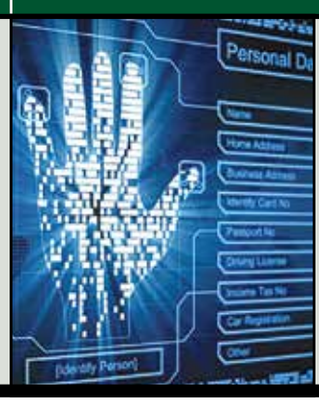
ИНТРИГА Стр.6

Откуда Казахстану взять профицитный бюджет

АКЦЕНТ Стр.4



Зачем отечественным банкам цифровая идентификация

МНЕНИЕ Стр.8

Тигран Туниянц, креативный директор Finedesign

КАПИТАЛ

№5 (696)

ИЗДАЕТСЯ С 2005 ГОДА

// ЧЕТВЕРГ, 13 ФЕВРАЛЯ, 2020

ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

За счет чего растет рынок доставки в Казахстане
страница 8

В чем «миллионники» уступают микро-инфлюенсерам
страница 7

Что может дать программа акселерации экспортерам
страница 6

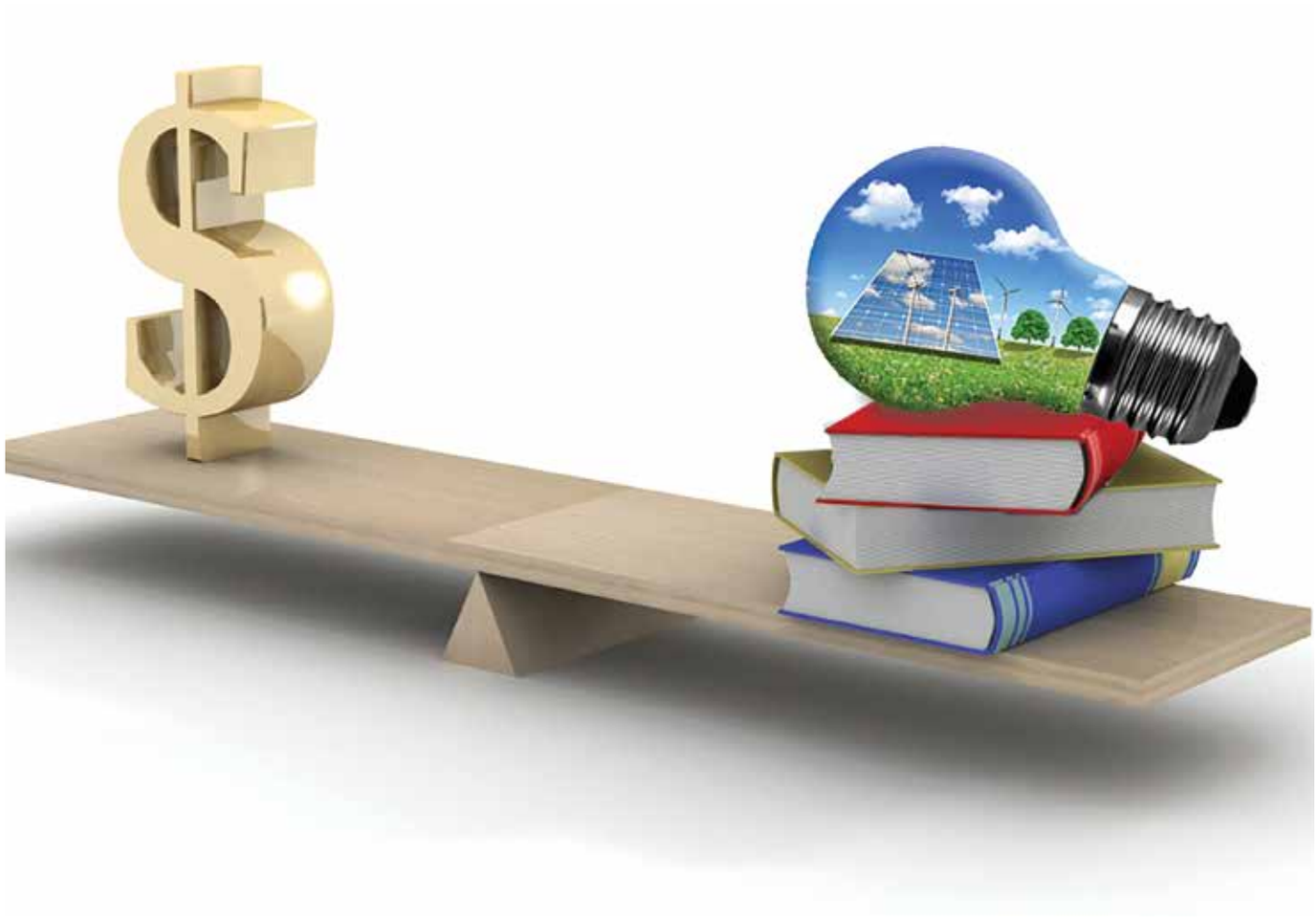
Есть ли спрос на казахстанский текстиль
страница 9

Самые прибыльные авиакомпании мира в 2019 году
страница 10

Мы в сети

kapital.kz

Капитализм умер? Будет жить, но по-другому



Виктор Коваленко,
директор EY по услугам в области устойчивого развития в регионе CESA

Ляззат Кайбалдиева,
старший эксперт EY по услугам в области устойчивого развития

Сегодня капитализм в его традиционном понимании подвергается все большей критике со стороны общества. Рост неравенства в распределении доходов между участниками рынка, увеличение нагрузки на окружающую среду и связанные с этим последствия, такие как нехватка природных ресурсов и изменение климата, привели к подрыву доверия к существующей экономической системе. По данным опроса, проведенного Edelman Trust в 2019 году, общий уровень доверия общества к бизнесу составил всего 56%. При этом 73% респондентов уверены в том, что бизнес должен стать драйвером позитивных экономических и социальных изменений в ближайшем будущем.

В то же время все больше инвесторов по всему миру сходятся во мнении, что компаниям необходимо отказаться от бизнес-модели, ориентированной на получение быстрых экономических выгод для ограниченных групп людей, и направить свои усилия на создание ценности для более широкого круга участников рынка в долгосрочной перспективе. Многие публичные компании, равно как и их инвесторы, больше сконцентрированы на получении квартальных прибылей – это часто достигается мерами, идущими вразрез с целью устойчивой прибыльности в долгосрочной перспективе.

В этом контексте способность компаний просто генерировать прибыль больше не может считаться основным критерием успеха. Для того чтобы отвечать растущим ожиданиям заинтересованных сторон, компаниям следует пересмотреть подход к оценке реальной ценности бизнеса. Консервативный подход к определению ценности, которую создает компания, заключается в измерении только материальных результатов ее деятельности в рамках финансовой отчетности. Однако в век информационных технологий, когда объем доступных данных растет с каждым днем, понятие ценности приобретает более широкий смысл. На первое место выходят нематериальные аспекты, такие как развитие человеческого капитала, инновации, лояльность потребителей, воздействие на окружающую среду, социальная деятельность и работа с людьми.

На сегодняшний день нематериальные аспекты представляют от 50 до 80% рыночной стоимости публичной компании. Поэтому становится очевидным, что инвестиции именно в нематериальные активы будут определять устойчивость бизнеса в ближайшие десятилетия. Компаниям уже сейчас необходимо учитывать этот факт при планировании стратегий будущего развития. В поддержку этого утверждения выступают результаты совместного исследования Глобального института McKinsey и FCLT Global, которые показывают, что выручка организаций, нацеленных на достижение долгосрочных целей, на 47% выше, а прибыль – на 36% больше по сравнению с прочими компаниями, которые и ориентированы в основном на квартальные результаты.

Таким образом ориентация на долгосрочную ценность становится основой новой парадигмы ведения бизнеса – так называемого инклюзивного капитализма. Инклюзивный капитализм – это всемирное движение, объединяющее усилия бизнеса, государства и гражданского общества для создания более справедливой и равноправной системы распределения ценности в экономике. Инклюзивный капитализм призывает бизнес вести деятельность и вкладывать средства таким образом, чтобы возможности и выгоды нашей экономической системы стали доступны каждому. Однако у бизнес-сообщества возникает резонный вопрос: «Как же мне оценить ценность бизнеса, которую невозможно измерить с помощью традиционных финансовых инструментов?» Отсутствие общепринятого и согласованного подхода к оценке нематериальных аспектов не давало возможности компаниям раскрыть полную ценность бизнеса для экономики и общества.

Для решения этой проблемы компанией EY совместно с Коалицией за инклюзивный капитализм в 2017 году был запущен уникальный проект – Embankment Project for Inclusive Capitalism (EPIC). Целью проекта стало определение и разработка новых систем оценки и демонстрации долгосрочной ценности бизнеса для всех заинтересованных сторон. В нем приняли участие представители 31 крупнейшей мировой компании, владельцы и управляющие, под контролем которых находятся активы общей стоимостью в $30 трлн.

[Продолжение на стр. 2]

Цифра номера

20,1 млрд тенге

в такую сумму аналитики Data Insight оценили казахстанский сегмент e-commerce

Подробнее [Стр.5]

Спикер номера

Станислав Чуев,

директор департамента исследований Halyk Finance

Подробнее [Стр.3]

Цитата номера

«Среди МСБ и стартап-проектов уровень «смертности» достаточно высок. Поэтому на первом этапе привлечения внимания инвестора важно вызвать в инвесторе уверенность в команде компании и ее управленческих и деловых качествах, а также обеспечить прозрачность бизнеса для всех его участников»,

– управляющий директор Osquared Capital Тимур Омоев

Подробнее [Стр.2]

История бренда

Как скромное ателье по пошиву одежды из кожи и меха Fendi превратилось в дом моды, который влияет на фешен-индустрию

Подробнее [Стр.11]

КАДРОВЫЕ ПЕРЕСТАНОВКИ И НАЗНАЧЕНИЯ

АБАЙ АМАНОВ
+ избран председателем правления АО «KazTransCom»

АЛИШЕР АБДЫКАДЫРОВ
+ назначен заместителем акима Карагандинской области

АСКАР МЫРЗАХМЕТОВ
– освобожден от должности акима Жамбылской области

БЕРДИБЕК САПАРБАЕВ
–/+ освобожден от должности заместителя премьер-министра РК и назначен акимом Жамбылской области

БЕРИК БЕКЕНОВ
+ избран председателем правления АО «QazIndustry»

ГУЛЬЖАН КУРМАНБЕКОВА
+ назначена советником акима Туркестанской области

ДАУЛЕТ АКЫЛБЕКОВ
+ назначен заместителем председателя Комитета по финансовому мониторингу Министерства финансов РК

ДЖОН ДУДАС
+ избран председателем совета директоров АО «Самрук-Казына»

ДИНАРА ЩЕГЛОВА
+ назначена вице-министром индустрии и инфраструктурного развития РК

ЕРАЛЫ ТУГЖАНОВ
+ назначен заместителем премьер-министра РК

ЕРБОЛ САДЫР
+ назначен первым заместителем акима Шымкента

ЕРКЕБУЛАН ЖУМАКЕНОВ
+ назначен руководителем управления культуры, архивов и документации Карагандинской области

ЕРЛАН КУСАЙЫН
+ назначен руководителем управления внутренней политики Карагандинской области

ЕРМЕК КУДАБАЕВ
– исключен из состава совета директоров АО «KEGOC»

ЖАНАТ ЖАХМЕТОВА
+ назначена вице-министром энергетики РК

ЖАНАТ СУДЕЙМЕНОВ
+ назначен начальником ДВД Жамбылской области

КАИРГЕЛЬДЫ ЕСЕНЕЕВ
+ назначен заведующим отделом военной безопасности и обороны Совета безопасности РК

КЕНЖЕБАЙ САТЖАНОВ
+ избран членом совета директоров АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства»

МАЙГУЛЬ ОМАРОВА
+ назначена руководителем управления образования Алматинской области

МАКСУТ ИСАХОВ
+ назначен заместителем акима Шымкента

МУСАБЕК АЛИМБЕКОВ
+ избран членом совета директоров – независимым директором АО «Банк «Bank RBK»

СЕРГЕЙ ЛУКЬЯНОВ
+ избран председателем правления АО «Фридом Финанс»

Капитализм умер? Будет жить, но по-другому

[Начало на стр. 1]

В процессе работы участниками проекта были определены основные категории и показатели оценки долгосрочной ценности:

- ценность для сотрудников: выражается в том, насколько эффективно компания инвестирует в человеческий капитал, способствует развитию корпоративной культуры и лидерства.
- ценность для потребителей: включает аспекты деятельности компании, направленные на удовлетворение ожиданий и потребностей своих клиентов посредством внедрения инноваций, поддержки доверия потребителей и заботы об их здоровье, поддержку конкурентоспособности на рынке посредством внедрения инноваций.
- ценность для общества: включает оценку воздействия компании на социальное благополучие и устойчивое развитие людей.

Во многом результаты данного проекта легли в основу совместных усилий, предпринятых Международным деловым советом Всемирного экономического форума (ВЭФ). Под руководством Клауса Шваба из ВЭФ и Брайана Мойнихана (руководителя МДС ВЭФ и CEO Bank of America) ВЭФ и компании «большой четверки» работают совместно над консолидацией и упрощением подхода к измерению долгосрочной ценности бизнеса и ее влияния на общество, включая анализ прогресса в достижении Целей устойчивого развития ООН. Эти усилия направлены на интеграцию и согласование подходов разработчиков различных стандартов, таких как Глобальная инициатива по отчетности (GRI) и Совет по стандартам учета в области устойчивого развития (SASB), а также другие ведущие инициативы в этой области, включая FCLT Global, Just Capital и Всемирный деловой совет по устойчивому развитию (WBCSD).

На последнем Всемирном экономическом форуме в Давосе доминировали темы изменения климата и поиска нового общественного договора между бизнесом, государством и обществом. В частности, обсуждались вопросы того, как компании могут учитывать и раскрывать экологическое и социальное влияние своей деятельности в корпоративной отчетности. Учитывая международный характер данной проблематики, необходимость оценки нематериальных аспектов ценности актуальна и для казахстанских реалий. Сегодня бизнес-сообщество в Казахстане должно осознать, что создание ценности для широкого круга заинтересованных сторон становится залогом конкурентоспособности в ближайшем будущем.

Если казахстанский бизнес хочет быть конкурентоспособным на международной арене, то ему пора подключаться к этим инициативам – высказывать свое мнение об их развитии и решать, каким образом внедрить их в свои стратегии, рабочие процессы и отчетность уже сейчас.

Это важный момент для корпоративного мира. Сегодня очевидно, что долгосрочный успех для бизнеса важнее, чем краткосрочные прибыли компаний. Руководители больше не должны выбирать между тем, что хорошо для бизнеса, и тем, что хорошо для их заинтересованных сторон. Они могут и должны учитывать ожидания и тех, и других.

Категории	Группы метрик	Примеры рассматриваемых метрик/показателей
Ценность для сотрудников	Привлечение и удержание	Текучка среди высокопотенциальных сотрудников
	Обучение и развитие	Возврат на инвестиции в таланты
	Вовлеченность	Индекс вовлеченности
	Здоровье и благополучие	Коэффициент отсутствия на работе в связи с психологической нагрузкой
		Число работников, которым доступны программы поддержания здоровья и благополучия
Ценность для потребителей	Доверие потребителей	**Общий уровень доверия** (разница положительных и отрицательных отзывов) на основании цифровых данных из всех источников о мнениях, высказанных в организации, продукта или бренда по следующим направлениям: - Постоянство. Продолжают ли бренд или продукт соответствовать своей миссии? - Добросовестность. Сообветствует ли заявленная миссия компании, бренда или продукта ожиданиям заинтересованных сторон? - Соответствие цели. Выполняет ли компания, бренд или продукт свою миссию? - Открытость. Взаимодействует ли компания со всеми ключевыми группами заитересованных сторон? - Честность. Воспринимается ли компания как действующая в соответствии с заявленной этикой
Ценность для общества	Здоровье потребителей	Число людей, здоровье которых улучшилось/ухудшилось в результате продаж продукции или услуг
		Дополнительное количество лет трудоспособности или сокращение лет нетрудоспособности
		Количество людей, затронутых инициативами по поддержке здоровья местных сообществ
	Измерение через достижение ЦУР ООН	Социальный возврат на инвестиции от инициатив, связанных с поддержкой здоровья населения (в денежном выражении)
		Ресурсоэффективность (удельные выбросы парниковых газов, водопотребление, образование отходов по отношению к выручке или прибыли)

КАПИТАЛ

Несовпадение профиля риска

Мариям Бижикеева

Владельцы малого и среднего бизнеса в Казахстане осторожно относятся к продаже доли своих компаний по разным причинам. Например, многие просто не хотят, чтобы остальные участники рынка знали, что он привлекает внешнего инвестора. И, по мнению управляющих директоров финансово-инвестиционной компании Osquared Capital Тимура Омоева и Улана Осмонова, это скорее относится к традициям ведения бизнеса в стране. Почему на рынке должны быть успешные публичные прецеденты входа и выхода инвесторов из проектов МСБ, и действительно ли многие бизнесмены опасаются потерять контроль над своими компаниями, и поэтому не обращаются за финансированием к большим местным группам, эксперты ответили корреспонденту «Капитал.kz»

– Тимур, Улан, по-вашему, есть ли в стране альтернатива финансовой поддержки МСБ, не учитывая госпрограммы?

Тимур Омоев: Если говорить о долговом финансировании, то теоретически такая возможность у отечественного МСБ есть. Но на уровне малого и среднего бизнеса большую роль, и не только в Казахстане, но и в целом в мировой экономике, играет активное управление – когда инвестор вкладывает в капитал компании. Теоретически есть и доступ к банкам, и банки готовы кредитовать. Но БВУ всегда жалуются на то, что не хватает хороших проектов, а предприниматели сетуют на жесткие требования, в первую очередь, по залогам. Получается так называемое несовпадение профиля риска. И у нас в стране это не позволяет кредитованию МСБ принять массовый характер, даже несмотря на широкий спектр программ государственной поддержки. В Казахстане не хватает именно инвесторов, готовых выкупать долю бизнеса, работающего в формате акционерного общества или товарищества.

Улан Осмонов: Осторожно к продаже доли в бизнесе в Казахстане относятся по разным причинам. Кто-то не хочет, чтобы остальные участники рынка знали, что он привлекает внешнего инвестора. Это скорее относится к традициям ведения бизнеса в республике. Например, работая в Лондоне, я наблюдал, как компании из СНГ часто предпочитали обращаться не в представительства международных инвестиционных банков в своих странах, а приезжали напрямую в офисы банков в международных финансовых хабах. Зачастую это происходило, потому что собственники компаний не хотели, чтобы на местном рынке пошел слух о том, что будет обсуждаться сделка по привлечению акционерного капитала. Такое отношение к сделкам можно изменить, если внутри страны на рынке существуют прозрачные «правила игры», и бизнесмену за вход в капитал его компании предлагают адекватные цену и условия дальнейшего сотрудничества.

Т.О.: Дело еще и в том, что не все предприниматели готовы идти на условия заинтересованного инвестора, например, не соглашаясь с ним по вопросу управленческого состава и корпоративного управления. То есть чаще всего многое упирается в асимметричность интересов владельца бизнеса и потенциального нового акционера.

У.О.: Хочу отметить, что на рынке должны быть успешные публичные прецеденты входа и выхода инвесторов из проектов малого и среднего размера. Когда их будет достаточное количество, у инвесторов появится уверенность в том, что система работает. Это влияет на внешних инвесторов, которые могут отследить подобные сделки и увидеть, что в стране существует динамичная среда с точки зрения сделок. Местные компании тоже смотрят на подобные сделки, и их, выражаясь простым языком, оптимизм по поводу успешности сделки, увеличивается. Как только эти процессы приобретают достаточно широкое распространение, потоки внешних и внутренних инвестиций становятся более динамичными и приводят к развитию эффективной системы финансирования МСБ.

– Какие три важных фактора вы могли бы выделить, которые мешают в Казахстане запустить эти механизмы и внутренние инвестпотоки?

Т.О.: Первое – это решить взаимосвязанные проблемы взаимного доверия и качества корпоративного управления. Не каждый начинающий малый и средний бизнес достигнет успеха. Среди МСБ и стартап-проектов уровень «смертности» достаточно высок. Поэтому на первом этапе привлечения внимания инвестора важно вызвать в нем уверенность в команде компании и ее управленческих и деловых качествах, а также обеспечить прозрачность бизнеса для всех его участников.

У.О.: Второе. Имеет смысл также обучать участников рынка нюансам проведения сделок по привлечению инвестиций, потому что ни бизнесмен, ни инвестор не имеют мотивации делиться такой информацией. Людям нужно понимать этапы инвестиционного процесса: от начала обсуждения сделки до путей преодоления возможных осложнений и успешного закрытия сделки. Когда в Казахстане был бум сделок IPO, международные консультанты организовывали обучающие семинары, но в основном это делалось для больших компаний. До МСБ информация, по большому счету, не доходила.

Т.О.: Третье. Есть проблема концентрации капитала у небольшого процента населения – эта категория казахстанских инвесторов предпочитает вкладываться в собственный бизнес, бизнес близких им людей или в недвижимость. В то же время большая часть представителей среднего класса не имеет возможности и ресурсов найти и провести анализ интересных проектов и, став соучредителями малого или среднего предприятия, участвовать его управлении.

У.О.: Концентрация капитала – это важный момент во внутренних инвестпотоках. Многие бизнесмены опасаются потерять контроль над своими детищами и не обращаются за финансированием к большим местным группам. Есть вариант фондов прямых инвестиций, которые становятся своего рода мостом между бизнесом и банками. То есть дают МСБ возможность развиться до той степени, когда он станет более привлекательным для кредитования банками. Но на сегодня в Казахстане фондов, которые готовы инвестировать в начинающий или небольшой бизнес, очень мало, и информация о них ограничена.

Т.О.: И здесь вопрос не только денег, но и передачи лучших мировых практик. К тому же не всегда компании, даже отталкиваясь от международного опыта, сразу приносят деньги инвестору. Например, Amazon – американская компания, крупнейшая в мире на рынках платформ электронной коммерции, прибыльной стала последние несколько лет. До этого она более десяти лет имела отрицательную чистую прибыль. Если казахстанская компания, долю в которой приобрел наш фонд, не приносит доход сегодня, это не значит, что у нее нет шансов стать успешной в будущем. На привлекательность проектов влияют как внешние, так и внутренние факторы: команда, бизнес-идея и ее воплощение, политическая стабильность страны.

– Как вы относитесь к попыткам государства децентрализовать инвестпотоки в регионы? Есть в этом потенциал?

У.О.: Мы хоть и с добрым лицом, но все-таки капиталисты. Лично для нас важно, чтобы бизнес имел постоянных потребителей и качественный потенциал роста. Если бизнесмен не двигается туда, где есть рынок, значит, он что-то упускает в своей стратегии развития. Привлекательность таких компаний для инвесторов неочевидна независимо от того, где они находятся – в регионе или мегаполисе. Вместе с тем усилия государства децентрализовать инвестпотоки оправданы. Для внешних инвесторов действительно важно, что делает для них государство, какие шаги навстречу им оно предпринимает, какие условия создает.

Т.О.: Различия в инвестиционной привлекательности между большими городами и провинцией существуют во всех странах. Но если креативная и профессиональная команда имеет интересный проект, то мы готовы в него инвестировать, где бы он ни был запущен. Если в провинции, то нам особенно важны планы этой команды по выводу проекта в другие регионы и города. Напрямую инвестировать в проекты в секторе среднего и малого бизнеса, на которые делают упор поисковые фонды, подобные нашему, внешним инвесторам экономически нецелесообразно. Стремясь децентрализовать инвестпотоки, государство должно фокусироваться на создании равных условий для всех участников рынка, причем как внутренних, так и внешних, на разработке простой, но продуманной нормативной правовой базы, обеспечении справедливой правоприменительной практики и на развитии инфраструктуры. Остальные вопросы эффективнее оставить решать рынкам.

Станислав Чуев: Полагаем, что уровень проблемных долгов занижен банками

Мариям Бижикеева

Основная роль в обеспечении роста банковского сектора, скорее всего, в текущем году сохранится за потребительским кредитованием. Хотя и не исключено его замедление в ответ на более строгое регулирование и насыщение рынка. В целом кредиты и активы банков будут расти медленнее экономики страны в номинальном выражении. В интервью корреспонденту «Капитал.kz» директор департамента исследований Halyk Finance Станислав Чуев также рассказал о том, возможна ли докапитализация банков, на какую сумму и на каком уровне сложится доля проблемных займов в текущем году.

– Станислав, есть основания полагать, что основные тенденции развития банковского сектора в 2020 году останутся без изменений?

– По нашему мнению, основные тенденции развития банковского сектора, наблюдавшиеся в последние годы, сохранятся и в 2020 году. Это в первую очередь продолжение опережающего роста розничного кредитования по сравнению с корпоративным и снижение роли банковского сектора в экономике.

Среди дополнительных факторов, способных оказать значительное влияние на рынок, стоит выделить результаты AQR Национального банка страны и связанные с ними будущие решения регулятора, а также отделение от Нацбанка Агентства по регулированию и развитию финансового рынка. Считаем, что влияние банковского сектора на рост экономики будет и дальше снижаться ввиду ожидаемого ужесточения требований к потребительскому кредитованию, а также за счет возможного списания проблемных долгов по результатам AQR в ряде банков.

Также мы не ожидаем существенных изменений в базовой ставке и, соответственно, в стоимости кредита, в особенности для бизнеса, в условиях значительного инфляционного давления и сохраняющейся избыточной ликвидности на рынке. При этом розничное кредитование будет продолжать выступать ведущим фактором роста совокупного портфеля, поскольку ограниченность рынка корпоративного кредитования сохранится в отсутствии изменений в развитии МСБ и вследствие низкой эффективности мер по решению структурных проблем. Следовательно, как и в прошлом году, основная роль в обеспечении роста банковского сектора, скорее всего, сохранится за потребительским кредитованием, хотя не исключено его замедление в ответ на более строгое регулирование и насыщение рынка, а кредиты и активы банков в целом будут расти медленнее экономики страны в номинальном выражении. Мы не ожидаем существенных изменений в темпах роста депозитов физических лиц в связи со стабилизацией роста доходов населения. Совокупный прирост депозитов корпоративного сектора также останется значительно ниже номинального роста ВВП. На рост депозитов влияние будут оказывать восстановление доверия к банковской системе и ожидаемое сохранение темпов роста экономики на уровне выше 4%.

– Вы можете подтвердить, что снижение влияния банковского сектора на экономику страны в прошлом году продолжилось?

– Да, несмотря на более высокие темпы роста банковского сектора в 2019 году в сравнении с предыдущим годом, его влияние на экономику продолжило снижаться. Если подтверждать цифрами, то согласно нашей оценке, отношение кредитов банков второго уровня к ВВП за год снизилось с 22,3% до 21,4%. В то же время отношение депозитов к ВВП сократилось – с 27,6% до 26,1%. Таким образом, с учетом реального роста ВВП в 4,5% и инфляции на уровне 5,4% номинальный рост кредитов и депозитов отставал от номинального роста экономики.

Как и прежде, основными причинами данного отставания стали структурные проблемы казахстанской экономики, ориентированной на экспорт природных ресурсов с низкой долей добавленной стоимости и характеризуемой высокой степенью присутствия государства. Результатом этого является слабое развитие МСБ при малоэффективной господдержке, а также медленный рост реальных доходов в секторах, которые не были затронуты государственными мерами по повышению зарплат. Данная ситуация усугубляется низким качеством корпоративного управления отдельных банков, которое привело к образованию большого объема скрытых проблемных займов, оказывающих давление на капитал банков и ограничивающих их возможности в кредитовании.

Согласно предварительным данным, в прошлом году активы банковского сектора увеличились на 6,2%, а его кредитный портфель вырос на 7,1% по сравнению с 1,3% предыдущего года. Основной вклад в рост портфеля внесли розничные займы, которые увеличились на 26% с начала года, и составили 48% от совокупного портфеля. Депозитная база сектора за 2019 год расширилась на 5,5% по сравнению с 2.2% в 2018 году. Основной вклад в рост депозитов по-прежнему вносили депозиты населения, увеличившиеся на 6,2% г/г. Вслед за сокращением в предыдущем году, в 2019-м корпоративные вклады выросли на 4,7% год к году.

– Какой прогноз вы можете дать по доле проблемных займов? И к чему это может привести в случае их роста?

– Доля проблемных займов может вырасти, давление на капитал увеличится, а консолидация сектора продолжится. У некоторых банков существует значительный разрыв между начисленными и реально собранными процентными доходами. В связи с этим мы полагаем, что уровень проблемных долгов, вероятно, занижен, и в действительности их доля может быть значительно выше. Здесь отмечу, что на конец прошлого года доля проблемных займов составила 8,13%, показав незначительный рост в сравнении с предыдущим. Покрытие провизиями (NPL90+) по сектору было на уровне 163,8%, и в большинстве банков данный показатель был выше 100%. С другой стороны, согласно финансовой отчетности по МСФО-9, публикуемой банками, доля стрессовых займов (займы, входящие в Стадию 2 и Стадию 3) значительно превышает размеры NPL, отраженные в статистике, предоставляемой БВУ в Нацбанк.

– Вы допускаете докапитализацию банков в перспективе?

– Согласно предварительным результатам AQR, хотя пруденциальные нормативы достаточности капитала (k1 и k2) выполняются банками в целом по всему банковскому сектору, регулятор признает необходимость докапитализации банков на сумму 450 млрд тенге. Следовательно, вопрос достаточности капитала в отдельных банках остается открытым. Данная ситуация обостряется низкой готовностью акционеров банков осуществлять дополнительные вливания в капитал в условиях нерешаемых структурных проблем экономики и ограниченных возможностей для роста.

– Какие тренды сектора вы можете прогнозировать в текущем году? И какие, по вашему мнению, события сектора прошлого года стали для него знаковыми?

– В текущем году мы ожидаем дальнейшее сокращение количества банков путем слияния или ликвидации, однако многое будет зависеть от результатов AQR и связанных с ними решений регулятора. Не могу не отметить подписанный в середине прошлого года закон о создании специального агентства по регулированию и надзору финансового рынка, подотчетного напрямую президенту страны. Создание Агентства по регулированию и развитию финансовых рынков и передача части функций Нацбанка данному органу, бесспорно, является позитивным событием в развитии финансового сектора республики. Это должно минимизировать конфликт интересов между монетарной и надзорно-регуляторной функциями. При этом разделение полномочий между НБРК и агентством будет плодотворным в том случае, если будет обеспечена независимость агентства от правительства и НБРК. И да, начало прошлого года запомнилось продажей и присоединением Цеснабанка к FHB с последующим ребрендингом в First Heartland Jýsan Bank. Позже FHB добровольно провел реорганизацию, что привело к сокращению количества банков до 27.

– Интересует поведение курса валют доллар – тенге в текущем году.

– С учетом негативных ожиданий по внешнеэкономическим факторам, мы прогнозируем, что курс национальной валюты в этом году будет испытывать давление дефицита в рамках текущего счета, и не исключаем его ослабления на 3-4% к концу года. В сравнении с предыдущим годом, в 2019-м тенге продемонстрировал более высокую стабильность. Среднее значение курса за прошлый год составило 382,75 тенге за доллар США, показав ослабление на 11% в сравнении с 2018 годом.

АРРФР: Надзор будет сконцентрирован на наиболее высоких рисках банков

Меруерт Сарсенова

Новый финрегулятор должен усилить надзорные функции с учетом AQR и развивать финансовый рынок, в том числе в соответствии с лучшими мировыми практиками. Насколько эти методы применимы к казахстанской банковской системе, чего ожидает Агентство по регулированию и развитию финансового рынка (АРРФР) от оценки качества активов БВУ, а также в каких областях регулятор уполномочен использовать мотивированное суждение? На вопросы корреспондента «Капитал.kz» ответили специалисты АРРФР.

С начала прошлого года Национальный банк РК ввел риск-ориентированный надзор (РОН) банковского сектора. Тем не менее за целый год регулятор ни разу не информировал о реализованных мерах в рамках РОН. С чем это связано? И каких областей коснулись изменения надзорных подходов?

В рамках усиления регуляторного и надзорного мандата с 1 января 2019 года введен надзор на основе рисков, в том числе право уполномоченного органа применять надзорные суждения.

Так, с учетом международного опыта и рисков, выявленных в деятельности банков, регулятор уполномочен использовать мотивированное суждение в следующих областях: согласование менеджмента и акционеров; определение лиц, связанных с банком особыми отношениями; оценка адекватности созданных провизий (резервов); оценка систем управления рисками и внутреннего контроля. Данный подход позволяет выявлять существенные риски банков на ранних стадиях.

Также изменения надзорных подходов регулятора коснулись качественной оценки банков и системы надзорного реагирования. В этой связи новые подходы выстроены на базе методологии Supervisory review and evaluation process (SREP), которая использует полный инструментарий надзорной практики регулятора и обеспечивает эффективный риск-ориентированный подход в надзоре для регулятора.

В 2019 году первая оценка банков была проведена в соответствии с методологией SREP.

В последующем результаты оценки банков будут использованы для совершенствования внутреннего надзорного процесса, калибровки методологии SREP, разработки детальной методики и рекомендаций для кураторов банков.

Возможности, которые дает риск-ориентированный надзор, легли в основу надзорного процесса, и регулятор использует их в повседневной практике, в том числе при осуществлении SREP и оценки качества активов AQR. При этом планируется его дальнейшее совершенствование.

Касательно того, какие меры и мероприятия были реализованы в рамках РОН, сообщаем, что данная информация не является публичной, поскольку эти вопросы относятся к сфере взаимодействия финансового регулятора и БВУ.

Оценка качества активов 14 крупнейших банков проведена совместно с международным консультантом и независимыми аудиторскими компаниями в соответствии с методологией ЕЦБ. Насколько такого рода общепринятые мировые практики коррелируют с реалиями отечественного банковского сектора?

Да, изучение состояния казахстанского банковского сектора проведено в соответствии с методологией Европейского Центрального Банка (ЕЦБ), которая гарантирует соблюдение единых международных стандартов качества и обеспечивает доверие к результатам программы со стороны международного сообщества.

При этом необходимо отметить, что данная методология скорректирована с учетом специфики законодательства Казахстана и бизнес-процессов отечественных банков, но при этом сохраняя уровень консервативности ЕЦБ.

В то же время в 2020 году Агентством продолжится работа по совершенствованию подходов риск-ориентированного надзора. В частности, по следующим направлениям: политика надзора, обеспечение эффективности пруденциального надзора, синергия микро- и макропруденциального регулирования.

Следует подчеркнуть, что надзор будет сконцентрирован на наиболее высоких рисках банков с применением интенсивного мониторинга и проверок для поддержания капитала выше, чем минимальные требования.

Кроме того, надзор на «forward-looking» основе дополнится мотивированным суждением, непрерывной оценкой внутренних рисков, влиянием макропруденциальных и макроэкономических рисков, а также с учетом превентивности надзорных мер.

Какой эффект ожидает регулятор от оценки качества активов? И вправе ли БВУ оспаривать итоги AQR?

По итогам AQR Агентство сформирует полное представление о реальном положении дел в банковском секторе и сможет более предметно подойти к урегулированию выявленных в ходе программы недостатков.

Вместе с тем ожидается совершенствование действующих бизнес-процессов банков согласно лучшей мировой практике, активизация кредитования реальной экономики и улучшение качества предоставляемых услуг для населения страны. Помимо этого, за счет повышения прозрачности финансового сектора для потенциальных инвесторов прогнозируется и улучшение инвестиционного климата в целом по Казахстану.

Однако уже в процессе проверки многие банки-участники приняли во внимание наблюдаемые результаты и предприняли меры для улучшения качества портфеля, а также начали работу по совершенствованию политик и процессов, данных и систем для соответствия требованиям методологии AQR.

На данный момент Агентство проводит анализ индивидуальных результатов банков, а также обсуждение с банками отдельных выводов.

КАПИТАЛ.KZ
ЦЕНТР ДЕЛОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
популярное за неделю

В СТОЛИЦЕ ОДОБРЕНО 15 ПРОЕКТОВ ЭКОНОМИКИ ПРОСТЫХ ВЕЩЕЙ

Для льготного кредитования отечественных товаропроизводителей по республиканской программе «Экономика простых вещей» в 2020 году предусмотрено 600 млрд тенге. Такую информацию предоставили в управлении по инвестициям и развитию предпринимательства, сообщает официальный сайт акимата Нур-Султана. Финансовые средства размещены в Народном банке, First Heartland Jusan Bank, ДБ АО Сбербанк, Банке ЦентрКредит, АТФБанке, ForteBank, Евразийском Банке, Bank RBK и Нурбанке. В управлении отметили, что создан проектный офис, который на постоянной основе проводит консультации для бизнесменов. В его работе находится 33 проекта на 22 млрд тенге, из них одобрено 15 проектов стоимостью 11,5 млрд тенге, 7 проектов на сумму в 3,5 млрд тенге – на рассмотрении в банках. На стадии разработки бизнес-планов – 11 проектов на 6,8 млрд тенге. Кредиты выдаются под 6% при субсидировании части вознаграждения АО «ФРП «Даму» сроком до 10 лет. Цели использования займа – на инвестиции не менее 50%, на пополнение оборотных средств не более 50%. В программе могут участвовать предприниматели, реализующие проекты по строительству объектов образования, производству транспортных средств, строительных материалов, продуктов питания, текстильной продукции, бумажных изделий и упаковочных материалов, электроники, мебели, продукции бытовой химии и др. **(kapital.kz)**

В КЫЗЫЛОРДИНСКОЙ ОБЛАСТИ НАЧНУТ РАЗВИВАТЬ СОПУТСТВУЮЩИЕ ПРОИЗВОДСТВА

На крупных предприятиях Кызылординской области необходимо увеличить объемы выпускаемой продукции, так в регионе появится возможность создавать сопутствующие производства. Об этом на встрече с представителями бизнес-сообщества сказал аким Куанышбек Искаков, сообщили в пресс-службе акимата. «В рамках рисоводческого завода должны быть открыты сопутствующие предприятия по выпуску мешков, рисовой лапши, рисовой муки, рисового масла, рисовой соломы», – отметил глава региона. Он пояснил, что продукция, произведенная из казахстанского сырья, импортируется в нашу республику «уже в несколько раз дороже». Куанышбек Искаков уточнил, что в регионе имеются предприятия, которые занимаются разведением племенного скота, производством колбасной и молочной продукции. «Но по этому направлению практически не развито производство шерсти, кожи. Также в соответствии с изменениями, внесенными в действующее законодательство РК, с 2025 года планируется запрет на выпуск полиэтиленовой продукции. Поэтому необходимо развивать производства по выпуску продукции, заменяющей полиэтиленовую», – сказал аким области. **(kapital.kz)**

ДОЛЮ BI GROUP В NAIMI.KZ ПЕРЕКУПИЛ ТИМУР ТУРЛОВ

Долю BI Group в Naimi.kz перекупил венчурный инвестор Тимур Турлов. Он дополнительно инвестировал в развитие платформы и маркетинг $1 млн, сообщил Багдат Мусин в Facebook. «Я тоже стал миноритарным акционером платформы», – отметил он. «За весь период мобильное приложение скачано 500 тыс. раз, из которых 350 тыс. пользователей – это заказчики, а 150 тыс. — самозанятые специалисты. Стоит отметить, что 85 тыс. спецов зарегистрировалось в 2019 году. Всего на платформе было оставлено 358 тыс. заказов на общую сумму около 10 млрд тенге, из них 200 тыс. заказов оставлено только за последний год. Ежемесячно самозанятые специалисты Naimi.kz получают возможность заработать 300 млн тенге. Обсуждая условия заказов через внутренний чат, пользователи отправили 6,5 млн сообщений за 2019 год. Break-even был достигнут в 2019 году», – рассказал Багдат Мусин. **(kapital.kz)**

КОМПАНИИ РК ПРОИЗВЕЛИ МЕБЕЛИ НА 37,9 МЛРД ТЕНГЕ

За 12 месяцев 2019 года казахстанские компании произвели мебели на 37,9 млрд тенге. С учетом инфляции, по данным Комитета по статистике, реальный рост составил 0,1%. Для сравнения: в аналогичном периоде годом ранее показатель составлял 38,6 млрд тенге, реальный рост — 3,1%. В топ-3 регионов по производству мебели в стоимостном выражении вошли Алматы (12,1 млрд против 11,7 млрд тенге годом ранее, 31,9% от РК), Алматинская (4 млрд против 4,6 млрд тенге в 2018 году, 10,7% от РК) и Акмолинская области (3 млрд против 2,8 млрд тенге, 8% от РК). Совокупная доля тройки ключевых регионов составила более половины всего производства мебели в РК. В натуральном выражении значительный годовой рост производства отмечен в сегментах деревянной мебели для столовых и гостиных (на 12,3%) и деревянной офисной мебели (на 5,7%). Производство кухонной мебели, напротив, упало на 42% по сравнению с 2018 годом. По итогам 11 месяцев 2019 года казахстанские компании обеспечили спрос (реализацию по РК и экспортные поставки) на деревянную офисную мебель на 76,4%, на кухонную мебель — на 50,1%, на табуреты, стулья и прочую мебель для сидения с металлическим каркасом — на 62,1%. **(energyprom.kz)**

НОВОСТИ НЕДЕЛИ

КАЗАХСТАН

УБЫТОК «КАЗАГРО» СОКРАТИТСЯ

Первый заместитель премьер-министра – министр финансов Алихан Смаилов считает, что чистый доход «КазАгро» к концу 2020 года составит более 300 млн тенге. Отвечая на вопросы депутатов, он рассказал, какая работа проводится по улучшению деятельности холдинга. «По «КазАгро» – в прошлом году поменялось руководство. Перед ними поставлена задача – провести процесс оптимизации. Мы видим результаты: уже сокращен штат. Экономия составляет на сегодня 800 млн тенге. Их убытки сократятся еще на 2 млрд тенге. Думаю, в конце года они должны выйти на чистый доход – более 300 млн тенге. Это первые результаты работы, но проблемы имеются», – рассказал он в мажилисе. Как отметил мажилисмен Жексенбай Дуйсебаев, ежегодно у депутатского корпуса вызывает нарекания деятельность ряда крупных компаний квазигоссектора. По его словам, «миллиарды тенге бюджетных средств тратятся неэффективно, несвоевременно, а то и вовсе не используются и лежат мертвым грузом на спецсчетах». Алихан Смаиов ответил, что институты, предоставляющие доступное для АПК финансирование, необходимы, ведь у банков есть свои нормативы и очень жесткие требования к заемщикам. **(kapital.kz)**

ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА ЛЕГПРОМА ВЫРОСЛИ

В январе 2020 года объемы производства в отрасли легкой промышленности выросли на 8,7%. Позитивная динамика наблюдается в производстве текстильных изделий на 8,7%, одежды – на 5,2%, а также кожаной и относящейся к ней продукции – на 5,9%, сообщили в пресс-службе министерства индустрии и инфраструктурного развития. Рост отмечается за счет увеличения производства хлопкового волокна, готовых текстильных изделий, верхней одежды, обуви, а также за счет запуска в 2019 году проектов ТОО «Бал текстиль» – третий цех по производству ковров и ковровых изделий, ТОО «QazProdGroup» – производство обуви, ТОО «EKOHIM» – производство веревок, шнурков, плетение сетей, канатно-веревочных изделий. «По механизму кредитования «Экономики простых вещей» банками второго уровня одобрены 30 проектов легкой промышленности на сумму 6,6 млрд тенге», – указывается в сообщении ведомства. Для дальнейшего развития отрасли ведется работа по включению текстильных предприятий ТПК «Альянс» и ТОО «Azala Textile» в субзоны СЭЗ «Оңтүстік». В 2020 году планируется реализация двух проектов: ТОО «Назар Текстиль» - Производство синтетической пряжи» и ТОО «Швейная фирма «Семирамида» - модернизация производства и запуск линии по производству сорочек, на общую сумму инвестиций – 2,8 млрд тенге, с созданием 600 рабочих мест. **(kapital.kz)**

FLYARYSTAN ОТКРЫВАЕТ НОВЫЙ РЕЙС

FlyArystan с 13 марта 2020 года начнет выполнять рейсы из Алматы в Петропавловск. Стоимость билетов начинается от 9 тыс. 999 тенге, сообщили в пресс-службе авиакомпании. Ранее сообщалось, что расширение маршрутной сети станет возможным благодаря увеличению авиапарка лоукостера этой весной. 4 раза в неделю будут осуществляться перелеты в административный центр Северно-Казахстанской области – Петропавловск. Продолжительность полета – 2 часа. В данный момент во флоте FlyArystan 4 авиалайнера Airbus A320, осуществляющие регулярные рейсы по 12 внутренним маршрутам, а также международное направление Нур-Султан – Москва – Нур-Султан. Финансовый директор FlyArystan Алим Шалбаев выразил благодарность руководству международного аэропорта Петропавловска, а также местному городскому управлению за поддержку в открытии данного рейса. «Взаимопонимание в вопросе двустороннего сотрудничества в первую очередь выгодно для местного населения, которое благодаря низким ценам сможет легко передвигаться между севером и югом страны», – подчеркнул директор компании. **(kapital.kz)**

ВСЕГО 7% МАЛЫХ КОМПАНИЙ ОТНОСЯТСЯ К ПРОМСЕКТОРУ

К началу текущего года в стране было зарегистрировано 438 тыс. малых компаний – на 3,1% больше, чем годом ранее. Из них 7% компаний относятся к промсектору: 30,5 тыс. – на 2,5% больше, чем год назад. Почти три четверти (7%) всех зарегистрированных в промышленности малых компаний относятся к сегменту переработки: 22,6 тыс., плюс 1,3% за год. Еще 12,8% компаний относятся к горнодобывающей промышленности и разработке карьеров (3,9 тыс., годовой рост — сразу на 7,7%), 8,4% — к сфере водоснабжения, канализационных систем и контроля над сбором и распределением отходов (2,6 тыс. компаний, плюс 3,6% за год), и 4,7% – к электро- и теплоснабжению (1,4 тыс. малых предприятий — на 7,9% больше, чем годом ранее). Среди малых компаний, зарегистрированных в промсекторе, к действующему бизнесу относится 20,7 тыс. предприятий (67,9%). За год количество действующих малых промышленных компаний выросло на 9,2%. 72,9% от действующих в промышленности малых компаний заняты в обрабатывающих индустриях: 15,1 тыс. предприятий, плюс 8% за год. Среди них две трети приходится на пять ключевых для малого бизнеса отраслей: пищепром (18,2% от малых предприятий, действующих в сегменте переработки), машиностроение (18,2%), производство стройматериалов и прочих подобных неметаллических изделий (13%), выпуск изделий из пластмасс и резины (8,5%), выпуск готовых металлических изделий (8,4%). **(energyprom.kz)**

Зачем казахстанским банкам цифровая идентификация

Владимир Меркушев, руководитель продукта Digital ID

Каждый год стартапы и технологии, меняющие финансовую сферу, привлекают миллиарды долларов инвестиций. Благодаря этому традиционные банковские услуги и сервисы постепенно превращаются в цифровые. Пароли и пинкоды теряют свою актуальность, потому что не способны обеспечить безопасность операций, а походы в банковские отделения становятся редким явлением.

В Казахстане переход финансовой сферы в цифровую эру начался несколько лет назад: банки уже освоили мобильные приложения, создают маркетплейсы и строят экосистемы, предоставляя пользователям удобные финансовые инструменты.

Следующий шаг – внедрение технологий цифровой идентификации. Процесс только начался, но из-за законодательных ограничений речь о полномасштабном запуске подобных технологий пока не идет. Однако сейчас правительство рассматривает проект закона по вопросам регулирования цифровых технологий. Если его примут, это значительно ускорит процесс внедрения цифровой идентификации и позволит банкам использовать технологии шире.

Как цифровая идентификация работает в банковской сфере

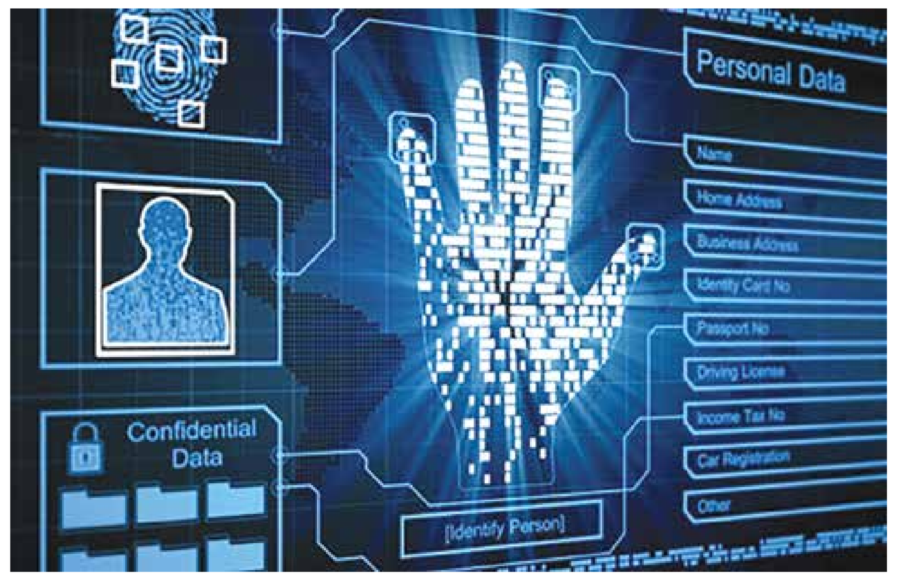
Чтобы получить большинство банковских услуг, нужно пойти в ближайшее отделение, взять талон и дождаться очереди. Для клиентов это не всегда удобно. Однако это необходимо, потому что банку нужно идентифицировать личность клиента и удостовериться, что это действительно он. Таким образом, существующая система – это защита от мошенников.

Биометрические технологии позволяют идентифицировать клиентов дистанционно, поэтому им не нужно приходить в банковские отделения, а все необходимые услуги можно получить, не выходя из дома. Открыть банковский счет, отправить заявку на кредит или купить смартфон в рассрочку – сценарии использования технологии самые разные.

Как правило, работает это так: клиент скачивает мобильное приложение банка и регистрируется в системе. Затем ему нужно предоставить свои биометрические данные – например, изображение лица и фотографию удостоверения личности. Он фотографирует необходимое на камеру смартфона, а потом загружает все в мобильное приложение. Система сравнивает селфи клиента с его фотографией на документе. Если ей удается идентифицировать клиента, тот завершает регистрацию в мобильном приложении. Так банк идентифицирует клиента и защищает себя от мошенников, а клиенты получают возможность воспользоваться услугами онлайн. Все в выигрыше.

Как подобные технологии используются в зарубежных банках

За рубежом цифровая идентификация используется давно – первые системы появились там еще в начале двухтысячных. Но именно за последние пять лет они обрели настолько большую популярность, что на биометрию постепенно переходят все. Например, в Эстонии продолжительность работы подобных технологий составляет больше 17 лет. Эту страну часто приводят в



пример как лучшую реализацию проектов цифровой идентификации. Там технология получила широкое распространение как в государственном, так и частном секторе. При этом оценка влияния подобных технологий на ВВП составляет 2%.

Мы анализировали, как биометрические технологии внедрялись в разных странах и поняли, что первоначальный интерес всегда был со стороны финансовых организаций. Например, в Канаде внедрение биометрии происходило во многом благодаря ассоциации банкиров, которые увидели перспективу в технологии. Сегодня ее используют все ведущие банки страны, а также страховщики, кредитные бюро и инвестиционные компании.

По данным ассоциации потребителей Which?, с 2015 по 2018 год британские банки закрыли 2 868 отделений. Основная причина – сокращение числа «физических» клиентов в отделениях и развитие технологий, благодаря которым большинство банковских операций можно совершить онлайн.

Похожие процессы наблюдаются во многих странах: США, Китае, Германии и даже соседней России. По прогнозам аналитической компании Gartner, до 2022 года банки практически полностью откажутся от привычных сегодня способов авторизации, а вместо этого внедрят цифровую биометрическую идентификацию. Это позволит банкам сократить число офлайн-отделений и административные расходы, увеличить скорость предоставления услуг и защититься от мошенников.

Насколько это безопасно

По оценкам аналитиков Всемирного экономического форума, кибератаки занимают пятое место в рейтинге наиболее вероятных мировых угроз. Одни из самых распространенных примеров хакерских атак – это DDoS-атаки и фишинг. По данным отчета Ассоциации банков России, опубликованного в сентябре 2019 года, за последние два года количество DDoS-атак выросло более чем в 2 раза. Растет статистика и по фишинговым атакам. Так, в 2018 году среднемесячное их количество оценивалось в более 2,2 млрд писем. Это на 350% больше, чем годом ранее.

Актуальна эта угроза и для Казахстана. Особенно если учесть, что большинство местных банков для аутентификации пользователей до сих пор используют обычные пароли и SMS-сообщения с одноразовыми кодами. Что небезопасно, потому что система не понимает, кто вводит логин и пароль – клиент, решивший проверить банковский счет, или мошенник, заполучивший доступ к смартфону или электронной почте клиента. Поэтому из-за атак на инфраструктуру банка и фишинга клиентские данные могут оказаться у мошенников.

Именно цифровая идентификация способна в этой ситуации защитить не только сами банки, но и пользователей. Ведь благодаря ей система будет точно знать, кто именно заходит в интернет-банкинг. Это же подтверждает и исследование Spiceworks. По результатам опроса среди ИТ-специалистов, 74% респондентов считают, что биометрическая идентификация безопасна, а 53% согласны с тем, что эту технологию труднее взломать, чем обычные способы защиты.

Чтобы обмануть биометрическую систему, мошенникам придется «подделывать» личности банковских клиентов. При текущем развитии технологий это очень сложно сделать. Поэтому в подобных системах под удар попадают хранилища пользовательских данных. Однако и здесь не все так просто: пользовательские данные хранятся в зашифрованном виде, а вся информация передается по безопасному соединению. Взломать такое хранилище практически невозможно.

Во сколько обойдется внедрение цифровой идентификации

По данным компании Ernst & Young, объем инвестиций в рынок цифровой идентификации США составил $3 млрд. При этом рост объема инвестиций составляет 150% каждый год. Без учета государственных и внутрикорпоративных затрат. Сами же банки каждый год тратят на внедрение и развитие проектов в области цифровой идентификации более $1 млрд.

По примерным оценкам, внедрение технологии цифровой идентификации отдельно взятым казахстанским банком займет более года и потребует существенных инвестиций в программное обеспечение и инфраструктуру. Стоимость годовой лицензии на продукты для биометрической идентификации составляет сотни тысяч долларов.

Для крупной компании с сетью филиалов во многих городах Казахстана внедрение удаленной идентификации позволит сократить расходы на содержание офисов и штат сотрудников, а также привлечь в ряд своих клиентов жителей отдаленных регионов, которым неудобно посещать отделения банка, для чего сейчас требуется ехать в населенный пункт, где есть такое отделение. Внедрение технологии облачной электронной цифровой подписи поможет сделать работу с такими клиентами намного удобнее – все документы можно будет подписать удаленно, а безопасность подписи обеспечивают биометрия и специальные алгоритмы криптографии.

Вот поэтому цифровая идентификация – это следующий шаг в эволюции финансовых услуг в целом, а ее внедрение должно стать приоритетом для финансовых организаций. И чем раньше – тем лучше.

Вложения в ценные бумаги: советы начинающим инвесторам

Мадина Касымова

Более 120 тыс. казахстанцев являются частными инвесторами. Они приобретают ценные бумаги и считают такие вложения не только альтернативой банковскому вкладу, но и выгодной долгосрочной инвестицией. Правда, любой из них скажет: не зная брода, не рискуй – здесь нужен квалифицированный помощник, надежный консультант. От человека требуется только сделать первый шаг – принять решение стать инвестором. На что нужно обратить внимание начинающим инвесторам – корреспонденту «Капитал.kz» рассказал директор Департамента рынка ценных бумаг Агентства РК по регулированию и развитию финансового рынка Едиль Медеу.

– Где «продаются» ценные бумаги? Услугами каких финансовых посредников может воспользоваться частный инвестор для инвестирования в ценные бумаги?

– Сделки с ценными бумагами могут заключаться на организованном (биржевом) и на неорганизованном рынках.

При этом на неорганизованном рынке они могут заключаться по прямой договоренности между покупателем и продавцом ценных бумаг. Однако важно знать, что все сделки с ценными бумагами должны быть зарегистрированы в Центральном депозитарии, и для этой цели инвестору необходимо самостоятельно открыть лицевой счет в системе учета Центрального депозитария.

Сделки с ценными бумагами на биржевом рынке заключаются через брокеров, допущенных к торгам на соответствующей биржевой площадке. На территории Республики Казахстан, помимо биржевой площадки АО «Казахстанская фондовая биржа» (KASE), ценные бумаги могут быть приобретены на бирже Международного финансового центра «Астана» (AIX). В данном случае инвестору необходимо предварительно заключить договор с брокером, обладающим лицензией на осуществление данной деятельности.

Также можно доверить инвестирование своих денег в ценные бумаги управляющей компании, заключив с ней договор на доверительное управление инвестиционным портфелем. При этом надо убедиться, что компания имеет соответствующую лицензию.

Другим вариантом является приобретение ценных бумаг инвестиционных фондов, находящихся под управлением управляющих инвестиционным портфелем.

– Как найти финансового посредника?

– На сегодняшний день в Казахстане функционирует 39 лицензированных брокеров, в их числе 19 банков второго уровня и 20 управляющих компаний. При этом 18 из указанных организаций совмещают брокерскую деятельность с деятельностью по управлению инвестиционным портфелем.

Список брокеров и управляющих компаний размещен на официальном интернет-ресурсе Агентства РК по регулированию и развитию финансового рынка www.finreg.kz в разделе «Рынок ценных бумаг».

– Как отличить настоящего брокера от мошенника?

– На фондовом рынке Республики Казахстан оказывать брокерские услуги вправе только организации, обладающие соответствующей лицензией уполномоченного органа.

Информация о наличии у брокера действующей лицензии на осуществление брокерской деятельности должна быть размещена на его интернет-ресурсе.

Также проверить подлинность лицензии брокера можно на сайте финансового регулятора www.finreg.kz в разделе

«Реестр разрешений и уведомлений». Все реквизиты брокера, указанные на интернет-ресурсе финрегулятора, должны совпадать с реквизитами, указанными в лицензии.

– Заключаем договор с брокером. На что обращаем внимание?

– Сотрудничество клиента с брокером начинается с заключения между ними договора в письменной форме. В договоре указываются: права и обязанности брокера и клиента, размер и порядок оплаты комиссии за услуги брокера, способы предоставления брокеру клиентских заказов, форма и периодичность отчетности брокера перед клиентом, основания для прекращения договора и порядок действия сторон при прекращении действия брокерского договора. Клиент должен внимательно изучить этот документ перед подписанием, поскольку он является одним из факторов сохранности инвестиций.

Также при заключении договора брокер должен ознакомить клиента с внутренними документами, регламентирующими порядок осуществления брокерской деятельности.

Необходимо помнить, что инвестиции на фондовом рынке сопряжены с различными рисками. В том числе рыночными, кредитными, валютными. Поэтому брокер не может и не должен гарантировать клиенту получение инвестиционного дохода и (или) отсутствие убытков по инвестициям.

– Как передать деньги брокеру?

– Деньги, предназначенные для инвестирования, необходимо зачислить на банковский счет брокера, реквизиты которого указываются в брокерском договоре.

Брокеры не вправе принимать от инвесторов деньги в наличной форме.

– Что запрещено брокеру?

– При совершении сделок с ценными бумагами брокер должен действовать в соответствии с поручением клиента и прилагать все возможные усилия для наилучшего его исполнения.

Брокеру запрещается осуществлять операции с активами клиента без соответствующего поручения клиента, в том числе использовать деньги и ценные бумаги клиента в своих интересах или в интересах третьих лиц без соответствующего на то письменного разрешения клиента.

– Можно ли передать все бумаги в доверительное управление?

– Как отмечалось выше, инвестор вправе передать собственный инвестиционный портфель, а это ценные бумаги или деньги, в доверительное управление управляющей компании.

В данном случае активы клиента, переданные в доверительное управление, управляющая компания обязана инвестировать в соответствии с условиями инвестиционной декларации, которая определяет перечень объектов инвестирования, условия и ограничения инвестиционной деятельности в отношении активов клиента.

Инвестиционная декларация является неотъемлемой частью договора доверительного управления.

– Как проверить исполнение поручения?

– Брокер обязан предоставлять клиенту отчет о проведенных операциях в порядке, определенном брокерским договором либо внутренними правилами брокера.

Если брокер предоставляет свои услуги в электронном виде, клиент может отслеживать статус исполнения своих поручений через свой личный кабинет в торговой платформе брокера.

В случае если активы переданы в инвестиционное управление, клиент вправе получать от управляющей компании отчеты о результатах инвестиционной деятельности с периодичностью и по форме, которые установлены договором на инвестиционное управление.

– Как проверить свой пакет ценных бумаг?

– Клиенту необходимо периодически контролировать состояние своих счетов.

Для этого ему нужно запросить выписку со счета у брокера. Данную информацию брокер обязан предоставить клиенту в течение трех календарных дней с даты соответствующего запроса. В случае если брокер предоставляет электронные услуги, клиент может получить выписку со счета через свой личный кабинет в торговой платформе брокера.

Кроме того, для получения информации о состоянии своего счета клиент вправе напрямую обратиться с соответствующим запросом в Центральный депозитарий.

– Если срочно понадобились деньги?

– Законодательство не ограничивает право клиентов осуществить продажу своих ценных бумаг, если по ним отсутствуют обременения. Например, они не находятся в залоге или под арестом. То есть продать ценные бумаги можно в любой момент.

Насколько оперативно клиент сможет реализовать свои ценные бумаги, зависит от многих факторов. И в первую очередь – от наличия рыночного спроса на них.

После продажи ценных бумаг для вывода полученных от реализации денег с брокерского счета на собственный банковский счет клиенту нужно подать своему брокеру соответствующее поручение, которое должно содержать все реквизиты, необходимые для перевода денег. Данное поручение должно быть исполнено брокером в порядке и сроки, установленные договором на брокерское обслуживание.

Сравнение изменения **стоимости топ-3 криптовалют** за неделю
(с 5 по 12 февраля 2020 г.)

Топ-3 криптовалют	5 фев 2020 г.	12 фев 2020 г.	Изменение в %
1. Bitcoin (BTC)	$9165	$10157	+10,82%
2. Ethereum (ETH)	$187,8	$235,6	+25,45%
3. Ripple (XRP)	$0,266	$0,278	+4,51%
Общая кап-ция (млрд)	$257,2	$292,7	+13,8%

Рынок оседлал восходящий тренд

Дмитрий Чепелев

За прошедший семидневный отчетный период криптовалютный рынок продемонстрировал достаточно уверенный и устойчивый рост. Несмотря на небольшую коррекцию, имевшую место в конце периода, к концу недели рынок преодолел ее последствия и достиг максимумов.

За прошедшую неделю общая капитализация криптовалютного рынка выстрелила на 13,8%. На утро среды, 12 февраля 2020 года, она составила $292,7 млрд против $257,2 млрд на конец прошлого семидневного периода.

1. Bitcoin (BTC). За прошедший семидневный период «цифровому золоту» удалось дважды преодолеть психологическую отметку $10000. Подобное поведение свидетельствует о достаточно серьезном настрое «быков». В целом с самого начала недели Bitcoin (BTC) демонстрировал достаточно уверенное движение вверх, и небольшая коррекция по достижению отметки $10000 была ожидаема участниками рынка. Оптимистично на стоимость «цифрового золота» в 2020 году смотрит один из основателей аналитической компании Fundstrat Global Advisors Том Ли. «В прошедшем году Bitcoin вырос почти на 90%. Мы считаем, что в этом году рост будет даже сильнее из-за ряда факторов. К примеру, грядущего халвинга, – заявил он в интервью Yahoo! Finance и добавил. – Каждый раз, когда «цифровое золото» преодолевает 200-дневную скользящую среднюю, что оно сделало недавно, средняя прибыльность в последующие полгода достигает 197%, поэтому мы можем говорить о хорошей перспективе дальнейшего роста». Также он отметил, что общая геополитическая напряженность, царящая в мире, вкупе с влиянием распространения нового вируса в Китае, повышают интерес инвесторов к «первой криптовалюте». В то же время грамотное регулирование отрасли призвано помочь инвесторам вкладывать деньги в криптовалюты, и шаги в этом направлении делают большинство развитых стран. В Германии, по данным Федерального управления финансового надзора (BaFin), более 40 банковских учреждений проявили серьезный интерес к получению государственной лицензии на криптовалютные депозитарные услуги. Их интерес вполне понятен, ведь основным вопросом квалифицированных инвесторов все еще остается хранение купленных криптоактивов.

На утро среды, 12 февраля 2020 года, цена Bitcoin (BTC) составила $0157. За прошедший семидневный период цена «первой криптовалюты» прибавила 10,82%. Рыночная капитализация «цифрового золота» при этом выросла на $18,2 млрд и составила $185 млрд. Доля «первой криптовалюты» в общей рыночной капитализации при этом потеряла 1,7 процентных пункта, составив на конец прошедшего отчетного периода 63,2%.

2. Ethereum (ETH). «Цифровая нефть» сумела продемонстрировать рост, который превзошел рост «цифрового золота» в два с половиной раза. «Эфир», подобно своему «старшему брату», с самого начала недели начал поступательные движения в сторону психологической отметки $200 и, более того, успешно преодолев ее, двинулся в сторону $230. Создатель Ethereum Виталик Бутерин вместе с ведущими разработчиками сети Джастином Дрейком и Дени Райном сообщили, что «сеть второго поколения» заработает в 2020 году. Исходя из их заявления, перед полноценным запуском новой версии сети необходимо, чтобы поддерживаемая тремя разными клиентами тестовая сеть проработала минимум 2 месяца. «Я на 95% уверен, что мы запустим Ethereum 2.0 в 2020 году», – с энтузиазмом сообщил Джастин Дрейк. «Нулевую фазу мы определенно запустим в 2020 году. Проводятся аудиты, а тестовые сети надежнее с каждым днем, – вторит ему Дени Райан. – Не нахожу причин, из-за которых мы могли бы перенести запуск на следующий год». Основными «фишками» новой сети станут значительное повышение производительности и переход на алгоритм Proof-of-Stake (POS) для достижения консенсуса сети. Стоит отметить, что разработка второй версии осуществляется практически с момента запуска версии 1.0 в 2015 году.

Тем временем стоимость денежных средств, которые заблокированы на смарт-контрактах приложений децентрализованных финансов DeFi, использующих сеть Ethereum, превысила $1 млрд.

На утро среды, 12 февраля 2020 года, стоимость Ethereum (ETH) составила $235,6. По итогам прошедшей недели «цифровая нефть» продемонстрировала взрывной рост, прибавив в цене 25,45%. Доля Ethereum (ETH) в общей капитализации криптовалютного рынка за неделю выросла на 0,8 процентных пункта, составив 8,8%.

3. Ripple (XRP). В отличие от первых двух криптовалют, Ripple (XRP) провел прошедшую неделю в боковом движении. Основное колебание цены криптовалюты происходило в диапазоне между $0,27 и $0,285. Ни у «быков», ни у «медведей» не хвалило сил или желания сломить эти линии сопротивления/поддержки.

Ripple продолжает расширять список партнеров среди провайдеров международных финансовых услуг. На этот раз новым партнером стала компания International Money Express, один из крупнейших поставщиков услуг по отправке денежных переводов с территории США в Мексику. Компания будет клиентом сервиса Ripple On-Demand Liquidity, который использует токен XRP как промежуточную валюту. В интересную ситуацию попал глава Galaxy Digital Майк Новоград, который сначала обрушился с критикой на Ripple, а после был вынужден пойти на попятную. В частности, на конференции National Linc 2020 он заявил, что Ripple (XRP) ждет неудачный год. «Вы только подумайте! Компания Ripple владеет 60 миллиардами монет XRP. Это же много. Я не в восторге от акций, покупая которые я знаю, что кто-то продает ее на сумму $10 млрд», – заявил он в ходе панельной дискуссии. На защиту своей компании встал CEO Ripple, Брэд Гарлингхауз. Он заявил, что по итогам 2019 года Ripple (XRP) превзошел по темпам роста Bitcoin (BTC), а также не преминул напомнить главе Galaxy Digital несбывшийся прогноз о «цифровом золоте» по $20000 в 2019 году. В итоге Новоград оправдывался, упоминая, что его фонд является крупным инвестором Ripple и заинтересован в их успехе. «Я имел в виду, что токены XRP отставали от Bitcoin (BTC) в прошлом году, потому что Ripple владеет большинством из них. Биткоин уже нашел свое место в портфелях инвесторов в качестве цифрового золота. Все остальные криптовалюты только тогда обретут долгосрочную ценность, когда докажут свою полезность как продукт», – добавил он.

На утро среды, 12 февраля 2020 года, стоимость Ripple (XRP) составила $0,278. Стоимость данной криптовалюты по итогам прошедшего отчетного периода выросла на 4,51%. Доля Ripple в общей капитализации криптовалютного рынка за неделю выросла на 0,33 процентных пункта и составила 4,17%.

Робот как услуга: что даст роботизация по модели подписки

Антон Мусин, управляющий директор Accenture в России и Казахстане

Электронной коммерции предрекают бурный рост. Аналитики расходятся в цифрах, но солидарны в оптимизме. В исследовании агентства eMarketer прогнозируется, что к 2021 году мировой рынок достигнет $4,9 трлн (в 2018-м его объем оценивался в 2,8 трлн). На фоне таких прогнозов объемы локальных рынков России или Казахстана выглядят значительно скромнее. Аналитики Data Insight оценили российский сегмент e-commerce в $30,6 млрд, показатели Казахстана – 20,1 млрд тенге, но динамика (30% ежегодного прироста) впечатляет.

Популярность электронной торговли и увеличение числа транзакций уже скоро могут стать проблемой: ретейлеры столкнутся с перегрузкой традиционных систем доставки. Тем более что растут не только объемы рынка, но и ожидания покупателей, которые настроены получить покупку если не немедленно, то в течение пары дней. Справиться с такой интенсивностью существующие службы будут просто не в состоянии.

Поэтому во многих странах самое пристальное внимание уделяется роботизации логистики. При этом речь идет уже не только о тестировании, но и пилотной эксплуатации логистических роботов. Между тем сфера использования роботизированных систем в e-commerce чрезвычайно широка: это и доставка, и хранение, и управление складами, и формирование отправлений.

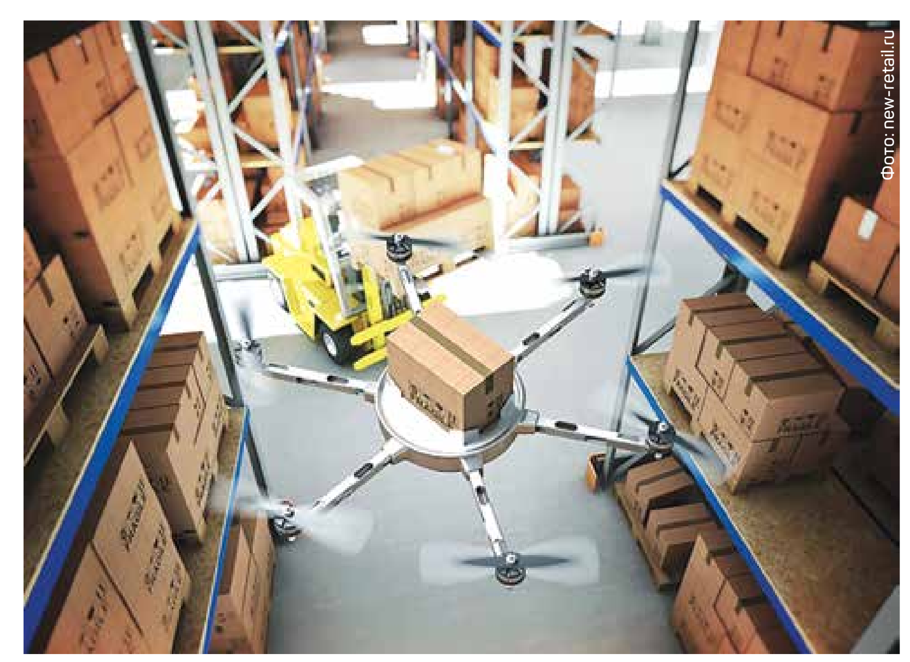


Фото: new-retail.ru

Затратные роботы

Пока внедрение робототехники на складах, в сортировочных центрах и службах доставки развивается медленно. Ситуацию изменят растущий спрос, развитие технологий и ожидания покупателей. Применять роботов придется на всех этапах логистики, включая «последнюю милю». Аналитики агентства Reports And Data предрекают, что рынок логистических роботизированных систем достигнет к 2026 году $18,6 млрд. Для сравнения: его объем в 2018 году оценивался в 3,9 млрд, и, если верить исследователям, ежегодные темпы роста в этом сегменте превысят 21%.

Роботизация логистики – весьма затратный процесс. Логистическим операторам предстоит решить целый комплекс задач,связанных с масштабированием таких систем, созданием роботизированной инфраструктуры, формированием операционных и сервисных моделей, подготовкой персонала. Дополнительных расходов потребует и мониторинг роботизированных активов.

Но преимущества роботизации все равно выглядят привлекательно: сокращение затрат на обслуживание систем, рост качества обслуживания покупателей, круглосуточный режим работы. В конце концов RaaS приведет и к общему повышению эффективности бизнеса в электронной торговле за счет небывалого до сих пор сокращения издержек на хранение, перемещение и доставку товаров.

Новая модель: робототехника как услуга

Увы, основной массе участников рынка e-commerce внедрение роботизированных систем справедливо кажется скорее фантастикой, чем реальностью. Дело и в лицензировании подобных систем для использования в городской среде, и в общей сложности и стоимости проектов. В таких условиях выходом может стать аутсорсинг – использование системы как сервиса. В нашем случае речь идет о RaaS – робототехнике как услуге.

RaaS даст возможность с минимальными затратами и в кратчайшие сроки получить доступ к основным возможностям роботизированных систем, полностью автоматизировав как отдельные направления, так и всю работу в целом. Модель RaaS предусматривает, что поставщик услуги устанавливает и обслуживает роботов. Компания-подписчик получает возможность полностью сосредоточиться на своей основной деятельности, избежав масштабных инвестиций или перестройки всего бизнеса. В действие вступает классический принцип переноса капитальных затрат в эксплуатационные, позволяющий платить только за то, что потребляется в реальности, без долгосрочных инвестиций. Устранит RaaS и последствия технологического развития, связанные с необходимостью обновления парка роботов или программного обеспечения. Более того, RaaS-провайдеры по мере развития рынка смогут предложить и гибкие схемы, подразумевающие оплату в зависимости от времени использования или подписку на определенные роботизированные процессы.

Модель RaaS уже реализуется на практике. В качестве примера можно привести американскую компанию Rakuten Super Logistics, которая активно роботизирует свои склады и предлагает заказчикам услуги в том числе и по модели подписки через облачную RaaS-систему. При этом логистический оператор ожидает более 300-процентного роста бизнеса по мере масштабирования своего решения.

Как пойти по пути RaaS

Развитие логистического бизнеса по пути RaaS, при всей своей сложности, выглядит весьма привлекательным. Правда, компании, намеренной развивать свой бизнес и в качестве оператора, и в качестве потребителя таких услуг, предстоит принять во внимание сразу несколько важных моментов.

Во-первых, стоит заранее определиться с ожидаемым операционным эффектом RaaS. Предстоит выделить конкретные области, в которых компания сможет получить преимущества благодаря роботизации и показатели производительности, качества и скорости работы, которых нужно достичь за единицу времени.

Стоит озаботиться и планом роботизации бизнеса. Модель RaaS может быть очень гибкой, и это поможет инвестировать в те области, которые могут принести быстрый и явный результат.

Третье важное обстоятельство – синергия робота и человека. Роботизация позволяет компании многократно повысить производительность труда и оптимизировать штат. Но для того чтобы реализовать эти преимущества, нужно подготовить сотрудников к работе в новых условиях и во взаимодействии с коллегами-роботами.

В-четвертых, предстоит решить и важную техническую проблему. Робототехника развивается стремительно, и все большее число компаний производит различные системы. Этот рынок придется тщательно изучить, чтобы не только выбрать самые привлекательные системы, но и протестировать их, найдя наилучшее решение для своих задач.

Внедрение и развитие роботизированных систем уже не рассматривается в качестве опции. Сегодня роботы стали необходимостью – за их счет компания может получить конкурентные преимущества, которые через несколько лет позволят ей выжить на быстро меняющемся рынке.

НОВОСТИ НЕДЕЛИ

КАЗАХСТАН

БРК ВЫПУСТИЛ ТЕНГОВЫЕ ЕВРООБЛИГАЦИИ

Банк Развития Казахстана (БРК) осуществил третий выпуск еврооблигаций, деноминированных в тенге в объеме 62,5 млрд тенге. Срок обращения ценных бумаг составит 5 лет, купонная ставка – 10,75% годовых. Выплата всех сумм осуществляется в долларах США. Выпуск тенговых еврооблигаций банка был предложен инвесторам Европы и Казахстана. Инвесторами стали представители Италии, Германии, Швейцарии, Лихтенштейна, Франции, Дании и Финляндии – 32%, Казахстана – 29%, Великобритании – 28%. 11% – инвесторы из России и стран Ближнего Востока. «В абсолютных цифрах речь идет о более чем 25 инвесторах», – говорится в сообщении БРК. Международные инвесторские встречи по выпуску тенговых еврооблигаций банка состоялись в период с 30 января по 4 февраля во Франкфурте, Цюрихе, Лондоне и Алматы. Совместными букраннерами выпуска выступили Halyk Finance, J.P. Morgan, Societe Generale и UBS Investment Bank. «Считаем, что размещение тенговых еврооблигаций прошло успешно, нам удалось разместиться на выгодных условиях как по срокам, так и по ставке. География инвесторов из 13 стран, проявивших заинтересованность к тенговым еврооблигациям банка, говорит о том, что БРК – надежный эмитент и инвесторы доверяют национальной валюте Казахстана», – отметил заместитель председателя правления БРК Дмитрий Бабичев. **(kapital.kz)**

ГОДОВАЯ ИНФЛЯЦИЯ В ЯНВАРЕ СОСТАВИЛА 5,6%

В январе 2020 года годовая инфляция составила 5,6%. Об этом на заседании правительства заявил заместитель председателя Национального банка Акылжан Баймагамбетов. Непродовольственная годовая инфляция составила 5,2% по сравнению с 5% в прошлом месяце за счет удорожания бензина из-за повышения акцизов. Рост цен на транспортные услуги и электроэнергию способствовал росту инфляции платных услуг до 1,4% в годовом выражении с 0,7% в декабре 2019 года», – рассказал он. Продовольственная инфляция замедлилась в январе до 9,2% в годовом выражении по сравнению с 9,6% в декабре прошлого года за счет снижения темпов роста цен на фрукты и овощи, мясо и мясопродукты, хлебобулочные изделия и крупы, рыбу, масла и жиры. «Таким образом, вклад роста цен этих продуктов в инфляцию, который отмечался в прошлом году, постепенно снижается и ожидается замедление продовольственной инфляции в 2020 году», – пояснил Акылжан Баймагамбетов. Он отметил, что в этих условиях 3 февраля Национальный банк принял решение сохранить базовую ставку и ее процентный коридор на уровне 9,25% +/- 1 п.п. Текущий уровень базовой ставки при принятии мер правительством и местными исполнительными органами по повышению конкуренции на продовольственных рынках и проведению оптимальной тарифной политики будет обеспечивать достижение целей по инфляции. **(kapital.kz)**

ЭКСПЕРТЫ ОЖИДАЮТ СОХРАНЕНИЯ БАЗОВОЙ СТАВКИ

По прогнозам большинства экспертов, в марте базовая ставка будет сохранена на текущем уровне. Об этом говорится в обзоре Ассоциации финансистов Казахстана по данным опроса профессиональных участников финансового рынка в феврале 2020 года. «Краткосрочные ожидания участников финансового рынка в отношении курса тенге к доллару США практически не изменились. Так, к началу следующего месяца курс по паре USD/KZT в среднем ожидается на уровне 380,26 тенге за доллар, тогда как медиана ожиданий – 380,0 тенге за доллар. Месяцем ранее краткосрочный прогноз также был на уровне 380,0 тенге за доллар», – указывается в сообщении АФК. Нацбанк 3 февраля принял ожидаемое решение о сохранении базовой ставки на уровне 9,25% годовых (+/- 1 п.п.). Отметим, что подобное решение регулятора прогнозировали 82,4% респондентов в январе. Следующее заседание НБРК намечено на 16 марта 2020 года. «Большинство экспертов придерживаются мнения, что базовая ставка также будет сохранена на текущем уровне – 61,1%. Тем временем 38,9% опрошенных в феврале экспертов полагают, что ставка в марте будет снижена на 25 б.п., до 9,0% годовых», – говорится в обзоре. **(kapital.kz)**

ПЛАТЕЛЬЩИКИ ЕСП ПЕРЕЧИСЛИЛИ 924 МЛН ТЕНГЕ

С 1 января 2019 года по 31 января 2020 года 297 тыс. неформально занятых граждан, являющихся плательщиками Единого совокупного платежа (ЕСП), произвели 562,3 тыс. платежей на 924,1 млн тенге. Об этом сообщили в пресс-службе министерства труда и социальной защиты населения. Из общего количества платежей 166,9 тыс. произведены жителями столицы, городов республиканского и областного значения на сумму 421,5 млн тенге, 395,4 тыс. платежей – жителями других населенных пунктов на сумму 502,6 млн тенге. Напомним, ЕСП – это режим, предоставляющий возможность неформально занятым лицам осуществлять предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. ЕСП введен для граждан, оказывающих услуги физическим лицам, совокупный годовой доход которых не превышает 1 175 МРП (в 2020 году – 3 млн 115 тыс. тенге). Включает в себя 4 платежа: индивидуальный подоходный налог, пенсионные взносы, социальные отчисления, отчисления в систему социального медицинского страхования. С учетом разницы в доходах городских и сельских жителей сумма ЕСП для жителей городов составляет 1 МРП, или 2 651 тенге, для сельчан – 0,5 МРП – 1 325,5 тенге в 2020 году. **(kapital.kz)**

Слезть с нефтяной иглы?

Андрей Чеботарев,
аналитик международной инвестиционной компании EXANTE в Казахстане

Почти половина поступлений в бюджет РК составляют налоги компаний нефтегазового сектора. Казахстан продолжает эксплуатировать черное золото, залазить ради исполнения бюджета в Нацфонд и изо всех сил старается диверсифицировать экономику.

Вирус заставил напрячься экспортеров сырья: нефть и медь падают, на рынке газа коллапс, его цена в Европе уже ниже себестоимости добычи «Газпрома», экспорт казахстанского газа в Китай вообще под угрозой срыва, а это более трети всего экспорта голубого топлива. Национальные программы поддержки обрабатывающей промышленности и экспортеров пробуксовывают, на горизонте замаячило еще менее привлекательное импортозамещение. Кажется, диверсифицировать экономику надо прямо сейчас.

Почему импортозамещение не выход

Россия отказалась от этой стратегии еще в прошлом году. Вместо поддержки замещения товаров на ограниченном внутреннем рынке куда важнее поддерживать конкурентные товары на внешних, практически неограниченных рынках. Конкурентный на внешнем рынке товар без труда найдет своего покупателя и на внутреннем, так как его качество уже не вызывает сомнения. В то же время импортозамещение – это путь внутрь не самого большого рынка, давайте будем честными, к сожалению, Казахстан действительно небольшой рынок, с аналогами иностранных качественных продуктов, которые предлагается вытеснять с рынка, хорошо если ценой, или протекционными методами, а тут уже у ВТО могут возникнуть вопросы.

Да, Китаю такой метод принес успех. Они сначала учились копировать, потом улучшать, а затем уже возвращались на мировой рынок с новыми товарами. К сожалению, внутренний рынок КНР настолько велик, что позволяет проделывать такие фокусы. Казахстану же стоит сосредоточиться на поддержке экспортно ориентированных предприятий несырьевого сектора. Причем делать это надо именно методом пряника, а не кнутом, запрещая экспортировать какой-либо товар, чтобы заставить развивать его обработку внутри страны.

Придирчивый читатель возразит, что в Казахстане работают несколько программ по поддержке экспортеров, развитию обрабатывающей промышленности и созданию экономики простых вещей. Так-то оно так, но результаты этих программ не видны на радарах экспортных статистик, а доля импорта только растет. Очень хочется верить, что освобождение малого и среднего бизнеса от налогов поможет взрастить новые компании, которые смогут сломить этот тренд.

Что надо делать прямо сейчас

Стерилизовать нефтяные доходы и как можно быстрее. Ввести аналог российского бюджетного правила, которое позволило им получить профицитный бюджет, кстати, таким он у них и будет по плану до 2022 года. Что интересно, чаще всего в мировой практике бюджетный профицит встречается у стран-экспортеров сырья. К сожалению, Казахстан пока исключение из этого правила.

Стерилизация нефтяных доходов позволит не залазить больше в Нацфонд, не конвертировать валюту оттуда, укрепляя тенге на бирже, а расходовать Нацфонд на нужды развития экономики и держать эту кубышку на случай непредвиденных расходов. Просто напомним, что прогнозный показатель стоимости нефти при расчете текущего бюджета Казахстана $55 за баррель. Из-за коронавируса нефть опустилась ниже $54, и это не предел, а снижение спроса на черное золото может ощущаться еще полгода-год даже после устранения опасности эпидемии.

Откуда взять профицитный бюджет?

Затянуть пояса. Сократить неработающие программы, которые предоставляют дешевые длинные деньги из Нацфонда, проанализировать текущие и закрыть бесперспективные. Объединить эти программы по принципу одного окна и одного оператора – нам же на самом деле не нужно больше десятка институтов развития. Лучше один раз зафиксировать убытки, чем терпеть их из раза в раз. Пересмотреть текущие нерентабельные проекты, например ЛРТ в столице. Перестать закрывать кредиты всем подряд и сосредоточиться на социальной помощи тем, кому она действительно нужна, а еще лучше не деньгами, а услугами.

Это сложно. Это потребует сильной руки, которая способна будет не искушаться богатствами Нацфонда (еще раз напомним, деньги ЕНПФ – не должны идти на развитие экономики, это пенсионные деньги и их основная цель – сохранность). Но без этих действий Казахстан рискует оказаться у разбитого нефтяного корыта. Если цена нефти опустится ниже себестоимости добычи на достаточно длительный срок, и нефтяная отрасль рискует стать дотационной, как бы дико это сейчас ни звучало.

Нефть всему голова

Виталий Кин,
аналитик международной инвестиционной компании EXANTE в Казахстане

Существует тесная взаимосвязь между нефтью, долларом США и золотом. Финансовое цунами 2008 года действительно было вызвано субстандартной ипотекой, но цена на нефть выросла от уровня $30 до $147 за баррель, что ослабило экономику, и она не могла противостоять любым потрясениям. Давайте рассмотрим их основные тенденции.

Бычий рынок нефти продолжался с 2000 по 2008 год, а бычий рынок золота с 2001 по 2011 год. Индекс доллара достиг вершины в 2001 году, из-за политики слабого доллара начался медвежий рынок, который продолжался до 2008 года и достиг минимума.

Политика нулевой процентной ставки ФРС не ослабила индекс доллара, а наоборот заставила его подняться снизу, но по золоту 10-летний бычий рынок продолжился. Спустя полтора месяца после инаугурации Барака Обамы начался очередной бычий рынок Dow Jones длительностью 10 лет, который продолжается до сих пор.

Нефтяной кризис начался в 1973 году не из-за нехватки нефти в земле, а из-за санкций со стороны арабских стран. В том же году началось исследование сланцевой нефти и было объявлено успешным только в 2012 году. Производство нефти в США достигло вершины в 2015 году и превзошло Саудовскую Аравию, стоимость была значительно снижена – со $120 до $25 в течение одного года. Цена на золото была в том же направлении, что и нефть, поэтому медвежий рынок по драгметаллу закончился в 2015 году, и последовало начало бычьего рынка в 2016-м.

Промышленная революция сильно повлияла на использование машин, но в то время основным источником энергии был уголь. Вторая промышленная революция XIX века сделала нефть и электричество главными ресурсами. Они необходимы для экономического роста в мире. Из-за быстрого экономического роста после Второй мировой войны спрос на нефть все больше возрастал, он контролировал энергию всей планеты.

У Израиля был территориальный спор с арабскими странами в течение достаточно долгого времени, даже если восстановление сил было в 1948 году, но в результате войн в 1964 и 1973 годах союзники более 10 арабских государств были побеждены небольшим Израилем. Они жаловались, что США поддерживают Израиль новейшим оружием, но на самом деле поддержка Советского Союза оружием арабских стран вовсе не была слабой. Это было связано с управлением и обучением. Наконец они нашли свое самое мощное оружие – нефть. Так, санкция на нефть была введена в действие в 1973 году и продолжалась почти полвека.

После нефтяного кризиса 1973 года каждая страна пыталась найти замену черному золоту. Исследования проводились в течение почти полувека. Наконец открытие было совершено – сланцевая нефть.

На самом деле нефть пытались заменить многими средствами, включая энергию ветра и солнечную энергию, использовались различные виды энергии, но все еще не могли заменить нефть, даже сдержать рост цен на нее, поскольку спрос был большим и продолжал расти. Новая энергия была слишком мала по объему и не могла иметь какого-либо важного эффекта для контроля роста цен.

Развитие замещения нефти осуществляется не только на территории стран, но и в середине морей, это так называемые морские ветряные электростанции. Это означает, что они испробовали все средства на суше и на море, внутри или далеко за пределами своих стран, но безуспешно. 10 крупнейших ветряных электростанций прибрежной зоны находятся в Северной Европе, а береговые – в Китае. В любом случае нефтяные магнаты все еще доминировали в мировой экономике.

Нефтяное месторождение на Ближнем Востоке является крупнейшим в мире, а в Северном море – вторым. Морскую нефть добывать сложнее, чем на суше, и, конечно, стоимость будет выше. Нефть Северного моря использует торговую марку Brent, качество и стоимость добычи выше, поэтому цена на $8-10 больше, чем у американской нефти, которая носит название Texas. Нефть Северного моря принадлежит странам Северной Европы, но по добыче Великобритания является крупнейшей среди остальных, а Норвегия занимает второе место.

Обширная добыча североморской нефти началась в 1970-х годах из-за нефтяного кризиса, хотя месторождение было обнаружено еще за век до этого. К сожалению, кульминация добычи наступила 31 декабря 1999 года, и с тех пор годовой темп снижения добычи составит 2%. Объявление о сокращении добычи заставило цену на нефть начать расти с 1998 года, и по сей день она не может вернуться к низкому уровню.

Все нефтяные месторождения на земле были обнаружены, и единственный способ нарастить производство – использовать сланцевую нефть. Первоначально это был низший класс нефти, и ее нельзя было использовать для энергетических целей, но теперь применяются высокие технологии для ее модернизации и превращения в стандартную и пригодную для использования.

Рождение индекса доллара было связано с отменой Бреттон-Вудской системы. Год отмены золотого стандарта также стал отправной точкой нефтяного кризиса. Индекс USD достиг высокой отметки в 1985 году – 164,72 пункта из-за долгового кризиса в Латинской Америке, также вызванного нефтью. Минимальное значение индекса доллара в 2008 году было 70,698 пункта, цена на нефть вышла из-под контроля, что в результате привело к финансовому цунами.

Начиная с 1973 года, золото движется в обратной пропорции с индексом доллара, так как это единственное признанное средство торговли, все товары на бирже котируются в долларах, а все другие валюты являются такими же товарами, как золото, поэтому, когда доллар поднимается, цена на все товары падает, и наоборот, когда доллар снижается, товары растут. Золото с тех пор также находится в обратной пропорции с акциями США с тех пор.

Экспортный потенциал: упор на малый и средний бизнес

Мариям Бижикеева

Последний опрос экспортно ориентированных предприятий выявил проблемы, с которыми чаще всего сталкиваются компании. В список самых распространенных входят сложность логистики и дороговизна транспортных расходов, несоответствие продукции международным стандартам, недостаточная информированность об условиях выхода на рынки зарубежных стран, а также о покупателях продукции.

Поэтому министерство торговли и интеграции уже начало работу по внедрению новой системы государственной поддержки – механизма акселерации экспортера. Программа позволит предпринимателям на безвозмездной основе получить помощь в интенсивном развитии компании в экспортных вопросах, а также сопровождении участника акселерации до выхода на новые рынки. Стоит заметить, что аналоги программы успешно действуют в Канаде, Австралии, России, США и Германии.

Развивая экспортный потенциал страны, министерство делает упор на малый и средний бизнес. Потому что именно эти предприниматели могут сыграть ключевую роль в развитии несырьевого торгового потенциала страны. Например, Германия является признанным «чемпионом» по экспорту и ежегодно продает товары и услуги на $1,5 трлн.

«Опорой экономики служат не автомобильные монстры и металлургические концерны, а именно малые предприятия, которые с годовым оборотом от 10 до 50 млн евро, активно представлены более чем на 20 мировых рынках. Около 1,5 тыс. малых предприятий стали лидерами среди мировых экспортеров. Достичь этого удалось в том числе благодаря государственной поддержке развития экспортно ориентированного бизнеса. В результате внедрения и апробирования экспортной акселерации к 2025 году мы рассчитываем, что в стране появятся 600 предприятий пищевой и легкой промышленности, уверенно экспортирующих свою продукцию на новые рынки», – отмечает Бахыт Султанов, министр торговли и интеграции.

В части маркетинговой поддержки за полгода существования министерства проведено более 50 мероприятий за рубежом с участием порядка 300 казахстанских компаний. По их итогам заключено 63 экспортных контракта на сумму более 114 млрд тенге или $270 млн. Для усиления взаимодействия по продвижению экспорта казахстанской продукции, установления торгового сотрудничества и заключения сделок с министерством иностранных дел заключен совместный план мероприятий. По прогнозам ведомства, указанные механизмы позволят снизить себестоимость продукции на 5-10%, а также расширить географию экспорта и номенклатуру товаров. К примеру, сейчас уже появились новые рынки сбыта. Впервые в Бангладеш осуществлена поставка оборудования военного назначения, в Италию – аккумуляторов.

«Успех производителя измеряется не только продажами на внутреннем рынке, но и его присутствием за рубежом. Казахстанские компании налаживают деловые связи с другими странами. За 2019 год 242 экспортера заключили контракты на $273 млн. В условиях высокой конкуренции отечественный продукт при поддержке государственных программ расширяет свой экспорт. На сегодняшний день для страны ключевыми рынками являются Китай и Россия, с совокупным объемом потребления $130 млрд. Главной задачей является наращивание экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью», – прокомментировал председатель правления Внешнеторговой палаты Казахстана Аян Еренов.

В 2019 году основная доля несырьевого экспорта РК приходилась на металлургию, продукцию химической промышлености и минеральные продукты от таких крупных компаний, как «Арселор Миттал», «Казцинк», «Актюбинский завод хромовых соединений», «КазАзот» и т.д.

Это говорит о том, что 6% несырьевых экспортеров (137 компаний из 2 215) формируют 68% несырьевого экспорта ($10,6 млрд против $ 15,7 млрд) в 2018 году.

С учетом вышеуказанного анализа, Внешнеторговая палата (ВТП) в рамках сервисной поддержки экспортеров в 2018-2019 годах обеспечила значительный охват отечественных товаропроизводителей в государственной программе сервисной поддержки экспорта – общее количество участников от РК превысило 400 компаний в несырьевой сфере за 2018 и 2019 годы.

В итоге данной работы в 2018 году казахстанские компании заключили 73 экспортных контракта на общую сумму 158 млрд тенге, что в 2,5 раза выше показателей предыдущего оператора (ранее АО «КазнексИнвест») в 2017 году. Количество оказанных услуг в 2018 году увеличилось почти в полтора раза, хотя бюджет сервисной поддержки вырос всего на 0,1%. В 2019 году казахстанские компании заключили 61 экспортный контракт на общую сумму 105 млрд тенге.

По итогам анализа ВТП потенциальным рынком сбыта казахстанской продукции ($130 млрд) является КНР с возможным размером экспорта на сумму $102,7 млрд в таких сферах: машиностроение, металлургия, продукция химической промышлености и продовольственные товары.

Далее следует Российская Федерация с потенциальным объемом экспорта в размере $26,3 млрд: машиностроение, металлургия, продукция химической промышленности и продтовары.

Интересным рынком сбыта для казахстанских продовольственных товаров является Иран с объемом более $1 млрд.

Более того, машиностроение и продукция химической промышленности также являются перспективными для роста экспорта казахстанской продукции в Иран.

Еще одним популярным рынком экспорта отечественной продукции являются страны Центральной Азии, с вероятным ростом экспорта в $3,2 млрд.

Всего в 2019 году ВТП провела 15 торгово-экономических миссий за рубежом. На организованных площадках для казахстанских компаний проводился поиск потенциальных покупателей. В этом году 149 казахстанских компаний приняли участие в торгово-экономических миссиях.

ВТП оказана поддержка 242 казахстанским компаниям,141 из которых не участвовала в программе в 2018 году. Были привлечены более 800 иностранных контрпартнеров. Сумма заключенных экспортных контрактов составила $273 млн по итогам 2019 года.

За прошедшие два года был проведен анализ факторов роста экспорта казахстанской продукции. По его итогам было выявлено, что рост экспорта продукции произошел без существенного увеличения внутреннего объема производства. Другими словами, отечественные компании вымывали продукцию с внутреннего рынка, на экспорт пришлось более 54% внутреннего производства. Для сравнения: в Турции на долю экспорта приходится 34% внутреннего производства, в РФ – 30%.

Внутренняя торговля

Ключевым фактором успеха отечественного производителя является развитый внутренний рынок. В этом направлении государство видит потенциал развития межрегиональной внутренней торговли услугами через создание сервисных кластеров в регионах Казахстана для удовлетворения нужд всей страны. Однако остается актуальной проблема теневого оборота. На сегодня объем потерь бюджета от теневой экономики составляет 617 млрд тенге, что в ценах до 2025 года составит порядка 1,2 трлн тенге. Разрабатываемые министерством торговли и интеграции меры по внутренней торговле позволят «обелить» торговлю на 40% к 2025 году. Это обеспечит дополнительный объем налоговых поступлений в размере 470,5 млрд тенге в год.

Еще один потенциал во внутренней торговле – развитие приграничных регионов. В период до 2030 года ожидается значительный рост населения в южных регионах Казахстана – Алматы, Шымкенте и Жамбылской области. А также в крупных агломерациях Узбекистана и Кыргызстана – Ташкенте и Бишкеке. При этом в среднесрочной перспективе до 2025 года в данном микрорегионе ожидается рост спроса на товары широкого потребления.

Центрами формирования центральноазиатских «торговых колец» станут Алматы и Ташкент, как наиболее активные в экономическом плане и наиболее густонаселенные города. При этом отмечается географическая близость к Ташкенту Шымкента – третьего города республиканского значения, население которого к 2030 году составит ориентировочно 2,3 млн человек.

В этой связи МТИИ будут разработаны системные меры по повышению доступа отечественных товаропроизводителей к рынкам сбыта и торговым сетям, будет увеличена торговая площадь современного формата, развиваться мобильная и биржевая торговля. Реализация вышеприведенных мер обеспечит ежегодный пятипроцентный прирост ВДС торговли и приведет к увеличению количества субъектов МСБ на 10%. Вместе с тем мы сможем увеличить обеспеченность торговыми площадями до 1000 кв. метров на 1 тыс. человек.

Кроме того, планируется создание в Казахстане сети оптово-распределительных центров и агрологистических центров, которые позволят оптимизировать цепочку поставок продукции от производителя до потребителя, создадут необходимые условия для хранения и эффективного распределения продукции. Для успешной реализации этих проектов с декабря 2019 года ведется совместная работа по заключению соглашения с Азиатским банком развития, который окажет техническую помощь по строительству и развитию ОРЦ и АЛЦ.

Также будет создана сеть распределительных центров для оптимизации логистики торговых сетей Казахстана, что позволит снизить стоимость и сроки доставки товаров по всей республике. Это, в свою очередь, позволит торговым сетям открыть новые магазины и рабочие места.

От создания товаропроводящей системы государство ожидает множество положительных эффектов как для экономики в целом, так и для отдельно взятого казахстанца, в частности. Это обеспечит 5% прирост ВВП к 2025 году, приведет к сокращению потерь продовольственной продукции при транспортировке и хранении в 2 раза, что позволит увеличить доход фермеров как минимум на 50,6 млрд тенге в год. Кроме того, ожидается создание 60 тыс. новых рабочих мест, открытие порядка 50 тыс. магазинов и увеличение доли цивилизованной розничной торговли с 31% до 50%. Для каждого потребителя это приведет к снижению цен на продтовары за счет сокращения торговой наценки по 50 социально значимым товарам до 3-5%.

Фото: fortune.com

Полная трампитуляция

Андрей Чеботарев,
аналитик международной инвестиционной компании EXANTE в Казахстане

Дональд Трамп побеждает по всем фронтам – импичмент провалился, Поднебесная снижает пошлины на целый год раньше запланированного, фондовые индексы бьют рекорды, а сам президент США красавчик, который и стену строит, и Китай поставил на место, и как никогда готов побеждать на предстоящих в этом году выборах.

КНР с 14 февраля вполовину снизит пошлины на ряд импортируемых из Штатов товаров на сумму $75 млрд. При этом в заявлении Министерства финансов Поднебесной сказано, что Китай надеется на то, что обе стороны смогут соблюдать свои обязательства в рамках достигнутого соглашения, укреплять доверие рынка, содействовать развитию торгово-экономических отношений и содействовать росту мировой экономики. Кому это на руку – так это Трампу. Взаимное снижение пошлин предусматривалось только по результатам подписания второй фазы мирового торгового договора, а это планировалось сделать не раньше окончания выборов в этом году. Досрочная победа на китайском фронте приносит Дональду Трампу очко в предстоящей президентской гонке. Униженный и раздавленный коронавирусом Китай побеждён и полностью трампитулировал.

Как и демократы, которые пытались устроить ему импичмент, но потерпели полное фиаско. Третья по счету в истории США попытка отстранить действующего президента от власти с треском провалилась – 48 сенаторов проголосовали за то, чтобы признать Трампа виновным в злоупотреблении властью. 52 сенатора признали президента Штатов невиновным. Чтобы импичмент состоялся, противникам Трампа необходимо было набрать две трети голосов.

На границе с Мексикой Трамп выполняет еще одно свое предвыборное обещание – строит великую американскую антимиграционную стену. И хоть совсем недавно часть стены рухнула из-за ветра, строительство, ради которого президент вводил режим ЧП на территории США, идет – на него выделено $2,5 млрд из фондов Пентагона, а приостановка работы правительства штатов или, как говорят, шотдаун длится рекордные для Америки 35 дней!

Американские фондовые индексы бьют рекорды – Трамп накачивает рынки деньгами и ворчит, что это происходит слишком медленно и ФРС могла бы снижать ставку побыстрее. И несмотря на то, что впереди нас, скорее всего, действительно ждет новый жесткий кризис, накачка продолжается. Американцы недавно напечатали еще почти триллион долларов, но при этом в ФРС стараются не называть это количественным смягчением. Хотя, как мы знаем, если что-то похоже на утку, крякает и плавает как утка, то, скорее всего, это утка и есть. Конечно же, то, что проводит сейчас ФРС – это операция РЕПО, а денег в системе становится все больше. Весь мир, как стероидами, накачивается ликвидностью. Ликвидность идет в рынки, и они бьют рекорды, даже несмотря на стоящий на одном колене Китай.

В самый раз задуматься, а что же еще такого обещал Трамп, но еще не сделал. Девальвация доллара. По мнению президента США, доллар стоит слишком много и это сильно мешает стране развиваться дальше. Для Штатов такое внимание президента к курсу валюты – диковинка, как и сам президент. На протяжении десятилетий президенты Соединенных Штатов не комментировали курс доллара, тем более не оказывали внешнего давления на ФРС, выступая с призывами смягчить монетарную политику. А Трамп это делает. И если он с большой вероятностью выиграет очередные выборы и получит второй срок – мы легко можем увидеть еще более великое возрождение штатов на фоне девальвации доллара – и пусть весь мир будет страдать, что хорошо для Доу Джонса и S&P – хорошо и для Трампа с Америкой.

О чем не говорит Трамп и что может стать действительно важной проблемой – уровень долгов. Причем не так важен накопленный государственный долг – государства умеют печатать деньги. Куда важнее долги частного сектора и домохозяйств – они печатать деньги не умеют, и брать им неоткуда. В случае наступления глобального кризиса – весь этот карточный домик рухнет, и тогда, возможно, практика списания потребительских кредитов, опробованная в Казахстане, пригодится и во всем мире, хотя может и не во всем. Трамп и тогда что-то придумает, и мы снова увидим глобальную трампитуляцию всего мира перед этим, конечно же, заслуживающим внимания человеком.

PR без блогера – что биржа без брокера

Шарип Алниязов,
pr-директор Mosaic Media Communication Agency

На втором десятке нынешнего века в мире, и чуть с опозданием в Казахстане, появился новый вид хомо сапиенс – блогеры – они же инфлюенсеры (от слова influence – влиять). Homo Bloggerus – человек, влияющий на общественное мнение, человек пишущий, показывающий, активно выражающий свое мнение по актуальным поводам, которого читают, с которым спорят, поддерживают и ругают, человек известный в социальных сетях. Конечно, отдельные виды этих индивидов существовали и ранее, но были разрознены и малочисленны.

Активные казахстанцы перепробовали разные социальные сети. «Живой Журнал» не снискал у нас особой народной любви, «Одноклассники» нашли свою аудиторию, но весьма специфическую,Twitter не завоевал казахстанских сердец, а по-настоящему мощный импульс развитию блогосферы на заре уже прошлого десятилетия нам дал Facebook.

В нем зажглись первые звезды, из него мы начали узнавать самые горячие новости еще до того, как они попадали в радио- и телеэфир, на страницы газет.

Ну а чуть позже появилась самая быстромонетизируемая сеть в Казахстане – Instagram, ныне являющаяся одним из подразделений Facebook. Теперь уже бывалые поговаривают, что сам Facebook стремительно стареет. Он, мол, о том, чтобы поговорить, поразмышлять и даже поворчать. Там взрослые люди говорят о политике, обсуждают социальные вопросы, делятся взглядами и жизненной позицией.

А молодежь устремилась в Instagram. Здесь развернулась настоящая ярмарка тщеславия. Произошла революция, о которой так долго говорили пиарщики. Инстаграмизация всей страны, наконец, свершилась! У здешних звезд уже не сотни тысяч, а миллионы подписчиков. Здесь почти не встретишь жарких политических дискуссий, здесь люди любят по-мужски – глазами, а не ушами. Интересные сториз, забавные видео, яркие фото.

Даже в столь малонаселенной стране, как наша, буквально за пару лет выросли аккаунты с несколькими миллионами подписчиков. Здесь певцы и актеры, спортсмены и журналисты, светские и медийные персоны, политики и бизнесмены. И, конечно же, сюда устремились ипиарщики. Теперь ни одна полноценная пиар-кампания не обходится без интеграции – совместных проектов – с блогерами и инфлюенсерами.

По данным Pew Research Center, число ежедневных активных пользователей Instagram составляет 500 млн человек. А всего доля пользователей сети Instagram выросла почти на 400% с начала исследований в 2012 году.

Причем стратегия и тактика интеграций тоже меняется с удивительной скоростью. Если еще год назад все желали разместиться в аккаунтах миллионников и получить моментальный и масштабный охват с сотнями тысяч просмотров и десятками тысяч лайков, то теперь все больше мини-инфлюенсеров отщипывают свой кусок от пирога интеграций в сети.

Платное размещение у миллионников довольно быстро приедается их аудитории. С одной стороны, «миллионники» переходят в разряд «селебрити». Многие хотят им подражать, берут с них пример, но с другой стороны, народ понимает, что многое от селебрити – ради рекламы, и искренности в них мало. Более того, оказалось, что это еще не факт, что размещение партнерского материала в миллионных аккаунтах имеет высокую эффективность. Существует великое множество способов быстро «нагнать» сотни тысяч подписчиков на страницу в Instagram, которые оказываются в дальнейшем «мертвыми» – ничего не лайкают и не комментируют. Сеть наполнилась аккаунтами с целыми «кладбищами» таких подписчиков. Вовлечение аудитории таких страниц минимальное, а цены – миллионные. Теперь заказчик интеграции обращает пристальное внимание на некий Engagement Rate – показатель, который демонстрирует живой интерес аудитории – лайки, комментарии, отметки и пр.

И взоры пиарщиков обратились на так называемых мини-, микро- и даже нано-инфлюенсеров, аудитория которых насчитывает от 10 до 100 тысяч подписчиков. В отличие от миллионников, считается, что микроинфлюенсеры имеют больший процент «живых» и активных подписчиков. На их страницу, как правило, заходят люди, действительно интересующиеся их контентом и доверяющие им.

Неизбалованные рекламой микроинфлюенсеры стоят адекватно и больше ценят внимание заказчиков. Однако в работе с ними есть и свои минусы. С точки зрения механики размещения контента, конечно, проще договориться, заключить соглашение и разместиться один раз у крупного блогера, чем делать то же самое с сотней небольших. Более того, как правило, крупные инфлюенсеры зарабатывают на жизнь интеграциями. Это их основной доход. Они специально развивают свой аккаунт как бизнес, знают как и умеют работать с интегрированным контентом, профессионально владеют всеми инструментами, которые предоставляет сеть. Это как съемка кино со звездными актерами – один-два дубля, и готово.

Однако, как и в случае с большими актерами, за интеграцию с крупными блогерами приходится платить высокие гонорары, терпеть все капризы и звездные странности. Микроинфлюенсеры же – это, как правило, люди, ведущие свои страницы как хобби, в свободное от основной своей деятельности (шеф, визажист, художник, фотограф и пр.) время. Они реже делают интеграции, поэтому не знают многих профессиональных тонкостей. В силу их неопытности, работа с ними затруднена множеством дублей, сложными коммуникациями и более низким качеством исполнения. Зато мы получаем больше доверия аудитории, более нативный и живой контент, высокий уровень вовлечения и широкую диверсификацию по целевым группам.

В общем, в каждом сегменте есть свои плюсы и минусы. Но в целом интеграции с инфлюенсерами обеспечивают современным пиарщикам широчайшее пространство для маневров. Количество блогеров постоянно растет. Блогеры делятся по тематике своих аккаунтов, ориентируются на разные аудитории, ведут несколько аккаунтов одновременно. Самые успешные из них находятся в перманентном поиске все новых форматов интеграции, широко используют новые дополнительные инструменты, продвигают свои публикации, заливают качественный видеоконтент на IGTV, делают оригинальный материал.

Если верить eMarketer, доля Instagram в 2019 году составила 30% дохода от рекламы Facebook (Instagram и Facebook являются одной сетью).

Для пиар-специалистов развитие социальных сетей стало настоящим подарком эпохи. Мы получили новый технологичный канал коммуникаций. И технологичность этого канала позволяет максимально точно таргетировать и замерять все параметры кампании. Теперь мы знаем наверняка, на какой регион более всего влияет инфлюенсер, как сегментируется его аудитория по возрастным, половым, образовательным параметрам и пр.

Pew Research Center заявляет, что более 33% «инстаграмщиков» делали покупки в интернете через свои смарт-устройства. И это на 70% чаще, чем люди, которые не пользуются Instagram.

Теперь фраза, которую приписывают Генри Форду: «Я точно знаю, что половину рекламного бюджета я трачу впустую, только не знаю, какую именно», уже не столь актуальна. По крайней мере эффективность затрат на пиар-интеграции с блогерами относительно легко просчитать. Все довольно четко таргетируется и весьма точно отслеживается. Тут вам и уровень вовлечения, и количество просмотров по регионам и целевым группам, и переходы или подписки на страницу. Получите и распишитесь и будьте счастливы или наоборот, в зависимости от результата. Причем, как уже было сказано, многие из перечисленных показателей теперь вполне можно спрогнозировать.

В мировой сети развивается еще множество новых платформ, которые вот-вот составят конкуренцию нынешним гигантам.

Подростки планеты облюбовали платформу TikTok, и теперь PR-агентства по всему миру вынуждены обращаться к услугам самых молодых консультантов, чтобы получить более точное представление о том, чем живет эта социальная сеть, сообщество которой прекрасно чувствует фальшь и принимает на веру только очень продуманный интегрированный контент. А сеть еще сети для геймеров, художников, путешественников и пр.

Особенность социальных сетей еще и в том, что пользователи видят в их чатах отличный инструмент для быстрого общения. Чаты теснят даже такие мессенджеры как Whatsapp.

Snapchat, например, развивается в этом направлении с феноменальной скоростью.

В последнее время на просторах СНГ набирает популярность еще один великолепный канал для интеграций – YouTube. В соседней России происходит настоящий YouTube-бум. Топовые ютуберы уже всерьез конкурируют с федеральными каналами. Мало того, некоторые известные журналисты открывают свои каналы и постепенно переходят из телевидения в интернет. Не менее стремительно развивается и украинский YouTube, их русскоязычный контент не отстает от российского, а порой даже превосходит его.

Мы же пока отстаем от России и Украины, и у нас все только-только начинается, хотя еще в 2017 году компания Google объявила о запуске «YouTube Казахстан». В силу определенной политической специфики мы вряд ли увидим в ближайшее время такие популярные социально-политические материалы, какими радуют своих подписчиков Дудь, Варламов и пр., но и у нас есть уже мультимиллионные ютуберы, подающие надежды интервьюеры и публицисты.

Избалованный западным, российским и украинским контентом казахстанский зритель требует качественное видео и интересное содержание, которые, в свою очередь, требуют солидных затрат. Сейчас на Ютубе намного меньше интеграций, чем в Инстаграме, но его доля в бюджетах пиарщиков постепенно растет, что дает основания надеяться, что нынешний и следующий год станет периодом бурного развития казахстанского сегмента этой сети. По крайней мере пару лет назад российский и украинский сегменты начинали развиваться в очень похожих обстоятельствах и условиях.

Ютуб сегодня позволяет не только интегрировать пиар-материалы в контент существующих каналов, но и открывать полноценные корпоративные каналы компаний, чтобы формировать и выдавать в эфир собственную информацию на постоянной основе.

Все это говорит о том, что в ближайшее время корпоративный пиар в Казахстане выйдет на новый уровень, который будет предусматривать не только интеграции с инфлюенсерами, но и полномасштабный полезный обучающий, информативный и развлекательный корпоративный контент.

Таким образом, PR сегодня, как маркетинг и реклама в целом, переживает интереснейшее время трансформации и бурного развития с перспективами, которые иногда пугают своими масштабами и непредсказуемостью.

Это время перемен, в котором PR-специалистам приходится учиться на ходу и постоянно расширять горизонты своего креативного потенциала. Буквально каждый день появляются новые инструменты и технологии, умело используя которые, пиарщики становятся просто волшебниками. Наступила эпоха, когда мы можем реализовывать самые амбициозные проекты и самые смелые, порой просто безбашенные идеи. И ближайшее будущее сулит немало открытий и сюрпризов.

Мы вступили в эру, когда каждый имеющий доступ к интернету может стать звездой, и во главе угла стоят креативные и талантливые люди, получившие практически безграничные возможности для развития и капитализации своих идей.

НОВОСТИ НЕДЕЛИ

МИРОВЫЕ

HABITAS ПРИВЛЕК $20 МЛН

Бывший глава Uber Трэвис Каланик стал одним из инвесторов стартапа Habitas, который строит отели с использованием 3D-печати. Компания привлекла $20 млн, пишет Financial Times. Трэвис Каланик инвестировал в Habitas через свой фонд 10100 Fund. В стартап также инвестировали гендиректор онлайн-супермаркета Ocado Тим Штайнер, сооснователь Tinder Джастин Матин, индийский миллиардер Див Турахия, венчурный капиталист Шервин Пишевар и еще несколько ИТ-инвесторов. Habitas печатает конструкции для типовых отельных номеров на 3D-принтере, затем доставляет их на место размещения и собирает. «Мы собираем их как Lego», – рассказал сооснователь Habitas Оливер Рипли. По его словам, компания может производить по 100 номеров в месяц, а полноценный отель построить за шесть-девять месяцев. Компания уже протестировала гостиницы с использованием 3D-печати в мексиканском городе Тулум. Номера стоят от $200 до 400. Оливер Рипли сравнивает пребывание в их отелях с отдыхом в сети курортов Club Med. По его словам, гостиницы Habitas ориентированы на туристов-миллениалов, для которых важны впечатления. Habitas планирует открыть восемь отелей к концу 2020 года, один из них должен открыться в феврале в Намибии. Компанию интересуют рынки в Азии, на Ближнем Востоке и в Африке. Окупить инвестиции в строительство стартап намерен за два года — это гораздо быстрее, чем при строительстве большинства традиционных отелей, отметил Оливер Рипли. **(vc.ru)**

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ BARBIE ЗАКРЫЛ ДВЕ ФАБРИКИ

Американский производитель игрушек Mattel Inc. закрыл две фабрики в Азии и планирует закрыть одно предприятие в Канаде в рамках принимаемых компанией мер по сокращению расходов. Производитель кукол Barbie и игрушечных машин Hot Wheels закрыл фабрики в Китае и Индонезии в прошлом году и сообщил о планах прекратить работу завода в Монреале в текущем году. Ранее компания сообщала о планах закрыть и продать фабрику в Мексике. Прекращение работы предприятия в Монреале, на котором производится детский конструктор Mega Bloks, затронет около 580 работников, пишет The Wall Street Journal со ссылкой на представителя компании. Закрытие фабрик является частью плана главы компании Инона Крейца, направленного на стабилизацию финансовых показателей Mattel, одного из крупнейших в мире производителей игрушек, у которого на протяжении последних лет были слабые продажи в ряде подразделений. В отличие от Hasbro Inc., конкурента компании, который передал почти все свое производство на аутсорсинг, Mattel на протяжении десятилетий сама занималась производством большинства своей продукции и до недавнего времени владела 13 фабриками. **(interfax.kz)**

ВЫРУЧКА TWITTER ПРЕВЫСИЛА $1 МЛРД

Сервис микроблогов Twitter опубликовал отчетность за четвертый квартал 2019 года. Согласно ей, квартальная выручка компании составила рекордный $1,01 млрд, а прибыль – $153 млн. Об этом пишет TechCrunch. В США компания смогла заработать $591 млн, а на зарубежных рынках — $416 млн. Япония, как пишут в Twitter, продолжает оставаться для них вторым крупнейшим рынком — здесь соцсеть выручила 14% ($139 млн) всей суммы за квартал. За год Twitter смогла заработать $3,46 млрд, что на 14% больше, чем в 2018 году. При этом все годовые расходы составили $3,09 млрд, оставляя операционный доход на уровне $366 млн. Прибыль от одной акции упала за четвертый квартал с $0,33 до $0,15. В отчете также говорится, что в четвертом квартале 2019 года количество жалоб очевидцев на неприемлемый контент выросло на 27%. Соцсеть начала активно бороться с нарушением ее политики. В начале 2020 года она анонсировала пометки, которыми будет маркировать тексты, видео и фотографии, содержащие угрозы и фейки. По собственным данным компании, ежедневная монетизируемая аудитория в четвертом квартале 2019 года составила 152 млн человек. Twitter – социальная сеть для публичного обмена сообщениями при помощи веб-интерфейса, создана Джеком Дорси в 2006 году. **(rb.ru)**

VOLVO CARS И GEELY МОГУТ ОБЪЕДИНИТЬ БИЗНЕС

Шведская Volvo Cars AB и ее материнская организация, китайская Geely Automobile Holdings начали изучать возможность объединить бизнесы и создать глобальную группу, которая ускорит финансовое и технологическое взаимодействие двух структур, говорится в пресс-релизе Volvo. Объединенная компания будет иметь доступ к мировому рынку капитала через Гонконг. В перспективе возможен листинг ее акций в Стокгольме. Стороны планируют сохранить все нынешние марки автомобилей: Volvo, Geely, Lynk & Co. и Polestar. Подготовкой предложений по объединению займется совместная рабочая группа. Отметим, что капитализация компании превышает 124 млрд гонконгских долларов (около $16 млрд). Geely является автомобильной группой, владеющей рядом хорошо известных брендов, включая Geely Auto, Lynk & Co, Volvo Cars, Lotus Cars, Polestar, London Electric Vehicle Company (LEVC) и другие. Штат Geely превышает 52 400 сотрудников. В 2019 году продажи компании составили около 1,362 млн машин, сократившись на 9%. Volvo Cars была создана в 1927 году. В прошлом году примерно в 100 странах было продано 705 450 автомобилей данной марки, что на 9,8% больше, чем годом ранее. В ее штате около 41 500 человек. Geely является владельцем Volvo Cars с 2010 года. **(finversia.ru)**

Карим Богуспаев: Для полномасштабного запуска службы доставки потребуется от $500 тыс.

Так считает генеральный директор Glovo в Казахстане

Анна Видянова

Рынок доставки в Казахстане через три года вырастет в 10 раз. Один из будущих трендов – казахстанцы станут чаще заказывать еду на дом. Такого мнения придерживается генеральный директор Glovo в Казахстане Карим Богуспаев. В интервью корреспонденту «Капитал.kz» он рассказал, почему испанская компания решила выйти на рынок РК, как она делит прибыль с ресторанами и как скоро окупится ее бизнес.

– Карим, в 2019 году сразу три зарубежных игрока по доставке, в их числе Glovo, зашли на рынок Казахстана. Чем он интересен для компаний этой сферы и почему для экспансии был выбран именно прошлый год?

– Если говорить о причинах, почему наша компания зашла на казахстанский рынок доставки, то их несколько. Первая – большое количество пользователей мобильных телефонов в Казахстане, их более 80%. Вторая – высокая скорость проникновения мобильного интернета. В Казахстане один из лучших показателей среди стран постсоветского пространства по использованию технологий 4G. К тому же, рынок электронной коммерции очень динамично развивается в республике – это один из ключевых показателей, почему было принято решение об экспансии. И еще один немаловажный фактор, на который мы опирались – развитие в стране рынка доставки еды на дом. Этот сегмент имеет огромный потенциал. Уточню, что Казахстан стал 22 страной для нашей компании, где мы присутствуем.

– Как долго компания принимала решение о том, что будет развивать бизнес в нашей стране?

– Решение было принято очень быстро, менее чем за год.

– На какие факторы нужно обращать особое внимание, запуская такой сервис?

– Первый критерий, который стоит учесть, многогранность бизнеса, то есть в нем очень много составляющих. Если вы собираетесь запускать сервис доставки еды, ты вы должны понимать, что вашим клиентом является не только заказчик, но и рестораны, курьеры. Это усложняет всю бизнес-модель. Второй критерий – бизнес по доставке операционный, поэтому тут важно очень четко выстраивать все процессы взаимодействия с тремя группами, которые я назвал. Нужно детально продумывать всю цепочку: от момента поступления заказа до его доставки до двери потребителя. Если какой-то процесс в цепочке пойдет не так, то сервис может потерять клиента, даже навсегда.

Еще один фактор, за которым стоит следить и в который необходимо инвестировать ресурсы, – это техническая поддержка приложения. Так как бренд и компания являются новым продуктом на рынке, то, конечно, у пользователей могут возникать вопросы, как им пользоваться. Например, у нашей компании нет физического call-центра, так как это большие затраты и расходы на содержание профессиональных сотрудников, аренду помещения и т.д. Но наша техническая поддержка работает в режиме приложения, и мы выстроили процессы таким образом, что ответ на запрос пользователя в среднем составляет менее 90 секунд.

– Тогда какой процент от прибыли в среднем приходится выплачивать ресторанам и магазинам?

– Если анализировать рынок доставки СНГ, который схож с нашим, то средняя комиссия для ресторанов-партнеров составляет около 30-35% от суммы заказа. Чуть дальше от нас, например, в Румынии размер комиссии уже ниже: 27-32%.

– На чем еще зарабатывают компании по доставке?

– Мы, например, получаем оплату за доставку товара, когда пользователь использует функции «Курьер», «Что угодно», «Супермаркеты» или «Аптеки». Ведь нужно учитывать, что основной статьей затрат являются курьеры – их услуги достаточно дорогие. И этот тренд актуален для разных стран, и Казахстан не исключение – здесь высокие комиссии, которые сервисы по доставке выплачивают партнерам.

Стоимость доставки товара зависит от региона. Например, в России, Украине цена в эквиваленте на тенге составляет от 650 тенге, в Казахстане – от 300 до 600 тенге.

– Сколько курьеров требуется для того, чтобы выполнить все заказы на сегодняшний день?

– Количество курьеров зависит не только от спроса, но и от модели работы сервиса по доставке. К тому же немаловажно и какую зону покрытия намерена освоить компания. Потому что, как правило, сервисы доставки еды, заходя в город, покрывают только его определенную часть для того, чтобы выстроить все операции. Например, если мы берем определенную локацию, то наш бизнес будет зависеть от трех факторов. Во-первых, от числа заказов, которое планируется получить. Во-вторых, от транспорта, на котором будут передвигаться курьеры. Если бы сервис по доставке выбрал для развития бизнеса Испанию, то ему потребовалось бы меньше курьеров для аналогичного количества заказов, чем в Казахстане. Это связано с тем, что там развита культура использования мопедов, велосипедов курьерами – этому способствуют и погодные условия.

В Казахстане не развит этот вид транспорта. В том же Нур-Султане суровый климат, особенно зимой, не позволяет использовать мопеды, велосипеды. В результате мы стараемся осуществлять часть заказов через курьеров, имеющих личное авто. Это не такси. Но все равно, из-за того что в столице снежные зимы, бывают метели, иногда скорость доставки может затягиваться.

На доставку влияет и много других факторов, поэтому мы не можем назвать какое-то оптимальное количество курьеров, даже в рамках Алматы или Нур-Султана.

– А в Алматы сколько доставщиков у вас работает?

– В Алматы зарегистрировано более 3500 – это 70% от всего нашего пула курьеров. В тех городах, где мы представлены (Алматы, Нур-Султан и Шымкент), на нашей платформе зарегистрировано более 5 тыс. курьеров. Эти цифры должны дать представление, сколько курьеров требуется для работы бизнеса по доставке. И хотя число курьеров у нас практически еженедельно меняется, можно сказать, что обозначенное количество курьеров комфортно для покрытия существующего спроса на рынке по доставке.

– Расскажите, сколько денег пришлось инвестировать в бизнес в Казахстане?

– Это конфиденциальная информация. Но в любом случае мы расцениваем свои вложения как инвестиции в развитие рынка.

– А в целом какую сумму нужно вложить в сервис по доставке?

– Все зависит от модели ведения бизнеса, какие города намерен охватить сервис. На мой взгляд, для полномасштабного запуска службы доставки потребуется от $500 тыс. Все зависит от географии, количества курьеров, партнеров и т.д.

– Быстро ли окупаются эти деньги?

– По-разному, все зависит от бизнес-модели. На рынке электронной коммерции в Казахстане и в мире средний срок окупаемости составляет 3-5 лет.

– Расскажите про обороты Glovo в Казахстане.

– Пока мы не готовы делиться этими данными.

– По крайней мере ваши ожидания по прибыли оправдались? Вы уже в плюсе?

– Пока рано делиться конкретными цифрами. Но могу сказать, что наши первые ожидания оправдались, и результаты работы показывают, что у рынка есть серьезный потенциал для развития.

– Насколько быстро растет наш рынок доставки?

– По нашим оценкам, рынок доставки еды ежегодно увеличивается более чем на 20%. Предполагаю, что после того, как на рынке доставки появились больше игроков, стала развиваться культура доставки еды на дом, поэтому указанная цифра будет только расти. Тот факт, что на рынке появилось несколько зарубежных сервисов, скажется только положительно. Совместными усилиями мы сможем дать толчок развитию этого сегмента, предоставляя качественный сервис клиентам.

– В какую сумму вы оцениваете объем казахстанского рынка доставки?

– Сложно оценить, потому что местный рынок еще достаточно молод, он только начинает набирать обороты. Если не смотреть на соотношение населения и доли пользователей, которые заказывают еду, то в Казахстане эта цифра составляет около 3%. То есть именно столько людей делают заказы. Для сравнения: в мире эта цифра достигает 15%, в Великобритании – 21-23%. Пока казахстанский рынок доставки очень маленький, как минимум, по нашим оценкам, он может вырасти в 7 раз за счет развития городов, улучшения сервиса.

– Есть ли какая-то специфика работы на нем?

– Перед выходом на рынок мы провели тщательный анализ условий, возможностей и особенностей казахстанского рынка. Поэтому во время запуска сюрпризов и сложностей не было.

Если говорить об особенностях рынка, то Казахстан стал для сервиса самым холодным регионом по погодным условиям, где мы представлены. Это касается, конечно же, запуска сервиса в Нур-Султане. Однако мы прекрасно понимали это и были готовы к этому. Специально для Нур-Султана мы подготовили рюкзаки для наших курьеров, которые максимально удерживают тепло блюд при доставке.

Еще одна отличительная особенность – это транспорт. Самый эффективный вид транспорта для доставки – мопеды. На них курьеры не устают, а путь не подвержен пробкам. Но в Казахстане не было культуры вождения мопедов. Мы планируем развивать эту индустрию и влиять на инфраструктуру городов.

– Ключевым конкурентом Chocofood была Foodpanda Kazakhstan, часть международного сервиса по онлайн-заказу и доставке еды Delivery Hero. В 2017 году Chocofood поглотил конкурента. Как считаете, стоит ли ожидать на рынке Казахстана в ближайшие 2-3 года сделок по слиянию, поглощению?

– В краткосрочной перспективе не видим предпосылок для сделок по слиянию или поглощению. Сейчас рынок на стадии активного развития и каждый игрок пытается занять свою нишу, но все может измениться.

– У вас есть намерения поглотить какой-то из существующих сервисов?

– На мой взгляд, предпосылок для таких планов пока нет.

– По вашему мнению, какие бизнес-модели сервисов по доставке будут востребованы?

– Учитывая, что на рынке есть службы доставки, предоставляющие качественный сервис, доверие населения к мобильным приложениям по доставке будет только расти. Поэтому, по моим оценкам, в тренде будут маркетплейсы и full delivery.

– Какие тенденции появятся в ближайшее время?

– Один из основных трендов, над которым будут работать сервисы доставки, – это улучшение качества своих услуг, сокращение времени доставки. Еще один тренд – развитие рынка доставки в регионах, это будет долгий процесс просвещения среди населения, которому будет сложно привыкнуть к сервисам такого рода. Кроме того, нужно работать над повышением уровня доверия к своим услугам и курьерам.

– По вашим оценкам, какого объема достигнет наш рынок доставки?

– По оценкам McKinsey, в 2019 году он составит более 596 млрд. Предположу, что в Казахстане рынок доставки еды через 3-4 года также увеличится в 10 раз. Этот прогноз объясним: местный рынок пока еще очень маленький, и он только начал развиваться.

Тигран Туниянц: Раньше характер бренда мог долгое время оставаться неизменным

Креативный директор Finedesign о том, как изменились креативные концепции

Ксения Бондал

В последнее время среди профессионалов рекламного рынка идет дискуссия о том, нужны ли вообще сейчас какие-то стратегии для продвижения брендов или конкретных товаров. Они говорят, что в стремительно развивающемся мире планировать что-то – только тратить попусту время, поскольку быстро меняются поведение и предпочтения потребителей. Поэтому как предпринимателям, так и специалистам в сфере коммуникаций и пиара в своей работе лучше ориентироваться на «здесь и сейчас». Другие же считают, что планирование – это неотъемлемая часть бизнеса. К этой категории относится креативный директор рекламного агентства Finedesign Тигран Туниянц. В интервью корреспонденту «Капитал.kz» он рассказал о том, что нужно учитывать при создании коммуникационной стратегии и какие задачи должна выполнять креативная концепция в нынешних условиях.

– Тигран, почему, по вашему мнению, несмотря ни на что стратегия по-прежнему важна?

– Прежде всего, важно разобраться с понятиями. Стратегия – это план достижения цели, и эта формулировка отвечает сам вопрос. Потому что если есть цель, то она достигается с помощью запланированных действий, и если они будут продуманными и прописанными, то превратятся в стратегию. Поэтому стратегия есть всегда, просто она может быть осознанной или неосознанной, последовательной или непоследовательной. В бизнесе наивно полагать, что стратегия не нужна. Другое дело, что раньше стратегии были долгосрочными и требовали меньше калибровки под меняющуюся реальность. Способ, которым мы что-то сообщаем аудитории, является коммуникационной стратегией, которая как раз и включает в себя медийную стратегию и креативную концепцию. Для коммуникационной стратегии нужно создать ряд креативных разработок, сделать грамотное медиапланирование. Можно сказать, что одна стратегия более креативная, а другая менее креативная.

– Если мы говорим о креативной концепции, нужно ли сегодня компаниям заморачиваться созданием какого-то смелого рекламного контента, либо лучше этого не делать? Потому что ваши коллеги отмечают, что казахстанцы больше придерживаются традиционных ценностей, чем кажется, растет религиозность.

– Это факторы ментального ландшафта в стране. Необходимо ли их учитывать при реализации каких-то идей? Да. Я говорю сейчас глобально, а не именно о Казахстане.

– Насколько сильно это сужает набор инструментов рекламщиков?

– Любой фактор тенденциозности в обществе сужает диапазон тех творческих инструментов, которые люди могут спокойно воспринять. Сужает ли это для творческих команд поиск этих инструментов? Нет, потому что они всегда будут рассматривать все возможные идеи и в зависимости от степени их таланта смогут опуститься на разную глубину при проработке этих идей. И либо мы будем бояться и подстраиваться под этот ментальный ландшафт и он будет нас обуславливать, либо станем его учитывать и оздоравливать. Оздоровление может быть разным: где-то взбудоражить, где-то пошутить.

– Помните рекламу Chocotravel с раздетыми стюардессами? Как вы относитесь к таким рекламным кампаниям? Ведь этот ролик как раз взбудоражил аудиторию.

– Если вы спрашиваете меня, как творческую единицу, то мне такие вещи не нравятся. Потому что есть принцип изящества подхода, и он для меня всегда важен, а есть беспроигрышные и грубые инструменты воздействия. Да, их применение гарантирует определенный эффект, но ими может воспользоваться кто угодно. Это не показатель степени мастерства и лично для меня зазорно их применять, я готов понарядиться и найти что-то более интересное, менее грубое и очевидное.

– Тогда же часть общества говорила, мол, зачем демонизировать ролик, речь же идет просто о человеческом теле. И эти отзывы показывают, что определенная часть нашей аудитории готова к таким рекламным продуктам.

– В наше время апеллирование античными ценностями, частью которых был культ тела, это демагогия. Нужно называть вещи своими именами – это конкретный прием использования обнаженки для повышения рекламного эффекта. Было ли это сделано качественно и профессионально в случае с Chocotravel? Да. Ролик снят профессионально. Зашли ли они на территорию какой-то непозволительности лично для меня? Еще нет, они остановились на последней грани приличия. Но меня такая реклама не заинтересовывает, потому что игнорирует мой интеллект. Я понимаю, что со мной говорят не на уровне ума и культуры, а апеллируют к инстинктам, и тогда мной либо манипулируют, либо не уважают. Мне так не нравится.

– Профессионалы фондового рынка говорят, что ему нужны шоки. А рекламному рынку нужны вот такие небольшие встряски, как ролик, который мы сейчас обсуждаем?

– Да, потому что для нашей индустрии важно и полезно привлечение внимания к рекламе, как к инструменту развития бизнеса. Любая оздоравливающая встряска, а я уверен, что ничего фундаментально плохого реклама Chocotravel не сделала и она не более оскорбила чем то, что можно найти в интернете в два клика, благоприятна. Часть клиентов поняла, что можно делать рекламу, которую замечают, какой-то специалист получил гонорар, в рекламную индустрию пошло больше денег. Любую индустрию нужно будоражить, иначе будет застой и стагнация.

– Этот ролик помог понять, как рекламщикам лучше всего говорить с нашей аудиторией?

– Любое творческое решение, даже удачное, не дает тотального понимания того, какие механизмы воздействия на аудиторию будут эффективными. Может быть, я олдскульный, но один из столпов рекламы заключается в том, что всегда есть альтернативное творческое решение, которое будет не менее эффективно, чем первое. В этом заключается очарование жизни и мира.

– А за что наш первый президент вручил вам медаль?

– Нам удалось поучаствовать в позиционировании Астаны в честь 10-летия города. В то время в столице относились как к городу, который требует огромного количества ресурсов, чуть ли не всей страны. Нас привлекли к разработке идеологической концепции позиционирования города. Для меня это был интересный процесс, потому что я к тому времени глубоко не погружался в идеологическую коммуникацию.

– Кстати о столице. Как на ее имидж повлияло переименование?

– Это сложный вопрос. Лично я в принципе не очень люблю переименования. Когда что-то имеет некую ауру, всегда хочется ее сохранить и развивать. Говоря рекламным языком, важна капитализация образа.

– Изменились ли креативные концепции за последнее время?

– Они менялись плавно, но быстро. Раньше характер бренда мог долгое время оставаться неизменным, сейчас стоит задача актуализироваться под реальность. Люди не могут долго уделять внимание каким-то темам, мало кто любит глубоко анализировать и это надо учитывать в рекламных сообщениях. Исходя из этого, для того чтобы бренды оставались на слуху, им нужно быть актуальными, как я сказал. Например, характер Harley-Davidson не менялся годами, он был флагманом рок-культуры и был гармонично в нее вписан. Но сегодня для того чтобы присутствовать в медийном пространстве, для него важно отстраниться от своей рок-идентичности и обратить внимание на актуальные ценности.

– Вы говорили, для того чтобы креативная концепция была хорошо принята аудиторией, она должна решать социальные задачи. Поясните.

– Это одна из важных характеристик. Сейчас все большие и значимые рекламные кампании, которые признаются и могут иметь фестивальный потенциал, должны не только продавать, но и делать этот мир лучше, и это часть процесса гуманизации общества, который сказывается на том, как вынужден вести себя бизнес и, соответственно, рекламная индустрия. Это хорошо, но важно, чтобы этим никто не начал манипулировать.

Текстильные компании вынуждены выживать за счет экспорта

Арсен Аскаров

Текстильный комбинат полного цикла AZALA Textile, расположенный в Шымкенте, 90% своей продукции отправляет на экспорт. Дело в том, что отечественные ткани больше востребованы в Италии или Германии, чем на внутреннем рынке. Например, Министерство обороны РК отказывается от закупок отечественного постельного белья в пользу российских и украинских изделий, рассказал в интервью корреспонденту «Капитал.kz» глава наблюдательного совета группы компаний «Azala» Бауржан Джамалов.

Плачевное состояние казахстанской легкой промышленности на днях стало темой для дискуссии в сенате. На грани банкротства оказался самый крупный комбинат по производству кожаных и меховых изделий в Семее. Из-за проблем с финансированием у предприятия появились долги, а затем начало простаивать производство, где установлено дорогое оборудование. Сейчас комбинат выживает только за счет переработки сырья.

Текстильный комбинат AZALA Textile из Шымкента, который обеспечен собственным сырьем, производит хлопчатобумажную продукцию и имеет достаточно мощностей для того, чтобы обеспечить больницы и армию любой готовой продукцией. Однако в Минобороны предпочтение импортному белью: из 100 тысяч коек в больницах лишь 450 застелено казахстанским постельным бельем.

Руководство текстильной компании жалуется на существующую сложность с оф-тейк контрактами, которая связана с тем, что постоянно меняются условия государственного заказа на закуп постельного белья. В этом году Минобороны отменило 5-летний контракт на покупку современного обмундирования у AZALA Textile. В министерстве заявили, что не устраивает качество выпускаемой в стране продукции. В итоге специфическое спецобмундирование для армии закупается у российских, белорусских и китайских производителей, что ухудшает состояние текстильной промышленности.

«Продукция нашей компании полностью соответствует всем международным стандартам. Мы применяем материалы рип-стоп, включая полиэстер и полиэкранную ткань на абсолютно новом оборудовании, которое позволяет сшить такое же обмундирование, как это делает российская компания «Чайковский» или белорусский производитель «Моготекс», у которых Минобороны закупает текстильные и обувные изделия», – рассказал Бауржан Джамалов.

– Есть мнение, что цены на казахстанскую униформу сегодня завышены. Так ли это?

– Это исключено. Действующие цены даже с учетом девальвации не меняются много лет и по факту уже занижены. Наш комплект зимней военной формы стоит порядка 18 тыс. тенге. Это достаточно комфортная цена для Минобороны. Однако по итогам прошлого года мы поставили в нашу армию продукции всего на 1,5 млрд тенге из запланированных 15 млрд тенге. Сюда не входит постельный комплект для солдат, по этой линейке мы ничего не поставили. Наши солдаты спят на белье из других стран.

– Могут ли ваши казахстанские конкуренты обеспечить армию обмундированием или бельем?

– Сложно сказать. Минобороны не сообщает, где закупает постельное белье или обмундирование. Эта информация засекречена. При этом в ведомстве подчеркивают, что не покупают отечественную ткань, а приобретают только готовые изделия. Получается, что любой трейдер может купить дешевые ткани в Китае или Узбекистане, а на выходе будет готовая продукция «made in Kazakhstan». Вот и все.

– Насколько вам удобно работать в Таможенном союзе?

– Я не стану говорить про всю экономику ЕАЭС. Однако в части гособоронзаказа ни одна казахстанская компания не может поставить ни одну пару обуви или один погонный метр ткани в Министерство обороны России, Беларуси или Кыргызстана. Однако наше Минобороны импортирует обмундирование, финансируя экономики других государств.

– Удается ли вам восполнять потери на внутреннем рынке за счет экспорта продукции?

– Мы уже 14 лет на рынке и практически вся наша ткань уходит на экспорт. Большой объем поставляется в Италию, Германию и в Литву, где европейцы уже сами накладывают свой рисунок на нашу ткань. По факту 99% выпускаемой продукции уходит на экспорт и лишь 1% на внутренний рынок. Наши суровые ткани принимают в Европе, качество нашей продукции устраивает всех за рубежом.

– Сколько зарабатывает компания за счет экспортной ориентированности?

– Мощность предприятия – 100 тысяч погонных метров ткани в месяц. В денежном выражении это в пределах 1,5– 2 млн евро в месяц. Это очень хороший доход, но мы всерьез заинтересованы внутренним рынком. Мы производим махровые изделия, которые по качеству могут конкурировать с Zara Home.

– Насколько текстильный бизнес может быть прибыльным сегодня с учетом озвученных проблем?

– Мы сами выращиваем хлопок и перерабатываем на своих фабриках. Сейчас в Шымкенте у нас идет строительство еще одного комбината. Это будет единственный производитель совковой и межевой пряжи. Этот бизнес достаточно перспективный, если делать стопроцентную линейку в рамках госзаказа. Тогда ты получаешь гарантированный рынок сбыта. Это лучше, чем регулярно рисковать, ориентируясь лишь на один экспорт.

Тем временем в сенате кожевники призвали депутатов обязать казахстанские обувные фабрики закупать местную кожу. По их словам, сырья в стране много. Каждый день в Казахстане забивается 3 млн голов крупного рогатого скота и 9-10 млн мелкого. К примеру, из одной шкуры коровы можно сшить до 15 пар обуви. Несмотря на это, некоторые обувные фабрики закупают более дешевое сырье из Китая и других стран, которое зачастую оказывается вредным для здоровья детей и взрослых.

Кризис мирового свиноводства – возможности для Казахстана

Николай Бабенко

На сегодняшний день свинина – не самый популярный вид мяса в Казахстане. По объему потребления она занимает пятое место и уступает говядине, мясу птицы, баранине и конине. Среднее потребление – составляет меньше 5 кг на человека в год, об этом свидетельствуют данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК. При этом, по информации статистической службы Евросоюза (Eurostat), в Европе этот показатель составляет 45 кг на человека в год, в Китае – 40 кг, в России – 30 кг. Согласно цифрам того же Eurostat, в 2019 году мировой дефицит свинины составил 10 млн тонн и он продолжает увеличиваться. Такого объема производства просто нет и не будет в ближайшие 3-5 лет, а значит, цена на этот вид мяса будет расти.

Почему свинина дорожает

В 2019 году цены на все виды мяса кроме свинины были почти стабильны, и предложение покрывало спрос на рынке. При этом цена на свинину начала расти, что продолжается до сих пор.

В прошлом году в Евросоюзе цены на свинину достигли исторического максимума. Это констатирует свиноводческие ассоциации и производители в Польше, Венгрии, Германии, Нидерландах. В полутушах – 1,97 евро за кг в декабре 2019 года против 1,37 евро за кг в январе 2019 года. Себестоимость производства свинины при этом не изменилась и составляет 0,9 евро за кг.

Причина такого стремительного роста – снижение вдвое из-за африканской чумы свиней (АЧС) в Китае, где потребление свинины самое высокое в мире. Так как Евросоюз является поставщиком свинины «номер один» (4 млн тонн ежегодно), а рост цен на этот вид мяса никак не связан с себестоимостью, поскольку она остается неизменной – на уровне 0,9 евро за кг – европейские свиноводы зарабатывают очень много.

Насколько долго это продлится неизвестно, потому что в восточной части Евросоюза до сих пор не решили проблему распространения АЧС, и эта болезнь продолжает продвигаться на запад. Сейчас вспышки чумы зафиксированы на промышленных фермах в Польше, Болгарии, Румынии, Прибалтике, и постепенно болезнь движется в сторону Германии. Там пока еще не было случаев, но сами немцы в 2019 году исследовали скорость распространения этой болезни и предположили, что АЧС может появиться у них примерно через 1-1,5 года. А ведь Германия как раз является самым крупным экспортером свинины в Европейском союзе. Появление болезни в центральной части Европейского союза спровоцирует резкий и неконтролируемый рост цен на свинину не только в ЕС, но и в мире.

Перспективы для Казахстана

Цена за животных в живом весе достаточно высокая – 1,4 евро за кг, только сверхприбылей свиноводам она не обеспечивает. Главная причина в том, что высокая себестоимость выращивания свиней – также находится на уровне 1,4 евро за кг. В сложившейся ситуации есть два сценария развития этой отрасли в Казахстане.

Первый – оптимистичный – снижение себестоимости на имеющееся поголовье свиней до уровня европейской себестоимости 0,8-0,9 евро за кг живого веса и реализация стратегии повышения эффективности работы свинокомплексов. Большим преимуществом для Казахстана в этом вопросе является соседство с Китаем, и казахстанские животноводы могут получать такую же высокую прибыль от экспорта свинины, как и европейские.

Второй сценарий – пессимистичный – отрасль свиноводства так и останется нереализованной возможностью Казахстана, соседствующего с самым крупным потребителем свинины в мире.

Что сделать, чтобы не упустить шанс

Производство свинины в Казахстане можно увеличивать ежегодно и получать себестоимость, как в Бразилии, США, Канаде – 0,8 евро за кг живого веса, это 1,1 евро за кг полутуши, на которые цена в Китае составляет 4,1 евро за кг.

На строительство и запуск свинокомплекса нужен год, еще через год бизнес станет самоокупаемым, спустя год после этого удастся вернуть вложенные в него средства. Свиноводство – это двукратная оборачиваемость денег за год. Ну и дефицит на свинину, а значит и спрос на нее, очень высоки. Ежегодное производство этого мяса можно увеличить в 2 раза за счет эффективных технологий. Дальше ежегодно можно наращивать производство еще на100 тыс. тонн свинины, а за 3 -5 лет выйти на объем экспорта в 500 тыс. тонн. Если за основу расчета взять даже нынешние цены на свинину, то при объеме экспорта полмиллиона тонн казахстанские животноводы на выращивании и продаже мяса за границу могут ежегодно зарабатывать 1,5 млрд евро.

НОВОСТИ НЕДЕЛИ

МИРОВЫЕ

«ОПАСНЫЙ» ДОМЕН ПРОДАЮТ ЗА $1,7 МЛН

На аукцион выставили corp.com — потенциально «самое опасное доменное имя в мире», которое может оказаться источником утечки корпоративных данных. Начальная цена лота – $1,7 млн. Первым corp.com запустил предприниматель Майк О'Коннор. В середине 1990-х инвестором был основан собственный интернет-провайдер (Go-fast.net), на которого он зарегистрировал такие «имена сайтов», как bar.com, pub.com и place.com. Впоследствии эти адреса, по его словам, были проданы за «весьма крупные» суммы. Однако corp.com, считая его своим самым ценным активом, О'Коннор до сих пор продавать отказывался. Этот домен может показаться безобидным, пишет Krebs On Security, но в реальности его владелец сможет подключиться к «бесконечному потоку конфиденциальной информации», получив адреса электронной почты, пароли и другие данные крупнейших компаний по всему миру. Все дело в особенностях работы ранних версий Windows, в которых для сверки компьютеров, подключенных к одной внутренней корпоративной сети, используется Active Directory. По умолчанию эта служба обращается к домену corp, что не представляет никакой угрозы, если компьютер находится в локальной сети. Но если же компьютер выходит в онлайн, Active Directory подключается к стороннему серверу, на который указывает corp.com, и «сливает» ему конфиденциальные данные. **(vesti.ru)**

ЛУННАЯ ПРОГРАММА NASA ОБОЙДЕТСЯ В $35 МЛРД

Администрация Дональда Трампа запросила у Конгресса $25,2 млрд для финансирования Национального управления США по воздухоплаванию и исследованию космического пространства (NASA) на 2021 финансовый год. Это на 12% больше по сравнению с $22,629 млрд, которые конгресс выделял NASA на 2020 финансовый год. Данная сумма включает $3,3 млрд на разработку спускаемого лунного аппарата в рамках программы Artemis. Почти половина запрошенного бюджета — $12,3 млрд — будет направлена на текущие и новые проекты, касающиеся возвращения США на Луну и будущих полетов к Марсу. В ходе телефонной конференции заместитель администратора NASA Джеймс Морхард сообщил журналистам, что реализация лунной программы Artemis обойдется в $35 млрд. Отмечается, что затраты на космические проекты сложно прогнозировать, поэтому расчеты являются приблизительными. Как ожидается, первая в рамках этой программы высадка на поверхность Луны астронавтов США — мужчины и женщины — состоится в 2024 году. Программа NASA Artemis предусматривает строительство окололунной орбитальной станции, разработку космических кораблей для полетов в этой станции, а также создание посадочного модуля, который будет использоваться для доставки на Луну грузов и экипажей. **(3dnews.ru)**

AMAZON ЗАПУСТИЛ СЕРВИС СИНТЕЗА ГОЛОСОВ

Компания Amazon запустила сервис создания системы синтеза речи конкретного человека на основе образцов его голоса. Об этом сообщается на сайте компании. Сервис, получивший название Brand Voice, является развитием представленного ранее сервиса Polly для синтеза речи на разных языках и разными голосами. Новая функция нацелена на компании, которые хотят использовать в своих сервисах голос известного представителя бренда, созданный на основе голоса выбранного компанией человека. Сервис доступен как в виде голоса для навыков голосового помощника Alexa, так и в виде отдельного API, получающего текст и выдающего файл с аудиозаписью, который можно использовать любым образом. В качестве примера Amazon показал результат работы с сетью фастфуда KFC, которая для своего канадского отделения создала голосовую модель символа компании – Полковника Сандерса, пишет N+1. Также компания создала голосовую модель для австралийского банка NAB. Пока что в Amazon не раскрывают стоимость и технические детали работы сервиса. Судя по всему, в его основе лежит описанный в 2019 году алгоритм синтеза речи, который берет данные конкретного человека и добавляет их к генерализованной нейросетевой модели, обученной на других данных. В результате на обучение модели требуется гораздо меньше образцов речи, чем при использовании других подходов, но это не снижает качество синтезированной речи. **(hitech.newsru.com)**

AIRBUS ПОКАЗАЛ «СМЕШАННОЕ КРЫЛО»

Европейский авиастроительный концерн Airbus представил летную модель пассажирского самолета, выполненную по схеме «смешанное крыло» и используемую в качестве демонстратора, а также для отработки новых технологий робастного управления. Согласно сообщению авиаконцерна, модель получила название MAVERIC. Отметим, что современные пассажирские самолеты собираются по традиционной схеме, которую можно условно описать как «сигара плюс крыло». По разным оценкам, «смешанное крыло» будет иметь на 15% большую грузоподъемность по сравнению с летательными аппаратами классической аэродинамической схемы сопоставимых размеров. В 2016 году Исследователи из Института аэрокосмических наук Университета Торонто провели расчеты расхода топлива для новых конструкций планеров пассажирских самолетов. Оказалось, что расход топлива большим самолетом, выполненным по схеме «смешанного крыла», будет на 10,9% меньше, чем у сопоставимого по размерам обычного широкофюзеляжного лайнера. Летные испытания MAVERIC проводятся с июня 2019 года. Их планируется завершить до конца второго квартала 2020 года. **(nplus1.ru)**

Рас-эль-Хайма: От полного релакса до экстремальных приключений

Власти эмирата развивают новые туристические направления

Айнагуль Елюбаева

Столицу Казахстана с первым официальным визитом посетил новый генеральный директор Департамента по развитию туризма эмирата Рас-эль-Хайма Раки Филлипс. Цель приезда высокопоставленного гостя – встреча с представителями медиабизнеса и туристической индустрии Казахстана, налаживание международных отношений. Раки Филлипс работал в ведущих гостиничных цепочках, включая Ritz-Carlton Hotels, Fairmont Hotels & Resorts и Universal Studios Orlando, получил множество наград и вошел в список «20 самых влиятельных отельеров». Как новый генеральный директор он отвечает за реализацию стратегии развития эмирата в 2019-2021 годах, цель которой привлечь в Рас-эль-Хайму 1,5 млн туристов к 2021 году и 3 млн к 2025 году. Раки Филлипс намерен также увеличить турпоток из Казахстана. Эмират может предложить не только отдых в luxury-отелях, но и экстремальные виды времяпреповождения для любителей острых ощущений.

– Г-н Филлипс, по вашим данным, сколько казахстанских туристов ежегодно посещают эмират Рас-эль-Хайма и каковы перспективы роста турпотока?

– В 2019 году более 32 тыс. казахстанцев посетили эмират Рас-эль-Хайма, что на 15% превысило показатели предыдущего года. Казахстанский рынок очень важен для Рас-эль-Хаймы. И мы ожидаем, что поток туристов из Казахстана будет только расти. Я думаю, что в ближайшие 2 года этот показатель с легкостью достигнет отметки свыше 50 тыс. туристов. Считаю, казахстанских туристов Рас-эль-Хайма привлечет хорошей погодой, культурными достопримечательностями, природой.

– В целом, насколько может вырасти общий турпоток в эмират Рас-эль-Хайма?

– В 2019 году около 1,1 млн туристов со всего мира посетило наш эмират, и в ближайшие 5 лет мы хотим, чтобы этот показатель вырос до 3 млн туристов. В Рас-эль-Хайме туризм является самым быстрорастущим компонентом ВВП. И все это во многом благодаря тому, что у нас есть красивые пляжи, величественная пустыня и самая высокая гора в Эмиратах Джебаль Джейс.

– За счет чего вы намерены нарастить число туристов?

– В первую очередь, хотелось бы отметить, что у нас очень большой гостиничный фонд. Это 6500 комнат для туристов, и мы ожидаем появления на рынке около 6 тыс. новых номеров. То есть у нас пойдет удвоение. Этот прирост будет представлен за счет таких брендов, как Radisson, Conrad By Hilton, Movenpick и Intercontinental. Эмират Рас-эль-Хайма находится в 3 часах полета для 3 млрд людей, а один из самых загруженных аэропортов в мире – международный аэропорт Дубая – всего в 45 минутах пути от Рас– эль-Хаймы, 30 минут занимает дорога до аэропорта Шарджи, где располагается терминал Air Arabia. Мы сейчас будем делать акцент на развитии горных туров. Помимо самого длинного зиплайн (воздушного троса), у нас еще запускаются тарзанка и самый высокогорный ресторан в Эмиратах.

– На какие малоизвестные пока проекты делаете ставку?

– Рас-эль-Хайма имеет историю протяженностью 7 тыс. лет, после реставрации мы планируем запуск нескольких культурных памятников. Один из них Джазират Аль-Хамра – это рыбацкая деревня XVIII века. Если вы посетите эту деревню – получите возможность совершить путешествие во времени и увидеть, как по-настоящему жило сообщество ныряльщиков за жемчугом и рыбаков. Также у нас есть национальный музей Рас-эль-Хаймы, который ранее служил резиденцией для нашего правителя. Запуск музея скоро состоится, и он будет открыт для посещения публики. И у меня для вас эксклюзив – самая первая археологическая находка старейших кофейных зерен XII века обнаружена в Рас-эль-Хайме.

– Президент Касым-Жомарт Токаев сказал, что у Эмиратов и Казахстана хорошие перспективы сотрудничества в туристическом секторе. Как вы считаете, бизнесменам эмирата Рас-эль-Хайма будут интересны проекты с казахстанскими компаниями по взаимному привлечению туристов?

– Совершенно верно. Между нашими государствами идет успешное сотрудничество, и я уверен, что оно будет происходить по всем направлениям, включая бизнес, политику, культуру и, конечно же, туризм. Этому будет способствовать близкое расположение – мы находимся всего на расстоянии 4,5 часов полета. У нас схожие культуры, и поэтому я полагаю, что наши отношения будут только развиваться.

– Какой опыт вашего эмирата по развитию туризма мог бы перенять Казахстан? На что обратить внимание?

– Казахстан – это прекрасная и безопасная страна, у вас привлекательная культура, отличная еда, гостеприимный народ. Еще одна аналогия – Нур-Султан – новый город, очень чистый и быстро развивается. В городе есть аэропорт, гостиницы, и я думаю, что нужно вкладывать много усилий именно в маркетинг по развитию страны как туристического направления. Я не так много знаю о Казахстане, поскольку это мой первый визит. И я только изучаю вашу страну. Я знаю, что помимо больших городов в Казахстане есть еще прекрасные природные заповедники, и они потенциально могут стать популярными туристическими направлениями, обязательными для посещений. У нас, например, есть такое привлекательное направление в Рас-эль-Хайме как Джебаль Джейс флайт, это самый длинный зиплайн в мире – 2,83 км. И по нему вы пролетаете как супермен со скоростью 160 км в час. И я считаю, если в Казахстане будет создано нечто похожее, что достойно внесения в этот bucket list – это было бы здорово,

– Что может заинтересовать туристов из Эмиратов в Казахстане?

– Единство религии является очень важным фактором, объединяющим наши народы, так как Казахстан – это страна с преимущественно мусульманским населением. Существует также воздушное сообщение между странами. У вас в крупных городах есть прекрасные гостиницы, такие как Mariott, Ritz Carlton, St.Regis, что играет очень важную роль для туристов из Эмиратов. Я думаю, самое главное – следует повышать информированность, вести маркетинговую работу по узнаваемости Казахстана.

– Какие условия вы можете предложить казахстанским туркомпаниям, которые будут привлекать туристов в эмират Рас-эль-Хайма?

– Мы работаем со всеми крупными туристическими компаниями в Казахстане. И тот выбор отелей, который мы предлагаем, в том числе Риксос Баб аль– Бахр в Рас– эль-Хайме имеет именно тот пакет предложений, который привлекателен для казахстанских туристов. Это пакеты «все включено» и те виды развлечений, которые подходят для семейных туристов и для туристов, путешествующих парами.

– Будете ли делать ставку на развитие экстремального туризма? Насколько популярно это направление сегодня, каковы его особенности и риски?

– Так называемый туризм приключений – это рынок стоимостью $50 млрд по всему миру, и мы в ОАЭ являемся столицей приключений для такого экстремального туризма. Мы делаем на этом большой акцент, потому что у нас очень красивая природа. И новые туристические места, которые мы запускаем в Рас-эль-Хайме, ориентированы именно на экстрим и приключения. Например, в воскресенье мы открываем пик приключений Джейс, туда будут входить тур по небесам, «падение с небес» – то есть прыжок с тарзанки, а также самый высокогорный ресторан в Эмиратах. Кроме того, этим летом мы запускаем лагерь выживания Bear Grylls. Это явно нельзя назвать роскошным отдыхом, но это захватывающее приключение. Мы будем селить вас в горах Джебаль Джейс, где вы сможете поучаствовать в невероятных приключениях с целью выжить, а также получите опыт общения с природой,

– Каковы перспективы развития делового туризма в эмирате Рас-эль-Хайма? Какие есть возможности для инвесторов?

– Одним из ключевых направлений в 2020 году для нас будет категория MICE (от англ. Meetings, Incentives, Conferences, Events. – Ред.), то есть проведение встреч, конференций, различных мероприятий. В прошлом году мы открыли международный конференц-центр «Аль-хамра», он расположен прямо на пляже и вмещает до 3 тыс. человек. Это прекрасное место для того, чтобы вести там деловые мероприятия, встречи, в том числе и свадьбы. Рас-эль-Хайма – это отличное место для инвестиций именно в туризме, большая часть наших проектов в гостиничной индустрии показывает инвестиционную доходность на уровне 16%. Мы являемся зоной, свободной от налогообложения, поэтому не облагаем вас налогом на прибыль, на ваш капитал. И у нас очень комфортно вести бизнес. В настоящее время 15% приходится на бизнес-туризм, остальное – туристический отдых, но учитывая акцент, который мы делаем на туризм в категории MICE (встречи, конференции, мероприятия), я уверен, что доля бизнес-туризма будет только расти, и наше направление будет становиться более популярным.

Какие авиакомпании стали самыми прибыльными в 2019 году

Дина Амирханова

Жесткая конкуренция является обычным делом в авиационной отрасли. Business Insider and Consultancy.uk. составили список самых доходных авиакомпаний мира за 2019 год, основываясь на их отчетах. При формировании рейтинга учитывались размер авиапарка, количество рейсов, которые авиаперевозчики выполнили в прошлом году

Десятое место
All nippon Airways (ANA)

ANA – японская авиакомпания, штаб-квартира которой находится в токийском районе Минато. ANA осуществляет авиарейсы как внутри Японии, так и в страны Азии, Европы и Северной Америки. В 2019 году выручка All nippon Airways составила $18,6 млрд.

Девятое место
China Southern Airline

China Southern Airline – одна из крупнейших авиакомпаний Китая со штаб-квартирой в Гуанчжоу. Созданная в результате слияния нескольких китайских авиакомпаний China Southern Airline стала одним из крупнейших и прибыльных авиаперевозчиков мира. В 2019 году ее выручка составила $21,7 млрд.

Восьмое место
Southwest Airlines

Southwest Airlines Co – единственная бюджетная авиакомпания в рейтинге самых прибыльных авиакомпаний мира. Штаб-квартира находится в Далласе, она осуществляет более 4 тыс. рейсов в пик сезона путешествий. В отличие от других крупных авиакомпаний, South West Airlines работает в основном в США, ориентируясь на внутренние перевозки пассажиров. Она обслуживает более 100 направлений в Соединенных Штатах и еще в десяти странах. В прошлом году авиакомпания получила выручку в размере $22 млрд.

Седьмое место
International Airlines Group

International Airlines Group вошла в число крупнейших авиакомпаний мира после слияния авиаперевозчика Великобритании British Airways и испанской Iberia. International Airlines Group, являясь седьмой по величине в мире, сообщила о прибыли в $28,8 млрд. Тем самым она подтвердила свою репутацию одной из самых прибыльных авиакомпаний в мире.

Шестое место
Emirates Airlines

Emirates Airlines выполняет более 3,6 тыс. рейсов в неделю и считается крупнейшей авиакомпанией на Ближнем Востоке. Базирующаяся в Дубае авиакомпания перевозит пассажиров более чем в 80 стран мира. Emirates Airlines занимает четвертое место в мире по числу пассажиро-километров. Emirates в 2019 году получила доход в размере $29,8 млрд.

Пятое место
Air France KLM

Air France LM – авиакомпания, созданная в результате слияния Air France и KLM. В 2019 году группа авиакомпаний перевезла более 100 млн пассажиров, подтвердив свою лидирующую позицию в Европе. Air France LM сообщила об увеличении прибыли в 2019 году до $31,3 млрд.

Четвертое место
United Continential Holdings

United Continential Holdings Inc со штаб-квартирой в Чикаго имеет обширную сеть внутренних и международных маршрутов с фокусом на Азиатско-Тихоокеанский регион. United Airlines, как одна из самых прибыльных авиакомпаний в мире, в 2019 году получила доход в размере $41,9 млрд. United Airlines установила рекорд в гражданской авиации, выполнив более 1,7 млн рейсов.

Третье место
Lufthansa

Немецкий флагманский авиаперевозчик Lufthansa является крупнейшей авиакомпанией в Европе по количеству перевозимых пассажиров. Штаб-квартира авиакомпании находится в Кельне, а в ее авиапарке более 700 самолетов. В 2019 году Lufthansa получила доход в размере $42,3 млрд.

Второе место
American Airlines

American Airlines со штаб-квартирой в Далласе перевозит более 200 млн пассажиров в год, то есть около 500 тыс. пассажиров в день. В 2019 году операционные доходы American Airlines составили $44,5 млрд.

Первое место
Delta Airlines

Delta Air Lines, Inc. – самая прибыльная авиакомпания в мире со штаб-квартирой в Атланте. Она выполняет более 5,4 тыс. рейсов в год, обслуживая 325 направлений в 52 странах. Являясь одним из основателей альянса Sky Team, авиакомпания работает с девятью хабами, из которых крупнейшим является Атланта. В 2019 году авиакомпания получила доход в размере $44,9 млрд, что вывело ее на первое место в списке самых прибыльных авиакомпаний мира.

Люксембург – культурное герцогство между Францией и Германией

Владимир Плошай

Сплав богатейшей истории, изысканности, красоты старинной и современной архитектуры, почитание традиций, самый состоятельный монарх Европы, неподражаемая кухня и размеренная спокойная , богатая жизнь – вот что вас ждет в крошечном государстве Люксембург.

Население, языки и культура

Люксембург – небольшое государство в Западной Европе, не имеющее выхода к морю. По суше страна граничит на юге с Францией (73 км), на западе и северо-западе с Бельгией (148 км), на востоке с Германией (138 км).

Численность населения Люксембурга составляет 550 тыс. жителей. За последние 30 лет рост населения составил почти 100 тысяч в основном за счет иммиграции. В настоящее время около 46% населения имеет иностранное гражданство. Официальными языками являются немецкий и французский, но в 1982 году люксембургскому языку, который представляет собой смесь мозельско-франкского диалекта, был присвоен статус национального. Именно он и является языком повседневного общения местных жителей. Широко используется и английский язык. Французский язык наиболее часто используется для официальных церемоний.

Современная история Люксембурга начинается с Венского конгресса, который провозгласил самостоятельное Великое Герцогство, а в 1867 году Лондонский договор закрепил постоянный нейтралитет Люксембурга. До 1890 года Великое Герцогство входило в состав Нидерландов, но с 1890 года управляется собственной династией. В 1948 году Люксембург отказался от своего нейтралитета для того, чтобы войти в новые объединения послевоенной Европы. Самое заметное влияние на местную культуру оказали Франция и Германия, тем не менее, в стране развито чувство собственной независимости, которое наиболее ярко проявилось в официальном утверждении собственного национального языка. Население столицы невелико (86 тыс. человек), что составляет более 1/6 населения страны.

Природа

В конце XVIII – начале XIX в., когда Люксембург входил в состав Франции, он назывался лесным департаментом (Форэ). И до сих пор по сравнению с другими странами Западной Европы Люксембург поражает большой (относительно размеров его территории) площадью лесных массивов, естественностью своей природы. Более 1/3 территории герцогства занимают дубовые и буковые леса. Почти все леса сосредоточены в Эслинге и северной части Гутланда. Здесь кроме дуба, бука, граба растут ясень, ольха, на плоскогорных торфяниках – береза. Среди кустарников чаще всего встречаются орешник, бересклет, калина, шиповник, жимолость.

В верхних частях северных и западных склонов Арденн в Эслинге можно увидеть также хвойные деревья: лиственницы и ели. Сосны были завезены в Люксембург примерно 150 лет назад и в настоящее время определяют ландшафт на крайнем севере Эслинга.

На пашнях нередко можно увидеть зайцев, много еще белок, а из птиц – вяхирей, соек и канюков, а также фазанов. Редким гостем стал ястреб-перепелятник. В лесах, в густых зарослях, обитает рябчик. На севере Эслинга остались глухари. Здесь же по лицензиям разрешена сезонная охота на перепелов и вальдшнепов. В сосновых борах в любое время года слышно нежное щебетание королька. Иногда в небе видны стаи клестов. По берегам богатых рыбой не замерзающих речек Эслинга можно встретить ставшего в других местах редким голубого зимородка, остающегося здесь на зимовку. Летом можно услышать пение малиновки, крохотного крапивника, похожий на звук флейты голос иволги кукование кукушки и крик вспугнутого черного дрозда.

Замок Берг

Мост Адольфа

Река Петрюс

Кафедральный собор Нотр-Дам

Большой герцогский дворец

Мамерский замок

Достопримечательности столицы

Официальным символом Люксембурга в Европе является мост Адольфа. Глядя на изящные живописные дуги, как будто парящие в воздухе над рекой Петрюс, кажется, что сооружению несколько сотен лет. Весьма изысканно выглядит, напоминая готическую архитектуру, каждый пролет моста. На самом деле строительство завершилось в 1903 году. Однако сейчас уже никто даже не может представить себе Люксембург без этого сооружения, соединяющего железнодорожный вокзал и рыночную площадь и служащей продолжением Королевского бульвара. Большой герцогский дворец – «лицо столицы» и рабочая резиденция Великого герцога и его семьи. Он был построен в стиле испанского ренессанса в 1572 году. Люксембург богат на многочисленные замки. Поклонникам рыцарских времен понравятся Берг, Три желудя, Мамерский замок. Здесь каждого ждет своя волшебная сказка: романтика Средневековья для влюбленных, множество игр и развлечений для детей, пешие прогулки для пожилых. Холмы и замки Люксембурга заставят вас поверить, что непременно чудеса сбываются. Кроме того, заслуживают внимания памятник Золотой фрау, знаменитый Кафедральный собор Нотр-Дам, две очень красивые площади: Плацдарм и площадь Вильгельма Второго, имеющая необычную связь с королевским домом Нидерландов. Вам откроются потрясающие виды Люксембурга с лучших панорамных площадок, можно подняться на необычный прозрачный мост и увидите одно из красивейших зданий города, похожее на средневековый замок.

Между Францией и Германией

Ученые утверждают, что близость к этим двум большим государствам не могла не отразиться на жителях герцогства, которые получили в наследство те или иные характерные черты немцев или французов. От первых люксембуржцы позаимствовали такие черты национального характера: колоссальное трудолюбие; обязательность и ответственность; аккуратность, дотошность, стремление к идеалу. Французская нация одарила соседей любопытным нравом, стремлением к общению с друзьями, коллегами, соседями по улице или географической карте.

Такое географическое положение Люксембурга породило многоязычие на этой достаточно небольшой территории.

Спокойствие, еще раз спокойствие

Люксембург – очень спокойная страна, местные жители не любят лишнего шума и ведут размеренный образ жизни. Может даже показаться, что они эмоционально сухи, но такое поведение – особенность национального характера. В стране официально говорят на трех языках: люксембургском, представляющем собой особый диалект немецкого с примесью слов из французского, на немецком и на французском. Тем не менее местные жители между собой общаются именно на люксембургском, этот язык похож на немецкий только узнаваемым звучанием группы германских языков. Люксембуржцы не любят выходить на улицы или «в свет» после того, как возвращаются домой с работы. В герцогстве принято рано вставать и рано ложиться спать, а потому тревожить друг друга по вечерам звонками считается моветоном. Вместе с тем, люксембуржцы при общении с другими людьми, особенно малознакомыми, ведут себя предельно вежливо, не проявляя своих эмоций и не демонстрируя своего истинного отношения к человеку. Они всегда готовы прийти на помощь, причем не только близким и родным, но туристам, спрашивающим дорогу в поисках местной достопримечательности. Люксембуржцы являются очень добродушным народом, однако из-за своей невозмутимости и хладнокровия, могут показаться отстраненными и равнодушными.

Туристы с удивлением узнают, что главной католической страной Европы является не Польша, как принято думать, а маленький Люксембург.

К католикам себя относят 97% населения, остальные – протестанты, иудеи, православные христиане. Население толерантно относится к любым вероисповеданиям, уважая выбор человека. Еще один важный аспект жизни Люксембурга – национальная культура. Несмотря на то, что страна является очень маленькой и долгое время была лишена независимого статуса, местные жители очень дорожат своей национальной культурой и искренне гордятся ею. Люксембуржцы чтят свои традиции в самых разных отраслях: они продолжают передавать свои исторические рецепты приготовления национальных блюд, проводят музыкальные фестивали и праздники, разыгрывают гранты и вручают премии.

К музыке в Люксембурге относятся с особым вниманием и уважением. Практически в каждом местном кантоне имеется свой хор и оркестр, играющий на традиционных музыкальных инструментах. Многие местные музыканты поют на национальном языке, используя народные мотивы. В крупных городах ежегодно проходят музыкальные фестивали, которые призваны поощрять музыкальную культуру. Кроме музыки, в стране активно поощряется любая культурная деятельность, власти вручают денежные премии за достижения в науке и литературе. Культурные события являются самыми обсуждаемыми темами среди местных жителей, они любят говорить о классической музыке, искусстве, литературе, спорте. Люксембуржцев ярко характеризует один из девизов страны «быть тем, кто ты есть». Они действительно не стремятся вершить великие дела и наслаждаются жизнью в своей спокойной и комфортной стране. В стране невероятно низкий уровень преступности, даже в темное время суток в ней предельно безопасно.

Еще одна важная особенность менталитета местных жителей – нелюбовь к нововведениям, они очень настороженно относятся ко всему, что может изменить их устоявшуюся жизнь.

Изысканная кухня

Люксембургская кухня сохранила свой уникальный исторический облик и старинные рецепты, которые делают ее уникальной и неповторимой. Из-за особенностей расположения и отсутствия выхода к морю в Люксембурге мясо преобладает над рыбой, оно является основным блюдом. Мясные блюда пользуются в стране особым уважением, одним из самых популярных блюд является «Джадд мат гаарбоден», представляющее собой мелко нарезанную подкопченную свинину, обжаренную в сметанном соусе. В качестве гарнира к этому блюду обязательно подается пюре из бобов и картофеля. Говяжий язык – еще одно местное блюдо с запоминающимся вкусом, его подают с овощным гарниром. Настоящей экзотикой станет жаркое из зайца. Блюдо имеет очень необычный, пикантный вкус и обычно подается в ресторанах и барах. Еще одним оригинальным блюдом являются заливные свиные уши, иногда люксембуржцы готовят целых заливных поросят. Среди других местных деликатесов известна арденская колбаса, суп из бычьих хвостов, печень с овощами и телячьи мозги. Колбасы очень популярны в стране, их делают из разного мяса по старинным рецептам, некоторые из них перекликаются с рецептами немецких колбасок. Обязательно стоит попробовать местный паштет, он отличается нежной фактурой и оригинальным вкусом. В качестве гарниров обычно используются блюда из овощей: картофеля, капусты, бобов.

Люксембург – находка для любителей сладкого, местные кондитеры создают настоящие шедевры из теста, крема и фруктов. Рецепты люксембургской выпечки передаются из поколения в поколения, в классических кондитерских создается потрясающая по вкусу и форме выпечка. Очень популярными в стране являются круассаны разных размеров, с традиционными и необычными начинками, печенье, булочки, разнообразнейшие пирожки со сладкой и несладкой начинкой. Также местные повара предлагают гостям страны попробовать разнообразные пироги, которые являются настоящей визитной карточкой национальной кухни. Пироги и пирожные готовятся с фруктами, джемом, шоколадом и вареньем, и имеют потрясающий вкус.

Люксембург сегодняшний

Люксембург, занимая мало места на карте, вносит заметный вклад в историю современности, это один из эпицентров финансовой жизни Европы, куда съезжаются белые воротнички из близлежащих стран и где компании с мировым именем открывают свои офисы. А прогулка по нынешнему Люксембургу покажет вам все его богатства и преимущества, причудливость его маршрутов, зелень пейзажей и красоту ландшафтов.

ИСТОРИЯ ОДНОГО БРЕНДА

Веселые меховые изделия Fendi

Ксения Бондал

Созданное в Риме в 1926 году скромное ателье по пошиву одежды из кожи и меха Fendi превратилось в дом моды, обладающий большим влиянием в фешен-индустрии.

Все началось с того, что итальянка Адель Касагранде открыла в Риме небольшой магазин, где стала продавать изделия из кожи и меха. Дела шли неплохо, но по-настоящему бизнес расцвел тогда, когда Адель вышла замуж за Эдуардо Фенди. Магазин, располагавшийся в центре итальянской столицы, получил короткое название Fendi и стал притягивать много покупателей. Не желая довольствоваться этим небольшим успехом, супруги Фенди решили заняться созданием сумок и аксессуаров из натуральной кожи. Они открыли еще один магазин, и в нем основными покупателями стали обеспеченные люди. Со временем семейный бизнес превратился в большое предприятие, которое было ориентировано на выпуск изделий из кожи и меха. Но когда фабрика стала набирать обороты, началась Вторая мировая война, которая надолго осложнила работу магазинов Fendi. Когда война закончилась производство и магазины активно начали возобновлять свою работу, а к развитию семейного бизнеса подключились пять дочерей Эдуардо и Адель: Паола, Франка, Карла, Анна и Альда. Они вникали во все тонкости ведения бизнеса и вскоре, распределив между собой обязанности, встали во главе компании. Сестры решили найти нового модельера, и их выбор пал на Карла Лагерфельда. К тому времени он уже сделал себе имя в мире моды. Сотрудничество семьи Фенди и Лагерфельда началось в 1963 году. Дизайнер изменил привычный облик изделий из меха. Меховая одежда в то время была слишком консервативной, поскольку дизайнеры не думали о том, что из меха можно делать что-то кроме строгих пальто для богатых женщин. Благодаря коллекциям Лагерфельда модницы смогли приобрести верхнюю одежду, которая стала удобнее и легче и не сковывала движения. Его первая коллекция шикарных меховых шуб появилась на подиуме в 1966 году и сразу же обрела невероятную популярность. Кстати, именно он придумал логотип Fendi. Во время первой встречи с сестрами Фенди Лагерфельд инстинктивно схватил листок бумаги и написал двойную F. «Я нарисовал за три секунды, – вспомнит он позже. – И это стало аббревиатурой дома Fendi».

Создатели бренда

Семья Фенди

Логотип Карла Лагерфельда был не просто рисунком. Это был творческий путь, который дизайнер задумал для Fendi – Fun Furs. Лого компании стало еще более узнаваемым благодаря телевизионному сериалу «Секс в большом городе», в одном из сезонов которого у героини Сары Джессики Паркер украли сумочку Fendi.

В 1997 году дизайнеры компании создали сумочку Silvia Fendi Venturini с характерной пряжкой Double F, и с тех пор было продано более миллиона единиц. В 1999 году появилась сумка Rollbag, завернутая в прозрачный футляр, в 2002-м – сумка Ostrik, а еще через год – сумка Biga, одобренная актрисой Шерон Стоун. В 2001 году Fendi стала частью гигантского конгломерата LVMH. Свое 80-летие компания Fendi отпраздновала открытием дворца Фенди в Риме

Fendi стала главным выбором многих реперов независимо от их пола. Бренд упоминается в песнях, в том числе в хите Black Eyed Peas 2005 года My Humps, ремиксе 5 Star Chick Yo Gotti в 2009 году и в Don't Stop Kanye West год спустя, а также в Gucci & Fendi Chamillionaire's в 2012 году.

А в 2007 году Fendi организовала показ своей коллекции на Великой китайской стене. До компании такого никто не делал, в нем приняли участие 88 моделей, а длина подиума составила 88 метров. Для коллекции Fendi Весна / Лето 2018 года Карл Лагерфельд вернул 53-летнюю эмблему на подиум. Модель Кендалл Дженнер была одета в укороченный меховой блузон, несла большую сумку – оба предмета одежды были с фирменными буквами F, в то время как Лекси Болинг была одета в шубу длиной до колен, отделанную монограммой бренда. В коллекции Осень / Зима 2019 года перевернутый логотип сыграл важную маркетинговую роль. Карл Лагерфельд понимал силу брендинга, а логотип Fendi является ключевым элементом всеобъемлющей стратегии компании.

В феврале 2018 года Ким Кардашьян опубликовала селфи в своем аккаунте в Instagram, где она одета в колготки и топ с логотипом Fendi с надписью: «Fendi Fan». Осенью 2018 года у Fendi была коллаборация со спортивным брендом Fila. Все началось с того, что ирландский художник Хэй Рэйли привлек внимание креативного дизайнера Сильвию Фенди. В своем Instagram Рэйли поделился мнением о том, как выглядели бы совместные работы Fendi и Fila. Вскоре появилась коллекция, а через месяц мир увидел ролик с капсульной коллекцией от Fendi и Fila.

Логотип Fendi, как и большинство модных логотипов, стал признаком стиля. Сегодня о бренде знают все, в разных странах мира открыто 170 магазинов. Благодаря Карлу Лагерфельду бренд стал таким, каким его знают сегодня. После того как Лагерфельд скончался в феврале 2019 года в возрасте 85 лет, пост креативного директора заняла Вирджиния Виар.

Авторынок ‘2019, новый Escalade и 78 «армян»

Диаз Абылкасов

Авторынок РК: итоги 2019 года

Детальные итоги продаж автомобилей официальными дилерами Казахстана за 2019 год еще не подведены, но Ассоциация казахстанского автобизнеса (АКАБ) обнародовала основную информацию.

Как сообщалось ранее, в общей сложности продажи новых автомобилей достигли75 172 единиц (легковые и коммерческая техника), что на 23% больше, чем в 2018 году.

Из сорока пяти марок, официально представленных на казахстанском рынке, подавляющее большинство закончили год с положительной динамикой продаж. В пятерке самых популярных брендов – Lada (15 366 единиц, +15% к 2018 году), Hyundai (14 852 единицы, +70%), Toyota (14 197 единиц, +15%), Kia (3759 единиц, +31%) и перезапущенный в РК во втором квартале 2019 года узбекский бренд Ravon (3 651 единица).

В топ-10 наиболее востребованных у казахстанцев моделей две Toyota, три Lada и целых четыре Hyundai: Toyota Camry (6408 единиц), Lada Granta (5035 единиц), Hyundai Tucson (4678 единиц), Lada 4x4 (классическая «Нива», 3743 единицы), Lada Vesta (3736 единиц), Hyundai Accent (3494 единицы), Ravon Nexia (2989 единиц), Hyundai Creta (2725 единиц), Hyundai Elantra (2641 единица) и Toyota Land Cruiser Prado (2287 единиц).

Первичную регистрацию в Казахстане за прошлый год прошло 94 491 транспортное средство – на 10 139 больше, чем годом ранее. Таким образом, доля первичного учета увеличилась с 7,1% до 7,3%.

За прошлый года в РК выпущено 50 447 единиц автотехники всех типов, что на 55,8% превосходит результат 2018-го. Выпуск легковых автомобилей вырос на 46,8%, до 44 077 единиц, грузовой техники – в три с половиной раза, до 4247 единиц, автобусов – в два с половиной раза, до 1076 единиц.

Топ-5 брендов отечественной сборки выглядит так: Hyundai (16 332 автомобиля, +75,7% к 2018 году), Lada (14 623 авто, +9,8%), Ravon (5 366 авто, +912%), Kia (3683 авто, +31,1%) и JAC (2775 авто, +98,3%).

Показательно, что растет экспорт автомобилей казахстанской сборки. В 2019 году в соседние страны было отправлено 2 629 машин JAC, Hyundai и Ravon, что в 10 раз больше, чем в 2018-м. В краткосрочной перспективе прогнозируется увеличение объема экспорта до 10 тыс. единиц.

«Пик продаж пришелся на ноябрь и декабрь прошлого года, что говорит о хорошем заделе и потенциале на 2020 год», – прогнозирует АКАБ. По данным ассоциации, при сохранении роста ВВП в этом году рынок новых легковых и коммерческих автомобилей должен вырасти до 85-90 тыс. единиц, из которых более 60 тыс. будут собраны в Казахстане.

Escalade номер пять

Cadillac представил долгожданный флагманский внедорожник Escalade пятого поколения.

Вот все, что вам надо о нем знать в тезисной форме:

- Заметно увеличились колесная база (+125 мм у стандартной версии, до 3071 мм), длина (+203 мм, до 5382 мм) и простор в салоне;
- Помимо удлиненного варианта ESV (длиной 5766 мм) появилась версия Sport с сетчатой решеткой и черным декором вместо хрома;
- Перед водителем – гнутая OLED-панель из трех экранов, объединяющая приборную панель и систему мультимедиа;
- В стандартное оснащение входят 3-зонный климат-контроль и система кругового обзора;
- Аудиосистема бренда AKG включает 19 динамиков и 14 каналов, опционно – 36 динамиков, 28 каналов и три усилителя;
- Среди опций есть салонное зеркало со встроенным дисплеем (на него выводится картинка с верхней камеры заднего вида), система ночного видения и трассовый автопилот третьего уровня Super Cruise, который позволяет водителю убирать руки с руля и ноги с педалей, а также умеет перестраиваться в соседний ряд;
- Усиленная рама;
- Независимая задняя подвеска, новая опция – пневмоподвеска;
- Прежний бензиновый двигатель V8 6.2 (426 л.с.) дополнен дизелем P6 3.0 (281 л.с., 623 Нм);
- 10-скоростной «автомат»;
- Привод – задний или полный (с муфтой подключения передней оси, понижающей передачей и самоблокирующимся задним дифференциалом, за доплату – блокировка с электронным управлением).

На американский рынок новый Cadillac Escalade выйдет в III квартале этого года.

Ford GT: еще круче

На автосалоне в Чикаго дебютировал модернизированный суперкар Ford GT 2020 модельного года.

Основные доработки коснулись двигателя, причем многие решения заимствованы у мелкосерийной трековой версии Ford GT Mk II. Расположенный в базе битурбомотор EcoBoost V6 3.5 получил новые поршни, катушки зажигания и программу управления. Увеличенные интеркулеры и воздухозаборники повысили эффективность системы охлаждения. Также появилась титановая выпускная система Akrapovic, которая на 4 кг легче прежней и имеет сниженное сопротивление. В итоге мощность мотора выросла с 656 до 669 л.с.

Кроме того, перенастроена подвеска и добавлены два новых варианта оформления: Liquid Carbon с некрашеным углепластиковым кузовом (использован только прозрачный лак) и карбоновыми колесными дисками (для других версий они доступны за доплату), а также Gulf Racing, повторяющий ливрею гоночных Ford GT40, которые участвовали в марафонах 24 часа Ле-Мана 1968 и 1969 годов.

Общий тираж Ford GT, цены на который в США начинаются от $500 тыс., ограничен 1350 экземплярами, а программа производства расписана до 2022 года. Так что даже еще не выпущенные машины фактически уже куплены. Доработанные GT начнут поступать к заказчикам в ближайшее время.

LG подводит и Jaguar

Недавно мы писали о проблемах с выпуском электромобиля MercedesEQC, возникших из-за перебоев с поставками тяговых литий-ионных батарей производства компании LG Chem. Теперь аналогичные трудности испытывает и Jaguar со своим электрокроссовером I-Pace: на следующей неделе его производство будет вынужденно приостановлено.

В целом объем выпуска I-Pace, которым занимается австрийское предприятие Magna Steyr, пока скромный. В прошлом году продажи электрических Jaguar не превысили 20 тыс. единиц. Поэтому потенциальное увеличение спроса может потребовать поиска новых поставщиков.

78 автомобилей «на последние деньги»

По данным МВД РК, выявлено 475 граждан Казахстана, ввезших в республику наибольшее количество автомобилей с регистрацией в странах ЕАЭС. Суммарно они завезли 4152 машины или более пяти автомобилей на каждого.

Как сообщает полиция, лидером в своеобразном рейтинге казахстанцев, воспользовавшихся существовавшей лазейкой в коммерческих целях, является некий житель Алматинской области, который ввез из Армении 78 автомобилей! Все они были зарегистрированы на его имя. На второй и третьей ступенях «пьедестала» – два жителя Атырауской области, ввезшие 43 и 40 машин, соответственно.

Напомним, что недавно Пограничная служба КНБ РК уточнила количество авто на учете Армении и Кыргызстана, которыми управляют наши соотечественники. С 1 января 2017 года казахстанцы ввезли на родину 31 695 таких автомобилей.

КАПИТАЛ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Свидетельство о постановке на учет N 12031-Г, выдано Комитетом информации и архивов, Министерства связи и информации Республики Казахстан от 03.10.2011 г. Собственник и издатель газеты: ТОО «Издательский дом Капитал» Газета является членом организации “Project Syndicate”.

Асия Агибаева, генеральный директор, главный редактор, assya@kapital.kz
Гульнара Джаныбекова, коммерческий директор, gulnara@musan.kz
Ксения Бондал, выпускающий редактор делового еженедельника «Капитал.kz»
Евгения Емельянова, выпускающий редактор центра деловой информации Kapital.kz

Журналисты: **Анна Видянова, Меруерт Сарсенова, Арсен Аскаров, Дмитрий Чепелев, Айнагуль Елюбаева, Диаз Абылкасов, Мариям Бижикеева**
Корректор: **Владимир Плошай**
Верстка: **Рустем Еспаев**
Фотографы: **Руслан Пряников, Дина Амирханова**

Мнение авторов публикаций не обязательно отражает мнение редакции.
Коммерческий департамент – 224-91-44, 224-91-33
Адрес редакции: Казахстан, 050057, г. Алматы, ул. Мынбаева, 53/116 (уг. Клочкова), офис 401. Тел.: +7 (727) 224-91-31
Подписной индекс 65009 в каталогах АО «Казпочта», ТОО «Евразия пресс», ТОО «Эврика-пресс»

Ответственность за содержание рекламы и объявлений несут рекламодатели.
Рукописи не возвращаются и не рецензируются.
При перепечатке ссылка на «Капитал.kz» обязательна. Официальный сайт: **www.kapital.kz**
Подписано в печать 12.02.2020 г. Заказ N 25016.
Общий тираж 40000 экз. Разовый тираж 10000 экз.
Газета отпечатана в типографии: ТОО «РПИК «Дәуір», г. Алматы, ул. Калдаякова, 17, тел.: 273-12-04