



Объединение энергосистем ТС приведет к удорожанию электроэнергии



Что мешает развитию кредитного страхования в РК?



Муслим Умирьяев о тенденциях на зерновом рынке

КАПИТАЛ

№40
(419)



// ЧЕТВЕРГ, 31 ОКТЯБРЯ, 2013

ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

АМТ продолжает терять позиции

страница 4

Казахстан повысит акциз на алкоголь

страница 8

Большинство компаний недооценивают IT-угрозы

страница 6

Кто станет чемпионом Казахстана по футболу?

страница 13

Эксклюзивное интервью с Артуром Едигаряном

страница 14

Мы в сети
kapital.kz



Китайская экономика может погубить банки РК



Венера Гайфутдинова

Западные производители все чаще переносят производство из Китая во Вьетнам, Индию, Бангладеш, Пакистан и Индонезию или же возвращают его поближе к дому.

Проведенный в сентябре 2013 года консалтинговой компанией BCG опрос руководителей американских компаний, ранее перенесших производство в Китай, показал, что каждая пятая компания либо уже возвращает производство в США, либо планирует это сделать в течение двух лет.

Еще 33% сказали, что рассматривают такой вариант или собираются рассмотреть. Перенос производства из Китая Эрик Найман, управляющий партнер компании Capital Times, связывает с резким ростом стоимости рабочей силы в КНР. [\[Продолжение на стр. 3\]](#)

Цифра номера

4,2 млрд

тенге заработал «Казахтелеком» на IT-услугах в текущем году

Подробнее [Стр. 6]

Спикер номера

Жанар Рымжанова, руководитель проектного офиса по созданию ОТЛК

Подробнее [Стр. 8]

Цитата номера

«Инвестиции на открытие нового ресторана на территории РФ превышают на 20% аналогичные расходы в РК», – Аскар Байтасов

Подробнее [Стр. 7]

Спорт

На чемпионате мира по боксу в Алматы сборная Казахстана завоевала первое общекомандное место

Подробнее [Стр. 14]

Проведите «Выходные в Лондоне» по специальному тарифу 85 000 тенге* на новых прямых рейсах АСТАНА – ЛОНДОН – АСТАНА. Акция действует с 19 октября.

Дни выполнения	Вылет	Прилет	Номер рейса	Тип ВС
Астана – Лондон				
4	15:15	16:05	KC941	B757
Лондон – Астана				
2	17:15	05:30+1	KC942	B757

* тариф включает пассажирские и аэропортовые сборы, сервисный сбор взимается дополнительно.

Центры бронирования и информации:
+7 727 2444477, +7 7172 584477



www.airastana.com

Выходные в Лондоне

с 29 октября

85 000т

Лучшая авиакомпания Центральной и Южной Азии, Skytrax World Airline Awards 2012, 2013

Table with exchange rates: EUR/USD 1.3784 (+0.8%), USD/JPY 97,5250 (-0.79%), USD/CHF 0,8952 (-0.84%), USD/CNY 6.0891 (-0.07%), USD/RUR 31,9445 (+0.03%)

Изменение в процентах с 13.02 - 20.02.2013

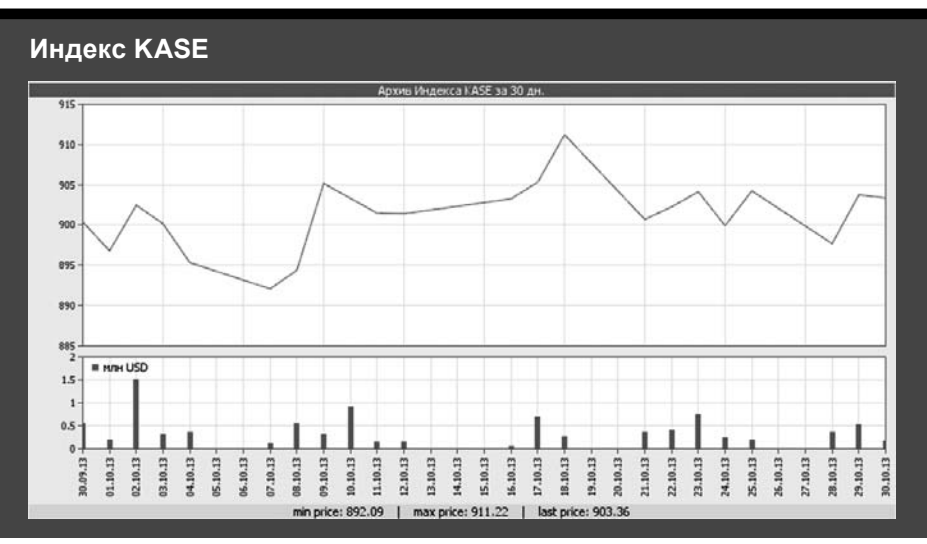
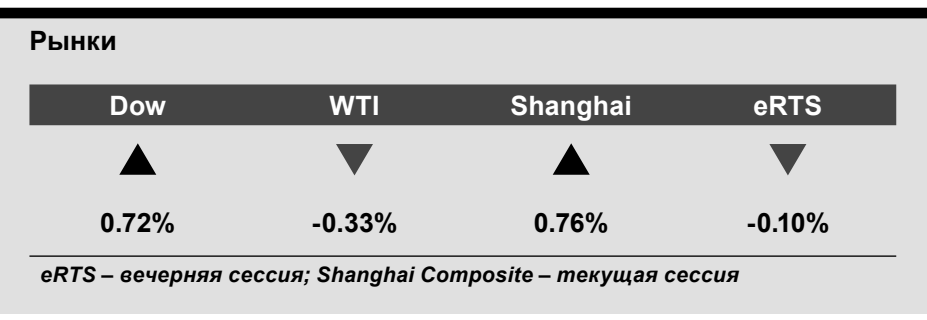


Table of stock market indices: MMBB (1,516, 0.31%), PTC (1,492, -0.10%), S&P (1,772, 0.56%), DJIA (15,680, 0.72%), NASDAQ (3,952, 0.31%), DAX (9,022, 0.48%), FTSE (6,775, 0.73%), Hang Seng* (23,034, 0.82%), Shanghai* (2,145, 0.76%), Nikkei-225* (14,474, 1.03%), S&P фьюч.* (1,768, 0.02%)

Table of commodity prices: Brent (109.1, -0.33%), WTI (98.2, -0.49%), Золото (1,345, -0.56%), Серебро (22.5, 0.12%), Никель (14,542, 0.10%), Медь (7,202, 0.26%)

Информация предоставлена директором Представительства компании БКС в Казахстане Мариной Пягай

Официальные курсы валют

Данные на 31 октября 2013 года
Источник: Национальный банк Республики Казахстан

Table of official exchange rates: 1 AUSTRALIAN DOLLAR (146.78), 1 BRITISH POUND (247.78), 1 BELARUSIAN RUBLE (0.02), 1 DIRMHAM UAE (42.02), 1 US DOLLAR (154.33), 1 EURO (212.42), 1 CANADIAN DOLLAR (147.68), 1 CHINESE YUAN (25.33), 1 KUWAITI DYNAR (547.85), 1 KYRGYZ SOM (3.18), 1 LATVIAN LATS (302.43), 1 LITHUANIAN LIT (61.54), 1 POLISH ZLOTY (50.77), 1 RIYAL SAUDI ARABIA (41.15), 1 RUSSIAN RUBLE (4.83), 1 SINGAPORE DOLLAR (124.63), 1 TURKISH LIRA (77.61), 1 UZBEK SUM (0.07), 1 UKRAINIAN HRYVNYA (18.87), 1 SWEDISH KRONA (24.21), 1 SWISS FRANC (171.94), 1 SOUTH KOREAN WON (14.56), 1 JAPANESE YEN (1.57)

Удвоение прибыли в бизнесе. Трехступенчатый отдел продаж

Руслан Еренчин, эксперт по увеличению продаж консалтинговой компании «Бизнес-Технологии»

Скорее всего, вас не нужно убеждать в том, что отдел продаж на любом предприятии является наиболее важным. Именно его успешная работа гарантирует успех всей организации. Чаще всего такой отдел работает успешно при наличии в штате гениального менеджера по продажам. Такой профессиональный продавец может уговорить совершить покупку даже человека, который совсем не собирался ее делать.

Классический отдел продаж. Часто именно отдел продаж является самым проблемным в компании. И здесь есть причины субъективные и методологические. Многие бизнесмены не понимают базовых принципов построения отдела продаж.

Давайте рассмотрим, как устроен классический отдел продаж. Во главе стоит руководитель отдела продаж, в прямом подчинении которого находится несколько менеджеров по продажам. Каждый менеджер ведет какое-то количество клиентов. Менеджер занимается поиском потенциальных клиентов, делает звонки по базе. Затем высылает коммерческое предложение. Если предложение заинтересовало, то менеджер назначает встречу и теперь его задача - закрыть клиента на первую продажу.

Проблема №1. Найти хорошего менеджера по продажам очень сложно.

Если вы когда-либо создавали отдел продаж, то вы сталкивались с данной проблемой. Хорошего продавца найти гораздо сложнее, чем сотрудника на какую-то типовую должность, например, бухгалтера или сотрудника на склад. К тому же вы столкнетесь с тем, что хороший менеджер стоит дорого.

Проблема №2. Менеджеры уходят в более крупные компании. В продажи идут самые активные люди и это тот формат людей, про которых говорят: «волка надо кормить».

Проблема №3. Менеджеры уведут клиентскую базу. Но сам по себе уход менеджера не так страшен, как тот факт, что он уводит с собой клиентскую базу.

Проблема №4. Звездная болезнь. Менеджер, который наработал хороший объем продаж, видит, что вы начинаете от них сильно зависеть. И тогда сотрудники начинают требовать дополнительный отпуск, увеличение зарплаты, бонусы, возможность гибкого графика и др.

Проблема №5. Паразитирование на старых клиентах. Если у вас классический отдел продаж, то, присмотревшись внимательнее, вы увидите, что большинство ваших менеджеров работают только с постоянными клиентами и ничего не делают для привлечения новых.

Проблема №6. Длительный цикл обучения. Возможно, многие из вас сталкивались с тем, что для менеджеров нужно постоянно проводить тренинги, обучать их техникам продаж.

Проблема №1. Найти хорошего менеджера по продажам очень сложно. Если вы когда-либо создавали отдел продаж, то вы сталкивались с данной проблемой.

Проблема №2. Менеджеры уходят в более крупные компании. В продажи идут самые активные люди и это тот формат людей, про которых говорят: «волка надо кормить».

Проблема №3. Менеджеры уведут клиентскую базу. Но сам по себе уход менеджера не так страшен, как тот факт, что он уводит с собой клиентскую базу.

Проблема №4. Звездная болезнь. Менеджер, который наработал хороший объем продаж, видит, что вы начинаете от них сильно зависеть.

Проблема №5. Паразитирование на старых клиентах. Если у вас классический отдел продаж, то, присмотревшись внимательнее, вы увидите, что большинство ваших менеджеров работают только с постоянными клиентами.

Проблема №6. Длительный цикл обучения. Возможно, многие из вас сталкивались с тем, что для менеджеров нужно постоянно проводить тренинги.

блем нет. Работа по обзвону базы должна соответствовать определенным сценариям, так называемым скриптам (пошаговым инструкциям), которые создаются для каждой компании индивидуально.

2. Этап второй: Lead Conversion. Второе подразделение называется отделом продаж, в его функциональные обязанности входит рассказать клиенту о продукте, о его преимуществах, то есть помочь клиенту совершить первую покупку.

3. Этап третий: Account Management. В данном звене работают не такие активные продавцы, как в предыдущем, так как в их обязанности входит склонить клиента на повторные сделки путем повторения определенных скриптов, пошаговых инструкций разговора с клиентом.

Преимущества трехступенчатого отдела продаж. Вы оставляете при себе базу клиентов, перераспределяете функции между звеньями отдела продаж.

Вы должны понять самое главное преимущество: отдел продаж остается на своем месте, его невозможно увести, поскольку первое звено полностью непрофессионально, занимается лишь поиском клиентов, третье звено работает строго по скриптам повторной продажи.

Уважаемый читатель, для того, чтобы мы в наших статьях могли давать более адаптированные под ваш бизнес примеры и рекомендации, напишите на e-mail: ruslan@upsale.kz

Обзор рынков Товарной биржи «ЕТС». Аналитика СПОТ-рынка ЕТС. По итогам торгов на АО «Товарная Биржа «ЕТС» за период с 30 сентября по 28 октября т.г. товарооборот составил более 54 млрд. тенге.

■ Что делать, когда твой сотрудник из поколения Y?

Айнур Касенова

Лишь 13% сотрудников вовлечены в свою работу – таковы данные глобального исследования Gallup Media, в котором приняли участие 142 страны. Результаты исследования также показали, что 63%, или 900 млн человек, не вовлечены в собственную работу, то есть они ощущают недостаток мотивации и с меньшей вероятностью проявляют инициативу в решении задач бизнеса. Кроме того, 24%, или 340 млн человек, не вовлечены в работу активно, чувствуют себя несчастливцами, демонстрируют низкую продуктивность и склонны к созданию в коллективе негативной атмосферы.

Эксперты ждут новых подходов, технологий и инструментов повышения продуктивности работников. Отвечая вызовам времени, третья объединенная международная конференция HR&PR вовлекла участников в процесс обсуждения и поиска подобных решений.

Первая половина конференции прошла в ныне модном фасилитированном формате. Для этого в Алматы приехала Марина Кудрина, управляющий партнер международной консалтинговой компании, специализирующейся на фасилитации.

Как поясняет эксперт, в целом данная методика помогает выяс-

нить мнения сотрудников и свести их к общему фокусу, найти точки пересечения интересов разных людей в организации.

Присутствующие получили возможность принять участие в интерактивном обсуждении, а после проанализировать использованные инструменты. Кроме того, г-жа Кудрина рассказала о том, как достигнуть высокого уровня вовлеченности участников простыми и эффективными способами.

Вторая половина конференции была посвящена мастер-классам и секциям по таким темам, как «Управление эмоциями при построении корпоративной культуры. Особенности мотивации на эмоциональном подъеме», «Распределение ролей при стартапе», «HR&PR партнерство во внутренних и внешних коммуникациях» и «Сложный опыт социального контакта поколения Y».

По словам Жанар Мамбеевой, административного директора исследовательской компании «Нур Багдар», добиться продуктивности от так называемого поколения Y (люди, родившиеся в промежутке от 1983 по 2000 годы – прим. ред.) можно лишь создав им игровые условия на работе. И здесь очень важны неформальный подход и предоставление конкурентной среды представителям этого поко-



ления. Все указанные факторы взаимодействия, если работодатель даст своему сотруднику свободный график, наметит краткосрочные цели с промежуточными результатами, создаст творческую обстановку, отработает поощрительную систему и уделил внимание тимбилдингу.

Вместе с тем возможность использования социальных сетей на работе будет также способствовать рабочему процессу. Стремление добиться максимальной отдачи на работе запретами показало свою бесполезность. Так, по мнению экспертов, поколение Y прекрасно справляется с поставленными задачами, общается виртуально. Более того, молодые специалисты используют это общение в рабочих целях.

Как показывают результаты различных исследований, потребность данного слоя населения в общении в интернете во многом объясняет дальнейший выбор профессии, связанный с эмоциональными поглаживаниями. Ввиду того, что при ширине общения пропадают глубина и качество.

Как отметила г-жа Мамбеева, поколение Y одиноко, поэтому работодателю особенно важно уметь окрасить позитивом выполняемую миссию для достижения максимальных результатов от персонала.



■ Память поколений, разлитая в искусстве

В Алматы стартовал арт-проект «1937: территория памяти. Жоқтау»



работ современных авторов, издание каталога, серию тематических встреч с историками и общественными деятелями. Произведения, созданные в технике живописи, фото, видео, арт-инсталляции, будут собраны в одном пространстве для одной цели – не дать забыть, не позволить повториться.

В проекте принимают участие как начинающие авторы, так и известные художники: Аскар Есдаулет, Шокан Толеш, Георгий Трякин-Бухаров, Сауле Сулейменова, Куаныш Базаралиев, Зитта Султанбаева, Рашид Нурикеев, Галым Маданов, фотографы Валерий Калиев и Александр Угай.

Во время подготовки проекта авторы работали с архивами и воспоминаниями, с учеными и исследователями, с художественной литературой и публицистикой, были просмотрены фото- и видеоматериалы, документальные фильмы. Группа авторов проехала по объектам ГУЛАГа в Алматинской и Карагандинской областях, отсняла материалы для фильма и фотографии для проекта. В работах отражены разные грани репрессий: массовые аресты, уничтожение интеллигенции, депортация народов, атмосфера предательства, террора и страха 1930-х, судьба членов семей «врагов народа». Во всех представленных работах проявляется личное отношение авторов к теме, многие художники выполняли свои работы, основываясь на истории своей семьи.

Выставка продлится до 14 ноября в Государственном музее искусств им. А. Кастеева (ул. Сатпаева, 30а).

Ольга Веселова

Эмоциональная память, запоминание, сохранение и воспроизведение эмоционально окрашенных явлений, память на чувства, как считают психологи, являются наиболее сильными эмоциями. «Раз вы способны бледнеть, краснеть при одном воспоминании об испытанном, раз вы боитесь думать о давно пережитом несчастье, – у вас есть память на чувствования, или эмоциональная память», – писал Константин Станиславский в своей книге «Работа актера над собой». Этот вид памяти лежит в основе способности сочувствовать, сопереживать.

Именно к эмоциональной памяти взывают произведения искусства. Именно искусство способно заставить пережить зрителя те эмоции и чувства, которые не связаны с их непосредственным жизненным опытом. Искусство способно через века заставить людей пережить события давно прошедшей истории, закрепить память поколений.

Примером такого эмоционального эффекта, безусловно, является выставка современных казахстанских художников «1937: территория памяти. Жоқтау».

Общественный фонд Ильеса Джансугурова и Nedelka Project

при поддержке Государственного музея искусств им. А. Кастеева, акмата Алматы, фонда «Сорос-Казахстан», казахстанских компаний «Астана-Моторс» и Raimbek Group и информационной поддержке Казахстанского пресс-клуба представляют арт-проект пережить события давно прошедшей истории, закрепить память поколений.

Как отмечают организаторы, миссией арт-проекта является осмысление через произведения художников разных поколений природы репрессий, ее глубины и последствия для современного общества.

Проект «1937: территория памяти. Жоқтау» включает выставку





3 года успеха с Love Radio

Ирина Лукичева

Уже на протяжении 3 лет самое модное радио – «Love Radio Казахстан» – радует своих слушателей. На волнах радиостанции можно послушать как музыкальные новинки, так и уже полюбившиеся треки.

Впервые полная позитива и бодрости музыка зазвучала 10 октября 2010 года в Алматы и Караганде. Сегодня любовная волна накрыла 11 городов Казахстана.

С самого основания Love Radio работает без оглядки на российскую версию. Среди ярких событий – Big love show, love sensation, Love Party и «Восстание ангелов». Выступления звезд мировой эстрады надолго запомнились казахстанцам. Лазерные шоу, лучшие танцоры и эксклюзивные программы вечера сопровождают концерты Love Radio.

Публика была в восторге от группы Far East Movement, барабанщицы из США Brittany Brooks, Mishelle из Молдовы, групп «Серебро» и «Каста» из России, целой плеяды ярких исполнителей из Румынии: Deepside Deejaays, Radio Killer, Deercentral, Nagual, певцов Mohombi, Dan Balan, Bosson, Craig David, dj Smash.

За минувшие 3 года в гостях у любимой радиостанции побывали певец Батырхан Шукенов, дизайнер Сакен Жаксыбаев, российский актер Константин Крюков, а также Асылхан Толепов, Кайрат Нуртас, Дима Билан, Нюша и многие другие.

Можно с уверенностью сказать, что «Love Radio Казахстан» быстрыми темпами развивается и уже успело завоевать признание поклонников и слушателей. Ежедневно на модной радиостанции можно поучаствовать в акции и стать обладателем ценного приза: смартфона, умных часов, билетов на концерты и турпоездки.

