка. Потому что вывезти такую продукцию за границу крайне сложно.

«Казахстан» – самый часто подделываемый бренд в линейке завода. «Он наиболее известен,

существует изображение герба РК. «Первое время мы выходили на производителей и просили их делать хотя бы немного отличающийся от нашего дизайн. Но потом, со временем, их стало так много, что мы перестали обращать на это внимание. Мы решили сфокусироваться на качестве своей работы. И нам это удается. В отличие от тех, кто нас копирует», – считает Айбек Есенов, руководитель ТОО «Первый часовой бренд Отан».

Есенов рассказывает о случаях, когда другие производители использовали фотографии с их часами для продвижения своей продукции, и о ценовом разбеге между стоимостью оригинального Отан и его подделки. «Цена на наши часы начинается от 160 тыс. тенге, это средний премиум-сегмент. А подделки стоят от 1000 тенге. Я сам видел на барахолке часы с таким же дизайном, как у нас, за 1500 тенге».

Что делают бренды?

Подсчитать убытки, которые понес бренд из-за продажи на рынке его подделок, казахстанские производители не берутся. Даже если оценить ущерб конкретной суммой, то отсудить компенсацию по использованию товарного знака будет очень сложно, отмечает юрист фирмы ARBIS. Поэтому большинство казахстанских компаний, чтобы сохранить репутацию, усиливают защиту от подделок и вкладываются в маркетинг.

«Мы используем импортную упаковку, и на каждой единице товара под прессом пропечатываем дату производства, которую мошенники подделать не могут. По этим характеристикам мы сразу отличаем нашу продукцию. И эту информацию стараемся донести до наших потребителей», – говорит финансовый директор мукомольной компании Dani Nan.

«Мы понимаем, что нам нужно работать над нашей стратегией продвижения. Каждый раз, когда нас кто-то подделывает или портит нашу репутацию товарами, внешне похожими на наши часы, мы понимаем, что нам нужно усиливать свой бренд. Давать больше рекламы, больше заявлять о себе, показывать, в чем наша уникальность и чем мы отличаемся от конкурентов», – добавляет представитель часового бренда Отан.

В компании «Бахус» решили сместить акценты и запустили одноименный с названием завода продукт. «Мы начали производство коньяков под названием «Бахус». Это долгосрочная программа, мы должны пройти заново весь путь сначала и познакомить нашего потребителя с новым брендом, который будет уже сложно подделать, так как на это название распространяется закон о защите интеллектуальной собственности. Мы понимаем, что с «Казахстаном» это у нас уже вряд ли получится, поэтому просто растим новый бренд», – поделился Андрей Ганжа.



Фото: otanwatches.com

изображения, являющиеся общепотребляемыми. К таким словам относятся Kz, «мол», «шоп», «строй», «авто» и другие. Или, например, слово «Казахстан» не может принадлежать кому-либо, поэтому это слово может использовать любой производитель», – объясняет старший юрист юридической фирмы ARBIS Малика Сейітқанова.

Именно к последнему примеру относится ситуация с популярным коньяком «Казахстан» от компании «Бахус». «Подвляющее большинство отечественных производителей коньяка имеют в своем портфеле продукцию

наиболее продаваемый. Он относится к среднему ценовому сегменту, который доступен большей части потребителей. Поэтому его и подделывают чаще остальных. Дорогие коньяки с выдержкой от 6 до 15 лет не подделывают, по крайней мере, мы не встречали таких случаев. Потому что их объем продаж невелик, это специфический нишевый продукт, который продается только в определенных местах», – отмечает спикер.

С мимикрией и подделками столкнулся и отечественный бренд Отан – производитель часов, в дизайне которого при-

Объявления

- ТОО «Khorog MABS», БИН 190840012049, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: обл. Жетысу, Панфиловский р-н, Пенжымский с/о, с. Қорғас, зд. 14. Тел. +7 747 171 73 03.
- ТОО «InvaTech», БИН 210940033349, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Абая, д. 11, кв. 80. Тел. +7 775 554 78 51.
- ТОО «АДФАТМ», БИН 220640045620, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, мкр. Аксай-4, д. 10, кв. 41. Тел. +7 777 307 5 307.
- ТОО «Компания Назик», БИН 061140002657, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Актау, мкр. 15, д. 56а, кв. 22. Тел. +7 777 231 43 11.
- ТОО «Каз Трейд Инвест», БИН 160140004047, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: Актюбинская обл., Хромтауский р-н, с. Дон, ул. С.Турлыбаева, д. 38а. Тел. +7 702 112 32 45.
- ТОО «Шанырак 2014», БИН 210540009133, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Е. Брусиловского, 28. Тел. +7 701 034 87 88.

- ТОО «ORDA DEVELOPMENT AEA», БИН 220840017395, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Ж. Жирентаева, зд. 15, 4-й этаж, 2-й кабинет.
- ОО «НКЗПП», БИН 200140014212, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, мкр. Аксай-4, д. 10, кв. 41. Тел. +7 777 307 5 307.
- ТОО «TRANS COAL KZ», БИН 190640023999, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: ул. М. Ауэзова, 53/1, оф. 302. Тел. +7 701 756 47 88.
- ТОО «ГазСтройКонтракт», БИН 211240011652, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, пр. Абая, д. 78. Тел. +7 701 550 81 27.
- ТОО «Юридическая контора «LJ&partners»», БИН 190140029964, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Төле би, д. 50, кв. 94. Тел. +7 777 107 70 80.
- ТОО «sodiq», БИН 230340003577, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Тараз, ул. С. Аккозиева, д. 193. Тел. +7 707 270 11 19.
- ТОО «Вауқонур66 (Байқонур66)», БИН 101040013133, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со

- дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, пр. Райымбека, 221/8. Тел. +7 747 37 91 257.
- ТОО «Домоуправление №1», БИН 211140012558, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: СКО, г. Петропавловск, ул. Шухова, д. 16, кв. 113. Тел. +7 771 541 81 09.
- ТОО «АЗАМАТ ДЭН», БИН 190540019461, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: Ақмолинская обл., Аршалынский р-н, с. Сараба, ул. Төле би, д. 21.
- ТОО «ТИКЕТОН», БИН 120440018546, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, мкр. 11, д. 13, кв. 38.
- ТОО «Alpha Co», БИН 160940004076, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Кошкарбаева, д. 34. Тел. +7 702 348 85 59.
- ТОО «Сервисный центр-Галеон», БИН 100840009366, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Аккум, д. 16. Тел. +7 702 518 56 04.
- ТОО «РАТСНОУЛЬ», БИН 170740005534, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, р-н Алматы, ЖК «Железнодорожный», ул. Иманак, 20. Тел. +7 747 485 15 71.
- ТОО «Айрус травел», БИН 190940020757, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Алматы, ул. Розыбакиева, д. 247/7, кв. 304. Тел. +7 707 595 55 50.
- ТОО «NINETY», БИН 130840013076, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: Казахстан, с. Туздыбастау, ул. Б. Момышулы, д. 27. Тел. +7 702 378 69 69.
- ТОО «SKY ENERGY», БИН 130140009394, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Мусрепова, д. 7/2, кв. ВП-1. Тел. +7 701 609 50 60.
- ТОО «Dos Print», БИН 180340000898, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Ш. Калдаяков, д. 11/5, кв. (офис) 314. Тел. +7 708 630 08 72.
- ТОО «GURESCIOGLU INSAAT», БИН 230640004982, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Ш. Калдаякова, д. 17, оф. 130. Тел. +7 707 358 62 32.
- ТОО «Kobo Export», БИН 201 040 010 348, сообщает о своей ликвидации. Претензии принимаются в течение двух месяцев со дня публикации объявления по адресу: г. Астана, ул. Анет баба, д. 126, кв. 87. Тел. +7 707 993 33 99.

LIFESTYLE

В следующем году горный курорт «Шымбулак» отмечает свое 70-летие. В чем будем отмечать – вопрос уже решен: на недавней Eurasian Fashion Week была продемонстрирована коллекция горнолыжных костюмов, где вспомнили почти все тренды «моды на склонах» с 1924 года и до наших дней. С 1924-го – потому что именно тогда, 100 лет назад, на зимних курортах начались модные перемены. Рассказываем, как это было.

Самира САТИЕВА

МОДА НА СКЛОНЕ



Фото: Emilio Pucci



костюмы. В 1925 году дизайнер открыл бутик, который так и назывался – «Спортивный уголок» (Le coin des sports), где каждая комната отводилась одному виду спорта: верховой езде, гольфу, плаванию, теннису, горным лыжам и прочим – и там была не только одежда, но и аксессуары. «Мои модели придуманы для занятий спортом», – говорил Жан Пату. – Я делаю одежду, на которую так же приятно смотреть, как и носить, и которая позволяет полную свободу движений... Спорт, как вы можете заметить, оказывает огромное влияние на моду для женщин, так, свитера сейчас столь же актуально носить вечером, как и днем».

Примерно в это же время Эльза Скиапарелли создает коллекцию Pour le Sport. Именно она начнет использовать вместо привыч-

ных крючков и пуговиц застежку-молнию, без которой сегодня сложно представить лыжную куртку. Эльза Скиапарелли, «эта итальянская художница, которая шьет одежду» (как ревниво говорила о ней Габриэль Шанель), оценила не только функциональность, но и дизайн новой застежки – она решила, что это красиво.

Жанна Ланвен в 1923 году запустила линию женской одежды Lanvin Sport: кроме купальников и одежды для гольфа и тенниса, модный дом выпускал комплекты для катания на лыжах.

А в конце 1940-х годов в мире моды появится новое имя – Эмилио Пуччи. Как сказано на сайте LVMH (бренд Emilio Pucci сегодня входит в знаменитый люксовый конгломерат), «его карьера началась крайне неожиданно на швейцарских горнолыжных ку-

рортах». Эмилио Пуччи, маркиз ди Барсенто, бывший летчик и прекрасный лыжник, спустился с горного склона в Швейцарии в комбинезоне своего авторства из эластичной ткани. По одной версии – его заметил модный спортсмен понадобилась новая модель пуховика – и Moncler ее создал. Потом она получит название «Непал» – и это одна из самых успешных моделей бренда. Практичная, удобная, яркая, с важной деталью – кожаными вставками на плечах для защиты ткани во время катания на лыжах. Ее преимущества оценят не только спортсмены: сегодня куртки Moncler можно увидеть и на горных склонах, и на городских улицах.

Модные горные технологии

Впрочем, лыжная мода – это тот самый случай, когда технологии имеют большее значение, чем дизайн.

В 1936 году предприниматель из Сиэтла Эдди Бауэр выпустил стеганую куртку с наполнением из гусяного пуха – Eddie Bauer Blizzard Down Jacket. Это изобретение со временем сильно облегчит жизнь горнолыжников.

В 1951 году мюнхенская компания Vogner, будущий законодатель моды для активного отдыха, представила эластичные (смесь шерсти и нейлона) лыжные штаны со штрипками. Эти облегчающие брюки не задирались вверх, прекрасно сочетались с разноцветными пушистыми мохеровыми свитерами, и вообще – в них лыжницы выглядели не только спортивно, но и сексуально. Бренды до сих пор время от времени возвращаются к этой модели – и она неизменно пользуется популярностью.

В 1952 году во Франции был основан люксовый бренд Moncler. Название – это сокращение от Monesteyre-de-Клермон, горной деревни неподалеку от Гренобля, у подножия французских Альп. По-настоящему, что бренд с таким именем не мог пройти мимо горнолыжной моды. Сначала он выпускал спальные мешки, палатки с наружным покрытием,

потом – одежду для альпинистов, а на зимней Олимпиаде в Гренобле в 1968 году Moncler стал официальным экипировщиком французской альпийской сборной по горным лыжам (кстати, она победила). Через четыре года спортсменам понадобилась новая модель пуховика – и Moncler ее создал. Потом она получит название «Непал» – и это одна из самых успешных моделей бренда. Практичная, удобная, яркая, с важной деталью – кожаными вставками на плечах для защиты ткани во время катания на лыжах. Ее преимущества оценят не только спортсмены: сегодня куртки Moncler можно увидеть и на горных склонах, и на городских улицах.

В 1959 году появился спандекс – он идеально подошел для пошива костюмов для соревнований.

В 1961 году в американском Аспене была создана компания Sport Obermeyer. А три года назад

этот курортный город торжественно отметил 100-летний юбилей ее основателя и одного из самых важных своих горожан Клауса Обермайера. Он родился в Баварии, и именно там, по легенде, в три года решил сделать себе первые лыжи – из ящика из-под бананов. Через год ему подарили на Рождество настоящие лыжи – норвежской марки «Эриксон».

За свой 100-летний «лыжный стаж» Обермайер сделал очень много для этого вида спорта: ему принадлежит идея скитопов (двойных креплений), первых зеркальных очков и пр. А однажды он решил заняться лыжными костюмами. Считается, что его к этому подтолкнули погодные условия в «Солнечной долине», где он работал лыжным инструктором: ученики, испугавшись низкой температуры, отказались от тренировки. Клаусу Обермайеру надо было придумать подходящую одежду – и он это сделал. Быстросохнущие нейлоновые рубашки, водолазки на молнии, и, конечно, использование изобретения Эдди Бауэра – стеганых пуховиков, – этим лыжники обязаны Клаусу Обермайеру. Его компания Sport Obermeyer стала мегапопулярной, и основную прибыль всегда приносила горнолыжная экипировка.

В 1970-х появились первые коллекции одежды из нового материала Gore-Tex – и это была революция, которую, впрочем, не сразу заметили. Примерно тогда же в горнолыжную моду войдет флис.

Новый век принесет на склоны еще иннова-



Фото: Moncler



Фото: Eurasian_fashion_week



Фото: Eurasian_fashion

ции: материалы Soft Shell, влагонепроницаемые швы, нижнее белье и носки без швов, системы электрообогрева и т. д. и т. п.

Все это время параллельно с технологической на горных склонах развивалась другая история – fashion, гламура и стиля après-ski (с французского – «после лыж»). Высокая мода, Haute Couture, добралась до вершин и не собирается покидать их. Christian Dior, Balenciaga, Gucci, Prada, Miu Miu, Chloe, Balmain – список можно продолжать. При этом модные журналы советуют не стесняться и носить горнолыжную экипировку «далеко за пределами трассы».

ТИКЕТОН

03 ФЕВРАЛЯ 20:00
ALMATY ARENA

JASON DERULO

Форум Q-Vision
Almaty Arena, 10 декабря

Ратович. Новогодний сезон в Алматы
Дворец Республики, 8 декабря, 20:00

Балет «Щелкунчик» с участием труппы Balletto Nazionale Italiano в Алматы
Almaty Theatre, 13–14 декабря

Akon в Алматы
Almaty Arena, 15 декабря, 20:00

ТИКЕТОН

Новый год с BN Team Orchestra в Алматы
Дворец Республики, 22 декабря, 20:00