

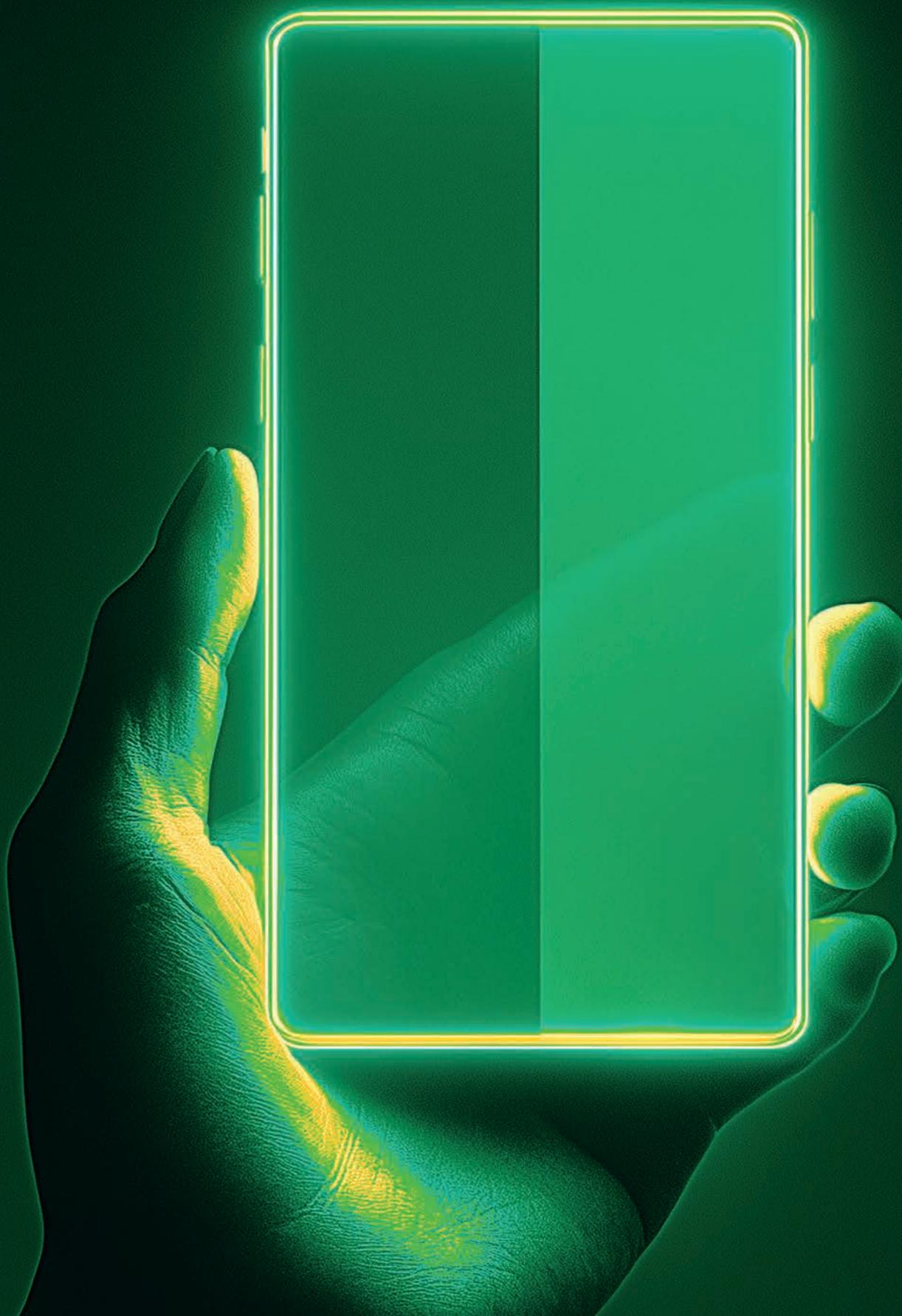
Октябрь 2024 г.

# ВСЕ, ВЕЗДЕ И СРАЗУ

Какой вклад в нацэкономику Казахстана вносит развитие цифровых экосистем?

Приложение к республиканскому деловому еженедельнику «Курсив»

**КУРСИВ** | GUIDE



# K Kursiv Research

Аналитика республиканского делового еженедельника «Курсив»

Отраслевая аналитика Казахстана и Центральной Азии

**K** Kursiv Research Ratings  
Отраслевые, нишевые и региональные рейтинги по ключевым финансовым и операционным показателям

**K** Kursiv Research ЦЕНТР СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
Всестороннее изучение общественного мнения

**K** Kursiv Research Report  
Комплексные обзоры рынков, регионов и направлений, бизнес-кейсы

+4,01%  
+2,90%  
+1,81%  
+0,06%



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



Александр Левин,  
редактор «Курсив Guide»

## В центре цифрового ВНИМАНИЯ

Весной 2024 года вышел новый отчет Global Digital 2024, в котором собраны все ключевые цифры по интернет-потреблению из самых разных источников. Как web 2.0 изменил пользовательское поведение и при чем здесь экосистемы?

Начнем с того, что в 2024-м на Земле проживает 8,08 млрд человек. За последний год население увеличилось на 0,9%, или 74 млн человек. Растет общее количество людей – увеличивается и потребление планеты пользуются интернетом. Общее число интернет-пользователей в мире, по последним данным, составляет 5,35 млрд.

По данным GSMA Intelligence, 69,4% людей в мире используют мобильные устройства. С начала 2023 года общее количество пользователей мобильных устройств выросло на 138 млн (+2,5%). При этом консалтинговая компания Kerios отмечает, что количество профилей пользователей соцсетей превысило отметку в 5 млрд, что эквивалентно 62,3% населения планеты.

### Что люди делают в интернете?

Во всех возрастных группах популярны чаты и мессенджеры: 94,7% пользователей интернета в возрасте от 16 до 64 лет говорят, что они заходили хотя бы на одну из таких платформ в последние 30 дней. Социальные сети не сильно отстают: 94,3% пользователей заявили, что использовали хотя бы одну из соцсетей в прошлом меся-

це. Поисковые системы занимают третье место: чуть более четырех из пяти респондентов (80,7%) сообщают, что ежемесячно используют Google и Bing.

Среднестатистический человек тратит на общение в интернете немногим меньше, чем на оплачиваемую работу (в среднем до четырех часов в день, по расчетам профессора Барнард-колледжа Даниела Хамермеша).

Социальные сети из площадок для общения и самовыражения давно эволюционировали в высокотехнологичные платформы с искусственным интеллектом, возможностями для электронной коммерции, групповых видеозвонков и денежных переводов. Теперь вокруг них выстраиваются экосистемы, охватывающие практически все стороны человеческой жизни.

Цифровыми экосистемами становятся также и банки, и образовательные учреждения, и даже правительственные сервисы. Эксперты McKinsey считают, что 71% потребителей во всем мире готовы к интегрированным экосистемным предложениям, а экономика экосистем может обеспечить глобальный объем доходов в размере \$60 трлн уже в 2025 году. Разбираемся, как все это работает.

# Другой опыт

Мы думаем иначе, по-другому принимаем решения, покупаем, продаем и общаемся между собой

Никакие исторические инновации не меняли нашу жизнь с такой скоростью, с какой ее меняют цифровые технологии. Разнообразными цифровыми продуктами за последние 22 года охвачено больше половины живущих на Земле людей. И этот показатель будет неуклонно расти. Нужно отметить, что в ООН убеждены, что новый цифровой мир может стать более равноправным, снизить уровень нищеты и детской смертности, сделать людей умнее. До повсеместного внедрения гуманистических идеалов пока, к сожалению, далеко, однако бизнес, к примеру, начал «разговаривать» с людьми по-другому. Один из способов этого нового диалога – цифровые экосистемы. Тенденция к объединению продуктов, товаров и услуг разных брендов на одной цифровой платформе отвечает основным стандартам маркетинга 4.0.

Александр ЛЕВИН

## Вас много, нас много, всех много

В биологии понятие «экосистема» означает сосуществование нескольких разных по природе друг друга, делают окружающее пространство более привлекательным, эффективным и безопасным. В экономику эту мысль в начале 90-х привнес бизнес-консультант Джеймс Мур. Компании, продукты или услуги, заявил он, не могут работать порознь – они так или иначе являются частью какой-либо системы.

Экосистемы в бизнесе – это гибкие, динамичные и постоянно развивающиеся совокупности продуктов, услуг и сервисов, которые создают принципиально новый опыт через сотрудничество и здоровую конкуренцию. Последняя, к слову, согласно анализу Deloitte, отходит на второй план.

В качестве наиболее показательного и успешного мирового примера бизнес-экосистемы можно привести компанию Apple. Она построила единое пользовательское пространство для владельцев своих устройств, дав им

беспроводный доступ ко множеству услуг: Apple TV, iTunes, Apple Pay и Apple Card. По прогнозам McKinsey, к 2025 году около 30% корпоративного дохода в мире будут генерировать цифровые экосистемы для бизнеса.

Любая цифровая экосистема задействована в нескольких рыночных сегментах. Нужно это помимо всего прочего для того, чтобы эффективнее распознавать изменения рынка: новые привычки клиентов, новые типы коммуникаций, новые инструменты и стратегии конкурентов. Компании консолидируют усилия и тогда начинают расти, опережая динамику рынка.

Экосистема бывает трех типов: горизонтальная, вертикальная и гибридная. Разберем на примерах. Горизонт – это Ozon или Wildberries, вертикаль – маркетплейс Nalyk, гибридной можно назвать модель Kaspi, потому что кроме ключевого продукта фаундера там есть и предложения от компаний, с площадкой никак иначе не аффилированных. Но самое главное – это сопутствующие продажи и услуги, получение которых лет 10 назад нельзя было даже представить себе в одном пространстве. Например

– продажа автомобиля с оформлением кредита в банке-партнере.

## Из чего состоит экосистема?

Конкретный набор функций (заказ, предзаказ, выбор, фильтрация, доставка и оплата, возврат и т. д.) и продуктов (интернет-магазин, сервис бронирования, банкинг, служба обратной связи) цифровой экосистемы различается в зависимости от задач и приоритетов. Компоненты объединяются единой технологической платформой, которая обеспечивает их интеграцию. Важный признак цифровой экосистемы – доступ через технологию единого входа, то есть работа под одной учетной записью во множестве сервисов. Так, общий ID для разных приложений используют компании Microsoft, «Яндекс», Google, Apple.

В классификации цифровых платформ отдельно выделяется любопытный подтип – отраслевые цифровые платформы, круг участников которых включает участников бизнес-процессов конкретных отраслей: производственные, торговые и сервисные компании, их заказчиков,

а также государственные регуляторные службы. В технологическом плане отраслевые цифровые платформы представляют собой информационные системы для накопления, обмена и управления данными в структурированном виде. (Более подробно обо всех типах цифровых экосистем см. «Империю замкнутого цикла».)

Экосистемный подход, говорят эксперты, играет ключевую роль в развитии бизнеса, позволяя закрыть максимум потребностей клиента в рамках одного цифрового продукта. Выбор и покупка товара, доставка, банкинг и программа лояльности – в одном приложении. Это, к слову, позволяет значительно снизить количество внешних интеграций, уменьшить число точек отказа, которые бизнес не контролирует.

Кроме того, благодаря гигантскому количеству функционала экосистема позволяет собирать более детализированные данные о действиях пользователя и делать ему персонализированные предложения. Цифровая экосистема ориентирована на пользовательский опыт – на его изучение, анализ и улучшение.

### Цифровая бизнес-экосистема:

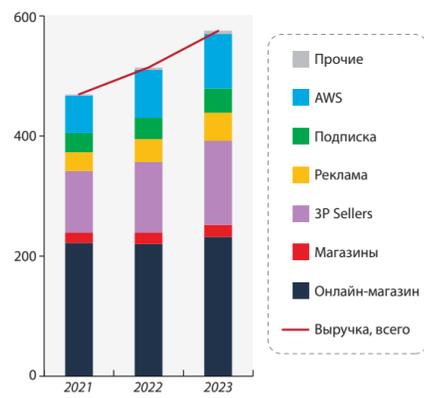
- значительно повышает конкурентоспособность всех ее участников;
- генерирует прибыль от нетрадиционных для определенных участников видов деятельности;
- увеличивает базу пользователей того или иного продукта, товара или услуги;
- снижает издержки на привлечение новых клиентов.



# Империи замкнутого цикла

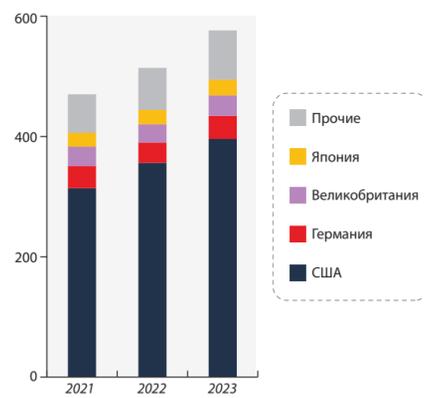
## Можно ли давать прогнозы по трансформации модели цифровых пространств в мире и Казахстане?

Выручка Amazon в разрезе основных сегментов, \$ млрд



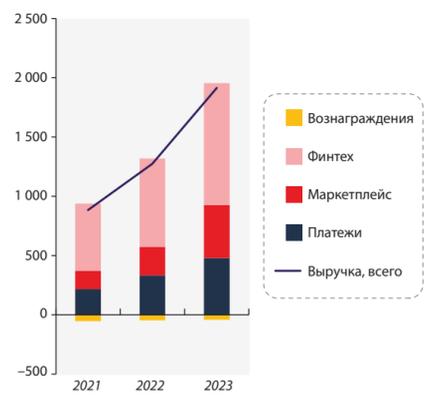
Источник: Amazon Inc.

Выручка Amazon в разрезе основных рынков, \$ млрд



Источник: Amazon Inc.

Выручка Kaspi Group в разрезе основных сегментов, млрд тенге



Источник: Kaspi Group

Kursiv Research, опираясь на международные практики и казахстанский опыт, рассказывает, как появились цифровые экосистемы и как они вписались в глобальную экономику.

Сергей ДОМНИН

### Клиент под микроскопом

Пять ключевых характеристик цифровой экосистемы выделяет основатель портала о цифровой экономике MoreThanDigital.info Бенджамин Талин, который оказался в числе первых обозревателей, обративших внимание на этот формат организации бизнеса. Во-первых, экосистема клиентоцентрична – она стремится изучить поведение клиента, чтобы предложить ему персонализированный набор услуг и адаптировать сервис под его модель принятия решений о покупке.

Вторая черта – поскольку вся информация в системе оцифрована, решения в цифровой экосистеме принимаются на основе анализа данных. В-третьих, процессы в экосистеме автоматизированы, что позволяет максимизировать отдачу от масштаба и оптимизировать затраты на продвижение новых продуктов. Кроме того, такая экосистема по определению глобальна: онлайн-платформу проще масштабировать, преодолевая географические и языковые барьеры. Пятое свойство – динамичность: цифровая экосистема быстро реагирует и приспосабливается к изменениям внешней среды.

Талин говорит о трех типах цифровых экосистем. Первый – функциональные: это закрытые системы, построенные вокруг существующего продукта. В функциональных системах ограниченное число участников, их задача – улучшить этот главный продукт. Примеры таких систем можно найти в автопроме.

Второй тип – платформенные цифровые экосистемы, которые отличаются открытостью, многомиллионной армией участников и многообразием предлагаемых клиентам продуктов. В качестве примера Талин приводит Google Home – платформу, через которую взаимодействуют

разработчики и производители, а конечные потребители могут управлять «умным домом» через одно приложение.

Третий тип – суперплатформы. Эти экосистемы самые сложные, объединяют продукты из разных отраслей. Примеры суперплатформ – Apple, Google, Amazon, Tencent. Важным элементом таких цифровых экосистем зачастую являются суперприложения, которые обеспечивают единую точку доступа клиента ко всем предложениям. Наиболее ярко эта функция реализована в китайском приложении WeChat (принадлежит Tencent), который открывает клиентам доступ к платежным сервисам, маркетинговым, стримингу, онлайн-играм и даже телемедицине.

### Что в ядре?

Цифровые экосистемы появляются по-разному.

В одних случаях компании ядра нарождающейся экосистемы приобретают более мелких технологических игроков, усиливающих их основную функцию (кейс PayPal).

В других – развивают дополнительные сервисы самостоятельно либо создают партнерства, как канадский Shopify и израильский Yotpo. «Подключив Yotpo к своему магазину Shopify, вы сможете генерировать и использовать отзывы клиентов, визуальный маркетинг, планы подписки, программы лояльности и рефералов для укрепления доверия, привлечения трафика и повышения конверсии и LTV» – так видят эффект от интеграции для продавца маркетплейса в Yotpo.

Наиболее известная экосистема – Amazon – появилась в 1994 году, как часто бывает с американскими стартапами, в гараже. Его основатель Джеффри Безос, 30-летний вице-президент хедж-фонда, отвечавший в нем за математи-

### Группа сервисов экосистемы Amazon



Источник: Amazon Inc., MoreThanDigital

Цифровая экосистема – одновременно хорошо знакомое каждому обывателю явление и малоизученная научная проблема. Исследователи антимонопольной политики сфокусированы на изучении отдельных элементов большой картины (таких как маркетплейсы или платежные системы), а на системный анализ пока отваживаются лишь отдельные отраслевые авторы.



Фото: Shutterstock/facetrack

ческое моделирование, зафиксировал рост интереса к недавно появившемуся интернету и решил открыть книжный онлайн-магазин. Стартовать без ошибки в заголовке не удалось: название магазина Cadabra – Безос хотел напустить волшебства и загадочности – клиенты на слух воспринимали как «кадавр», поэтому в 1996-м компанию переименовали в Amazon: продажи книг должны были стать такими же огромными, как южноамериканская река. Лишь в 2001 году компания начала генерировать прибыль. С рентабельностью у Amazon до сих пор не все в порядке: после рекордной прибыли в \$33 млрд в 2021-м, в 2022 году компания получила убыток в \$3 млрд.

Amazon часто называют экосистемой экосистем: это многослойное поле взаимодействия поставщиков решений, потребительских товаров и сервисов, интегрированных между собой. Сегодня экосистема Amazon включает в себя сотни продуктов: от маркетплейса и облачной платформы AWS до игрового стриминга Twitch и читалки Kindle – одного из немногих продуктов, которые позволяют связать сиэтлский гараж 1994 года и глобальную компанию с двухтриллионной капитализацией 30 лет спустя.

По итогам 2023 года в росте выручки Amazon (+12%, до \$575 млрд) участвовали все крупные сегменты бизнеса, выделяемые в финансовой отчетности, – и онлайн-магазин, на

который приходится до 40% всех продаж компании, и физические магазины, и тот сегмент маркетплейса, который реализует товары третьих сторон, и подписка на сервисы, и реклама, и облачный AWS.

### Особый путь

В Казахстане словосочетание «цифровая экосистема» до недавнего времени ассоциировалась лишь с одним брендом – Kaspi. Выросшая из банка, экосистема Kaspi сегодня включает платежную систему, маркетплейс, рекламную площадку, компанию в сфере онлайн-туризма и e-grocery. Сама компания выделяет в своей отчетности три ключевых сегмента: платежную систему, маркетплейс и финтех. Во всех этих сегментах в последние годы наблюдаются высокие темпы роста, но торговая площадка – разгонный блок ракеты Kaspi: если в целом компания за 2023 год нарастила выручку на 50%, то маркетплейс прибавил 87%.

Путь к нынешней конфигурации бизнеса начался в середине нулевых, когда Банк Каспийский ушел из корпоративного кредитования, сосредоточившись на розничном сегменте. Банк думал и действовал как экосистема: шел за клиентом, изучая его особенности, а затем на основе этих данных предлагал ему все новые и новые продукты. Чтобы лучше понимать клиента, банкирам необходимо было получать от него

больше касаний. В том числе и поэтому бизнес начали диверсифицировать. В 2012 году акционеры Kaspi Вячеслав Ким и Михаил Ломтадзе приобрели биллинговую компанию «Алсеко», а в 2014 году – онлайн-маркетплейс авто и жилья «Колеса»/«Крыша». У банка появился Kaspi Red, продукт с рассрочками на покупку потребительских товаров. Благодаря тому что Kaspi создал инфраструктуру по быстрому выпуску дебетовых карт, банк превратил в клиентов почти все взрослое население страны. В 2017-м все продукты банка объединили в суперприложение, которым сейчас в 20-миллионном Казахстане пользуются в среднем 14 млн человек в месяц. В 2018 году банк запустил P2P-переводы.

В 2019-м Kaspi открыл маркетплейс и начал предлагать бизнесу собственные POS-терминалы: расчет происходил через считывание QR с экрана терминала камерой телефона в суперприложении пользователя. Маркетплейсы создавали и другие банки – у Народного банка появился Halyk Market, у Forte – ForteMarket, у Jusan – «Jusan Магазин». Народный и Jusan также предлагают бизнесу свои фирменные POS-терминалы, но по масштабности использования к уровню Kaspi пока никто не приблизился. Kaspi менял казахстанскую повседневность: развитие этой экосистемы было одним из факторов сокращения оборота наличных денег в стране.

«С экосистемой Kaspi конкурировать очень сложно. Можно запустить платежи – но у нас платежи не ради платежей, интернет-магазин – но у нас магазин не ради магазина, программу лояльности – но наша программа поддерживает все другие наши сервисы. Любой кусок нашего бизнеса отдельно с точки зрения масштаба страны и с точки зрения доходности и прибыльности не самодостаточен. Один сервис поддерживает другой, и в этом сила экосистемы», – рассказывал глава Kaspi Михаил Ломтадзе.

Следует отметить, что, несмотря на бурное развитие маркетплейса, на финтехсегмент бизнеса и платежную систему – вполне традиционные для банков виды деятельности – приходится до 80% выручки Kaspi. В 2023-м Kaspi получил 44% выручки в виде процентных доходов. По расчетам Kursiv Research, основанном на данных Нацбанка РК, средние ставки по выданным краткосрочным ссудам физлицам

### Группа компаний экосистемы Kaspi по состоянию на конец 2023 года



Источник: Kaspi Group

(в этой группе находится значительная часть потребительских кредитов, в том числе и рассрочек – основного кредитного продукта Kaspi) в 2023 году находились в диапазоне 18,6–23,0%. Впрочем, выгоду из кредитования населения извлекают практически все ведущие казахстанские банки, но мультиплицировать этот эффект благодаря развитой цифровой экосистеме удалось лишь одному.

Второй кейс формирования полноценной цифровой экосистемы демонстрирует Freedom Holding Corp. (FRHC). Если Kaspi вот уже несколько лет можно считать состоявшейся экосистемой, то FRHC еще в середине пути. Корневой бизнес группы – брокерский, с него компания начинала в Казахстане в 2011 году. Как и банк

Kaspi, брокер Freedom ориентировался на розничного клиента. Стремясь стать обладателем самого большого количества розничных счетов, Freedom приобрел конкурента – «Асыл-Инвест». Необходимостью расширить клиентскую базу продиктована и покупка основателем, мажоритарным акционером и CEO Freedom Holding Corp. Тимуром Турловым компаний общего страхования и страхования жизни в 2018 году. В 2020-м группу пополнил банк второго уровня. В дальнейшем FRHC приобрела lifestyle-компанию: сервисы по покупке билетов Ticketon (концерты, спортивные события), Aviata и Chocotravel (авиа и ж/д), а также Arbiz.kz – компанию из сегмента e-grocery. В 2023-м холдинг завершил поглощение платежного сервиса Paybox. Также группа запустила компанию Freedom Telecom, которая призвана обеспечить «широкополосный доступ к сети интернет в каждый дом, открытый доступ Wi-Fi в крупных городах», а в перспективе стать 5G мобильным оператором. К лету 2024-го общее количество уникальных клиентов экосистемы Freedom составило 4,8 млн человек.

«Мы создаем экосистему, а экосистема больше знает о клиенте, а поэтому позволяет экономить на кредитном риске, и это дает возможность снижать ставки финансирования и в конечном счете отвоёвывать аудиторию у конкурентов. Работа в формате экосистемы также дает возможность прогнозировать поведение клиента, предлагая ему лучшие продукты и снижая издержки на привлечение клиентской базы, – объяснял в колонке для Kursiv.Media Тимур Турлов. – Нашу географическую диверсификацию должна поддержать гибкость и масштабируемость наших продуктов: FRHC делает ставку на технологии, которые позволяют нам быстро разворачивать бизнесы в любой юрисдикции и подключать их к уже выстроенной инфраструктуре».

Сейчас на банк, за четыре года поднявшийся с 19-го на восьмое место по размеру активов, приходится до 38% выручки группы с маржинальностью (соотношение чистой прибыли сегмента к выручке) в 48%. Параллельно группа развивала брокерские компании в Узбекистане, Армении, а также на Кипре. По итогам финансового 2024 года (календарно он завершился в марте 2024-го) брокеридж обеспечивал еще 38%

выручки и был самым рентабельным сегментом экосистемы. Страховой сегмент генерирует несравнимо меньше – 21% выручки, рентабельность продаж в нем по итогам 2023-го составила 10%. Остальные сегменты вместе обеспечивают 4% выручки и пока убыточны. Совокупная выручка группы в последний год выросла вдвое, причем банк рос на 151%, брокерский бизнес – на 60%.

«У нас нет задачи сделать так, чтобы Aviata, Ticketon, Arbiz, брокер, банк и страховая компания были в одном приложении. Скорее необходим адекватный обмен информацией, хорошая интегрированность. Одно приложение должно хорошо знать, что происходит в другом», – подчеркивал Турлов в интервью Bes.Media.

### Не сломаться

Будущее цифровых экосистем зависит от широкого набора факторов, как внутренних, так и внешних, причем отношения с государством – не самый значимый из них. Экосистемам предстоит преодолеть собственную сложность, обеспечить рабочую модель интеграции сервисов и продуктов, построить «мосты» (например, используя API) между разными платформами единой суперплатформы. К этому блоку примыкает и проблема управляемости цифровой экосистемой: исследователи считают, что высока вероятность наступления критического момента, когда в системе окажется слишком много участников, технологий и процессов и она потеряет управляемость. Впрочем, здесь экосистемам может помочь искусственный интеллект.

Второй по значимости и сложности задачей является обеспечение защиты данных и бизнес-процессов от несанкционированного доступа. Это тем более важно, когда экосистемы с ядром в финтехе сегодня одним концом присоединены к государственным информационным системам и сервисам, а другим – к миллионам пользователей.

Регулирование цифровых экосистем – это тот слон, которого регуляторы по всему миру пока едят по частям. Пользуясь своей глобальностью, экосистемы пока извлекают из этого дивиденды. Amazon обвиняли в использовании схемы переноса убытков из одних юрисдикций

### Группа компаний экосистемы Freedom Holding Corp. по состоянию на конец 2023 года (ключевые элементы)



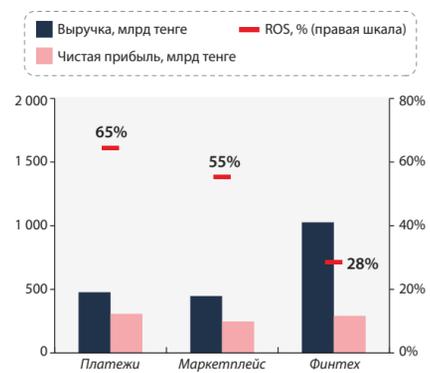
Источник: FRHC

в другие: общая сумма перенесенных убытков к 2020 году составила \$13,4 млрд, что превышает всю сумму налогов, которые группа к тому моменту заплатила (\$11,7 млрд). Немало вопросов и к антимонопольному регулированию экосистем: если регуляторы не научатся корректно измерять то, как экосистемы трансформируют рыночную власть в одном сегменте бизнеса в конкурентные преимущества в другом, высока вероятность, что подход антимонопольщиков будет все более и более консервативным. И это как минимум притормозит развитие экосистем.

Другая плоскость взаимодействия с государством – влияние цифровых экосистем на про-

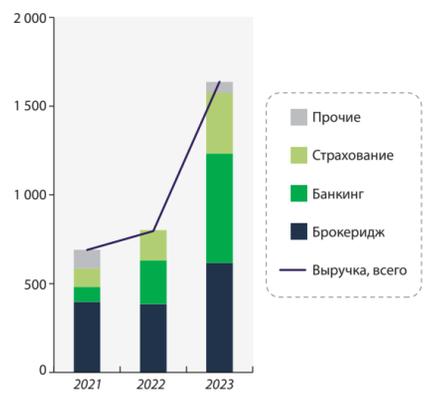
мышленную политику, к реализации которой в последние годы перешли даже страны, исповадовавшие либеральную экономическую модель, вроде США и Великобритании. Маркетплейсы облегчают доступ покупателей к широкому кругу товаров, в том числе и импортных. В условиях малых индустриальных экономик вроде Казахстана экосистемы – желают они того или нет – стимулируют рост потребительского импорта. Правила игры, при которых глобальные маркетплейсы будут выполнять обе задачи (эффективно продавать все и отдавать приоритет локальным производителям), еще не отрегулированы.

### Рентабельность Kaspi Group в разрезе основных сегментов по итогам 2023 года



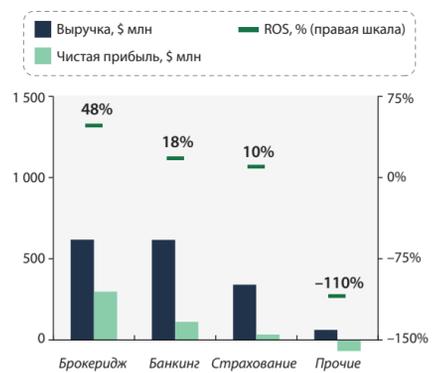
Источник: Kaspi Group

### Выручка FRHC в разрезе основных сегментов, \$ млн

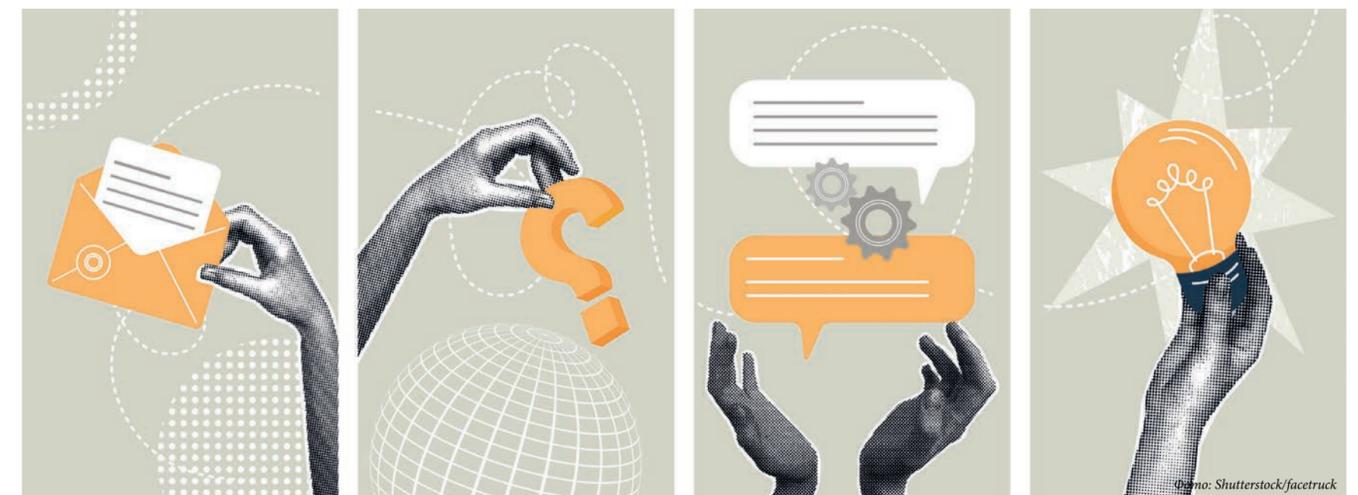


Источник: FRHC

### Рентабельность FRHC в разрезе основных сегментов по итогам 2023 года

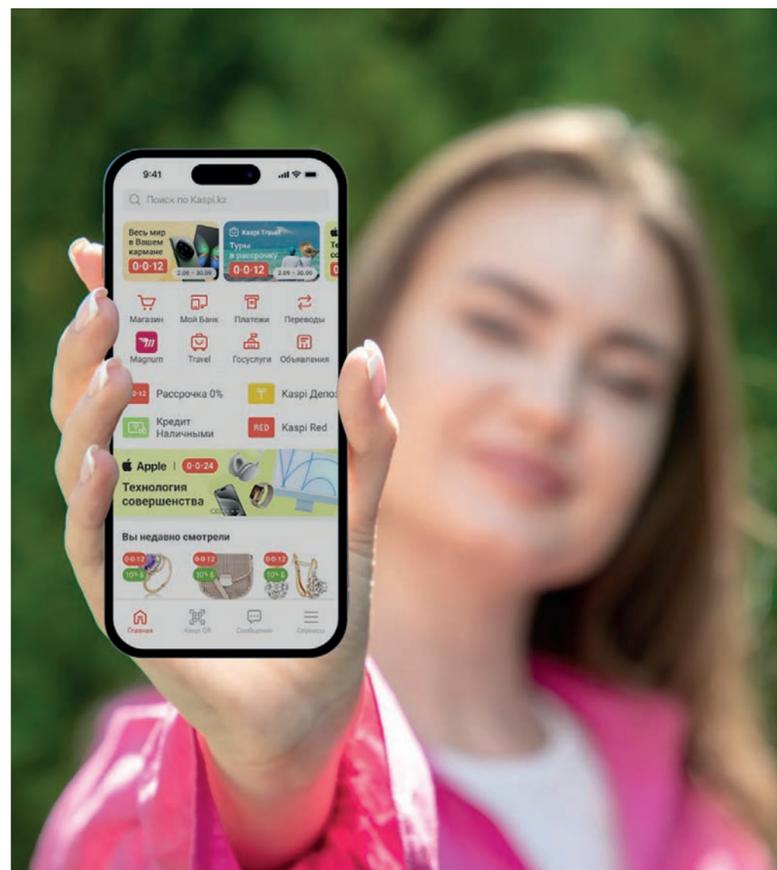


Источник: FRHC



# Как Kaspi.kz улучшает жизнь любимым клиентам и партнерам

Миссия Kaspi.kz – создавать инновационные продукты и сервисы, которые улучшают жизнь любимым клиентам и партнерам. В центре инноваций находится самое популярное в стране мобильное суперприложение Kaspi.kz, которым пользуются более 14 миллионов казахстанцев и которое включает в себя ведущие в стране сервисы электронной коммерции, платежей и финансовых услуг.



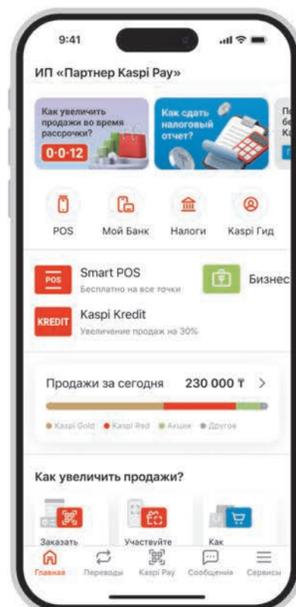
**Kaspi.kz**  
Суперприложение для Клиентов

≈ 14.2 млн пользователей



**Kaspi Pay**  
Суперприложение для Партнеров

≈ 700 тыс. партнеров



С помощью суперприложения Kaspi.kz казахстанцы совершают выгодные покупки онлайн с бесплатной доставкой, делают платежи и переводы без комиссий, управляют личными финансами, покупают авиа- и ж/д билеты, приобретают туры и пользуются самыми популярными государственными услугами.

Для бизнеса Kaspi.kz также создал суперприложение Kaspi Pay, которым пользуются 700 тысяч казахстанских предпринимателей. Через приложение Kaspi Pay казахстанские пред-

приниматели получают финансирование на развитие бизнеса, принимают оплату, запускают рекламные кампании, оплачивают налоги, подключаются к платформе электронной коммерции и доставке, с помощью которых продают свои товары по всей стране.

Сегодня трудно себе представить повседневную жизнь в Казахстане без этих сервисов. Вот как развивались сервисы Kaspi.kz.

## Инновации для физических лиц

2012

■ **Платежи.** Kaspi первым в стране запустил оплату коммунальных и других услуг онлайн без комиссий. Сегодня казахстанцы оплачивают с помощью Kaspi.kz больше 20 000 услуг – от коммуналки и мобильной связи до налогов и обучения в университетах.

2014

■ **«Kaspi Магазин».** 8 миллионов самых разных товаров – электроника и бытовая техника, товары для дома и ремонта, мебель, одежда, обувь и многое другое. Все это – с бесплатной доставкой по всей стране. С помощью «Kaspi Магазина» казахстанские предприниматели увеличивают свои продажи, развивают бизнес и создают новые рабочие места.

2015

■ **Kaspi Gold.** Это самая популярная и любимая казахстанцами счет и карта, с помощью которой можно делать платежи, платить через Kaspi QR, совершать выгодные покупки, получать бонусы и многое другое. В 2020 году по просьбам клиентов была запущена Kaspi Gold для детей, с помощью которой возможно в любой момент отправить ребенку необходимую сумму и контролировать расходы в режиме реального времени.

2016

■ **Kaspi Red** впервые предоставил возможность покупок в рассрочку в магазинах партнеров. В 2024 году вышла новая версия сервиса – Kaspi Red+ с увеличенной суммой и сроком.

■ **Переводы без комиссии по номеру телефона** произвели революцию в сфере платежей. В результате Казахстан стал одним из мировых лидеров по уровню проникновения безналичных платежей в экономике.



## Инновации для физических лиц

<b>Коммунальные платежи</b> 2012	<b>Интернет-магазин</b> 2014	<b>Kaspi Бонус</b> 2014	<b>Kaspi Gold</b> 2015	<b>Kaspi Red</b> 2016
<b>Переводы</b> 2017	<b>Kaspi Жұма</b> 2017	<b>Kaspi ID</b> 2018	<b>Kaspi QR</b> 2019	<b>Kaspi Картомат</b> 2019
<b>Авиабилеты на Kaspi Travel</b> 2020	<b>Госуслуги</b> 2020	<b>Kaspi Postomat</b> 2021	<b>ЖД билеты на Kaspi Travel</b> 2021	<b>ИИ Ассистент Руслан</b> 2021
<b>Цифровые документы</b> 2022	<b>Замена водительских прав</b> 2022	<b>Kaspi Объявления</b> 2022	<b>e-Grocery</b> 2023	<b>Туры на Kaspi Travel</b> 2023



2016

■ **Kaspi Жұма** сразу стала всенародным праздником. Для покупателей это выгодные покупки, для продавцов – рост продаж, для страны – развитие экономики и новые рабочие места. На первой же «Kaspi Жұма» партнеры Kaspi.kz получили больше 50 тысяч заказов. Сейчас на каждом празднике выгодных покупок казахстанские предприниматели получают больше 1 000 000 заказов на свои товары и услуги.

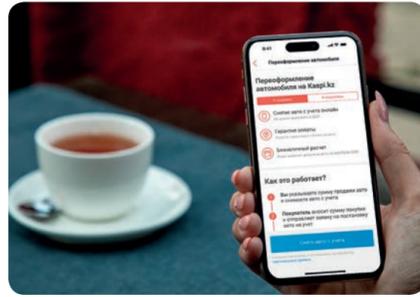
2019

■ **Kaspi ID** – новая технология идентификации, которая позволяет обезопасить деньги клиентов.  
 ■ **Kaspi QR** – самый популярный метод оплаты в стране, с помощью которого можно оплачивать покупки в магазинах легко и просто.  
 ■ **Kaspi Картомат** – единственное в мире устройство, которое печатает именную карту за 60 секунд. Иностранные гости всегда удивляются и приходят в восторг от этого сервиса. Это уникальный сервис, который создан в Казахстане.



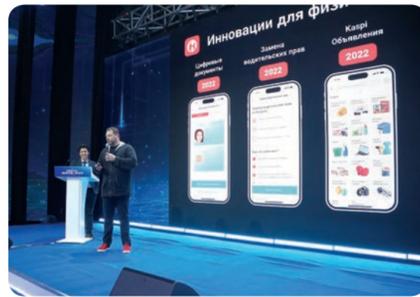
2020

■ **Kaspi Travel.** Сначала – сервис по бронированию и покупке авиабилетов. Еще через год – сервис покупки железнодорожных билетов. А с 2023 года казахстанцы получили возможность с помощью Kaspi Travel выбирать и приобретать туры на лучшие курорты мира.  
 ■ **Переформление автомобиля в разделе «Госуслуги».** Автовладельцы за чашкой кофе могут продать и переформировать автомобиль прямо на экране своего смартфона в приложении Kaspi.kz. Это первый сервис, который Kaspi запустил в сотрудничестве с госорганами. Все последующие сервисы в разделе «Госуслуги» были созданы вместе с министерствами и государственными ведомствами в рамках программы цифровизации и повышения доступности госуслуг.



2021

■ **Регистрация ИП в разделе «Госуслуги».** С 2020 года предприниматели могут зарегистрировать ИП онлайн в мобильном приложении Kaspi.kz. В 2022 году появилась возможность поменять реквизиты ИП. В 2024 году – поменять налоговый режим ИП. Раньше на это уходили дни, теперь – минуты.  
 ■ **Kaspi Postomat** – это устройство мгновенно стало популярным. Многим покупателям удобно забирать свои покупки из ближайшего постомата, а не ждать курьера дома. На сегодняшний день по всей стране установлены уже около 7 тысяч Kaspi Postomat.  
 ■ **ИИ Руслан** – искусственный интеллект делает работу за тысячу человек и продолжает постоянно обучаться. Сегодня это одна из самых современных цифровых технологий в мире. Руслан отвечает на вопросы клиентов на казахском и русском языках.



2022

■ **Цифровые документы в разделе «Госуслуги».** Удостоверение личности, паспорт, водительские права, свидетельство о браке и многие другие важные документы теперь всегда под рукой.  
 ■ **Замена водительских прав в разделе «Госуслуги».** Водителям больше не нужно весь день проводить в автоЦОНе, чтобы поменять права. Это можно сделать на экране смартфона. Прямо в приложении Kaspi.kz можно сфотографировать себя для документа и поставить свою подпись.  
 ■ **Kaspi объявления.** Акцент на малый бизнес: объявления о работе, услугах мастеров и разных специалистов.



2023

■ **Magnum e-grocery.** Покупка продуктов питания по выгодным ценам с бесплатной доставкой. Только во втором квартале 2024 года доставили покупателям более 2 миллионов заказов.  
 ■ **Справки и пособия в разделе «Госуслуги».** Теперь в приложении можно получить справки о пенсионных и социальных выплатах, справки по недвижимости, прописаться по месту жительства, подать заявки на государственные пособия для многодетных семей и выплаты при потере работы. Онлайн-сервисы помогают экономить время граждан и сокращать нагрузку на госорганы.

2024

■ **Декларация об активах и обязательствах в разделе «Госуслуги».** В Казахстане поэтапно вводится всеобщее декларирование доходов. Подать декларацию можно в приложении Kaspi.kz всего за пару минут  
 ■ **Оплата покупок с QR-кодом в Китае.** Этот сервис Kaspi.kz запустил в партнерстве с Alipay+. Теперь с помощью мобильного суперприложения Kaspi.kz покупки в китайских магазинах, кафе, такси и других более чем 80 миллионах точек по всему Китаю можно оплачивать по QR-коду.

## Инновации для бизнеса

2019

■ **Kaspi POS.** Когда покупатели стали активно переходить на безналичные платежи, стало понятно, что многие предприниматели к этому не готовы. Не было достаточного количества терминалов для приема платежей от физических лиц. Тогда Kaspi.kz бесплатно предоставил 500 000 платежных терминалов предпринимателям по всей стране. Большинство партнеров – представители малого и среднего бизнеса.

2020

■ **Kaspi Pay.** Появилось приложение для предпринимателей, где можно онлайн открыть счет, управлять финансами своей компании, получить выгодный Бизнес Кредит на развитие бизнеса.  
 ■ **Kaspi Доставка.** Эта логистическая платформа обеспечила быструю доставку товаров от партнеров к покупателям по всей стране. Это дало огромные возможности для расширения географии продаж и роста бизнеса.

■ **Удаленная оплата.** Теперь кассиры в приложении Kaspi Pay могут выставить удаленную оплату, а клиенты видят ее в своем приложении Kaspi.kz и оплачивают. Это особенно удобно для цветочных магазинов, кондитерских и других предприятий малого бизнеса.

2021

■ **Kaspi Маркетинг.** Благодаря этому сервису предприниматели получили возможность делать адресную рекламу и запускать акции для своих клиентов.  
 ■ **B2B платежи.** Прямо в приложении можно расплачиваться со своими поставщиками и другими партнерами.

2022

■ В приложении появилась возможность **сдавать налоговые отчеты и платить налоги.** В целом благодаря сервисам Kaspi.kz процесс оплаты налогов стал более простым и удобным. В 2023 году с помощью онлайн-сервисов Kaspi.kz физические лица и бизнес оплатили налогов на 1,2 трлн тенге. А за первое полугодие 2024 года сумма оплаченных налогов достигла 797 млрд тенге. За это время было проведено больше 16 млн налоговых платежей.  
 ■ Совместно с Министерством финансов и КГД МФ РК Kaspi запустил бесплатную «Kaspi Кассу» для МСБ. До этого предприниматели платили по 30–50 тыс. тенге, чтобы получить кассу и подключиться к базе данных.

2023

■ Чтобы еще больше повысить эффективность «Kaspi Доставки», разработано специальное **Приложение для курьеров.**

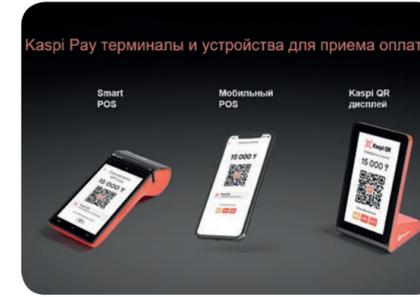
2024

■ Запущен «Бизнес Депозит» в приложении Kaspi Pay – теперь каждый свободный тенге предприниматель может прямо в приложении положить на депозит и каждый день зарабатывать проценты.  
 Kaspi.kz помогает развиваться казахстанскому бизнесу и улучшает жизнь казахстанцев не только с помощью новых цифровых технологий. Компания является партнером и спонсором очень многих важных социальных проектов, которые объединяют людей вокруг спорта и здорового образа жизни.

Например, Kaspi.kz уже девять лет является титульным спонсором Алматы Марафона – крупнейшего спортивного события в Центральной Азии. Компания направила 3,8 млрд тенге на развитие экологического туризма в национальных парках. Поддерживает Центр сердца в Астане – финансирует разработку отечественного оборудования для транспортировки органов.

Kaspi.kz уже много лет ведет важный образовательный проект – Kaspi Lab. Это корпоративный университет, где студенты учатся работе с большими данными.

Компания поддерживает организации инвалидов и благотворительные фонды, оказывает большую помощь пострадавшим при стихийных бедствиях. В этом году сооснователи Kaspi.kz Вячеслав Ким и Михаил Ломтадзе перечислили 20 миллионов тенге для помощи казахстанцам, пострадавшим при паводках. Выделенные средства направлены на восстановление, покупку и строительство жилья.



В январе 2022 года Kaspi.kz и сооснователи компании Вячеслав Ким и Михаил Ломтадзе одним из первых передали 10 миллиардов тенге в фонд «Казахстан халқына».

Ежегодно Kaspi помогает малообеспеченным семьям приобрести все необходимое для отправки детей в школу, а ветеранам войны и труженикам тыла дарит денежные подарки.

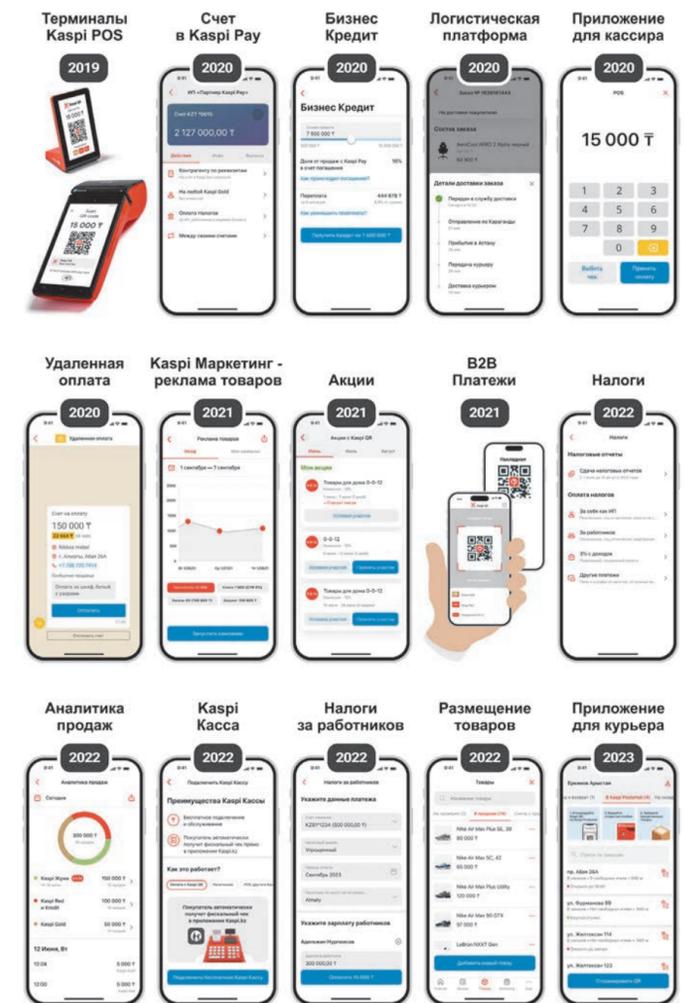
А еще глава и сооснователь Kaspi.kz Михаил Ломтадзе всегда с гордостью говорит о том, что Kaspi.kz – это компания, созданная в Казахста-

не и все уникальные сервисы Kaspi.kz делает в первую очередь для казахстанцев.

Успешные IPO Kaspi.kz сначала на Лондонской фондовой бирже, а затем на американской NASDAQ вывели Казахстан на мировую карту инноваций. Уже пять лет подряд уникальный опыт Kaspi.kz изучают студенты Гарварда. В этом году Гарвардская Бизнес Школа (Harvard Business School) опубликовала уже второй учебный материал, посвященный ведущей казахстанской технологической компании Kaspi.kz.



## Инновации для предпринимателей



# Бесконечная ВОЗМОЖНОСТЬ выбора

## Как и почему маркетплейсы навсегда изменили нашу жизнь

Способы ведения бизнеса неизбежно менялись на протяжении всей истории – в зависимости от контекста и обстоятельств. Век технологий значительно ускорил этот процесс. Если первые сайты позволяли только читать или изучать изображения, то интернет-магазины дали людям возможность экономить время, сравнивать товары в комфортном режиме и заказывать их с доставкой.

Александр ЛЕВИН

Одной из ключевых технологий цифрового пространства, раз и навсегда изменивших нашу жизнь, привычки, быт и бизнес, можно смело назвать следующую ступень развития интернет-магазинов – маркетплейсы.

### В двух словах

Маркетплейс (буквально: «торговая площадка») – онлайн-платформа, где продают и покупают самые разные товары. Продавец, размещая свое предложение, получает доступ к широкой удаленной аудитории, а покупатель заказывает товар, фильтруя по качеству, скорости доставки и цене. На маркетплейсах могут торговать юрлица, ИП и физлица, которые имеют статус самозанятых. При этом маркетплейс сам привлекает аудиторию, а еще берет на себя решение рутинных задач: хранение, упаковку, доставку и продвижение.

Рост доли маркетплейсов на протяжении нескольких последних лет остается одним из основных трендов рынка. Эксперты полагают, что он сохранится и в ближайшей перспективе, особенно с учетом все более активного освоения рынка международными игроками. Данный тренд отражают и итоги рейтинга Top KZ Retail e-commerce 2024: три игрока из первой пятерки – маркетплейсы.

«Маркетплейсы охватывают значительную долю МСБ – за счет предоставления готовой инфраструктуры, обширной клиентской базы и экономии на расходах по маркетингу. В то же время собственные интернет-магазины в большей степени сохраняют небольшую долю рынка за счет узконаправленной стратегии и фокуса на бесшовный потребительский опыт», – отмечают в Baker Tilly Qazaqstan Advisory.

Казахстан в период с 2016 по 2020 год по большому счету перешагнул эру собственных интернет-магазинов, и многие компании сразу вышли на маркетплейсы. Доля маркетплейсов растет благодаря активной конкуренции между Kaspi, Wildberries и Ozon.



## ПЯТЕРКА ЛУЧШИХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ ПО СОСТОЯНИЮ НА 2023 ГОД

	Выручка за 2023 год	Динамика выручки за 2023 год, в %	Среднемесячное количество выполненных онлайн-заказов	Средний чек
 Kaspi.kz	\$3 287,7 млн	56,08%	3 775 000	\$72,6
 Kaspi.kz	\$773,7 млн	54,2%	125 833	\$51,2
 Wildberries	\$613,7 млн	198%	нет данных	нет данных
 Halyk Market	\$140,1 млн	174,5%	2 185 000	нет данных
 aviata.kz сервис покупки авиабилетов	\$122,8 млн	25,9%	6 906 600	\$24,5

# Ozon дает казахстанским предпринимателям выход на международные рынки

Как это работает?



Мольдер РЫСАЛИЕВА,  
генеральный директор Ozon Казахстан

Ozon Казахстан – это универсальная торговая интернет-площадка. Работает она как любой большой ТЦ, предлагая широкий выбор товаров самых разных категорий – от книг или модной одежды до коллекционных фигурок или автомобильных запчастей. Получить покупки можно несколькими способами: курьерской доставкой, в отделениях «Казпочты» или в пункте выдачи заказов Ozon рядом с домом. А открытие пункта выдачи заказов (ПВЗ) по франшизе компании ко всему прочему может стать возможностью для создания и развития своего бизнеса.

Александр ЛЕВИН



Ozon Казахстан – мультикатегорийный маркетплейс со штаб-квартирой в Алматы. С 2021 года компания инвестирует в развитие инфраструктуры в Казахстане и входит в пятерку социально значимых компаний сферы интернет-торговли в республике. Логистическая инфраструктура Ozon Казахстан состоит из нескольких ключевых компонентов. На сентябрь 2024 года мощности компании насчитывают два фулфилмент-центра и шесть сортировочных центров. Они, как и пункты выдачи заказов, играют важную роль в своевременной доставке заказов покупателям.

По итогам второго квартала 2024 года показатели Ozon Казахстан выросли в 6,5 раза относительно результатов второго квартала прошлого года. О том, как это все устроено и какие возможности маркетплейс дает казахстанцам, «Курсиву» рассказала Мольдер Рысалиева, генеральный директор Ozon Казахстан.

– Расскажите, пожалуйста, о ключевых цифрах по развитию Ozon с тех пор, как компания пришла в Казахстан. Сколько партнеров, сколько открыто ПВЗ, складов?

– Ozon вышел на рынок Казахстана во второй половине 2021 года, и с тех пор наша команда активно работает над тем, чтобы жители республики могли купить миллионы товаров от казахстанских и зарубежных продавцов с удобной и бесплатной доставкой. Сегодня на Ozon.kz представлено более 370 млн товарных наименований – от одежды до продуктов питания и бытовой техники.

Жители Казахстана могут бесплатно получить заказ в любом регионе страны, выбрав ближайший к дому пункт выдачи Ozon. Количество таких брендированных точек самовывоза Ozon во втором квартале 2024 года выросло в 15 раз по сравнению с тем же периодом в прошлом году. Это самый востребованный способ доставки – 9 из 10 покупателей предпочитают забирать заказы из ПВЗ, поскольку здесь можно проверить товары и бесплатно вернуть неподходящие, а также примерить одежду и обувь в комфортной примерочной.

Мы также вносим вклад в развитие малого и среднего предпринимательства в стране и предлагаем тысячам бизнесменов платформу для масштабирования их дела на 51,1 млн наших покупателей в Казахстане и соседних странах. Так, по итогам первого полугодия 2024 года количество продавцов, развивающих свой бизнес на нашей площадке, увеличилось в 2,8 раза год к году.

Чтобы обеспечивать высокий уровень сервиса для продавцов и покупателей, мы активно инвестируем в развитие логистической инфраструктуры в стране. За три года работы мы открыли восемь логистических центров в Казахстане и скоро запустим крупнейший в стране фулфилмент-центр в сфере e-commerce в Алматы.

– Сколько рабочих мест обеспечивает сама компания и сколько – селлеры, то есть представители казахстанского МСБ?

– Число рабочих мест на всех объектах для граждан республики к концу 2024 года превысит 800 человек. Более того, за три года мы создали одну из самых больших сетей партнерских пунктов выдачи заказов. За каждым таким пунктом тоже стоят местный предприниматель и его сотрудники.

– Из каких компонентов состоит логистическая инфраструктура Ozon?

– Сердцем логистической экосистемы Ozon, безусловно, являются фулфилмент-центры. Именно из них заказ, сделанный на сайте ozon.kz, начинает путь к покупателю. На таких складах заказы собирают, упаковывают, определяют направление дальнейшего движения и отправляют. Однако наши фулфилмент-центры – это не просто склады. Это высокотехнологичные логистические хабы, оснащенные современным оборудованием подбора, внутрискладского перемещения и сортировки товаров, которое обеспечивает высокий уровень сервиса для покупателя и безопасность для сотрудников. На данный момент у нас открыто два фулфилмент-центра – в Алматы на 5000 кв. м и в Астане на 38 000 кв. м. До конца года мы откроем третий крупнейший логистический хаб площадью 43 000 кв. м.

Стабильное расширение нашей логистической инфраструктуры в Казахстане – наш ответ на растущий спрос на услуги маркетплейса по всей стране.

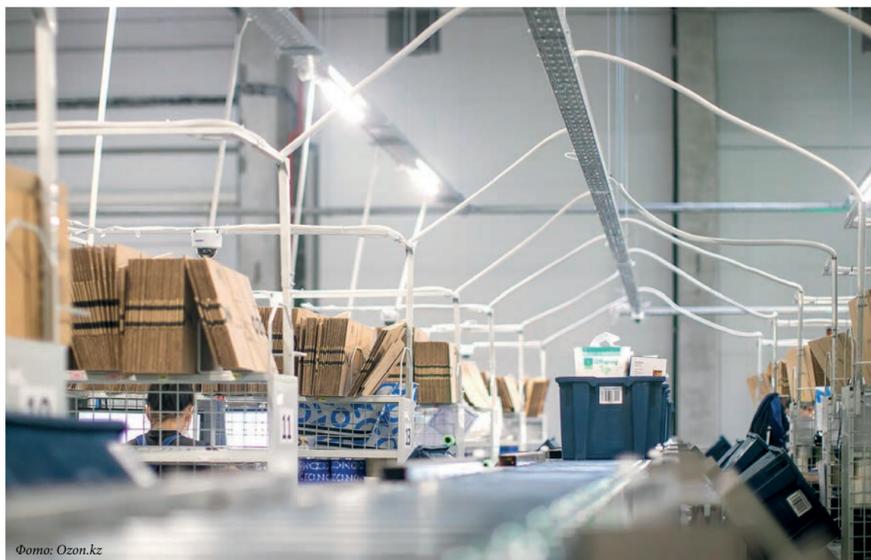


Фото: Ozon.kz

Дальше – сортировочные центры. В них мы обрабатываем и готовим заказы к отправке, чтобы отвезти их на склад или в распределительный центр. Сейчас у нас запущено шесть сортировочных центров по всему Казахстану – в Алматы, Астане, а также в Костаная, Актобе, Атырау и Шымкенте. Каждый такой объект может обрабатывать свыше 10 000 заказов в сутки.

Отдельно стоит остановиться на роли, которую играют пункты выдачи заказов. Это не просто места, где мы выдаем заказы покупателям. ПВЗ удобны и для продавцов: для них это ближайшая точка отгрузки товаров.

Стабильное расширение нашей логистической инфраструктуры в Казахстане – наш ответ на растущий спрос на услуги маркетплейса по всей стране.

**– Какие возможности компания предоставляет казахстанским селлерам? Например, это возможность выхода на международные рынки, верно?**

– Возможность выхода на международные рынки и доступ к более чем 51,1 млн активных покупателей площадки – одно из важнейших преимуществ, которое отмечают наши партнеры. Самым крупным рынком сбыта для продавцов на сегодня является Россия, также Ozon работает в Беларуси, Кыргызстане, Узбекистане и Армении. Недавно мы также начали работать в Грузии и Азербайджане.

Чтобы продавцы быстро наращивали оборот, мы инвестируем в оптимальные цены

на их товары, а также бесплатно продвигаем их продукцию в ТВ-, интернет- и наружной рекламе Ozon.kz. Более того, мы предлагаем предпринимателям широкий набор маркетинговых инструментов для самостоятельного привлечения покупателей, а также бесплатную аналитику, с помощью которой продавец видит динамику собственных продаж, а также может отслеживать тренды и понимать, какие товары пользуются максимальным спросом, а на какие спрос есть, а предложения недостаточно. Это помогает корректировать стратегию развития.

Для наших партнеров также важна развитая логистическая инфраструктура Ozon. Продавец может выбрать удобную для себя схему сотрудничества: полностью или частично делегировать хранение товаров, сборку и доставку заказов Ozon или брать их на себя. Можно комбинировать разные варианты, выстраивая работу со складами Ozon таким образом, чтобы всегда иметь конкурентное преимущество.

Кроме того, у нас есть большая база знаний, где продавцы могут найти ответы на любые

вопросы. А для тех, кто хочет углубиться в изучение деталей бизнеса с маркетплейсом, существует Ozon University. Это платформа, на которой собраны обучающие курсы для начинающих предпринимателей и проходят живые вебинары успешных продавцов, они делятся опытом и секретами успеха с начинающими.

**– Ozon берет на себя маркетинг, рекламу, добавляет каждую новую точку на карты. А чем еще компания помогает владельцам ПВЗ?**

– Мы заинтересованы в развитии своих партнеров, поэтому оказываем существенную помощь на всех этапах открытия пункта выдачи заказов. С самого начала будущий владелец ПВЗ может изучить специальную интерактивную карту на сайте компании, чтобы оценить потенциальный доход точки в разных районах и определиться с локацией. Компания предоставляет все брендированные материалы для оформления пункта выдачи: от вывески до обоев и таблички с графиком работы. Обученные сотрудники также берет на себя Ozon. Кроме того, в первые полгода работы пунктов в приоритетных локациях мы предоставляем финансовую поддержку, которой владелец ПВЗ может покрывать любые расходы по своему усмотрению. В зависимости от локации общая сумма составляет до 3,7 млн тенге.

Мы вносим вклад в развитие малого и среднего предпринимательства в стране и предлагаем тысячам бизнесменов платформу для масштабирования их дела на 51,1 млн наших покупателей в Казахстане и соседних странах.

# Приложение для удобного города: как развивался «Яндекс Go»

Тайыр БАЙДУЙСЕН,  
руководитель «Яндекс Go»  
в Казахстане

За восемь лет в Казахстане приложение «Яндекс Go» из сервиса для заказа такси превратилось в суперрапп для горожанина, который объединил множество сервисов для решения повседневных задач – от поездок и доставки до покупки билетов в театр. Ключевые этапы развития приложения в Казахстане и то, как технологии делают жизнь сотен тысяч казахстанцев удобнее – в интервью с руководителем «Яндекс Go» в Казахстане **Тайыром Байдуисеном**.

**– Как появилось приложение «Яндекс Go» и почему, на ваш взгляд, оно стало таким популярным?**

– В «Яндексе» сервисы и продукты появляются тогда, когда команда видит какую-то проблему и понимает, как ее можно решить с помощью технологий. «Яндекс Go» началось с сервиса для заказа поездок «Такси», который предложил людям альтернативный, более удобный для многих способ заказать такси, чем звонки по телефону через диспетчера.

Сервис развивался, пока мы не столкнулись с кризисом в пандемию: города остановились, многим водителям не хватало заказов. При этом появилась острая потребность в услугах доставки, и мы увидели в этом возможность. Так в сервисе появилась «Доставка», а «Яндекс Go» стал больше, чем приложение одной услуги.

Мы работали над разными видами доставки, тестировали разные подходы к эффективности и смогли чуть позже запустить «Еду» для доставки блюд из ресторанов, а позднее в сервисе



Фото: Ozon.kz

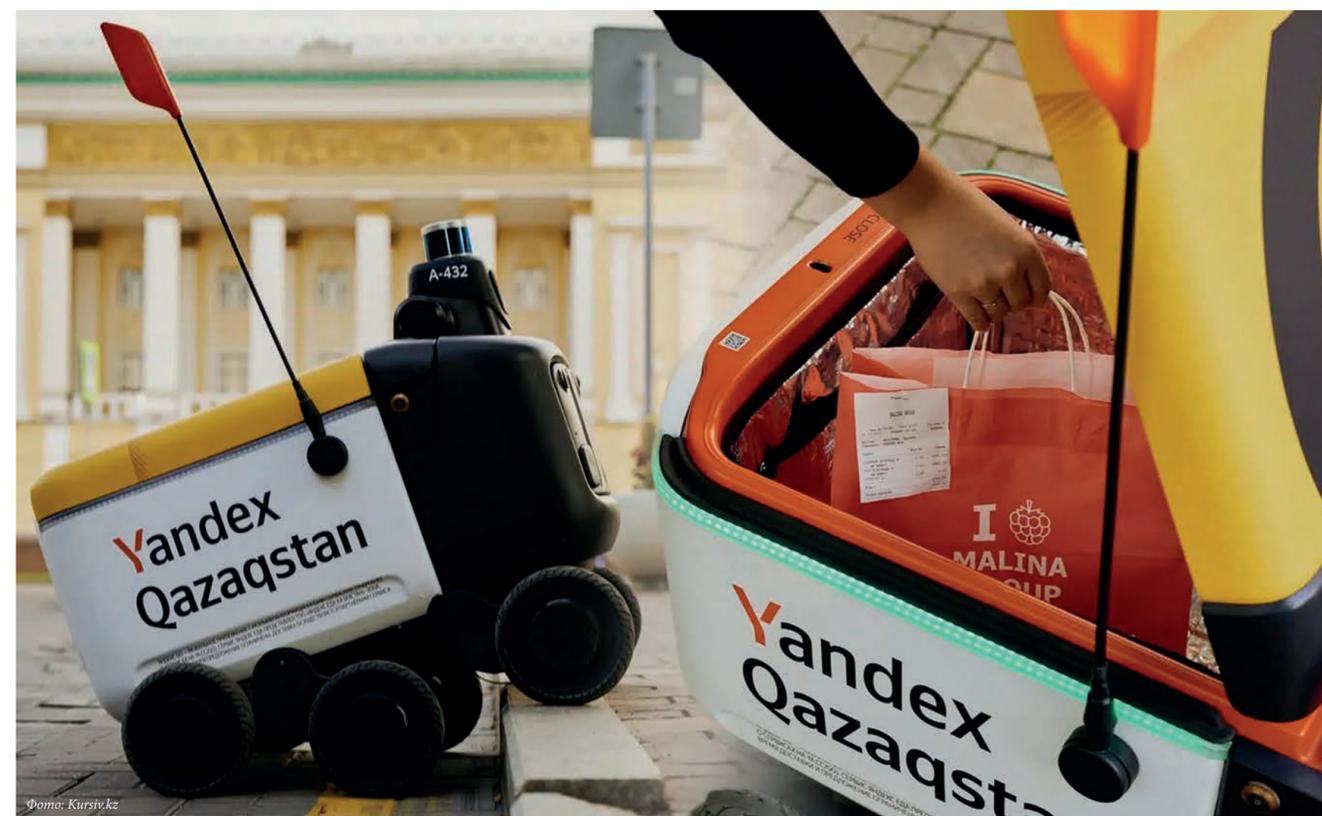


Фото: Kursiv.kz

появился раздел «Магазины», где можно удобно покупать различные товары из супермаркетов, магазинов и, например, аптек.

Так «Яндекс Go» превратилось в универсального помощника для жизни в городе. Сейчас это приложение, которое помогает решать самые разные повседневные задачи: перевезти мебель в новую квартиру с помощью грузовой доставки, узнать, когда подойдет твой автобус, купить билеты в театр на вечер, доехать по новому маршруту на своем автомобиле с помощью навигатора или, например, удобно заправить его топливом не выходя из машины.

Сегодня «Яндекс Go» используют сотни тысяч казахстанцев, значит, они находят приложение действительно удобным.

**– Многие сервисы в «Яндекс Go» зависят от работы исполнителей – водителей, курьеров, как вы работаете с качеством?**

– Во-первых, мы стараемся управлять ожиданиями пользователя. До заказа он выбирает подходящий ему по уровню комфорта и стоимости тариф. Далее максимальная прозрачность: стоимость известна до поездки или доставки, время подачи автомобиля тоже понятно. Человек на каждом этапе знает, как что будет происходить. В процессе, например, поездки видно, сколько осталось ехать.

Во-вторых, мы внимательно работаем с обратной связью. Один из главных методов контроля за качеством услуг в нашем сервисе – это система рейтингов и обратная связь от пользователей. После завершения поездки приложение предлагает пользователю оценить ее от одного до пяти. Таким образом формируется рейтинг: чем он лучше, тем больше заказов алгоритмы дают курьеру, и наоборот. Курьерам и водителям с рейтингом ниже допустимого доступ к заказам от нашей платформы ограничивается. Кстати, исполнители тоже оценивают пассажиров или клиентов доставки. У всех пользователей приложения есть свой рейтинг.

На основе свободной обратной связи – ваших рассказов о том, как все прошло, – происходит анализ конкретной ситуации. В случае конфликтов или спорных ситуаций мы обязательно опрашиваем всех участников и принимаем во внимание исторические данные о заказах человека в сервисе, были ли аналогичные жалобы, как долго человек с сервисом, какой рейтинг, и по совокупности всех факторов выбирается способ решения конфликта. Смотреть комплексно очень важно, это минимизирует влияние на рейтинг однократной импульсивной эмоциональной оценки или личной неприязни к человеку.

Всем исполнителям и заказчикам советуем оставлять конструктивную обратную связь по своим заказам, это очень помогает.

**– Поговорим про самый, наверное, популярный сервис в «Яндекс Go» – «Такси». Ежедневно с его помощью в наших городах совершается очень много поездок, от них зависят многие люди, как вы работаете с безопасностью?**

– На наш взгляд, безопасность поездок в такси сегодня невозможна без технологий. Да, важны состояние авто, стаж водителя и его стиль вождения, как и ситуация на дороге. Но

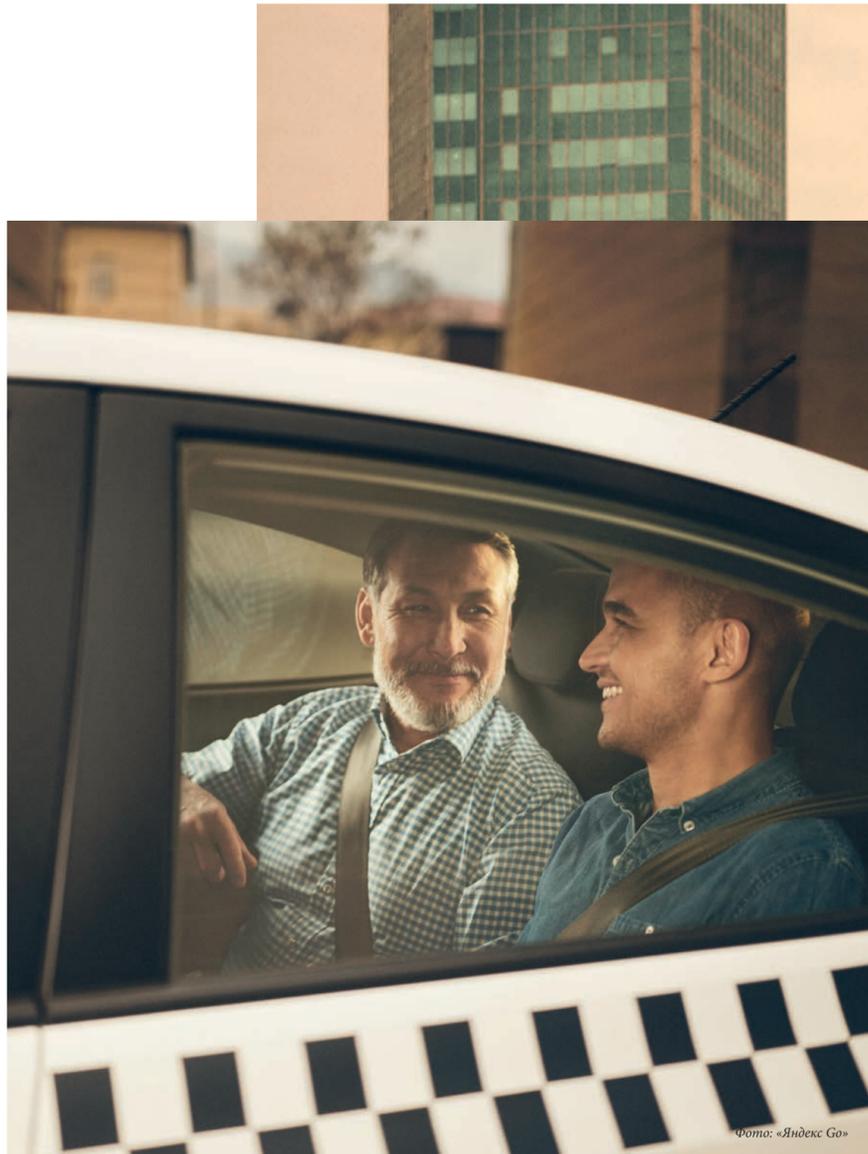


Фото: «Яндекс Go»

работать со всеми этими факторами в современном мире нужно с помощью технологий.

К нашим технологиям безопасности, например, относится автоматический мониторинг скорости и стиля вождения при выполнении заказов. Система фиксирует превышение скоростного режима и опасные маневры, предупреждает водителей и таким образом помогает предотвратить аварийные ситуации. Также мы регулярно осуществляем фотоконтроль для допуска к заказам водителя и транспортного средства – проверяем личность водителя, состояние автомобиля, верифицируем документы.

Помимо этого, система мониторит, сколько времени водитель находится на линии, и позволяет автоматизировать контроль за соблюдением режима труда и отдыха.

Для пассажиров в приложении есть раздел «Безопасность», в котором пользователь может добавить доверенные контакты из своей адресной книги. Если вам тревожно, можно нажать на кнопку «Попросить связаться со мной», эти люди получат СМС с геолокацией и информацией о поездке. В этом же разделе можно связаться с экстренными службами в случае непредвиденной ситуации.



Фото: «Яндекс Go»

Для поездок с детьми у нас есть тариф «Детский», где можно выбрать подходящее для ребенка удерживающее устройство для его безопасности. А «Алиса» в начале пути напомнит всем находящимся в машине о необходимости пристегнуться.

«Яндекс Go» стал первым сервисом в стране, который предложил дополнительное бесплатное страхование в поездке для пассажиров и водителей, обеспечивая расширенное покрытие на сумму до 4 млн тенге для каждого человека, находящегося в автомобиле во время заказа. Курьеры на заказах «Еды»

и «Доставки» также застрахованы на эту же сумму.

Технологии безопасности, кстати, применяются не только в «Такси», но и в других наших сервисах. Электровелосипед для курьеров «Еды» и электросамокаты в «Яндекс Go» оснащены IoT-модулем для принудительного контроля скорости и замедления в зонах скопления людей. В городе есть зоны, где вообще нельзя ездить на таком виде транспорта, там самокат плавно снизит скорость до нуля.

Для всех желающих мы ежегодно проводим школу безопасного вождения самокатов, где не

только можно узнать правила езды на самокатах, но и на практике потренировать свои умения, а также совместно с акиматами организуем мероприятия для родителей, где объясняем правила вождения и рассказываем о недопустимости передачи аккаунтов детям.

**– Из чего складывается стоимость поездки и от чего зависит?**

– На итоговую стоимость поездки влияет выбранный пользователем тариф, а также такие факторы, как расстояние до места назначения и время в пути, а еще спрос на такси и



Фото: Shutterstock

количество свободных машин на линии. Тарифы могут отличаться по стоимости от города к городу, так как в них заложена минимальная стоимость поездки, которая в разных городах разная, так как стоимость, например, топлива, обслуживания автомобиля в них также отличается.

Наша миссия – предоставлять надежный сервис, то есть чтобы у жителей городов, в которых работает «Яндекс Go», всегда была возможность уехать на такси: днем и ночью, в любую погоду, в любой день недели. Именно для этой цели мы используем алгоритмы динамического ценообразования, о которых я сейчас расскажу. Без него в очень многих ситуациях мы будем открывать приложение и видеть «Нет свободных машин». И это может произойти, даже когда вам нужно в аэропорт или кому-то нужна помощь.

Теперь – что такое динамическое ценообразование, или почему стоимость поездки по одному и тому же маршруту может различаться. В непогоду, например в сильный дождь, количество желающих уехать на такси резко возрастает, а водители, наоборот, могут предпочитать не выходить на линию. Свободных машин не хватает. В такой ситуации в системе срабатывает повышающий коэффициент и стоимость поездки может увеличиться. Это временная мера, которая, с одной стороны, позволит отсечь часть спроса и даст уехать на такси тем, кому это нужно срочно, кто не может подождать, например в аэропорт, роддом. А с другой стороны, она привлечет больше водителей на линию, так как для них повышающий коэффициент – это увеличенный доход. Чем больше машин выходит на линию, тем быстрее баланс спроса и предложения восстанавливается, а стоимость поездки снижается.

Для поддержания баланса спроса и предложения мы, как сервис, дополнительно предлагаем различные мотивационные программы для партнеров сервиса. Например, в периоды повышенного спроса приложение подсказывает водителям, в каких районах сейчас много

желающих уехать и где действуют специальные бонусы.

Для нас важно, чтобы у человека всегда был выбор, в том числе по стоимости. Поэтому у нас в приложении есть разные по уровню комфорта и стоимости тарифы. А еще ряд специальных опций, которые помогают сделать поездку дешевле. Например, при выборе опции «Подждать» приложение предложит более низкую цену поездки. Если машина приедет через 5 минут, цена может быть выше, но если подождете 10–15 минут, стоимость поездки снизится.

В опции «Пройтись» приложение предлагает альтернативную точку посадки с более низкой стоимостью поездки, например вне двора со шлагбаумом или через дорогу, где водителю будет удобнее вас забрать.

Есть еще тариф «Вместе» – для тех, кто готов разделить поездку с другим пассажиром, который едет в том же направлении, что и вы, и сэкономить. Также могу подсказать лайфхак – лучше заказывать такси в непопулярное время, хотя бы на 10–15 минут раньше или позже времени, в которое это делает большинство.

А если вы увидели в приложении молнию, обозначающую повышенный спрос, можно подождать, пока он спадет, или воспользоваться сервисом «Транспорт» с удобным расписанием автобусов. Им пользуется огромное количество людей. А может, будет удобно арендовать самокат.

**– А что от стоимости поездки составляет доход «Яндекс Такси»?**

– Наш доход – это вознаграждение за доступ партнеров к нашему сервису. В Казахстане комиссия за доступ к сервису составляет в среднем 13%.

Именно за счет этих средств реализуются образовательные и социальные проекты «Яндекса» в стране: школы программирования для детей, бесплатные программы обучения водителей IT-профессиям, системная поддержка НКО и другие инициативы.

За счет этого вознаграждения мы развиваем наши сервисы в стране: поддерживаем приложения, актуализируем карты, обеспечиваем техническую поддержку пользователей и водителей, платим зарплаты команде и несем другие операционные расходы.

Большую часть из этой комиссии мы возвращаем в рынок в виде мотивационных программ для партнеров, водителей и пассажиров. Таким образом мы стимулируем водителей выходить на линию в периоды повышенного спроса – для поддержания того самого баланса спроса и предложения и, соответственно, для снижения цены для пользователя. А в периоды низкого спроса мотивируем пассажиров скидками, чтобы обеспечивать водителям достаточное количество заказов для стабильного дохода.

**– Пользуется ли популярностью межгород?**

– Межгород развивается, мы работаем над тем, чтобы расширить количество направлений в этом тарифе. Для нас критична безопасность, поэтому пока в межгороде у нас представлены маршруты, которые в среднем длятся не более четырех часов, потому что, как показывает практика, водитель с большей вероятностью вернется домой, нежели останется в другом городе, и не будет переутромен за время в пути.

**– Каким «Яндекс Go» будет дальше, что можете сказать о планах?**

– Недавно у «Яндекс Go» был ребрендинг, мы поняли, что айдентика ассоциировалась в первую очередь с такси, а сейчас «Яндекс Go» – это помощник уже для решения десятка повседневных задач, обновленному приложению потребовалось обновление и дизайна.

Думаю, дальше сервисов, представленных в приложении, будет еще больше. Мы постоянно изучаем возможности рынка для запуска чего-то нового. Если мы увидим, что можем помочь решать какую-то еще задачу в городе с помощью наших знаний, опыта и технологий, скорее всего, появится какой-то новый сервис.

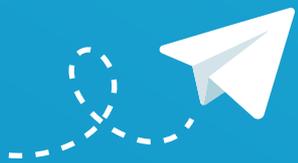
# KURSIV / ECOSYSTEMS FORUM 2024

22 ОКТЯБРЯ  
INTERCONTINENTAL ALMATY

1 день | 300+ делегатов | 30+ спикеров

ПЕРВАЯ НЕЗАВИСИМАЯ ДИСКУССИОННАЯ ПЛОЩАДКА  
О РАЗВИТИИ ЦИФРОВЫХ ЭКОСИСТЕМ, ОБЪЕДИНЯЮЩАЯ  
ЛИДЕРОВ РЫНКА, РЕГУЛЯТОРОВ И ЭКСПЕРТОВ.

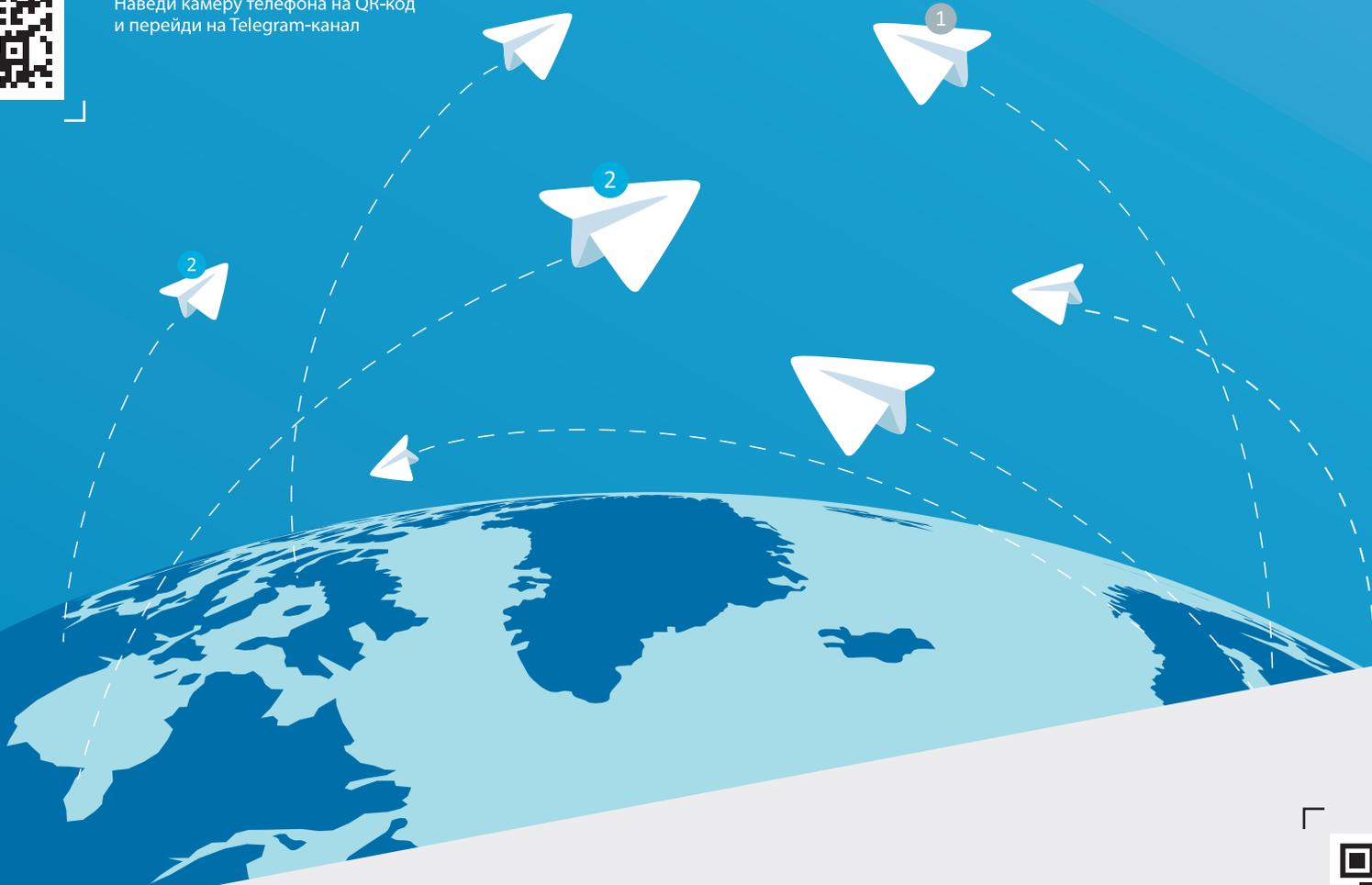




# Читайте **КУРСИВ** в Telegram

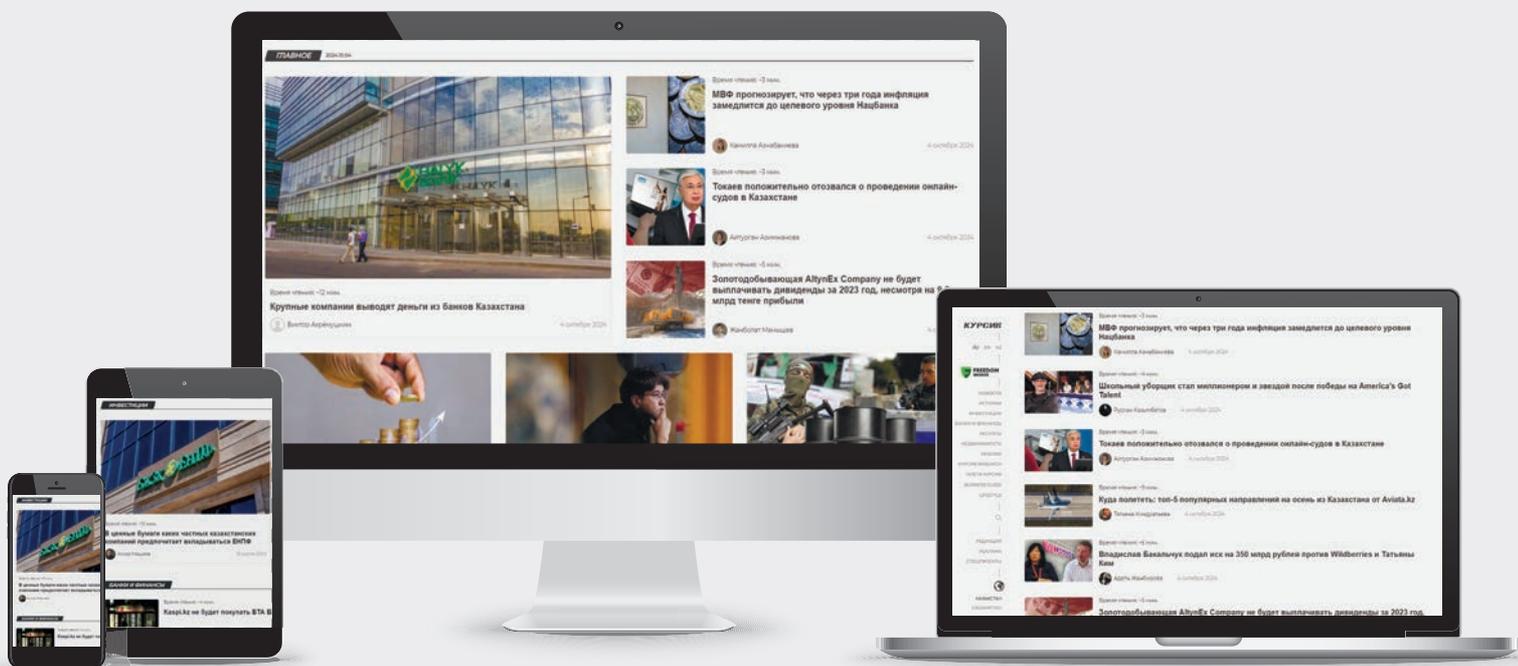


Наведи камеру телефона на QR-код  
и перейди на Telegram-канал



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

## Узнай больше на [kz.kursiv.media](https://kz.kursiv.media)



 [kz.kursiv.media](https://kz.kursiv.media)

 [facebook.com/kzkursivmedia](https://facebook.com/kzkursivmedia)

 [instagram.com/kursiv.media](https://instagram.com/kursiv.media)

 [kursivmedia](https://t.me/kursivmedia)