



наш Telegram-канал

КУРСИВ

СОДЕРЖАНИЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНО THE WALL STREET JOURNAL.

РЕСУРСЫ:
ДВОЙНОЙ УДАР

стр. 5

БАНКИ И ФИНАНСЫ:
НА ДИВИДЕНДЫ ВЕЛЕНО
НЕ СКУПИТЬСЯ

стр. 6

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК:
ВЕРНУТСЯ ЛИ ПОКУПАТЕЛИ
В МАГАЗИНЫ?

стр. 10

LIFESTYLE:
КАКОЙ ДИЗАЙН МАСОК В ТРЕНДЕ
У КАЗАХСТАНЦЕВ

стр. 16

[k kursiv.kz](#) [f kursivkz](#) [vk kursivkz](#)

Тишина в офисе

Как казахстанские бизнес-центры переживают карантин

При сокращении доходов на 70–80% расходы бизнес-центров на содержание зданий и коммунальные платежи уменьшились не так сильно, а траты на соблюдение санитарно-эпидемиологических норм сильно возросли. В результате убытки казахстанских бизнес-центров за время карантина, по оценке Qaz Property, уже составили 28 млрд тенге.

Наталья КАЧАЛОВА

В Нур-Султане и Алматы около 300 современных бизнес-центров общей площадью 3,2 млн кв. м. Их обслуживают почти 50 тыс. человек – это инженеры по эксплуатации, инженеры по технике безопасности, сантехники, электрики, специалисты по клинингу. Арендаторы бизнес-центров – около трех тысяч организаций, среди которых представители почти всех сфер деятельности от малого до крупного бизнеса, от языковых центров до дипломатических миссий и нефтегазовых компаний. Такие данные приводит Ассоциация управляющих и сервисных компаний Qaz Property, которая объединяет крупных игроков рынка коммерческой недвижимости.

Все для клиентов

По данным Qaz Property, до 90% арендаторов бизнес-центров в период ЧП перешли на дистанционную работу. Бизнес, не переживший давления пандемии, подал заявки на расторжение арендных договоров или уменьшение арендных площадей. Остальные компании получили скидки на аренду в зависимости от того, насколько пострадал их бизнес. Организации, которые имели возможность вести свою деятельность, но ограничили присутствие персонала – государственные, квазигосударственные, строительные и проектные компании, – получили скидку от 20 до 50%. Для части арендаторов, таких как языковые центры, аренда уменьшилась на 50–80%. А общепит был освобожден от арендной платы полностью. Арендные платежи в структуре расходов многих компаний стоят на втором месте по размеру после фонда оплаты труда, и их сокращение существенно поддержало бизнес.

> стр. 9



Фото: Офелия Жакаева

Карантин на кофеине

Маленькие кафе, кофейни и летние площадки на следующей неделе выйдут из карантина. Изучая состояние дел в этом сегменте, «Курсив» обнаружил, что на продажах натурального обжаренного кофе двухмесячный перерыв работы отразился незначительно.

Георгий КОВАЛЕВ

Справочно-картографический сервис 2ГИС в начале 2020 года сообщил, что в Казахстане количество заведений общепита выросло на 17,7% за год. Их общее число в стране достигло 10

тыс. Наиболее активно росли проекты в Алматы (+26,5%, до 3862), Шымкенте (+17,9%, до 1904), Нур-Султане (+13,5%, до 2508).

Кофейни стали одним из самых активно растущих сегментов казахстанского общепита. В пяти крупнейших городах страны их количество увеличилось сразу на 39,9%, до 911 заведений. Директор по развитию кофе сети АЗС «Компас» Жанна Тулегенова считает, что в Алматы работают около 180 средних и крупных кофеен. И это лишь официально видимая часть бизнеса, говорит основатель Союза рестораторов Казахстана Ирина Лебедева.

> стр. 11

Тотализатор для честных

К чему приведет вывод букмекеров в игорные зоны

Поправки в закон «Об игорном бизнесе», которые мажилис в первом чтении уже одобрил, предполагают создание Центра учета ставок и перенос тотализаторов в игорные резервации. По мнению властей, благодаря этому betting-бизнес станет прозрачным и законопослушным. Сами букмекеры прочат рост теневого рынка.

Ирина ОСИПОВА

Предложение вывести букмекерские конторы в игорные зоны звучит не впервые. О переезде betting-бизнеса в Капшагай и Боровое говорили еще пять лет назад, при рассмотрении предыдущих поправок в тот же закон об игорном бизнесе, но в итоге тогда для тотализаторов обязательными стали лишь требования о запрете на дислокацию в жилых зданиях.

В новых поправках два принципиально важных новшества. Кроме перевода букмекеров в игорные зоны, это создание Центра учета ставок (ЦУС). И та, и другая мера обоснованы необходимостью снижения игровой зависимости граждан и вывода этого бизнеса из тени. Вице-министр финансов Канат Баеидилов, выступавший на сессии в мажилисе, пояснил: «Мы наконец-то увидим реальные обороты как субъектов игорного бизнеса, так и самих игроков. Там (в ЦУС) будут фиксироваться все ставки, и, главное, налоговые органы будут иметь доступ к этой базе для контроля». По словам замглавы Министерства финансов, выплата выигрышей будет обеспечиваться только через данный центр.

Тот факт, что госорганы не знают, сколько на самом деле зарабатывает игорный бизнес в Казахстане, подтверждают громкие уголовные дела прошлого года. История букмекерской конторы «Олимп», которой после проверки было доначислено налогов на 145 млрд тенге, поставила под сомнение существующие способы госконтроля через аппаратно-программные комплексы. Сумма внушительная, особенно при сопоставлении с официально показанным общим объемом оказанных услуг в сфере азартных игр и пари в 2019 году – 13 млрд тенге (по данным Комитета по статистике МНЭ РК).

> стр. 3

РЕСПУБЛИКАНСКИЙ
ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

2400000340320114 02 02 0

© photo: Shutterstock/Vitalii Voroblasnyi

Не менее 30 публичных компаний заявили, что не вернут кредиты, полученные по программе PPP

Некоторые уже предупреждают инвесторов о том, что решение сохранить средства может стать причиной неустоек или штрафов

По меньшей мере 30 публичных компаний, получивших кредиты в рамках программы «Защита зарплат» (Paycheck Protection Program – PPP), заявили о том, что не намерены возвращать эти деньги. Некоторые из них уже предупредили инвесторов о том, что нужно быть готовыми к проверкам.

Inti PACHECO,
THE WALL STREET JOURNAL

После того как Министерство финансов США постановило, что компании, у которых есть доступ к другим источникам финансирования, не могут претендовать на получение невзыскиваемого кредита, ведомство потребовало вернуть полученные средства в срок до понедельника. Согласно анализу

сведений, представленных компаниями в государственные органы США в период до 27 апреля, свыше 230 компаний получили кредиты на сумму более \$1 млрд в рамках финансового пакета, выделенного для борьбы с коронавирусом. Эта новость вызвала широкий резонанс и стала причиной изменения правил по отбору участников программы.

> стр. 3

Узнай больше на kursiv.kzНаведи камеру телефона
на QR-код и перейди
на страницу погнуска[kursiv.kz](#)facebook.com/kursivkzinstagram.com/kursiv.kzvk.com/kursivkztwitter.com/kursivkzt.me/kursivkz

ВЛАСТЬ И БИЗНЕС

Министры на пересчет

18 мая Ерулан Жамаубаев был назначен министром финансов, и теперь правительство Казахстана состоит из 22 человек. «Курсив» изучил биографии членов кабинета РК.

Анатолий ИВАНОВ-ВАЙСКОПФ

Усредненный представитель казахстанского кабинета министров чуть моложе 50 лет, с 91% доли вероятности – мужчина (женщин в правительстве всего две – это министр информации и общественного развития РК Аида Балаева и министр культуры и спорта РК Актоты Раимкулова).

64% представителей кабинета – это уроженцы городов. Из горожан больше всего тех, кто родился в крупнейшем городе страны – Алматы. Таких шесть человек: Аликхан Смаилов, Ерлан Тургумбаев, Актоты Раимкулова, Бахыт Султанов, Магзум Мирзагалиев и, вероятно, Ерулан Жамаубаев. Последний в своей официальной биографии локального места рождения не указывает, отмечая лишь Казахстан. К алматинцам можно также отнести и министра информации Аиду Балаеву, которая хоть и родилась в селе Жамбыл Алматинской области, до начала 2000-х годов проживала в бывшей столице Казахстана и училась в одной школе со своим предшественником Дауреном Абаевым.

Условное второе место в правительстве Казахстана делят между собой уроженцы Шымкента и ставшего столичным Нур-Султана, бывшего Целинограда. Шымкент представляют министр обороны Нурлан Ермекбаев и министр юстиции Марат Бекетаев, столицу Казахстана – премьер-министр Аскар Мамин и

министр национальной экономики Руслан Даленов.

Если смотреть на нынешний состав правительства в региональном разрезе, то окажется, что явно доминирующее положение занимают представители четырех южных областей Казахстана – 15 человек из 22 членов кабинета министров. Остальные регионы представлены одним-двумя членами правительства. Есть среди министров и уроженец России. Это министр цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Аскар Жумагалиев, который родился в Оренбургской области.

Любопытный факт: среди министров немало детей медицинских работников. Пойти по стопам своих отцов могли не только нынешний министр здравоохранения Елжан Биртанов, но и первый заместитель премьер-министра Аликхан Смаилов, министр торговли и интеграции Бахыт Султанов и министр национальной экономики Руслан Даленов.

Почти все представители казахстанского кабинета имеют высшее образование по двум-трем специальностям. Для трети правительства первым образованием стало инженерное. Диплом экономиста (это может быть как первое, так и второе образование) есть у десяти членов казахстанского правительства, восемь человек являются дипломированными юристами. Причем трое попадают в обе эти группы, то есть имеют диплом и юриста, и экономиста. У троих членов кабинета есть педагогическое образование, еще двое – обладатели дипломов философского факультета.



Коллаж: Вадим Квятковский

Период «постковид» Последствия пандемии для Центральной Азии обсудили европейские и региональные эксперты

Участники организованного международным исследовательским институтом «Диалог цивилизаций» и Французским институтом исследований вебинара назвали основные проблемы региона в постковидный период и предположили, что самостоятельно страны Центральной Азии эти проблемы решить не смогут.

Анатолий ИВАНОВ-ВАЙСКОПФ

Европейские эксперты сейчас видят два основных сценария развития посткоронавирусной Центральной Азии – пессимистичный и очень пессимистичный.

Что один, что другой

Синopsis первого сценария: политические элиты стран региона вводят жесткие ограничительные меры и благодаря этому не допускают массового распространения вируса COVID-19. Победа над коронавирусом дает власти возможность объяснить и о правильно выбранном политическом курсе. Это означает закрепление позиций правящих элит и отсутствие каких-либо фундаментальных изменений в обществе как в экономическом, так и в политическом плане.

Второй сценарий, который видится для Центральной Азии из Европы, был обозначен директором Французского института центральноазиатских исследований Катрин Пужоль. Здесь тона еще более мрачные. В этом варианте распростране-

ние коронавируса приводит к огромным жертвам среди населения и катастрофе в экономике, что ведет к социальному взрыву. Возникшим недовольством населения пользуется радикальная оппозиция.

Любой из сценариев, считает Катрин Пужоль, вынудит правящие элиты центральноазиатских стран искать более тесные пути взаимодействия как с соседями по региону, так и с теми государствами, которые традиционно относят Центральную Азию к сферам своих интересов. «Помимо стран бывшего Советского Союза, где особую роль играет Российская Федерация, центральноазиатские страны будут вынуждены выстраивать отношения и с Китаем. Безусловно, население региона с настороженностью смотрит на партнерство с Китаем. Но факт уже есть: Центральная Азия очень сильно зависит от Китая в финансово-экономическом плане. Есть большие инвестиции, есть большие долги. Их придется возвращать. Поэтому сотрудничество с Китаем в постковидный период выглядит неизбежным», – подчеркнула Пужоль.

Взгляд изнутри

Прорвавшиеся в эфир вебинара сквозь периодически возникающие технические неполадки эксперты из Центральной Азии в своих выступлениях оспаривают европейскую точку зрения не стали. Они больше делились своими наблюдениями о текущей ситуации внутри стран, в которых проживают, по сути, предлагая другим участникам вебинара самим определить, о каком из сценарных вариантов в их случае идет речь.

Так, по информации директора расположенного в Ташкенте исследовательского центра Ма'но Бахтиёра Эргашева, Узбекистан с началом распространения коронавируса столкнулся с полным прекращением потока инвестиций. «В этих условиях модель экспортноориентированного развития, которую реализовывал Узбекистан под руководством президента Мирзиёева, отказавшись от политики импортозамещения, которой придерживался предыдущий президент, столкнулась с целым рядом вызовов, способных оказать влияние на динамику реформ и ожидаемых от их проведения экономических эффектов», – заметил Эргашев.

Эксперт из Ташкента допускает резкое снижение динамики внутрирегиональной торговли в ближайшем будущем – тренд уже наметился. По проведенным Ма'но расчетам торговля между странами региона в 2020 году упадет на 40–45% по сравнению с показателями прошлого года. «Например, если в прошлом году торговля между Узбекистаном и Таджикистаном увеличилась на 32%, то в этом году возможен нулевой рост объема торговли. И так будет со всеми странами региона. К концу 2020 года мы вряд ли выйдем на прошлогодние цифры. Это очень серьезный вызов регионального характера, с которым придется жить и работать», – подчеркнул Эргашев. Вместе с тем он полагает, что многие региональные вопросы будут решены на третьей консультативной встрече глав государств Центральной Азии в Бишкеке, намеченной пока на вторую половину 2020 года.

В Кыргызстане, по оценке директора бишкекского центра «Религия, право и политика»

Кадир Маликова, ситуация выглядит достаточно тревожно. «В экономическом плане Кыргызстан очень тяжело переживает пандемию коронавируса. По имеющимся у нас неофициальным данным, около миллиона наших граждан остались без работы. Сейчас еще идет процесс возвращения трудовых мигрантов из зарубежья. В основном это молодые люди. Все они очень недовольны бессилием властей и молчанием президента Жээнбекова», – отметил Кадир Маликов. При этом он обратил внимание на новые тенденции в разделении кыргызского общества, которые проявились во время карантина. К уже «традиционному» размежеванию на юг и север добавилось внутриконфессиональное разделение на правильных и неправильных мусульман, а также на мусульман и близких к светскому образу жизни тенгрианцев. Все это, по мнению кыргызского эксперта, способно дестабилизировать обстановку внутри страны и вряд ли поспособствует росту доверия между странами региона.

Вместо заключения

Подводя итоги вебинара «Центральная Азия во время пандемии: возможные последствия для региона» участвовавшие в нем эксперты не решились. «Делать заключение бесполезно. Потому что мы живем все еще в процессе распространения коронавируса. Мы в нем живем, и думаю, жить будем еще довольно долго», – подчеркнул российский политолог-востоковед Алексей Малашенко, представлявший на вебинаре одного из организаторов – международный исследовательский институт «Диалог цивилизаций».

ПРАВИТЕЛЬСТВО РК: СРЕДНЕЕ АРИФМЕТИЧЕСКОЕ



Источник: открытые данные
Инфографика: Виктория Ким для «Курсива»

РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

КУРСИВ

Газета издается с 24 июля 2002 г.
Собственник: TOO «Altisco Partners»
Адрес редакции: А15Р1М9, РК,
г. Алматы, ул. Розыбакиева, 127.
Тел./факс: +7 (727) 346 84 41
E-mail: kursiv@kursiv.kz
Содержание лицензировано

THE WALL STREET JOURNAL

Генеральный директор/
Главный редактор:
Марат КАИРБЕКОВ
m.kairbekov@kursiv.kz

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

Выпускающий редактор:
Татьяна НИКОЛАЕВА
t.nikolaeva@kursiv.kz

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

Редактор отдела «Ресурсы»
Дулат ТАСЫМОВ
d.tasymov@kursiv.kz

Редактор отдела «Недвижимость»
Наталья КАЧАЛОВА
n.kachalova@kursiv.kz

Редактор отдела
«Потребительский рынок»
Георгий КОВАЛЕВ
g.kovalev@kursiv.kz

Специальный корреспондент
по международным рынкам:
Павел НОСАЧЕВ
p.nosachev@kursiv.kz

Редакция:
Анатолий ИВАНОВ-ВАЙСКОПФ
Ирина ЛЕДОВСКИХ
Ирина ОСИПОВА

Корректура:
Светлана ПЫЛЫПЧЕНКО
Татьяна ТРОЦЕНКО
Елена ШУМСКИХ

Арт-директор:
Екатерина ГРИШИНА

Бильд-редактор:
Вадим КВЯТКОВСКИЙ

Верстка:
Мадина НИЯЗБАЕВА
Елена ТАРАСЕНКО

Дизайнер:
Виктория КИМ

Фотографы:
Аскар АХМЕДУЛЛИН
Офелия ЖАКАЕВА

Коммерческий директор:
Анастасия БУНИНА
Тел.: +7 (701) 989 85 25
a.bunina@kursiv.kz

Руководитель по рекламе и PR:
Сабир АГАБЕК-ЗАДЕ
Тел.: +7 (707) 950 88 88
s.agabek-zade@kursiv.kz

Нач. отдела распространения:
Ренат ГИМАДДИНОВ
Тел.: +7 (707) 766 91 99
r.gimadinov@kursiv.kz

Представительство
в Нур-Султане:
РК, г. Нур-Султан, пр. Кунаева, д. 12/1,
БЦ «На Водно-зеленом
бульваре», ВП-80, 2 этаж, оф. 203
Тел. +7 (7172) 28 00 42
E-mail: astana@kursiv.kz

Зам. главного редактора
в Нур-Султане:
Диитрий ПОКИДАЕВ
d.pokidaev@kursiv.kz

Руководитель представительства
в Нур-Султане:
Азамат СЕРИКБАЕВ
Тел.: +7 (701) 588 91 97
a.serikbaev@kursiv.kz

Подписные индексы:
для юридических лиц – 15138,
для физических лиц – 65138

Газета зарегистрирована
в Министерстве информации и
коммуникаций Республики Казахстан

Свидетельство о постановке на учет
№ 17442-Г, выдано 9 января 2019 г.

Отпечатано в типографии РПИК «Дауір»
РК, г. Алматы, ул. Калдаякова, д. 17
Тираж 10 000 экз.

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

Тотализатор для честных

К чему приведет вывод букмекеров в игорные зоны

> стр. 1

Другим аргументом за новую систему тотального контроля является сокращение доли незаконного игорного бизнеса. Предполагается, что если ввести полный запрет на наземные букмекерские кассы в столицах и областных центрах, то возможности заниматься противозаконной деятельностью у тотализаторов будет меньше. Данные Комитета по правовой статистике и спецучетам Генпрокуратуры показывают рост

количества уголовных дел за организацию незаконного игорного бизнеса за прошлый год на треть.

Не та ставка

Сегмент игорного бизнеса, который под регулирование никак не попадает, — это незарегистрированные в Казахстане букмекерские онлайн-площадки. От лицензированных в Казахстане компаний иностранные букмекеры отличаются тем, что не платят налоги совсем, вся прибыль от пари казахстанцев уходит за

границу. По оценке председателя ОЮЛ «Ассоциация букмекеров Казахстана» Арайлым Сагынтай, такие неподконтрольные государству зарубежные конторы занимают сейчас около 25% рынка букмекерских услуг, но с введением новых законодательных инициатив в тень уйдет до 80% оборота от ставок.

«Государство, принимая такой законопроект, действует противоположно своим целям. Новые поправки приведут к росту теневой экономики и

В КАКИХ РЕГИОНАХ ЧАШЕ ВСЕГО ИГРАЮТ В АЗАРТНЫЕ ИГРЫ И ДЕЛАЮТ СТАВКИ

13,3 млрд

Объем оказанных услуг по организации азартных игр и пари в 2019 году



Источник: по данным Комитета по статистике МНЭ РК
Инфографика: Виктория Ким для «Курсива»

РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ БУКМЕКЕРСКИХ КОНТОР И ТОТАЛИЗАТОРОВ РК ПО ОБЪЕМУ НАЛОГОВ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ОЛИМП (ОО «ALPHA-BET»)	-	1,4 млн	1,2 млрд	7,8 млрд	11 млрд	Задолженность по налогам 13,8 млн тенге. После проверки доначислено налогов на 83 млрд тенге
PROFIT (ОО «PROFIT BETTING»)	411,5 млн	557,4 млн	621 млн	556,2 млн	793 млн	Задолженность за размещение рекламы и другие платежи в бюджет 535 тыс. тенге
ПАРИ МАТЧ (ОО «БУКМЕКЕРСКАЯ КОНТОРА ПАРИМАТЧ.КЗ»)	31,6 млн	204,5 млн	268,7 млн	636,2 млн	656,1 млн	
1XBET (ОО «БУКМЕКЕРСКАЯ КОМПАНИЯ «1XBET.KZ»)	-	152 тыс.	83,5 млн	322,3 млн	549,1 млн	
TENNISI (ОО «Агаа ойын»)	-	-	-	34,2 млн	372,6 млн	
FONBET (ОО «DOMINA FORTUNA (ДОМИНА ФОРТУНА)»)	-	-	-	1,5 млн	134,2 млн	
STAVKABET (ОО «БУКМЕКЕРСКАЯ КОНТОРА STAVKABET.KZ»)	22,6 млн	24,7 млн	117,2 млн	217,1 млн	133,5 млн	Задолженность по налогам 13,2 млн тенге
ГОЛ+ПАС (ОО «БУКМЕКЕРСКАЯ КОНТОРА «ГОЛ+ПАС»)	101,5 млн	57,9 млн	23,7 млн	114,6 млн	48,3 млн	
ОЛИМП (ОО «БУКМЕКЕРСКАЯ КОНТОРА «ОЛИМП.КЗ»)	1,6 млрд	2,5 млрд	1,9 млрд	5,3 млрд	26 млн	После проверки доначислено налогов на 62 млрд тенге
ТОТО (ОО «КОСТАНАЙ-БУКМЕКЕР»)	15,9 млн	17,7 млн	7,2 млн	24,4 млн	20,5 млн	
FINBET (ОО «Букмекерская Компания ФАВОРИТ»)	4,4 млн	47,4 млн	112,8 млн	32,8 млн	12,5 млн	Комитет финмониторинга обвинил в незаконной деятельности, владельцы задержаны. Задолженность по налогам 752 млн тенге
TENNISI (ОО «Каз Телебет»)	82,9 млн	99,4 млн	149,5 млн	201,5 млн	5,4 млн	
ZENIT (ОО «ЕВРОИРБЕТ»)	43 тыс.	3 млн	3,3 млн	3,5 млн	3,7 млн	
STAVKABET (ОО «STAVKA LOTO»)	-	2,6 млн	1,4 млн	2,6 млн	1,8 млн	
ОЛИМП (ОО «OLYBET»)	-	-	1,4 млн	3 млн	1 млн	Задолженность по налогам 164 млн тенге
OLIMP.BET (ОО «NETBET (НЭТБЭТ)»)	-	-	1,5 млн	2,7 млн	469 тыс.	
ОЛИМП (ОО «БУКМЕКЕРСКИЙ ЦЕНТР «ОЛИМП»)	21 млн	21 млн	144,6 млн	57,9 млн	-	
ВСЕГО	2,3 млрд	3,5 млрд	4,6 млрд	15,4 млрд	13,7 млрд	

Источник: по данным, находящимся в открытом доступе на сайтах rk.uchet.kz, Комитета государственных доходов РК

Инфографика: Виктория Ким для «Курсива»

коррупции. Госорганы не смогут остановить денежный поток от ставок за границу, потому что никакие IT-фильтры и шлюзы не ограничат граждан делать ставки на иностранных сайтах. С этим не могут справиться США и Европа», — высказываются в Ассоциации букмекеров. Здесь считают наземные кассы преимуществом отечественных букмекеров перед иностранными онлайн-компаниями и не сомневаются, что перенос таких касс в отдельные зоны просто приведет к перетoku игроков из офлайна в онлайн, где у зарубежных букмекеров сейчас явное преимущество.

По расчетам Арайлым Сагынтай, перевод букмекерских контор и их касс в резервации (а значит, изначальное сокращение числа этих касс) приведет к 90%-ному падению налоговых сборов, что за пять лет составит около 80 млрд тенге. Без работы останутся от 5 до 8 тыс. сотрудников наземных касс и сопутствующего сервиса.

Защита игроков станет слабее

Казахстанская ассоциация по защите прав граждан в сфере игорного бизнеса солидарна с букмекерами в оценке влияния поправок на поведение игроков. Последние уйдут из наземных касс на онлайн-площадки, считает председатель Ассоциации по защите прав граждан в сфере игорного бизнеса РК Бадри Шаинидзе, и в итоге перенос букмекерских контор в игорные зоны не решит вопрос снижения влияния игорного бизнеса на население.

Еще один прогноз — рост объема ставок в интернете при-

ведет к практически полному отсутствию контроля сегмента пари, как это уже произошло с интернет-казино. «Предполагаю, что около пяти крупных букмекерских контор останутся работать, более мелкие уйдут в нелегальный онлайн-гемблинг. А для лицензированных букмекеров конкуренция в онлайн-секторе является существенной проблемой. Конкурировать в онлайн-секторе достаточно сложно, не имея ощутимой поддержки от государства по недопущению деятельности нелегальных игровых сайтов», — комментирует Шаинидзе.

У ассоциации есть инструменты для защиты граждан, пострадавших от действий казахстанских онлайн-букмекеров. На зарубежные сайты она воздействовать не может. В организацию только за последние несколько месяцев обратились более десятка казахстанцев, которых обманули иностранные букмекеры, но ни в одном случае помочь вывести выигрыш не удалось. Бадри Шаинидзе уверен, что обманутых больше в разы. Одним из возможных решений данной проблемы он видит технический запрет на работу таких сайтов в Казахстане.

Появление Центра учета ставок представитель Ассоциации по защите прав граждан в сфере игорного бизнеса расценивает как положительное явление и видит в ЦУС хороший инструмент для фиксации информации — правда, с оговоркой. ЦУС, считает Шаинидзе, будет бесполезен, если нелегальный игорный бизнес будет не просто работать в прежних масштабах, а еще и отвоюет себе более заметную долю рынка.

Не менее 30 публичных компаний заявили, что не вернут кредиты, полученные по программе PPP

THE WALL STREET JOURNAL.

Некоторые уже предупреждают инвесторов о том, что решение сохранить средства может стать причиной неустоек или штрафов

> стр. 1

По мере роста недовольства со стороны общественности такие компании, как AutoNation Inc., Shake Shack Inc., и владелец сети ресторанов Ruth's Chris оказались среди тех, кто согласился вернуть деньги, которые предназначались для сохранения рабочих мест. Как отмечают эти компании, они имели полное право участвовать в программе в соответствии с теми правилами, которые Минфин озвучил изначально. Также они не знали, что финансирование программы закончится еще до того, как субъекты малого бизнеса смогут подать заявку. За неделю до истечения крайнего срока в понедельник еще 14 публичных компаний подтвердили, что вернут деньги. В то же время по меньшей мере 30 других компаний заявили, что намерены сохранить полученные кредиты (примерно \$110 млн в общей сумме), что, по мнению некоторых, может стать причиной для проведения аудита их заявок. Те компании, чья рыночная капитализация варьируется от

\$4,5 до 560 млн, утверждают, что уверены в том, что они подходят под критерии программы. По их словам, аудит может привести к снижению ликвидности, а также к последующим неустойкам и штрафам, что может навредить их бизнесу.

Специализирующаяся на медицинских технологиях компания Senseonics Holdings Inc. из города Джермантаун, штат Мэриленд, в отчете по ценным бумагам сообщила, что не вернет \$5,8 млн, которые она получила ранее. Компания, где работает 191 сотрудник, недовольна противоречивостью вокруг кредитов для публичных компаний из-за «недостаточной ясности по критериям для получения кредита». Компания утверждает, что если будет решено, что она не соответствует условиям участия в программе, это может стать поводом для «серьезных гражданских, уголовных и административных санкций» против нее, не считая того факта, что компания должна выплатить кредит.

Компания Nortech Systems Inc., обслуживающая производителей

электроники и базирующаяся в городке Уайзета, штат Миннесота, уже предупредила инвесторов о том, что в случае негативного результата аудита со стороны Минфина США ей придется вернуть кредит в размере \$6,1 млн. Nortech обеспечивает рабочими местами 784 человека и в прошлом году сгенерировала прибыль в размере \$116 млн.

Как сообщила официальный представитель Senseonics, компания отслеживает изменения критериев для участия в программе и будет использовать полученные средства только на оговоренные цели. «Мы ожидаем, что решение будет принято в течение следующих нескольких недель на основе любых дальнейших поправок или изменений в описании программы, и если потребуются, мы немедленно вернем часть кредита», — заявила она.

В компании Nortech на просьбу прокомментировать ситуацию не ответили.

В конце прошлого месяца глава Министерства финансов США Стивен Мнучин обратился к пуб-

личным компаниям с просьбой вернуть полученные ранее кредиты. Министерство внесло изменения в порядок получения кредита, заявив, что «публичная компания со значительной рыночной стоимостью и доступом к рынкам капитала», вероятно, не нуждается в государственной финансовой поддержке, чтобы оставаться на плаву. Также Мнучин сообщил, что Минфин проведет полномасштабный аудит по кредитам, превышающим сумму \$2 млн.

В рамках программы «Защита зарплат» компаниям с числом сотрудников менее 500 человек были предложены невысказываемые кредиты для того, чтобы они могли вновь нанять персонал либо сохранить имеющиеся рабочие места во время первой фазы пандемии. Свыше \$350 млрд, которые Конгресс изначально одобрил в рамках программы, быстро закончились, после чего были выделены дополнительные \$310 млрд. Согласно данным, опубликованным Управлением по делам малого бизнеса, которое курирует программу, спрос на эти средства был уже не таким высоким.



Фото: EVAN VUCCI/ASSOCIATED PRESS

Глава Министерства финансов США Стивен Мнучин на встрече с руководителями ресторанного бизнеса, посвященной вопросам борьбы с коронавирусом, Белый дом.

Представители Демократической партии, члены подкомитета палаты представителей, в задачи которого входит контроль за федеральными программами финансовой помощи в рамках борьбы с коронавирусом, 8 мая направили пять публичным корпорациям письмо с просьбой вернуть деньги.

Одна из этих пяти компаний — Quantum Corp. — сообщила, что не вернет полученные \$10 млн. По словам официального представи-

теля компании, Quantum не просто подходит под условия программы технически, но и «идеально соответствует духу ее намерений». Эта технологическая компания из Сан-Хосе, штат Калифорния, где по состоянию на август прошлого года работало 800 человек, за девять месяцев прошлого года, закончившихся 31 декабря, заработала \$315 млн.

Перевод с английского языка — Танат Кожманов.

ИНВЕСТИЦИИ

THE WALL STREET JOURNAL.

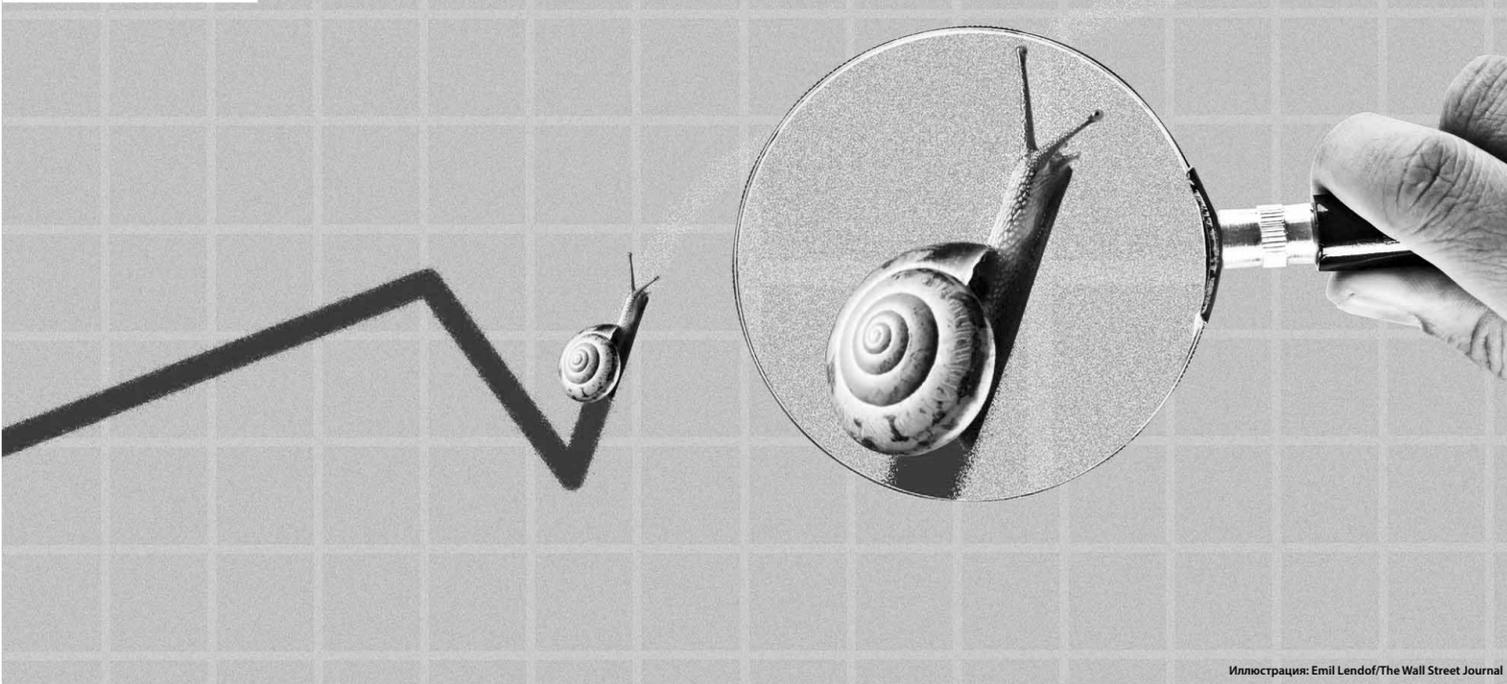


Иллюстрация: Emil Lendof/The Wall Street Journal

Фондовый рынок столкнулся с пессимизмом

Инвесторы все больше убеждаются в том, что возникший по вине коронавируса кризис продлится дольше, чем они предполагали.

Amrith RAMKUMAR,
THE WALL STREET JOURNAL

В первую неделю мая акции американских компаний зафиксировали наибольшее недельное падение в процентном выражении за последние два месяца. Это может означать, что еще недавний прирост находится в шаге от того, что аналитики расценивают как затяжной и болезненный период восстановления.

Хотя многие инвесторы по-прежнему надеются, что меры центробанков и правительства по стимулированию экономики помогут снизить давление на мировую экономику, постепенно растет убеждение, что кризис, возникший из-за пандемии коронавируса, продлится дольше, чем ожидалось. Эти подозрения усиливаются из-за опасений по поводу того, что карантин может затянуться либо меры по стимулированию экономики окажутся неэффективными и не будут адекватными росту безработицы и количества неработающих предприятий и организаций.

На прошлой неделе индекс S&P 500 упал на 2,3%, зафиксировав, таким образом, крупнейший недельный спад с момента пика волатильности в середине марта. С этого месяца фондовый рынок отыграл назад 28% от своего многолетнего минимума, но он все еще на 15% ниже февральских показателей.

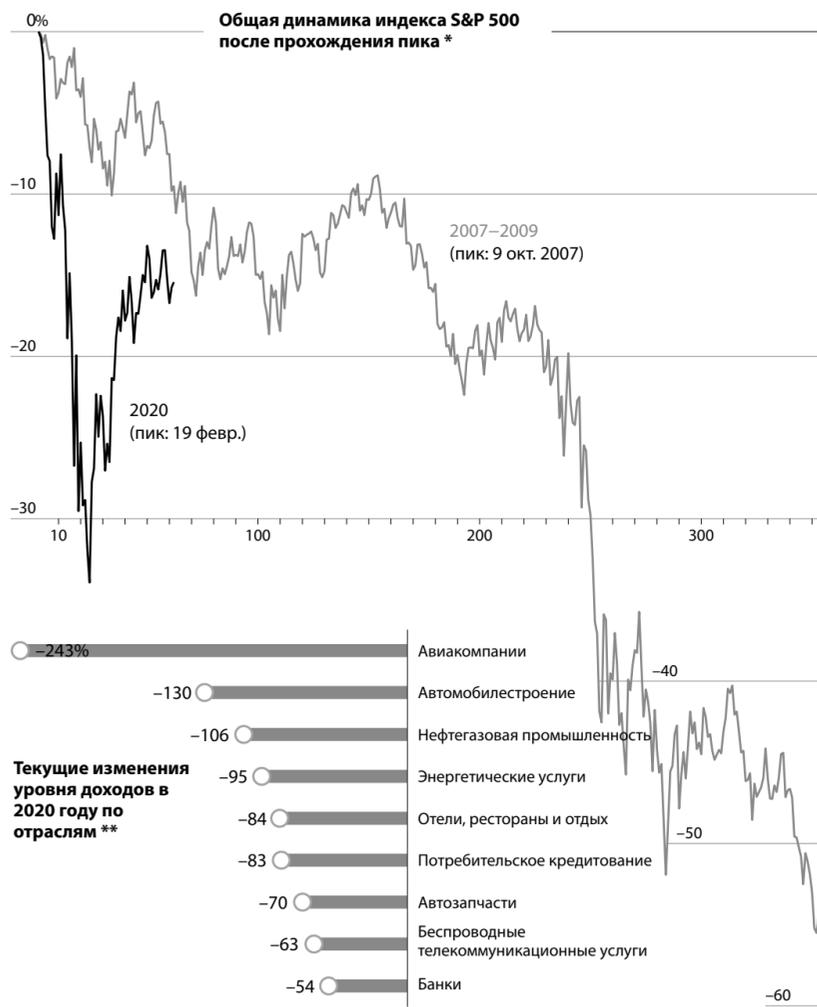
Многие инвесторы считают, что не стоит акцентировать на этом слишком много внимания. Рынки всего лишь в нескольких месяцах от того, что может оказаться затяжным кризисом вкупе с самым глубоким экономическим спадом в США со времен Великой депрессии.

«Для экономики это своего рода марафон на пути к тому, что было до кризиса», – говорит Мона Махаджян, инвестиционный стратег по американскому рынку компании Allianz Global Investors.

Во время последнего финансового кризиса в период между пиком в октябре 2007 года и нижней точкой в марте 2009 года акции компаний несколько раз росли и падали в цене. Это нивелировало первые признаки набирающего силу ипотечного кризиса, но лишь для того, чтобы он разразился несколькими месяцами позже. Рыночные колебания, включая 24%-ный рост, сохранялись до конца 2008 года, затем акции снова рухнули, достигнув дна в марте 2009 года.

Как отмечают многие аналитики, скорость текущих изменений на рынке, как и глубина экономического спада, делает коронакризис уникальным, что лишь усугубляет трудности прогнозирования будущего развития фондового рынка.

«Большой объем информации по-прежнему должен проходить через рынки. И этот путь, ска-



* Примечание: тренд продолжается, пока S&P 500 не достигнет нижней точки 2009 года

** По состоянию на 11 мая

Источник: Dow Jones Market Data через FactSet, Goldman Sachs через FactSet, Economic Policy Uncertainty

жем прямо, будет непросто», – говорит Нела Ричардсон, инвестиционный стратег фирмы Edward Jones.

На этой неделе инвесторы отслеживали еженедельные данные по заявкам на пособие по безработице (чтобы оценить уровень безработицы в США), а также индексы менеджеров по закупкам компании IHS Markit, которые позволяют оценить активность в таких сегментах экономики, как услуги и производство. Доходы гигантов розничной торговли, включая Walmart Inc. и Home Depot Inc., также находятся в центре внимания инвесторов.

На позапрошлой неделе акции компаний, чувствительных к состоянию экономики, продемонстрировали наихудший результат. Так, промышленный индекс S&P 500 потеряли 5,7% и более. Акции Bank of America Corp. и машиностроительной компании Deere & Co. снизились 9 и 8% соответственно. Компании, зависимые от самочувствия экономики, столкнулись с ростом безработицы, а также с тем, что миллионы людей начали соблюдать правила социального дистанцирования.

Недавнее падение акций компаний в цене произошло сразу после того, как Энтони Фаучи,

директор Национального института аллергии и инфекционных заболеваний США, выступил против успешного вывода экономики из карантина. Глава Федеральной резервной системы Джером Пауэлл также считает, что перспективы экономического роста «крайне неопределенные», и для его обеспечения, заявляет он, могут потребоваться дополнительные стимулирующие меры со стороны Конгресса.

В пятницу палата представителей незначительным большинством голосов приняла законопроект о пакете стимулирующих мер на сумму \$3 трлн, однако лидеры Республиканской партии уже заявили, что он не имеет шансов на одобрение в Сенате, где республиканцев большинство.

Инвесторы ожидают, что быстрорастущие технологические компании, которые обеспечили недавний всплеск роста на рынке, продолжат поддерживать рост основных индексов. По мнению ряда инвесторов, из-за сверхнизких процентных ставок по всему миру акциям крупных технологических компаний сегодня практически нет другой альтернативы, тем более что эти компании способны наращивать продажи даже в условиях, когда потребители не выходят из дома. Впрочем, не-

которые аналитики предупреждают, что в случае затяжного кризиса пострадать могут даже такие компании, как Apple Inc. или Microsoft Corp.

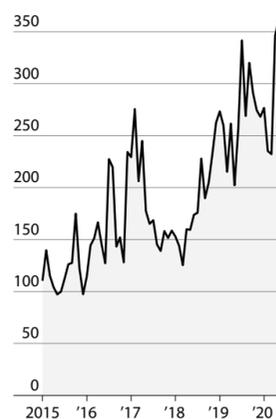
Фирмы из самых разных отраслей были вынуждены сократить свои расходы и пересмотреть прогноз по прибыли, что может представлять долгосрочную угрозу для роста цены акций. Согласно анализу стенограмм конференц-звонков (за период до 11 мая), посвященных итогам I квартала, который провел инвестиционный банк Goldman Sachs Group, 180 компаний из списка S&P 500 обсуждали вопрос об отзыве своих финансовых прогнозов.

«Здесь слишком много «если», поэтому мы просто не знаем, что произойдет дальше», – заявил в прошлом месяце Дэвид Абни, генеральный директор United Parcel Service Inc., во время конференц-звонка по финансовым итогам деятельности компании. Свои расходы сократила и компания UPS, также приостановив на год обратный выкуп акций с целью защитить свое финансовое положение. И это несмотря на то, что число доставок на дом, которые осуществляет компания, значительно возросло. На прошлой неделе акции компании упали в цене на 4%.

Динамика изменений индекса и секторов экономики с момента прохождения рынком пика 19 февраля



Динамика индекса глобальной неопределенности экономической политики, по месяцам



Годовой прогноз по прибыли снизился по всем секторам, однако аналитики считают, что широкая вариативность результатов затрудняет интерпретацию таких прогнозов.

В апреле индекс глобальной неопределенности экономической политики, разработанный профессорами Северо-Западного, Стэнфордского и Чикагского университетов, поднялся до максимального уровня за всю историю наблюдений начиная с 1997 года.

Тем не менее ряд инвесторов продолжают сохранять оптимизм в отношении эффективности мер экономического стимулирования. По их мнению, эти меры в конечном счете помогут крупным компаниям сохранить прибыль вне зависимости от того, как долго продлится кризис. Надежда на это сохраняется даже с появлением новых данных о масштабах экономического ущерба.

«Сейчас все меньше и меньше людей рассматривают процесс восстановления экономики как букву V», – отмечает Нела Ричардсон, подразумевая тот факт, что еще совсем недавно все надеялись на быстрый выход из кризиса.

Перевод с английского языка –
Танат Кожманов.

THE WALL STREET JOURNAL.

Настоящая угроза для Baidu вовсе не COVID-19

Baidu восстанавливает бизнес, однако долгосрочные перспективы поисковика по-прежнему туманны.

Jacky WONG,
THE WALL STREET JOURNAL

Китайский поисковый гигант Baidu постепенно восстанавливается после того ущерба, который был ему нанесен пандемией COVID-19. Однако пока нет никаких признаков того, что хронические проблемы компании как-то решаются. И пока эта ситуация не изменится, возможности фирмы по привлечению инвестиций могут быть ограничены.

После закрытия торгов в понедельник Baidu объявила о том, что доходы компании от рекламы в прошлом квартале упали на 19% в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года. Общий доход компании по сравнению с прошлым годом при этом снизился на 7%. Падение смягчила дочерняя компания – видеохостинг iQiyi, показавшая значительный рост в период, когда люди находились на самоизоляции. Однако iQiyi по-прежнему не приносит прибыли. В таких секторах экономики, как туризм и здравоохранение, бизнес сократил расходы на рекламу, поскольку в условиях карантина не осуществлял какой-либо деятельности. Также Baidu отмечает снижение расходов на рекламу со стороны малого бизнеса, который пострадал от пандемии наиболее сильно. В этом году акции Baidu упали на 15% – сильнее, чем у таких компаний, как Alibaba и Tencent.

Впрочем, инвесторы не обратили особого внимания на не-



В условиях пандемии робот Baidu в штаб-квартире компании в Пекине, как и люди, носит маску для лица.

утешительные итоги за прошлый квартал, о которых сообщила компания. Торгующиеся на NASDAQ акции Baidu после закрытия торгов в понедельник выросли на 8%, поскольку компания прогнозирует, что на смену спада активности придет рост. По итогам текущего квартала ожидается, что в рамках промежуточного прогноза по прибыли доходы компании останутся на прежнем уровне. Свою роль здесь, вероятно, сыграли невысокие ожидания. По данным S&P Global Market Intelligence, аналитики уже понизили оценки трехмесячной давности по выручке компании за этот квартал на 12%.

Дела у Baidu действительно пойдут лучше. Расходы на рекламу, очевидно, возрастут, поскольку многие предприятия в Китае вновь возобновляют свою деятельность. Однако некоторые отрасли, например туризм и малый бизнес, по-прежнему испытывают трудности.

Кроме того, пандемия обнажила и структурные проблемы Baidu, поскольку компания отстает от своих конкурентов в привлечении рекламодателей из числа интернет-компаний, которые играют все более важную роль в экономике. Например, доходы Tencent от рекламы выросли на 32% в сравнении с прошлым кварталом. Преимущество этой компании в том, что она владеет крупнейшей социальной сетью в Китае – WeChat и является крупнейшей игровой компанией в мире. В последние годы Baidu уступает свою долю рынка конкурентам, в частности ByteDance, которая владеет видеохостингом для создания коротких видео TikTok.

Вероятно, худшая из пандемий для Baidu закончилась, однако теперь перед компанией стоит гораздо более сложная задача – наверстать упущенное и догнать своих соперников.

Перевод с английского языка –
Танат Кожманов.

Двойной удар

Падение цен на нефть и девальвация тенге трехкратно сократили прибыль «КазМунайГаза»

После нефтяного кризиса 2014–2015 годов «КазМунайГаз» попытался свести к минимуму влияние волатильности на рынке на свою финансовую состоятельность, уменьшив валютные долги и другие обязательства. Однако нынешнее падение цен на нефть оказалось настолько глубоким, что компания вынуждена на ходу сокращать расходы и корректировать ожидаемую прибыль.



Даурен КАРАБАЕВ, заместитель председателя правления и финансовый директор АО «НК «КазМунайГаз» (КМГ)

Дулат ТАСЫМОВ

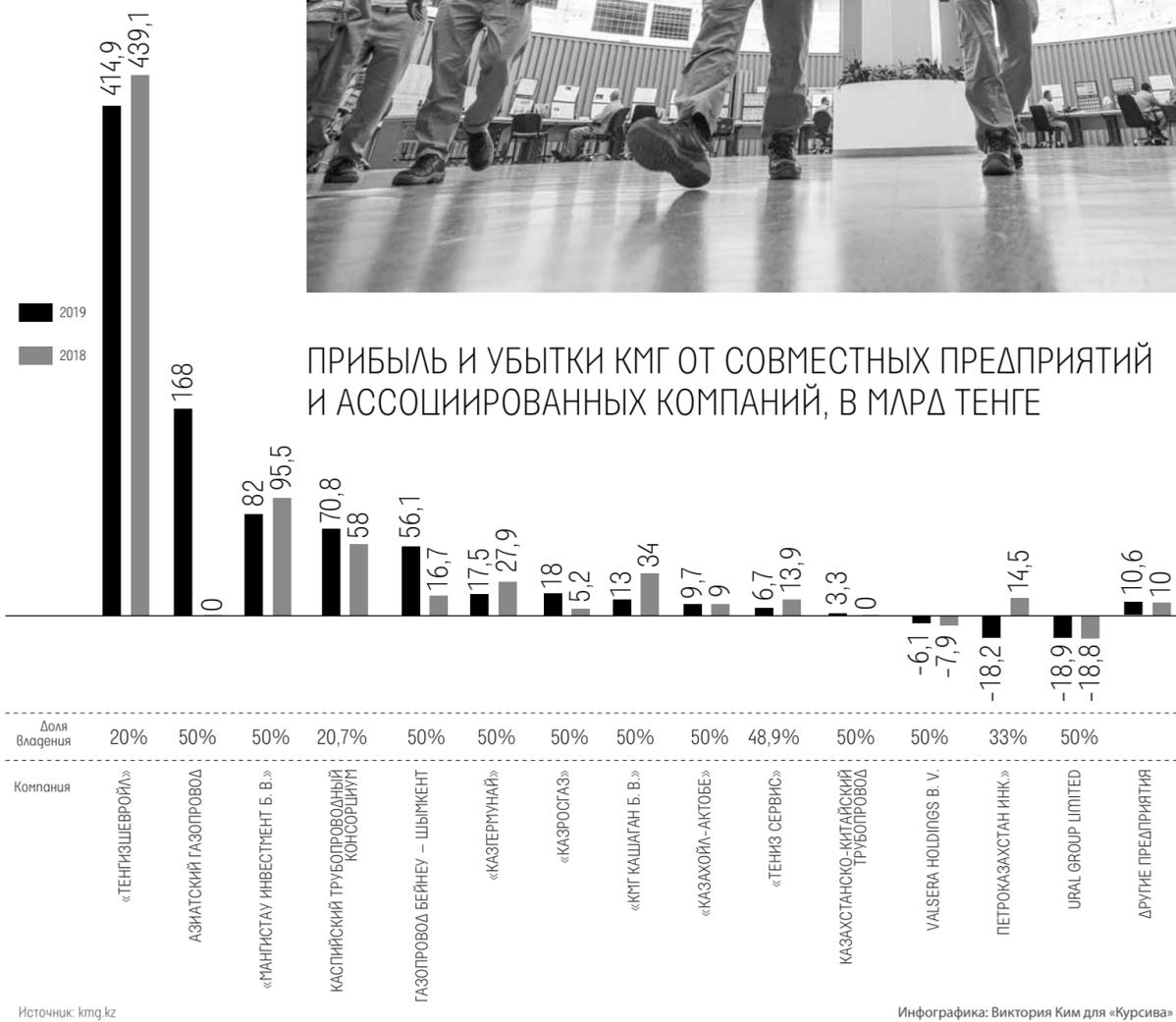
Только в первом квартале выручка национальной компании по сравнению с аналогичным периодом прошлого года снизилась на 21%, до 1,4 трлн тенге, а чистая прибыль сократилась в три раза – с 309 млрд тенге в прошлом году до 100 млрд в этом. Сильнее всего пострадали доходы от доли в совместных предприятиях, сократившись более чем в четыре раза, до 53 млрд тенге. «В основном это связано со снижением цены на нефть, но также и с изменением курса, особенно на конец квартала. У нас есть валютные обязательства на уровне совместных предприятий, и мы признали по ним отрицательную валютную переоценку, то есть бухгалтерский убыток», – сообщил на брифинге в начале мая заместитель председателя правления и финансовый директор АО «НК «КазМунайГаз» (КМГ) Даурен Карабаев.

То есть падение цен на нефть нанесло по КМГ двойной удар. Сначала в виде сокращения выручки от продажи сырья, а потом еще и в виде девальвации национальной валюты, которая в свою очередь обесценилась из-за снижения стоимости нефти.

С начала года цена на Brent снизилась почти в три раза и достигла минимальных значений за последние 18–20 лет. Если с января по март средняя стоимость эталонной марки составила около \$50 за баррель, то уже в апреле она упала до \$18,5. Карабаев отметил, что результаты первого квартала еще не отражают в полной мере негативного влияния падения цены на нефть на показатели КМГ.

Реакцией компании на сложившуюся ситуацию стало сокращение затрат. К примеру, операционные и административные расходы на этот год снижены почти на 40 млрд тенге, капитальные затраты в 2020 году уменьшатся на 15%, или на 84,7 млрд тенге, а в течение ближайших пяти лет – на 400 млрд.

Представитель КМГ признался, что сейчас сложно давать какие-то прогнозы относительно будущего. Но текущая ситуация однозначно окажет негативное влияние на финансовые показатели компании. Он отметил, что ряд дочерних компаний и совместных предприятий, а также нефтеперерабатывающие заводы (НПЗ) показали убытки в первом квартале; менее подверженными



ПРИБЫЛЬ И УБЫТКИ КМГ ОТ СОВМЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И АССОЦИИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ, В МЛРД ТЕНГЕ

влиянию цен на нефть оказались блок транспортировки нефти и газовая сфера.

Кроме того, ожидается значительное снижение дивидендов от совместных предприятий. «И в целом по 2020 году наш свободный денежный поток будет отрицательным. Вероятнее всего, нам придется частично использовать имеющийся запас ликвидности с целью поддержания деятельности наших предприятий», – отметил финдиректор КМГ.

И швец, и жнец...

Пандемия коронавируса, вспыхнувшая в начале этого

года, нанесла серьезный ущерб только восстановившемуся после кризиса 2014–2015 годов глобальному нефтяному рынку. По итогам первого квартала многие мировые производители нефти объявили о значительных потерях. Чистая прибыль Shell за январь – март упала на 46%, ExxonMobil – на 31%, Saudi Aramco – на 25%. И снижение показателей у небольшого по мировым меркам «КазМунайГаза» выглядит неудивительным. Тем не менее некоторые участники рынка все же смогли не только не снизить, но и повысить доходы. К примеру, Chevron за тот же пе-

риод увеличила чистую прибыль более чем на 35%. В американской компании сумели сбалансировать доходы и расходы так, чтобы иметь возможность быстро реагировать на рыночные изменения и сохранять устойчивость бизнеса. Chevron уже более 25 лет работает и в Казахстане, а также является партнером КМГ по Тенгизскому проекту – именно он обеспечил более трети чистой прибыли национальной компании в 2019 году.

«КазМунайГаз» на сегодня – это вертикально интегрированная нефтегазовая компания, на которую приходится 26% годового производства нефти и конденсата в республике (90,5 млн тонн в 2019 году), 81% – переработки нефти, 15% – добычи газа, 57% – транспортировки нефти и 79% – газа. Компания имеет свой небольшой флот нефтеналивных танкеров грузоподъемностью 12, 13 и 115 тысяч тонн, предприятия по бурению скважин. У компании было даже свое высшее учебное заведение – Казахстано-Британский технический университет, который продали в прошлом году за 11,3 млрд тенге. Как и многие крупные компании в Казахстане, особенно сырьевые, КМГ помогает стране в реализации социальных проектов: в прошлом году по поручению правительства выделил 22,8 млрд тенге на строительство стадиона, конгресс-холла и амфитеатра в городе Туркестане.

По итогам прошлого года выручка от продажи нефти при средней цене \$64 за баррель составила чуть более 3 трлн тенге, что занимает свыше 45% сово-

купного дохода компании. На второй строчке – поступления от продажи нефтепродуктов: более 28%, или 1,9 трлн тенге. И только потом идут доходы от реализации газа – около 13%, или свыше 874 млрд тенге.

Результаты последних лет демонстрируют, что наиболее рентабельным сегментом становится реализация и транспортировка газа. В прошлом году доходы от продажи газа выросли на 13,6%, тогда как по двум другим отраслям (нефти и нефтепродуктам), наоборот, произошло снижение. Выручка от газа выросла главным образом благодаря увеличению на 14% средней цены и росту поставок в Китай на 29%, до 7 млрд куб. м. Увеличились также поступления от транспортировки газа более чем на 49%, до 209,6 млрд тенге. Рост произошел благодаря повышению доходов от международного транзита и транспортировки газа на экспорт за счет роста курса тенге к доллару.

Кругом должен

В КМГ отмечают, что производство товарного газа является одним из перспективных направлений. По прогнозу управления энергетической информации США, в 2018–2050 годах мировое потребление природного газа вырастет более чем на 40%, а в странах, не входящих в ОЭСР, оно увеличится на 70%.

В прошлом году КМГ пересмотрел свою стратегию относительно транспортировки и маркетинга газа. В частности, компания намерена увеличить производственную способность маги-

стральных газопроводов Бейнеу – Бозой – Шымкент (ББШ) и Казахстан – Китай, чтобы нарастить экспортные поставки товарного газа в КНР до 10 млрд куб. м в год. Кроме того, компания задумалась об экспорте продуктов переработки газа с высокой добавленной стоимостью и, соответственно, строительстве газоперерабатывающих заводов (ГПЗ). А это требует больших финансовых вложений. При этом, что при строительстве того же ББШ «КазТрансГаз» (дочернее предприятие КМГ) в 2018 году пришлось брать кредит от синдиката банков в размере свыше 65,8 млрд тенге, или около \$200 млн.

Тем временем другое дочернее предприятие – Атырауский НПЗ вынужден выпускать облигации и брать кредит, чтобы закрыть (частично) валютные займы от Банка развития Казахстана и китайского Эксимбанка, полученные на строительство комплекса глубокой переработки нефти. Общий долг самой национальной компании на конец квартала составил \$10,6 млрд. Вопрос, найдутся ли в рамках КМГ деньги для инвестиций в газопереработку или ему снова придется влезать в долги, пока остается без ответа.

Национальной компании пришлось сильно потрудиться, чтобы за последние два года снизить общую задолженность на \$5,3 млрд, досрочно погасив платежи по еврооблигациям и рефинансируя долларовые займы в тенговые, чтобы снизить нагрузку на дочерние предприятия, не имеющие валютной выручки. Снижение общего долга произошло в том числе и за счет списания займа на общую сумму \$290 млн от партнеров по блоку «Жемчужина», отказавшихся от реализации проекта.

В рамках реализации антикризисной стратегии КМГ объявил, что сократит численность персонала центрального аппарата на 34%, с 729 до 480 человек.

При этом программа капитальных вложений за последние годы сузилась в два раза, и сейчас она составляет примерно \$1,2 млрд в год.

Для повышения финансовой устойчивости и сокращения общих затрат в 2017–2019 годах в КМГ были интегрированы субхолдинги «КазМунайГаз – Переработка и Маркетинг» и «Разведка Добыча «КазМунайГаз».

«Эти меры, конечно, нам помогают сейчас, и можно сказать, что КМГ с финансовой точки зрения сейчас находится в сравнительно лучшем положении, чем в предыдущие периоды падения цен на нефть», – говорит Даурен Карабаев, но с сожалением признает, что в этот раз падение цен на нефть оказалось более глубоким, чем в 2014–2015 годах.



Фото: пресс служба АО НК «КазМунайГаз»

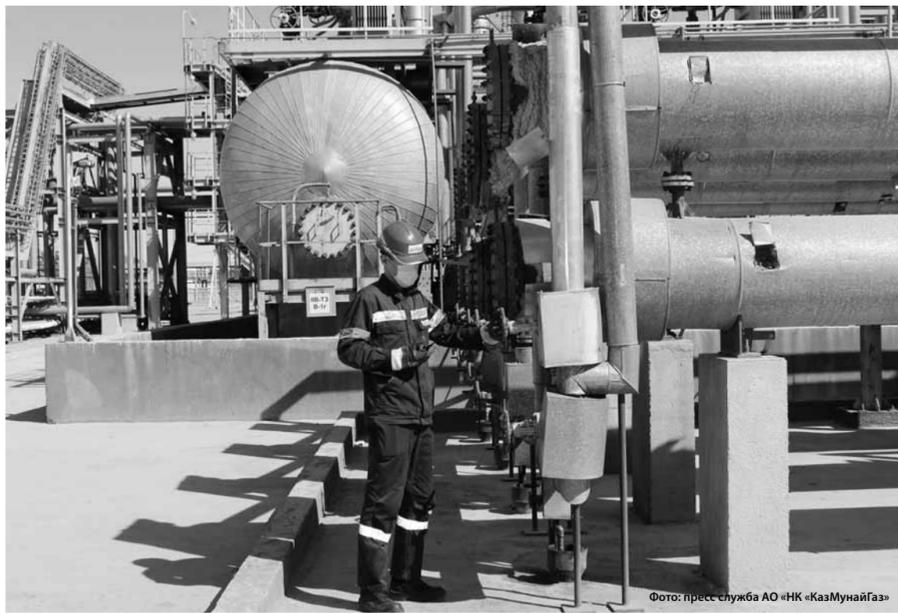


Фото: пресс служба АО НК «КазМунайГаз»

БАНКИ И ФИНАНСЫ

На дивиденды велено не скупиться

Начиная со следующего года размер дивидендов, выплачиваемых госкомпаниями Казахстана, должен составлять не менее 70% от чистой прибыли. Установленная гарантированная доходность может сделать акции публичных нацкомпаний более привлекательными для частных инвесторов.

Александр ВОРОТИЛОВ

Как следует из размещенного на официальном информационном ресурсе премьер-министра РК документа, постановление правительства «О дивидендах на государственные пакеты акций и доходах на государственные доли участия в организациях» было подписано Аскармом Маминим 27 марта. Документ определяет объем выплаты дивидендов казахстанских госкомпаний по итогам 2020 и последующих годов.

В постановлении говорится, что госорганы, владеющие пакетами акций в акционерных обществах и долями участия в ТОО, при проведении годовых общих собраний акционеров (участников) по итогам 2020 и последующих годов должны «принять меры для направления части чистого дохода компании на выплату дивидендов в размере не менее 70% от суммы



Коллаж: Вадим Квятковский

чистого дохода, отраженного в консолидированной годовой финансовой отчетности (в случае отсутствия дочерних организаций – в неконсолидированной отчетности), и их своевременного перечисления».

В случае, если госкомпания нарушит установленную планку и решит направить на дивиденды менее 70% от чистого дохода, этот факт подлежит «обязательному рассмотрению Республиканской бюджетной комиссией», подчеркивается в документе.

Что касается размера дивидендов госструктур за 2019 год, то 23 марта президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев на заседании госкомиссии по обеспечению режима чрезвычайного положения сказал: «Считаю, что нацкомпании должны произвести выплату дивидендов государству за прошлый год в размере до 100% от чистого дохода». Точно такая же формулировка – «до 100% от суммы чистого дохода» – содержится и в вышеупомянутом постановлении правительства.

Среди национальных компаний, которым предложено выплатить дивиденды своим акционерам, четыре являются публичными – «КазТрансОйл», «Казатомпром», KEGOC и «Казхаттелеком».

АО «КазТрансОйл» (КТО) планирует направить на дивиденды за 2019 год всю свою чистую прибыль, которая по итогам прошлого года составила 45,1 млрд тенге. Об этом говорится в бюллетене заочного голосования акционера компании. Общее

собрание акционеров КТО назначено на 27 мая.

По итогам 2018 года КТО также выплатила своим акционерам 100% чистого дохода (более 38,4 млрд тенге) в качестве дивидендов. Основным акционером компании является «КазМунайГаз» (90%), оставшиеся бумаги были проданы частным инвесторам в ходе «Народного IPO» в 2012 году. Кстати, КТО стала первой компанией в Казахстане, которая продала свои акции гражданам страны в ходе «Народного IPO».

АО «Казатомпром» направит на дивиденды за прошлый год 99 млрд тенге. Такое решение было принято 18 мая на общем собрании акционеров компании. Чистая прибыль «Казатомпрома» в 2019 году составила 213,75 млрд тенге. По итогам 2018 года компания выплатила дивиденды в объеме 80 млрд тенге при заработной чистой прибыли в размере 424,7 млрд тенге. Государству через «Самрук-Казыну» принадлежит 81,28% акций «Казатомпрома», остальные 18,72% находятся в свободном обращении. IPO компании состоялось в 2018 году, а в прошлом году она провела вторичное размещение.

По данным аудированной отчетности KEGOC, чистая прибыль предприятия в 2019 году составила 40,75 млрд тенге. В прошлом году компания два раза выплачивала дивиденды. Во-первых, она выплатила акционерам

дивиденды по итогам деятельности за 2018 год в сумме 14 млрд тенге, что составило 87,7% от чистой прибыли компании. Во-вторых, в ноябре прошлого года KEGOC выплатил дивиденды за первое полугодие 2019 года в размере 17,46 млрд тенге. На 90% владельцем компании является ФНБ «Самрук-Казына». Оставшиеся 10% акций принадлежат частным инвесторам, которые приобрели ценные бумаги в ходе «Народного IPO» в 2014 году.

Чистая прибыль группы компаний «Казхаттелеком» по итогам 2019 года составила 60,3 млрд тенге. В прошлом году «Казхаттелеком» заплатил дивиденды в сумме 8,6 млрд тенге при чистой прибыли за 2018 год в размере 42,8 млрд тенге (20,09% от прибыли). Акционерами компании являются: «Самрук-Казына» – 45,9%, Skyline Investment Company S.A. (Люксембург) – 22,01%, The Bank of New York Mellon DRS (номинальный держатель) – 8,62%.

Профессиональные участники фондового рынка в комментариях «Курсиву» сошлись во мнении, что увеличение доходности публичных госкомпаний сделает их акции привлекательными; дальнейший эффект положительно мультиплицируется на финансовых показателях институциональных инвесторов этих ценных бумаг – ЕНПФ, банков, страховых компаний, а также физлиц и иностранных инвесторов.

Экосистемы для МСБ: кто из банков креативнее

По мнению финансовых экспертов, разработка экосистем и суперпапов – приложений, которые объединяют сервисы от заказа еды до инвестиций в облигации, станет доминирующей тенденцией в развитии банковского сектора на ближайшие годы. Для универсальных банков эффективность таких проектов будет зависеть в том числе от ориентации их экосистем не только на физлиц, но и на бизнес-клиентов. «Курсив» разобрался, какие дополнительные цифровые услуги для МСБ предлагают сегодня казахстанские банки.

Ирина ЛЕДОВСКИХ

В Казахстане не так много компаний, которые показывают стабильный рост, поэтому отечественным банкирам все сложнее конкурировать за бизнес-клиентов. Большинство банков предлагают на рынке схожие продукты, одинаковые тарифы, и все БВУ работают по одним и тем же государственным программам. Но часть кредитных организаций в борьбе за клиента переходит в цифровое пространство, разрабатывая собственные экосистемы – финансовые и нефинансовые услуги для МСБ.

«Сильная конкуренция приводит к тому, что просто создать отличный цифровой сервис недостаточно. Сегодня к нему надо иметь собственную дистрибуцию, которая обычно очень дорого обходится, и другую дополнительную инфраструктуру. Поэтому в сложившихся условиях может возникнуть хорошая коллаборация финтех-компаний и банков», – говорит Дамир Какиев, управляющий директор по малому (массовому) бизнесу ДБ «Альфа-Банк».

Еще не поздно

Отечественные банки строят экосистемы нескольких направлений: Open Banking и Marketplace, а также предлагают бизнесу спектр нефинансовых услуг. Дальше всех в сфере «банк-магазин» продвинулся Kaspi, впервые презентовавший свою торговую площадку еще в 2014-м. Большая часть казахстанских БВУ начала активно

развивать дополнительные электронные сервисы лишь в 2019-м. «Банковские экосистемы находятся на разных стадиях развития, – констатирует финансовый аналитик Сергей Польшгалов. – Одни банки активно разрабатывают и внедряют разные продукты для клиентов, другие ограничиваются использованием широко распространенных вариантов».

«Открытый банк» строится на технологиях Open API, то есть на общедоступном наборе программных инструментов, которые обеспечивают взаимодействие между приложениями банка. Благодаря открытым интерфейсам разработчики сторонних компаний могут получить доступ к функционалу и контенту БВУ и использовать его, например, для частичной интеграции или создания собственных приложений. По словам директора центра по развитию финансовых технологий и инноваций Ассоциации финансистов Казахстана Константина Пака, в этом направлении успешно двигаются несколько банков: «Forte и Kaspi работают в направлении Marketplace. Есть признаки того, что и Halyk начал развивать эту систему. Но, например, Альфа-Банк выбрал другую стратегию развития».

Эксперт считает, что диджитализация банковских сервисов может привести к росту выручки за счет расширения каналов продаж и новых вариантов монетизации. «Для создания экосистем нужны большая клиентская база и серьезные финансы. Из-за текущей ситуации в экономике, возможно, некоторые финансовые организации снизят инвестиции в такие проекты. Но все будет зависеть от спроса на эти продукты», – говорит Пак.

Будущее именно за дополнительными функциями БВУ, убежден Польшгалов. «Те банки, которые будут активно развивать и применять информационные технологии, будут иметь большой спрос на свои услуги, – считает он. – Отчасти это видно уже сегодня, в условиях карантина. Те банки, которые смогли предоставить клиентам возможность дистанционного обслуживания, на мой взгляд, менее пострадали от ограничений».

Чем богаты

Обзор существующих экосистем банков, предназначенных для бизнес-клиентов, логично начать с крупнейшего игрока. В 2018 году, после интеграции

Халыка с Казкомом, количество клиентов объединенной организации составило 300 тыс., и половина из них уже тогда были постоянными пользователями системы интернет-банкинга для юридических лиц – Onlinebank. «Развитие экосистемы мы начали с внедрения полезных сервисов для массового сегмента МСБ, таких как выставление счетов на оплату в Onlinebank, отправка платежей и переводов внутри банка в режиме 24/7, в том числе на карты физических лиц, зачисление заработной платы», – рассказывает директор департамента транзакционного бизнеса Halyk Bank Гульсум Душатова.

Halyk первым в Казахстане внедрил сервис проверки компаний при отправке платежа. Банк бесплатно дает возможность получить отчет о благонадежности партнера. «Мы предоставляем информацию клиентам из 30 открытых источников. В апреле мы внедрили такой сервис по компаниям из России, это позволило нашим клиентам проверить и обезопасить свои сделки», – говорит Душатова.

У большинства предпринимателей нет своей службы безопасности для проверки сотрудников на благонадежность, поэтому Халык внедрил сервис «HR-помощник», где также бесплатно можно узнать информацию о кандидате из 30 открытых источников. Еще один бесплатный сервис от структуры – это «Обухгалтер». Более 50% компаний сектора МСБ используют упрощенную декларацию (форма ФНО 910). Банк интегрирует сдачу документов с личным кабинетом налогоплательщика. «Клиенту всего лишь нужно заполнить данные по оборотам, при этом система сама посчитает суммы налоговых и социальных отчислений и отправит декларацию», – сообщила Душатова.

Местные игроки

Банк ЦентКредит выстраивает экосистему для МСБ и ИП вокруг собственного интернет-банкинга и мобильного приложения для бизнес-клиентов StarBusiness. «Мы единственные из первой десятки банков, кто предлагает бесплатное подключение к интернет- и мобильному банкингу для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. У некоторых банков при бесплатном подключении требуется приобретение ключа либо платная регистрация», – рассказали в пресс-службе БЦК.



Фото: Shutterstock/Garfieldbigbern

Клиентам банка доступны внутрибанковские переводы в режиме 24/7, внешние переводы и платежи, онлайн-сопровождение валютных контрактов, онлайн-открытие депозитов, выпуск тендерных гарантий. Одна из фишек БЦК – платформа по конвертации валют по биржевому курсу, которая рассчитана на все юридические лица и ИП.

StarBusiness позволяет получить полный контроль над движением средств организации и ее филиалов, оформлять выпуск карт, оплачивать любые счета и многое другое. Также БЦК запустил открытую финансовую платформу, которая позволяет потенциальным партнерам без длительных подготовительных процедур интегрироваться с банком и создавать инновационные сервисы для общих клиентов. Данная опция будет интересна компаниям – обладателям собственных приложений, уточнили в БЦК.

Евразийский банк для повышения спроса на онлайн-услуги снизил тарифы на цифровое обслуживание, сообщила пресс-служба банка. «Банк ведет работу по вводу в действие экосистемы: возможность работы в одном окне для бухгалтеров, использующих «1С-Бухгалтерию», получение ЭЦП через банковские программы, использование сервисов egov», – рассказали в пресс-службе Евразийского.

Российские «дочки»

В Альфа-Банке говорят, что намерены занять доминиру-

ющее положение в секторе малого и среднего бизнеса, предоставив предпринимателям возможность моментально получать банковские услуги по принципу одного окна. Приоритет банка – перевести все услуги из отделений в цифровые каналы. «Клиенты малого бизнеса в Альфе уже совершают 99% платежей в интернет-банке и мобильном приложении. На следующем этапе мы начнем предоставлять клиентам небанковские сервисы. Главное для нас – решить конкретные проблемы клиента с помощью удобного дистанционного обслуживания», – рассказал Дамир Какиев.

Продукты банка для МСБ платные, но предприниматель может серьезно сэкономить, если оплатит услуги банка за год. «За время карантина и ЧП мы сумели привлечь новых клиентов при помощи онлайн-открытия счетов за 10 минут. Альфа-Банк первым в стране начал открывать счета без выезда курьера для индивидуальных предпринимателей и ТОО», – сообщил Какиев.

Дочерний ВТБ находится в самом начале пути по созданию собственной экосистемы. Стоимость продуктов здесь еще не рассчитывали, но в банке говорят, что клиентам будет доступен выбор: осуществить покупку в рамках пакетного предложения по принципу «все включено» либо приобретать отдельные опции. «Мы разрабатываем сервис онлайн-бухгалтерии, который позволяет в автоматическом

режиме формировать упрощенную бухгалтерскую и налоговую отчетность и фактически заменяет некрупному бизнесу услуги бухгалтера. Также пакетное предложение будет включать опцию «Автоматический склад» для автоматизированного учета прихода и расхода товаров на складе», – сообщил член правления Банка ВТБ (Казахстан) Игорь Ли, курирующий в банке работу с МСБ.

Экосистема российского материнского Сбербанка громадна – она включает и поиск офисных помещений, и решения для бизнеса в области распознавания лиц, и образовательные платформы. Его казахстанская «дочка» начала продвигать экосистему только в прошлом году с продажи продуктов для бухгалтеров от компании Sber Solutions. С начала этого года банк предложил МСБ такие опции, как личный юрист и HR-сервисы. «Последний рассчитывает заработную плату сотрудников, может заниматься подбором персонала и кадровым администрированием», – рассказала пресс-служба Сбербанка. Во II квартале банк намерен реализовать несколько опций (организация удаленного рабочего места, экспресс-аудит бухгалтерии) и услуги сопровождения (процедура банкротства, слияния и поглощения). «Кроме того, для кафе и ресторанов мы планируем предложить программу лояльности SberFood с сервисами бронирования столиков, предзаказа и доставки еды», – сообщили в Сбербанке.

Как ФРС стимулирует экономику в условиях кризиса

Американский регулятор впервые в истории начал скупать корпоративные долговые ETF

Федеральная резервная система США спустя полтора месяца после анонса приступила к покупке фондов корпоративных облигаций, торгуемых на бирже (ETF). «Курсив» расспросил экспертов, какие цели преследует регулятор.

Айгуль ИБРАЕВА

Об официальном запуске программы Федрезерв объявил 11 мая. Регулятор сообщил, что будет скупать биржевые ETF, которые вкладывают как в инвестиционные бумаги, так и в высокодоходные долги и следуют за динамикой рынка корпоративных облигаций.

ETF (Exchange Traded Fund) – это индексный фонд, акции которого обращаются на бирже. В отличие от индексного ПИФа, с акциями ETF можно производить все операции, которые доступны для обыкновенных акций в биржевой торговле.

Игра на опережение

В связи с пандемией бизнес-активность в США резко пошла на спад, объясняет управляющий директор компании «Сентрас Капитал» **Талгат Камаров**. Большинство компаний лишились выручки в прежних объемах. При этом многие из них закредитованы и обременены текущими обязательствами по уже выпущенным облигациям. В свою очередь инвесторы, в страхе перед массовым банкротством корпоративных эмитентов, вынуждены продавать не только сами облигации, но и ETF-фонды, в корзину которых также входят облигации. Видя надвигающуюся угрозу обвала рынков, ФРС решила действовать превентивно, выделив средства на скупку ETF, рассуждает Камаров.

«Данная мера является беспрецедентной для фондового рынка США – еще одной мерой для стабилизации рынка в разгар кризиса, вызванного пандемией коронавируса. Вместе эти меры позволят и далее продолжить смягчение денежно-кредитной политики и смягчить негативные эффекты рецессии в экономике», – говорит директор департамента казначейства АО «Фридом Финанс» **Асхат Ержанов**. По его мнению, Фрезерв рассчитывает, что покупка на свой баланс ETF наряду с облигациями позволит быстро влить необходимую ликвидность.

Непростое время требует непростых решений, и на данном этапе американский регулятор, в отличие от кризиса 2008 года, действует намного оперативнее, считает аналитик ГК «ФИНАМ» **Сергей Дроздов**. «Хотя столь агрессивные действия ФРС по поддержке рынков уже напоминают беспроигрышную лотерею и все больше расхолаживают загоравшихся инвесторов, покупка биржевых фондов обеспечит относительную стабильность и необходимую ликвидность на рынке облигаций и ETF», – отмечает он. Покупка ETF частично снизит риски корпоративных дефолтов, но она не поможет компаниям в полной мере справиться с последствиями карантина, говорит Дроздов, так как для смягчения удара от последствий COVID-19 нужны ряд фискальных послаблений и прямая финансовая помощь.

ФРС на данный момент предпринимает правильные шаги, причем действует немного с опережением, рассуждает аналитик «Фридом Финанс» **Тамерлан Абсаламов**. Рынок корпоративных облигаций достаточно большой – около \$9 трлн, что позволяет назвать его too big to fail, и ФРС не может допустить, чтобы на этом рынке возникли серьезные сбои и проблемы. Рынок ETF на конец прошлого года оценивался в \$4,4 трлн, из которых \$814 млрд были вложены в облигации, приводит данные Абсаламов. По его информации, в последнее время наблюдались значительный отток средств из различных отраслевых

ETF, в том числе облигационных, что в свою очередь создало дисбаланс на этом рынке.

Если в 2008 году в зоне риска находились отдельные компании, чаще из финансового сектора, то в текущих реалиях в опасности оказались многие сектора, в том числе рынок корпоративных облигаций, говорит эксперт. И чтобы предотвратить развитие каких-либо проблем, связанных с нехваткой ликвидности, ФРС заблаговременно начинает процесс количественного смягчения.

Это делается для того, чтобы у продавцов всегда был покупатель. К тому же инвесторы не привыкли рассматривать такую огромную волну дефолтов и банкротств, когда компании – от операторов круизных судов до операторов нефтепроводов – сталкиваются с почти нулевым потоком денежных средств. Соответственно, эти меры должны дать инвесторам уверенность, что ФРС поддержит рынок облигаций, в том числе если возникнут какие-либо непредвиденные риски. «Проще всего влить ликвидность на рынок облигаций как раз через ETF, для чего, собственно, эти фонды и были созданы. Более того, структура различных облигационных ETF включает в себя и менее ликвидные корпоративные облигации,

КРУПНЕЙШИЕ ETF НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ США

НАЗВАНИЕ	ТИКЕР	ЦЕНА	ОБЪЕМ, МЛН
SPDR S&P 500	SPY	\$282,27	\$84,78
FINANCIAL SELECT SECTOR SPDR	XLF	\$21,02	\$71,93
DIREXION DAILY S&P 500 BEAR 3X SHARES	SPXS	\$10,95	\$60,83
PROSHARES ULTRAPRO SHORT S&P500	SPXU	\$16,56	\$47,57
ISHARES RUSSELL 2000	IWM	\$121,57	\$41,55
ISHARES MSCI EMERGING MARKETS	EEM	\$36,19	\$36,20
ISHARES MSCI BRAZIL CAPPED	EWZ	\$21,87	\$31,07
DIREXION DAILY SMALL CAP BULL 3X SHARES	TNA	\$17,88	\$30,98
ISHARES MSCI EAFE	EFA	\$54,79	\$26,76
ISHARES SILVER	SLV	\$14,75	\$26,08

По состоянию на 15 мая 2020 г.
Источник: Investing.com

Инфографика: Виктория Ким для «Курсива»

инвестиционной компании BCC Invest **Владислав Туркин**:

1. Осуществляя выкуп инструментов ETF, регулятор сглаживает расхождения между ценами на ETF и ценами на базовые активы, составляющие данный ETF, препятствуя системным «провалам» данного рынка.

2. Регулятор не дает повода управляющим фондами ETF

большей выборки долговых инструментов, чем при избирательном выкупе с рынка. Результатом этого выступит последующее удешевление вновь привлекаемого фондирования для компаний, испытывающих временные финансовые трудности из-за спада экономики США. Данный механизм обеспечивает рынок ETF ликвидностью, сохраняя его

в облигации с инвестиционным рейтингом, выросли в цене, тогда как фонды с фокусом на спекулятивные облигации торговались разнонаправленно, поскольку изначально ФРС сделала акцент на высокорейтинговых бумагах, отмечает Асхат Ержанов. Дальнейшее влияние на рынки будет определяться темпами и масштабом реальных

лытора. В то же время BlackRock сама является крупнейшим эмитентом ETF, и некоторые эксперты отмечают, что компания может иметь косвенный доход от управления активами системы. Под управлением BlackRock находятся фонды объемом \$1,8 трлн. Гигант контролирует около 50% рынка ETF с фиксированным доходом.

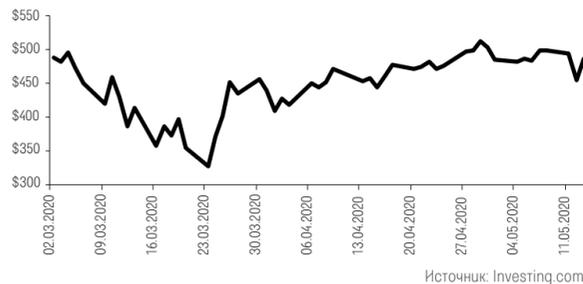
Несмотря на допуск высокорисковых долгов к программе, одним из ключевых условий приобретения ETF является то, что ФРС не будет покупать облигации, которые торгуются более чем с одним стандартным отклонением от чистой стоимости активов в течение одного года. Большинство таких продуктов принадлежит компаниям BlackRock и Vanguard.

Тем временем американские индексы продолжают расти на фоне поддержки от Фрезерва. За прошлую неделю основные индексы показали прирост почти на 4%. По отношению к минимуму, достигнутому 23 марта, индекс S&P вырос на 35%.

Во время мирового финансового кризиса 2008 года объемные покупки регулятора на рынке поддерживали котировки индексов довольно длительное время. Но как только ФРС перестала активно вливать ликвидность, индексы начали падать – вплоть



ДИНАМИКА АКЦИЙ BLACKROCK (BLK)



ДИНАМИКА ИНДЕКСА S&P 500



которые не особенно пользуются спросом у инвесторов. Говоря простыми словами, покупая одну акцию облигационного ETF, регулятор будет воздействовать на 100 различных пулов облигаций», – разъяснил Абсаламов.

Как это работает

О своем намерении начать скупку ETF американский регулятор сообщил в конце марта. Тогда Фрезерв анонсировал целый пакет масштабных мер по поддержке экономики страны. Среди прочих шагов ФРС заявила, что будет покупать ETF и корпоративные долги непосредственно на вторичном рынке, что должно ускорить фондирование кредитных рынков. Тогда же был анонсирован отдельный корпоративный кредитный механизм для первичного рынка. Он заключается в покупке долгов непосредственно у эмитентов и должен быть запущен «в ближайшем будущем».

Для недопущения дальнейшего развития негатива на рынке ETF Фрезерв будет выступать стороной спроса и таким образом обеспечит рынок дополнительной ликвидностью. Как работает этот механизм, рассказал начальник управления аналитики

распродавать базовые активы, сдерживая излишнее негативное давление на рынок долговых инструментов.

3. Регулятор частично принимает на себя риски вероятных дефолтов по базовым инструментам ETF, защищая как управляющие компании, так и инвесторов, препятствуя возникновению системного кризиса и цепной реакции банкротств.

4. При сокращении распродаж и восстановлении спроса на ETF высокодоходного корпоративного долга возникнет взаимная синергия с дополнительным спросом со стороны ФРС, что будет побуждать управляющих фондами осуществлять дополнительный выпуск акций ETF, при этом приобретая все больше долговых инструментов на рынке (базовый актив ETF). Данный механизм будет приводить к сокращению премии за риск долговых инструментов инвестиционного и спекулятивного класса, а также спреда по отношению к государственным облигациям.

Таким образом, продолжает Туркин, используя выкуп ETF в качестве нестандартного механизма монетарной политики, ФРС может оказать влияние на ставки доходности значительно

эффективность и относительную стабильность.

К чрезмерному росту самих ETF, по мнению Туркина, данный механизм напрямую не приводит. Выступление ФРС в качестве гаранта спроса будет приводить к дополнительной (в первую очередь эмоциональной) поддержке рынка корпоративного долга с инвестиционным и спекулятивным рейтингами от более резких сжатий или колебаний. Косвенное воздействие на рост цен ETF возможно только при выполнении следующего условия: возврат стабильного спроса на ETF при сохранении регулятором объемов выкупа ETF. В результате для удовлетворения спроса управляющие фондами будут приобретать дополнительные выпуски облигаций, что отразится на росте цен на облигации, снижении доходности и соответствующем росте ETF.

Индексы растут

Изначально на такие меры по поддержке рынка регулятор выделил \$200 млрд, однако в апреле ФРС расширила диапазон облигаций, включив в него бумаги с более низким кредитным рейтингом (так называемые «мусорные» ETF) и увеличив объем потенциальных активов до \$750 млрд. Вливая сотни миллиардов долларов в облигации, Фрезерв, по сути, освобождает капитал, которому вообще некуда будет идти, кроме как на фондовый рынок.

Для осуществления программы регулятором были созданы фонды PMCCF и SMCCF, которые будут скупать корпоративные облигации и ETF на первичном и вторичном рынке соответственно. SMCCF начал покупки биржевых фондов 12 мая.

После объявления этой новости крупнейшие фонды, инвести-

покупки регулятора, говорит эксперт.

Под непосредственное влияние программы попадают такие ETF, как BIV (Vanguard Intermediate-Term Bond Index Fund ETF Shares), LQD (iShares iBoxx \$ Investment Grade Corporate Bond ETF) и TLT (iShares 20+ Year Treasury Bond ETF). В портфелях фондов под управлением АО «Фридом Финанс» уже имеются ETF LQD.

К управлению программами привлекли крупнейшую в мире инвестиционную компанию BlackRock, активы которой оцениваются в \$6,5 трлн. Управляющая компания должна следовать инвестиционным рекомендациям, установленным ФРС. Согласно уставке регулятора, она не может отдавать предпочтение или «дискриминировать» какой-либо конкретный сектор или регион страны.

Котировки акций BlackRock заметно возросли следом за решением ФРС. С 25 по 26 марта, то есть сразу после назначения регулятором управляющей компании, акции BlackRock подорожали на \$50, до \$451,9 за бумагу.

Управляющая компания заявила, что не будет взимать комиссию за покупку бумаг для регу-

до марта 2009 года. В последующие кризисы Фрезерв также прибегал к программам количественного смягчения. Сегодня весь рынок держится на вере инвесторов, что у регулятора получится вернуть экономику к прежним показателям.

А ее текущие показатели таковы, что, например, дефицит бюджета США в апреле увеличился на рекордные \$738 млрд. По данным Минфина США, бюджетные расходы за отчетный месяц составили \$980 млрд – внушительная сумма ушла на меры, связанные с борьбой с пандемией. В то же время налоговые поступления составили \$242 млрд, что на 55% меньше, чем в апреле 2019-го.

В итоге стремительный рост расходов и падение доходов казны привели к росту дефицита за первые семь месяцев 2020 финансового года до \$1,48 трлн. Для сравнения: за аналогичный период прошлого года дефицит бюджета США составил \$531 млрд. В целом на 2020 год экономисты прогнозируют дефицит в размере \$3,2 трлн. Причем указанная цифра может возрасти, если правительство инициирует дополнительные стимулы и налоговые отсрочки.

8

«КУРСИВ», №13 (837), 21 мая 2020 г.

ИНДУСТРИЯ

Фото: Олег Сивак. Коллаж: Вадим Квятковский

Как пандемия повлияла на частный авиатрафик в Казахстане

Рынок чартерной и деловой авиации в Казахстане в период пандемии просел, но эксперты прочат ему более быстрое восстановление, чем регулярному авиасообщению.

Полина ВИКТОРОВА

Изменения на казахстанском рынке частных самолетов стали заметны в начале весны. «В марте мы ощутили значительное снижение перевозок. Обычно в этот период клиенты летают на отдых и в деловые поездки. В марте большая часть рейсов была отменена, так как почти все бизнес-мероприятия были перенесены в связи с распространением коронавируса», — сообщил «Курсиву» директор Air Charter Service в Казахстане Евгений Галкин. Air Charter Service — крупный игрок мирового рынка чартерной авиации, основные направления деятельности компании — это бизнес-авиация, групповые пассажирские и грузовые авиаперевозки. В то же время, отмечают в компании, именно на март — на те дни, когда был объявлен режим чрезвычайного положения, — пришлось рост заказов на перелеты, поскольку многие постоянные клиенты бизнес-джетов эвакуировали себя и свои семьи частными рейсами в Казахстан из-за границы.

Период оживления оказался коротким: в апреле, когда в республике действовал режим ЧП, все чартерные рейсы внутри РК были запрещены, рассказывают в казахстанском представитель-

стве Air Charter Service. Исключения составляли перевозки пациентов в критическом состоянии и пассажиров, у которых была государственная аккредитация (например, представителей строительных компаний, возводящих стратегические объекты).

Возможность путешествовать частными самолетами за границу сохранилась, но только у иностранных граждан, которые имеют право улететь из Казахстана в другую страну. Другими словами, пока возможно выполнение исключительно репатриационных рейсов. Та же Air Charter Service в Казахстане организовывала, например, эвакуацию граждан Узбекистана и США. Эвакуация граждан Казахстана из-за границы частными рейсами также возможна, но представители отрасли отмечают, что репатриационные рейсы требуют индивидуального согласования с государственными органами по противодействию COVID-19 и организуются крайне сложно.

Набор мер предосторожности на частном авиарейсе в период пандемии, рассказывает Евгений Галкин, выглядит так: «Стало нормой спрашивать у пассажиров актуальный тест на коронавирус, пассажиры в свою очередь спрашивают отрицательный тест на COVID у всех членов экипажа. После каждого рейса происходит обязательная обработка салона самолета, специальными средствами обрабатываются все поверхности кресел и панелей».

На официальном сайте одного из участников казахстанского рынка частных авиаперевозок, компании Astana Business

Aviation, представлен перечень направлений, популярных у их клиентов, и расценки на такие перелеты. Перелет на Мальдивы и обратно обойдется в сумму от \$85 тыс., а путешествие из Нур-Султана в Москву с возвращением — от \$33 тыс. В Air Charter Service, комментируя вопрос о стоимости чартерных перевозок в период пандемии, отметили, что цены заметно снизились, так спрос на услуги авиакомпаний сократился: «Мы видим значительную конкуренцию среди авиаперевозчиков. В среднем тарифы авиакомпаний снизились на 15–20%».

Авиаперевозчик, который работает на рынке чартерной и деловой авиации уже 30 лет, рассчитывает, что летом и осенью 2020 года пассажиры будут чаще выбирать чартерные рейсы и таким образом компании удастся восполнить снижение перелетов, которое наблюдалось в апреле и мае текущего года. Евгений Галкин прогнозирует: «Мы полагаем, что часть пассажиров сократит свои расходы и снизит частоту полетов на бизнес-джетах. К сожалению, еще часть клиентов перестанет заказывать частные самолеты. Но при этом появятся люди, которые раньше не рассматривали для себя перелеты на бизнес-джетах, но у них были на это деньги, а сейчас крайне актуальным становится вопрос заботы о здоровье. Очевидно, люди будут опасаться летать вместе с 150 пассажирами в замкнутом пространстве, так как в этом случае риск заражения COVID-19 значительно выше. За последние два месяца у нас были заявки

от клиентов, которые впервые заказали частный борт в связи с вынужденными обстоятельствами в отсутствие регулярных рейсов».

Пожокие выводы на основании опроса своих клиентов делает Private Jet Card Comparisons — своего рода гид по предложениям от компаний, специализирующихся на частных авиаперевозках. Если до пандемии коронавируса 46% респондентов ожидали, что увеличат количество летных часов, которые они проведут в бизнес-джетах, то после пандемии их число сократилось. Но 33% респондентов по-прежнему планируют чаще летать на частных самолетах в 2020-м, чем годом ранее. Для еще трети постоянных клиентов частной авиации объем потребления таких услуг останется на прежнем уровне. 37% продолжают пользоваться услугами чартерной и деловой авиации, но реже, и только 3% заявили, что откажутся от такого способа передвижения.

И даже спад в бизнесе не станет поводом для отказа от частных авиаперелетов, показывают ответы участников исследования Private Jet Card Comparisons на вопрос «Что, скорее всего, повлияет на ваши частные поездки в течение следующих шести месяцев?». 77% выбрали вариант «снижение потенциального воздействия коронавируса», который означает как раз использование бизнес-джетов. И только 22% поставили в приоритет «опасения по поводу личных активов или продаж компании и ее прибыли по сравнению со стоимостью полета в частном порядке».

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Цена аренды частного самолета от

Направление	Цена аренды частного самолета от
НУР-СУЛТАН – АЛМАТЫ	\$6 000
НУР-СУЛТАН – АТЫРАУ	\$21 000
НУР-СУЛТАН – МОСКВА – НУР-СУЛТАН	\$33 000
НУР-СУЛТАН – СТАМБУЛ	\$33 000
НУР-СУЛТАН – ЖЕНЕВА	\$40 000
АЛМАТЫ – ДУБАЙ	\$30 000
АЛМАТЫ – ЛОНДОН	\$45 000
АЛМАТЫ – НИЦЦА	\$45 000
АЛМАТЫ – МАЛЕ – АЛМАТЫ	\$85 000
НИЦЦА – ЛОНДОН	\$10 000
ВЕНА – ЛОНДОН	\$11 000
ШЫМКЕНТ – НУР-СУЛТАН	\$13 600

Источник: Astana Business Aviation
Инфографика: Виктория Ким для «Курсива»

Читайте КУРСИВ в Telegram

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

Тишина в офисе

Как казахстанские бизнес-центры переживают карантин

> стр. 1

«Очень приятно, что нам пошли навстречу в такое непростое время. В офис наши преподаватели приходили часто – дистанционно вели уроки. Перейти на онлайн-обучение согласились далеко не все. В период карантина мы платили только за коммунальные услуги. Арендные каникулы позволили сохранить нам штат и остаться на плаву», – говорит руководитель школы английского языка Forward School **Ирина Кузнецова**.

«Мы арендуем помещение с конца прошлого года. Четыре месяца поработали и пришлось закрыться, отправить сотрудников в неоплачиваемый отпуск. Наша сфера сильно пострадала, и я благодарен, что нам пошли навстречу – мы платили только обязательные платежи, связанные с обслуживанием. Этот и половина следующего года будут непростыми, прогнозировать что-то тяжело. Всем сейчас нужно выживать. Дальновидно и правильно идти друг другу навстречу. Всегда можно найти решение, чтобы прибыль, хоть и небольшую, получили обе стороны», – делится владельцем и директором паба The Friendly's **Алибек Конторбаев**.

Скидку из-за эпидемии, рассказывают управляющие БЦ, просили даже представители премиального пула арендаторов – посольства Евросоюза, нефтяные, фармацевтические, финансовые компании. И практически все эту скидку получили.

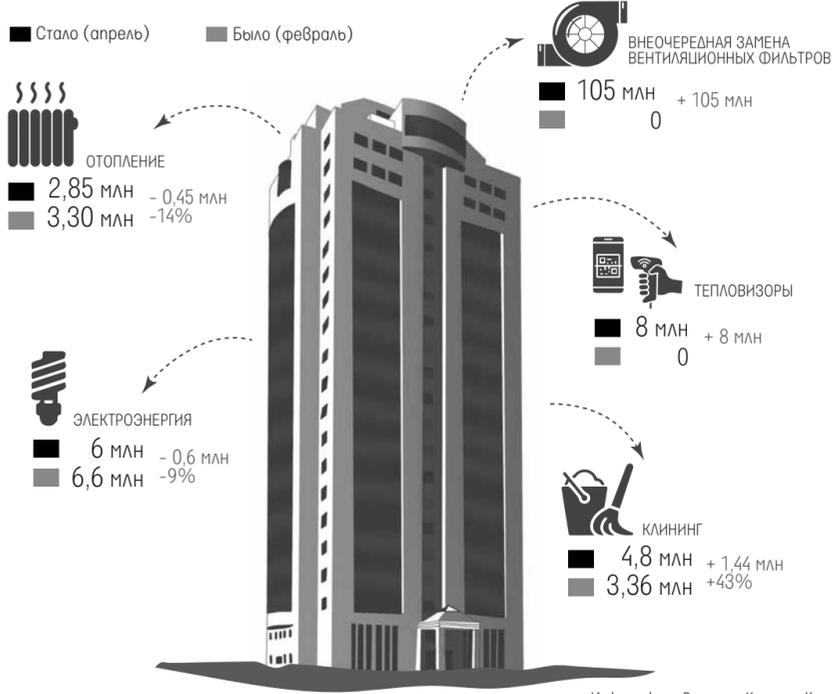
Расходы дают

Вне зависимости, есть арендаторы или нет, в здании необходимо обеспечивать работу теплового и водомерного узлов, трансформаторной подстанции, приточно-вытяжной вентиляции, вовремя проводить плановые работы. А значит, практически весь инженерный персонал должен продолжать работать.

Затраты на коммунальные услуги, несмотря на очень малое количество офисных сотрудников, появившихся на своих рабочих местах, остались на высоком уровне. В среднем это более 17 млн тенге на один бизнес-центр. Платежи за электроэнергию в период карантина не снизились и наполовину, поскольку серверное оборудование, автоматика инженерных систем, лифты продолжали работать. За воду и

КАК ИЗМЕНИЛИСЬ РАСХОДЫ БИЗНЕС-ЦЕНТРОВ В КАРАНТИН, В ТЕНГЕ

* В РАСЧЕТЕ НА ЗДАНИЕ ПЛОЩАДЬЮ 20 ТЫС. КВ. М.



Инфографика: Виктория Ким для «Курсива»



Фото: Shutterstock/zhu dleeg

отопление оплата уменьшилась в среднем на 22%. А в отдельных бизнес-центрах сокращение затрат на коммунальные услуги было еще меньше, сообщает Qaz Property.

Затраты на клининг в апреле, наоборот, возросли на 43% по сравнению с предыдущими месяцами. Во время карантина уборку общественных зон проводили каждый час; поверхности, к которым при-

касаются клиенты, протирали каждые 30 минут. При этом стоимость моющих средств увеличилась почти в два раза – с 9,6 до 17,8 тенге на кв. м, потребовалось привлечь дополнительных сотрудников и технику. «Основной прирост стоимости произошел из-за жидкого мыла. Во-первых, расход мыла увеличился в два раза, так как люди стали чаще мыть руки. Во-вторых,

жидкое мыло стали требовать антибактериальное, которое по цене превосходит обычное. Для протирания поверхностей – поручней, дверных ручек – потребовалось дополнительно выделить двух сотрудников, которые работали посменно. Для обработки стойки ресепшн, банкоматов использовали парогенератор», – говорит финансовый директор клининговой компании ТОО

«Чистопром» **Александр Разинков**. Плюс появились и обязательные расходы, которых раньше в бюджете просто не было, – санитайзеры, маски и перчатки для сотрудников клининговых компаний.

Для улучшения воздухообмена, по опыту Китая и Европы, в большинстве бизнес-центров переоборудовали инженерные системы и провели внеплановую замену воздушных фильтров. Бизнес-центру площадью 20 тыс. кв. м модернизация оборудования и замена фильтров обошлись в 105 млн тенге.

На входах в бизнес-центры устанавливают потолочные тепловизоры с высокой пропускной способностью для измерения температуры посетителей – с помощью этих приборов даже в потоке входящих можно точно вычислить, у кого из них температура превышает норму. Но установка такого оборудования – это еще восемь миллионов тенге. Там, где нет потолочных тепловизоров, температуру измеряют ручными приборами. Комплект двух ручных тепловизоров с монитором в среднем обходится в 4,5 млн тенге.

В результате, по данным Qaz Property, участники рынка коммерческой недвижимости за 1,5 месяца карантина понесли убытки около 28 млрд тенге. «Все владельцы и управляющие БЦ закрывали или имеют частные обязательства перед инвесторами. Есть обязательства перед подрядчиками, сотрудниками. А кассовый поток прекратился в марте и до сих пор не восстановился – очень малые суммы поступают. Ожидаем, что в кассовом разрыве будем находиться минимум ближайшие три месяца. Доходы фиксируем маленькие, а расходная часть осталась – коммунальные расходы, нагрузка по кредиту, заработные платы, налоги. Работаем в минус, кошим убытки. Кроме того, на фоне убыточной деятельности закупает термометры, больше химии для клининга, переоборудуем инженерии. Возникает дефолтная ситуация», – рассказывает председатель ассоциации Qaz Property **Кайрат Кокенов**.

«Наши собеседники из профильных министерств предлагали добавить нашу отрасль в следующем чтении, в частности отменить налоги и сборы с фонда заработной платы и установить нулевую ставку налога на имущество до 01.10.2020 г. Но до сих пор этого не сделали. На сегодняшний день большинство арендодателей не в состоянии предоставлять льготы по аренде за свой счет, так как существует огромная нагрузка по фонду оплаты труда наших собственных сотрудников, налогам, банковским и инвестиционным займам», – говорит генеральный директор AP Property Management (компания управляет объектами коммерческой недвижимости) **Алишер Кожасбаев**.

Шаткое положение

Пытаясь вернуть устойчивость бизнесу, представители бизнес-центров через ассоциацию Qaz Property обратились за поддержкой к государству. Просили добавить сектор коммерческой недвижимости в перечень отраслей, пострадавших от коронавируса. Налоговые льготы позволяют владельцам и управляющим бизнес-центрами продлить льготный период аренды для арендаторов.

«Изменить ситуацию можно через объединение и сотрудничество. Объединения активных игроков позволяют эффективно решать общие вопросы. Так, например, ассоциация QazProperty, созданная в 2014 году в рамках форума CREW, оперативно смогла собрать в период карантина информацию по рынку, необходимую для принятия правительством антикризисных мер.

Вместе с участниками рынка мы готовы обучать и поддерживать квалификацию специалистов через общение с экспертами-практиками, работающими в международных консалтинговых компаниях, профессорами международных институтов. Нетворкинг внутри группы, разбор живых кейсов дают бизнесменам реальный эффект. Раньше такое обучение было возможно в аудитории, а сейчас будет проводиться онлайн.

Чтобы решить проблемы отрасли, надо более открыто говорить о них на форумах, обмениваться информацией. Только объединившись, мы сможем сделать рынок более цивилизованным – открытым, прозрачным и с понятными регламентами.

Рынок коммерческой недвижимости нужно сделать более открытым



Алия СЕРИКПАЕВА, организатор форума по коммерческой недвижимости в Центральной Азии и Казахстане CREW

В то время как мир стремится к открытости и прозрачности, владельцы и управляющие торговых и бизнес-центров в Центрально-Азиатском регионе неохотно говорят о своих объектах. Большинство участников рынка коммерческой недвижимости избегают обсуждать острые вопросы. Топ-менеджеры практически не говорят о взаимодействиях с государством. Да и государство в диалог с бизнесом вступает крайне редко. А должно, на мой взгляд. Потому как вопросов в отрасли не меньше, чем, например, в сельском хозяйстве, – много пробелов в устаревших законодательных документах. Не поднимается вопрос профессионального управления и эксплуатации объектами города: аэропортами, вокзалами, спортивными объектами. А ведь коммерческая недвижимость – это инфраструктура города, его лицо.

Еще три-четыре года назад, когда мы проводили форум (форум коммерческой недвижимости CREW. – «Курсив»), игроки рынка обсуждали лишь особенности строительства и реализации проектов по коммерческой недвижимости – торговых центров и офисов, их комфортность для людей. Сейчас отдельные спикеры начали выступать с кейсами, делиться информацией о том, сколько денег генерирует их объект, поднимают проблемы отрасли. Но пока таких спикеров один на тысячу. И чаще это специалисты из России, они уже прошли период закрытого инфополя и оценили преимущества диалога.

На рынке Казахстана до сих пор нет единого классификатора объектов офисной и торговой недвижимости, который позволил бы понимать уровень объекта – его класс, технические характеристики, уровень и структуру арендной ставки. Этот классификатор даст арендатору возможность сделать оптимальный для себя выбор, а потенциальному инвестору – оценить инвестиционную привлекательность объекта. В Америке на сайте любого бизнес-центра можно увидеть финансовую отчетность, объем выручки, которую получает собственник объекта, и инвестор сразу может принять решение о покупке. У нас же есть лишь разная информация от консалтинговых компаний, в том числе с международным именем. Все они делают аналитику по международной шкале. И часто аналитические отчеты разнятся. В регионах Казахстана ситуация еще хуже, чем в Алматы и Нур-Султане. Там пока только единицы девелоперов серьезно относятся к строительству коммерческой недвижимости, заранее продумывая концепцию и делая прогноз на будущее.

В нашей стране не готовят специалистов в сфере коммерческой недвижимости – инженеров, управляющих, брокеров, консалтеров, специалистов по технической эксплуатации зданий. В кризис, несмотря на отсутствие доходов, ни одна компания не сократила штат, потому что нужных специалистов потом просто не найти.

Изменить ситуацию можно через объединение и сотрудничество. Объединения активных игроков позволяют эффективно решать общие вопросы. Так, например, ассоциация QazProperty, созданная в 2014 году в рамках форума CREW, оперативно смогла собрать в период карантина информацию по рынку, необходимую для принятия правительством антикризисных мер.

Вместе с участниками рынка мы готовы обучать и поддерживать квалификацию специалистов через общение с экспертами-практиками, работающими в международных консалтинговых компаниях, профессорами международных институтов. Нетворкинг внутри группы, разбор живых кейсов дают бизнесменам реальный эффект. Раньше такое обучение было возможно в аудитории, а сейчас будет проводиться онлайн.

Чтобы решить проблемы отрасли, надо более открыто говорить о них на форумах, обмениваться информацией. Только объединившись, мы сможем сделать рынок более цивилизованным – открытым, прозрачным и с понятными регламентами.

СТРУКТУРА АРЕНДАТОРОВ В ОФИСАХ НУР-СУЛТАНА И АЛМАТЫ

	2 908 НУР-СУЛТАН		6 500 АЛМАТЫ	
	%		%	
Гос. и квазигоссектора	2,3	67	0,7	48
Торговые компании	10,2	297	11,1	721
Образование	8,6	251	9,7	629
Бутики, магазины	7,9	230	9,6	621
Консалтинг	5,5	160	5,5	358
Юриспруденция	5,2	150	5,2	335
Строительство	4,8	141	3,9	255
Туризм	3,7	108	3,7	241
IT-сфера	3,6	104	3,6	232
Нотариусы	3,4	100	3,4	224
Транспорт и логистика	3,1	91	3,1	203
Рестораны/кафе	2,3	68	2,3	152
Финансы/кредитование/инвестиции	1,8	52	1,8	116
Производство	2,2	65	2,2	145
Медицина	2,2	63	2,2	141
Недвижимость	2,0	58	2,0	130
Проектирование и архитектура	1,9	55	1,9	123
Кофейни	1,8	53	1,8	118
Сервисный центр	1,6	47	1,6	105
Оценка/сертификация/экспертиза	1,5	45	1,5	101
Нефтегаз	1,4	40	1,4	89
АПК	1,3	39	1,3	87
Типографии	1,2	36	1,2	80
Дипломатические миссии	1,1	31	0,2	12

Источник: Ассоциация управляющих и сервисных компаний Qaz Property

Инфографика: Виктория Ким для «Курсива»

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

THE WALL STREET JOURNAL.

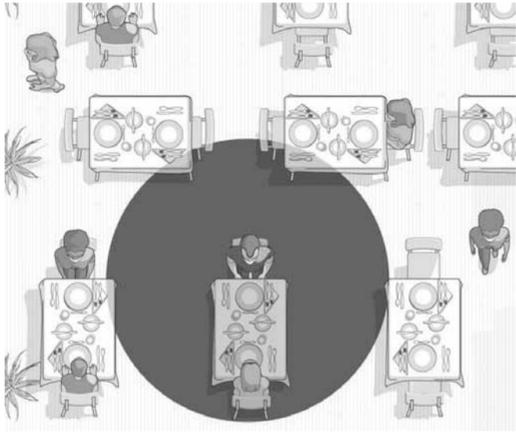
На расстоянии
в 6 футовСоциальная дистанция
в условиях реального бизнеса

Некоторые страны снимают ограничения для бизнеса, введенные в связи с коронавирусом, но настаивают на соблюдении социальной дистанции.

Много это или мало – социальная дистанция в шесть футов (1,83 м)? Достаточно много, чтобы вынудить общественные заведения и бизнес адаптироваться к этим изменениям после того, как экономика начнет восстанавливаться. Вот варианты, как это может быть реализовано на практике.

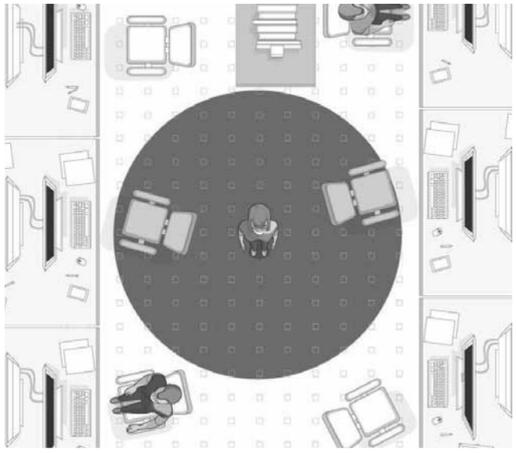
Рестораны

Расстояние между столиками станет больше. Ожидать, когда освободится место, теперь придется на улице. Отпадет необходимость расплачиваться наличными – расчет с заведением можно будет провести через мобильное приложение.



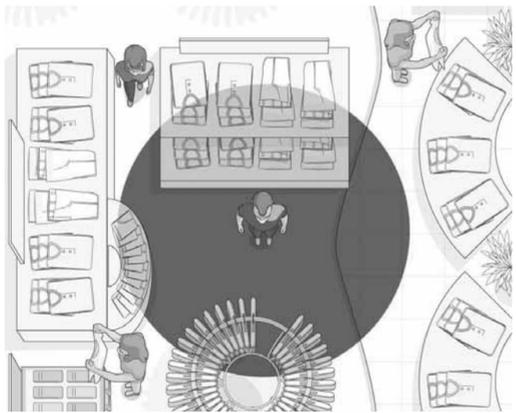
Офис

При входе в некоторые офисы у сотрудников станут измерять температуру. Расстояние между столами, вероятно, увеличится, а в некоторых офисах даже вновь появятся перегородки между рабочими местами сотрудников.



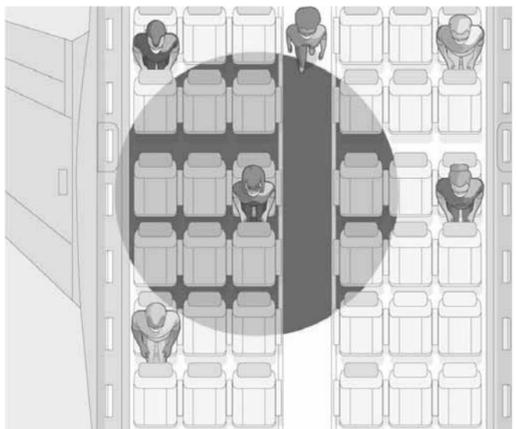
Розничные магазины

Некоторые магазины вводят практику 24-часового карантина для одежды, которую примеряли покупатели. В других магазинах для дезинфекции вещей после примерки будут применяться паровые камеры.



Самолеты

Схема рассадки может быть изменена, чтобы избежать скопления людей. Некоторые авиалинии уже перестали продавать билеты на средние места и ограничивают число пассажиров, которых они могут взять на борт.



Примечание: некоторые меры указаны приблизительно.
Источники: WSJ, National Retail Federation, www.eater.com. Kevin Hand/WALL STREET JOURNAL.
Перевод с английского языка – Танат Кожманов.



Фото: Офелия Жакава

Вернутся ли покупатели
в магазины?

Каким будет покупательский мир после пандемии

Большие бедствия приводят к быстрым переменам. Уже сегодня социальное дистанцирование, изоляция, страхи и экономический кризис меняют приоритеты, привычки и покупательское поведение людей. Как эти новые модели поведения повлияют на глобальную розничную торговлю, и как будут выглядеть наши главные торговые улицы через несколько месяцев?

Бизнес-аналитики сходятся во мнении, что после пандемии многие люди перестанут мысленно связывать покупки и поход в магазин. Магазины останутся, но принципиально изменят свою роль, став дополнительными опциями в удобном и быстром онлайн-шопинге.

По результатам исследования Global Consumer от McKinsey, сейчас активно идет процесс диджитализации. Все более важными становятся e-commerce, сайты брендов, активность в социальных сетях и онлайн-маркетплейсы. Однако это не приговаривает к закрытию физические точки, нужен баланс. По данным McKinsey, потребители привыкли покупать и онлайн, и офлайн, поэтому требуют от ретейлеров присутствия и там, и там. 74% бэби-бумеров, например, предпочитают покупать уходовую косметику именно в магазинах, а миллениалы, наоборот – любители онлайн-шопинга.

Самоизоляция, социальная дистанция, страхи, экономический кризис, конечно, оказывают влияние на поведение потребителя, но главные ценности и личностные особенности остаются прежними. И об этом не стоит забывать. В бизнесе эти знания помогут не только сохранить своего потребителя, но и оптимизировать взаимоотношения и взаимодействия с ним. Кроме того, укажут направление для целенаправленных перемен.

Напомним, все наши покупатели сегодня делятся на четыре условные группы по годам рождения: поколение ВВ (бэби-бумеры, 1943–1963), поколение Х («Икс», 1963–1983), поколение Y («Игрек», или миллениалы, 1983–2003), поколение Z («Зет», с 2003).

■ **Бэби-бумеры.** Их ценности формировались до 1973 года: это советская оттепель, победа в ВОВ, покорение космоса, СССР – мировая супердержава, холодная война, единые стандарты обучения в школах и гарантированность медицинского обслуживания. В результате появилось поколение с психологией победителей. Бэби-бумеры верят в государство и власть. Их будущее всегда было понятно, поэтому им важно поддерживать это состояние определенности.

Главные ценности: оптимизм, заинтересованность в личном росте и вознаграждении, в то же время коллективизм и командный дух, культ молодости.

В маркетинге и в ретейле: это поколение довольно уверенно осваивает новые технологии, но все же сегодня в интернете их меньше других. Представители этого поколения часто не понимают ретаргетинговые кампании, но при этом хорошо реагируют на прямые продажи, им нравятся разговоры с ре-



Асель МАШАНОВА,
основатель концепта Lulu и Meta Body

альными людьми. Потребность в общении бумеры компенсируют посещением физических магазинов и очень редко покупают онлайн.

Для бэби-бумеров не имеет значения упаковка – им важно, как этот товар поможет именно им. И если они влюбились в бренд, то готовы за ним идти на другой конец города и выстоять очереди. Они консерваторы, и практически никогда не переключаются между брендами, поэтому главная их потребительская черта – это преданность бренду.

Многие маркетологи игнорируют эту категорию, считая ее слишком возрастной, но, как ни странно, именно бэби-бумеры тратят больше всего денег за одну сделку, при этом более склонны покупать то, что не входило в их список нужных вещей. Поэтому бэби-бумер как потребитель должен иметь высокую ценность на рынке.

После пандемии: закрытие физических магазинов – это их болевая точка. Для бэби-бумеров важно сохранить их любимую конкретную торговую площадку с возможностью регулярно ее посещать, выбирая, трогая, нюхая, примеряя товары. Не закрывайте магазины для них, укрепляйте лояльность к бренду, не предлагайте им скидки, используйте up-sell (техника продажи, при которой продукт или услуга наделяются добавочными характеристиками, которые придают им дополнительную ценность и позволяют продавать дороже – «Курсив»).

■ **Поколение Х.** Или «неизвестное поколение», ценности которого формировались до 1993 года. Они видели продолжение холодной войны, Перестройку, распространение СПИДа и наркотиков, войну в Афганистане. «Иксы» – самое «самостоятельное» поколение, так как их родители целыми днями пропадали на работе. «Иксы» возвращались из школы в пустые дома с телевизорами, в которых транслировалась MTV с его западными клипами, чаще проводили время с братьями, сестрами и соседями.

Это дети бумеров и родители миллениалов. У них уже меньше оптимизма по поводу счастливого будущего и ощущения стабильности, они больше озабочены настоящим и вообще не склонны делиться своими планами.

Главные ценности: готовность к изменениям, наличие выбора, глобальная информированность, техническая грамотность, индивидуализм, стремление учиться в течение всей жизни, поиск эмоций, прагматизм.

В маркетинге и в ретейле: представители поколения Х активно используют онлайн, в частности, социальные сети. Эти потребители стараются тратить деньги только на то, что им действительно нужно, но также часто совершают импульсивные покупки. Так как «Иксы» выросли без интернета, они любят ходить по магазинам, но при этом легко

осваивают онлайн-шопинг. Многие представители поколения Х безразличны к материальным ценностям и осторожны в выборе товаров. Рекламные кампании, направленные на них, лучше делать гибридными.

После пандемии: главная ценность «Иксов» – это возможность выбора, поэтому для них, как и для бумеров, важно наличие физического магазина. Причем с опцией покупки и офлайн, и онлайн. Делайте для них direct-рассылку, рекламируйте им cash-back, предлагайте им продукты, которые сделают их жизнь проще, проявляйте доброту и заботу. Чтобы привлечь внимание классического «Икса», стоит обратиться к его ностальгии и потребности в комфорте. По данным исследования Google, есть три типа контента, ради которого «Иксы» заходят на Youtube: тот, что вызывает ностальгию; тот, что информирует; а также контент how to do.

■ **Поколение Y.** Именно о них, о миллениалах, чаще всего говорят в маркетинге, в бизнесе и в культуре. Они начинают активно работать и строить карьеру, при этом многие предпочитают заниматься своим делом. Среди миллениалов больше всего предпринимателей. Самые богатые люди в мире, основатели Google, Tesla, Amazon, SpaceX – выходцы именно из этого поколения. При этом, согласно данным Brookings Institute, 64% представителей поколения Y скорее выберут любимую работу за \$40 тыс. в год, чем скучную за \$100 тыс.

Их ценности продолжают формироваться и сейчас, притом, что они захватили как распад СССР, теракты и военные конфликты, так и развитие цифровых технологий. Мобильные телефоны и интернет – их привычная реальность, большинство «Игреков» технически подкованы.

Главные ценности: немедленное вознаграждение, гражданский долг и мораль, ответственность, но при этом психологи отмечают их наивность и умение подчиняться. Это поколение, которое идет за мечтой.

В маркетинге и в ретейле: по данным Nielsen, ежегодно миллениалы делают покупки на несколько сотен миллиардов долларов, поэтому маркетологи активно стараются привлечь это поколение. Они реже всех ходят по магазинам, но тратят при этом больше всех.

Миллениалы очень любят онлайн-шопинг, обращают особое внимание на рекомендации друзей и членов семьи, для них важна простота и скорость совершения покупок. При этом они плохо относятся к традиционным маркетинговым тактикам и легко переключаются между брендами.

После пандемии: миллениалам не очень важно присутствие физического магазина, их главная потребность – наличие удобного и быстрого онлайн-магазина, где налажены все процессы автоматизации, сервис и скорость сделки. Согласно исследованиям аналитического агентства Markswebb Rank & Report, 53% всех онлайн-покупок осуществляется именно миллениалами. Чаще всего они это делают с помощью смартфона, поэтому мобильная версия онлайн-магазина должна быть в приоритете.

Покупки миллениалы любят делать на ходу, одновременно слушая музыку, общаясь с друзь-

ями и передвигаясь в транспорте. Поэтому им важно, чтобы интерфейс сайта был удобным и простым. Существенная статья расходов миллениалов – образование, саморазвитие. Предложите вместе с покупкой вашего бренда образование, сфокусируйтесь на инновациях, на качественном контенте в онлайн и на программах лояльности.

■ **Поколение Z.** Люди, рожденные на стыке поколений, относятся к переходному или так называемому эхо-поколению. Они обладают ценностями и той, и другой группы. Технологические и привередливые, они с утра до вечера не просто активно используют digital-платформы, а живут с ними и в них, создают и курируют контент, общаются и совершают покупки онлайн. Рожденные с телефоном в руках, эти дети могут дать фору всем своим предкам в скорости восприятия информации. Но удерживать внимание классического «Зета» – большой челлендж для маркетологов, это практически невозможно, так как «Зеты» постоянно в поиске чего-то уникального и впечатляющего.

В маркетинге и в ретейле: согласно совместному исследованию Google и Ipsos, «Зеты» – это мобильные покупатели, двое из троих подростков делают покупки через смартфон. Практически социопаты, поэтому онлайн они покупают все: видеогames, обычные продукты питания, одежду, косметику, аксессуары. Рестораны выбирают по фото в Instagram, а hair-стилиста – по небанальным сторис.

Они любят sharing economy, но при этом ни один богатый человек для них не будет авторитетом. Самый богатый, самый авторитетный и самый крутой для них – это тот, кто имеет миллионы фолловеров в Instagram. Это круто, а быть крутым – то, чего хочет типичный представитель поколения. Поэтому любимым брендом для «Зетов» будет не сам продукт, имя или его свойства, а возможность, которые он предоставляет: быть стильным, ярким, современным, крутым.

После пандемии: «Зеты» могли не заметить отличий в периоде до и во время карантина в плане ретейла. Поколение Z росло и взрослело, когда скоростной интернет и smart-технологии уже прочно вошли в жизнь, поэтому диджитал-маркетинг – единственный возможный способ привлечь внимание этих потребителей. Они очень ценят честность как в личном, так и в коммерческом контексте. Иными словами, чем более открыто ведет себя бренд, коммуницируя с ними, тем выше вероятность покупки. При этом не стоит забывать, что предпочтения поколения Z меняются очень быстро.

Управлять любым бизнесом, особенно розничным, стало намного сложнее. В условиях пандемии некоторые компании были даже вынуждены прекратить торговлю по постановлению правительства. Поэтому предприниматели должны проявлять творческий подход, чтобы обеспечить будущее своего бизнеса, обслуживать своих клиентов с учетом персональных ценностей и сохранять баланс между финансовыми результатами и удовлетворением потребностей потребителей. Мир меняется очень быстро, и мы должны успевать меняться вместе с ним.

Карантин на кофеине

> стр. 1

В Алматы ежегодно появляется около трех тысяч мелких неофициальных стартапов, прощупывающих возможности для развития, и значительная их доля работает в формате кофеен. Партнер компании ProBarista **Найля Калтаева** называет тот же порядок чисел. По ее мнению, мелких кофеен в Алматы не менее полутора тысяч. «Люди считают этот бизнес легким. Для желающих попробовать себя в предпринимательстве это и в самом деле хорошее начало», – говорит она.

Кофе на вынос прямо до дома

Как показал карантин, правильно выстроенный кофейный бизнес легко подстраивается под изменяющиеся обстоятельства. Владелец компании Coffee Market **Андрей Гапонов** говорит, что с началом карантина из-за закрытия ресторанов продажи кофе упали на 70%, но это в значительной степени компенсировали заявки на доставку клиентам домой. Найля Калтаева подтвердила: кофе в период карантина стал символом привычного уклада. Поэтому те компании, которые быстро отреагировали на изменившиеся условия и организовали доставку и самовывоз, смогли сохранить объем продаж, близкий к привычному.

Шеф-бариста **Равиль Нурдинов** подтверждает, что в известных ему компаниях объемы доставки кофе клиентам домой выросли в несколько раз. По его мнению, кофейный рынок и после карантина сохранит активными появившиеся онлайн-инструменты. Благодаря этому связь людей и кофейных заведений будет упрощаться и расти.

Кофейный импорт в разрезе

Изучая кофейный рынок страны, естественно испытывать определенный скепсис. Центры кофейной культуры от нас далеко, связь с ними неочевидна, нет традиции или рекламы потребления кофе, а в публичном поле нередко споры относительно пользы этого продукта.

Как утверждает Жанна Тулегенова, группа постоянных потребителей натурального кофе в стране выросла до 25% населения. Равиль Нурдинов подчеркивает, что речь идет о потреблении кофе повышенного качества, так называемого specialty coffee. В основном это зерна кофе сорта арабика, которые на пути к потребителю проходят до 15 ступеней сортировки и обработки.

Найля Калтаева делится данными по кофейным предпочтениям казахстанцев: это кофе с низким содержанием кислотности, темной или средней обжарки, что хорошо сочетается с молоком. Для приготовления кофе дома большинство используют гейзерную кофеварку, френч-пресс или турку, на последнем месте домашняя кофемашинка.

Формировать культуру потребления живого кофе в стране десять лет назад начала компания Serikov Coffee. **Павел Сериков** первым стал завозить в страну большие объемы зерна, обжаривать и предлагать на продажу. Это не значит, что до этого на рынке не было натурального кофе: отдельные локальные проекты разной степени успешности появлялись и раньше. Однако стандарты качества современного кофейного рынка заложил именно Сериков, все крупные сети начинали с сотрудничества с ним.

Сейчас, по разным оценкам, на рынке работают от 7 до 15 компаний, обжаривающих кофе. Ежемесячно в Казахстан ввозится 30 тонн кофепродуктов. Зеленые необжаренные зерна кофе в этом объеме составляют около трети, общая стоимость товара – от 20 до 30 млн тенге. Остальное приходится на растворимый кофе, а также коммерческий кофе для ретейла и сетевых компаний, таких как Starbucks, Costa или McDonald's.

Продукт для каждого дня

Андрей Гапонов на рынке кофе начал работать как бариста в 1998 году, позже занялся



Фото: Офелия Жакаева

импортом итальянского кофе и кофемашин. В 2010 году стал обжаривать кофе самостоятельно. В 2014 году его компания продавала 15–20 кг в месяц, сейчас это 150–200 кг. «Клиенты стали хорошо разбираться в кофе, некоторые покупают моносорты и экспериментируют дома, создавая свои авторские blends», – делится Гапонов.

Кофе становится продуктом на каждый день, согласен Равиль Нурдинов. Прошло время, когда потребителя кофе окутывал ореол особого статуса. Сегодня люди покупают хороший кофе, чтобы готовить дома – это становится своего рода семейным ритуалом.

Наблюдения участников рынка подтверждают актуальность для Казахстана прогноза потребления кофе до 2025 года, сделанного researchandmarkets.com. Согласно данным этой маркетинговой исследовательской компании, ежегодно продажи кофе станут расти на 7,1%, а львиная доля чашек будет выпиваться дома. Эксперты компании прогнозируют, что все больше людей остановят свой выбор на покупке кофемашинки, чтобы наслаждаться напитком без спешки и очередей.

Маржа одной чашки кофе

Найля Калтаева считает, что только в кофейнях Алматы ежемесячно выпиваются 4,5 млн чашек кофе. По словам Жанны Тулегеновой, лидеры продаж натурального не коммерческого кофе – сеть кафе «Неделька» из южной столицы и, как ни удивительно, алматинская же

СКОЛЬКО СТОИТ ЧАШКА КОФЕ



Источник: компания coffeeone.kz
Инфографика: Виктория Ким для «Курсива»

АЗС сети «Компас», которая продает значительно больше порций кофе, чем кофейни с проходимостью выше средней. Пять лет назад сеть «Компас» отказалась от продажи клиентам коммерческого кофе, который обычно предлагается на АЗС, и сейчас ставит цель увеличить продажи до тысячи стаканов в сутки.

Директор компании Coffeeone.kz **Мантас Сапока** по просьбе «Курсива» рассчитал так называемый фудкост стандартного продукта – чашки кофе на вынос. В среднем это 250 тенге. С учетом того, что средняя цена стакана на вынос колеблется в пределах 700–800 тенге, а в некоторых сетях может превышать и 1 тыс. тенге, маржинальность каждой

продажи – более 200%. Надо отметить, что фудкост не учитывает сопутствующие расходы бизнеса, определяющие себестоимость продукта, в которые входят оплата коммунальных услуг и электроэнергии, амортизация техники, аренда торговой площади и зарплата бариста.

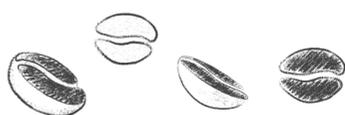
Найля Калтаева, говоря о маржинальности кофейного бизнеса с учетом себестоимости, называет показатель от 25 до 45%. Важный фактор, влияющий на этот показатель – цена кофейного зерна, которая может колебаться от 2 до 8 тыс. тенге за килограмм.

Сколько проданных чашек обеспечивают прибыль

Найля Калтаева напоминает, что кофе – продукт с низким чеком, а потому бизнес требует высокой оборачиваемости, успех напрямую связан с количеством продаваемых чашек. Многие начинающие предприниматели разоряются, не понимая этого.

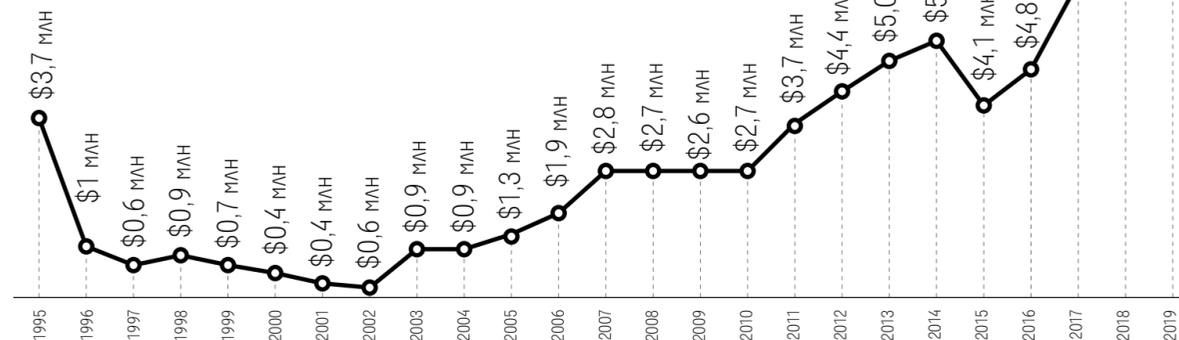
Размер капитала, необходимый для запуска точки продажи «кофе в дорогу», Жанна Тулегенова оценивает в 1,5–2 млн тенге. Это деньги на аренду минимальной площади, приобретение современной витрины, кофемашинки, кофе, сиропов, сэндвичей и десертов. Найля Калтаева называет другую цифру – по ее мнению, для запуска такого бизнеса надо как минимум 3 млн тенге.

Как считает Тулегенова, продажа 25 стаканов кофе в день оправдывает минимальные ежедневные траты, рентабельность начинается с продажи 50 стаканов кофе в день.



ИМПОРТ КОФЕ В КАЗАХСТАН

Включая: кофе жареный и нежареный, с кофейным или без кофейна; кофейную шелуху и оболочки зерен кофе; заменители кофе, содержащие кофе в любой пропорции.



Источник: actualitix.com, ООН и Комитет по статистике МНЭ РК

Инфографика: Виктория Ким для «Курсива»

При правильной организации бизнеса этот показатель достижим в течение месяца. Отсюда очевидный вывод: успех в кофейном деле обеспечивают клиенты. Их число зависит от удачно выбранного места для точки продаж и от качества предлагаемого кофе. «Большинство покупателей в кофе не разбираются, но отличить вкусное от невкусного могут и ошибок не прощают», – предупреждает эксперт.

Как планировать открытие кофейного бизнеса

Несмотря на кажущуюся простоту, в кофейном бизнесе много подводных камней. Их опасность находится в прямой зависимости от амбиций начинающего предпринимателя. Какую брать кофеварочную технику, надо ли сразу приобретать ростер для обжарки зерна, искать и покупать зерно самому или довериться проверенному поставщику – каждый шаг требует консультации.

Запуск кофейни полного цикла с едой потребует не менее \$50 тыс. инвестиций, считает Найля Калтаева. Важно уметь предвидеть потенциальное число клиентов. Зачастую люди ошибаются в расчетах и хотят на кофемашине, предназначенной для приготовления 200 чашек кофе в день, обслужить 400 заказов.

Кофемашинка – это основной инструмент бизнеса, говорит Мантас Сапока. Правильно подобранная кофемашинка позволяет работать без ошибок, обеспечивая стабильное качество напитка и оптимизируя расходы.

Жанна Тулегенова предупреждает, что приобретение слишком дорогой кофемашинки может на годы оставить проект без прибыли. Важно понимать, готова ли продающая технику компания обеспечивать кофейню запчастями и техническим обслуживанием. То же самое касается и ростера, приобретать его, не имея рынка сбыта и навыков работы с зерном – разорительное мероприятие.

Что будет после карантина

Уровень докризисного потребления кофе в кафе и ресторанах восстановится в течение месяца-двух, предполагает Андрей Гапонов. «Это средний по цене продукт, который может себе позволить каждый», – говорит он.

Не столь оптимистичен директор компании Coffeologia **Евгений Тен**. По его мнению, в кризис потребитель оценивает любой продукт через стоимость калории. С этой точки зрения кофе не лучший продукт – он малокалориен и полностью возится из-за границы, его цена на рынке зависит от валютного курса, так что рассчитывать на быстрое восстановление не следует. По мнению эксперта, после карантина кофейням будет важно открывать свои маленькие кухни, переходить в формат маленьких демократичных ресторанов европейского стиля и увеличивать число точек продаж, чтобы диверсифицировать риски низкого потребления.

Стратегический маркетолог **Виктория Полулях** считает, что после карантина главной ценностью для клиентов будет высокий уровень сервиса и качества кофе. Правильный подход к развитию бизнеса подразумевает акцент на индивидуальность оформления и обслуживания, пробуждение у клиента положительных эмоций. «Владельцы бизнеса все усиленно направляют на формирование репутации в социальных сетях, которая часто рушится при первом личном контакте», – говорит эксперт.

«Самая неприятная черта отечественного кофейного бизнеса – снобизм бариста, считающих свои знания чем-то уникальным», – соглашается Равиль Нурдинов. Он уверен, что в недалеком будущем на рынке появится идеальный продукт, сочетающий вкус натурального кофе и быстроту приготовления растворимого. Работа в этом направлении ведется, и промежуточные результаты уже есть. «Скоро у кофейных гурманов не будет повода смотреть свысока на тех, кто пьет растворимый кофе», – резюмирует эксперт. И это станет новым вызовом для кофеен.

ТЕХНОЛОГИИ

Почему телеком формирует новую модель бизнеса



Куанышбек ЕСЕКЕЕВ,
председатель правления
АО «Казакхтелеком»

Пандемия коронавируса COVID-19 изменила не только весь привычный уклад жизни на планете, но и ознаменовала собой начало эпохи неотвратимой цифровизации на уровне каждого отдельного индивидуума. Весь вопрос в том, готова ли к такой революции в сознании потребителя цифровая инфраструктура.

Уже очевидно, что принципы социального дистанцирования и самоизоляции резко повысили спрос на онлайн-услуги и цифровые сервисы. Закрытие кинотеатров в разы увеличило потребление медиаконтента в интернете, отмена спортивных чемпионатов сместила зрительский интерес в сторону киберспорта, электронная коммерция и доставка продуктов питания, заказанных онлайн, привели к созданию дополнительных рабочих мест в этих отраслях, резко увеличились ожидания и требования общества к оказанию электронных государственных услуг, электронному образованию «на удаленке», к телемедицине.

Пиковый спрос

До пандемии потребителя иногда приходилось уговаривать пользоваться этими сервисами и услугами, коронавирус безо всякой агитации сделал цифровизацию быта и сознания безальтернативной. Теперь потребитель в массе своей готов сам «нырнуть» с головой в виртуальную реальность – и дело только в том, насколько полно электронные системы способны покрыть внезапно возникший спрос на их потенциал. Вопрос о том, что в этой ситуации первично – спрос или предложение – в данный момент разрешился в пользу предложения: сейчас рынок требует полной цифровизации всего и вся – и готов следовать за этим предложением.

Исходя из этой данности, компании телеком-сектора в обозримом будущем получат большие объемы работы и большую нагрузку, которую следует четко распланировать, чтобы не захлебнуться в этой волне потребительского запроса. Карантин уже стал серьезным испытанием на прочность для операторов связи и всей телекоммуникационной инфраструктуры в мире в целом, практически повсеместно команды телеком-специалистов

на всех уровнях перешли на усиленный круглосуточный режим работы, чтобы обеспечить работоспособность критически важной инфраструктуры и качество цифровой связи. И уже можно констатировать, что в Казахстане этот режим ЧП в связи наши специалисты отработали на пять с плюсом баллов из пяти, не только обеспечивая бесперебойность и качество сигнала, но иногда и опережая возрастающий спрос.

Вместе с тем карантин позволил выявить «узкие места» в обслуживании абонентов в онлайн-режиме – и ускорил их проработку в рамках стратегии цифровой трансформации, которую «Казакхтелеком» сформулировал для себя еще в прошлом году. В нашем первоначальном видении она укладывалась в два этапа: стартовый этап достижения цифровой зрелости в обслуживании клиентов (2019–2022 годы) и конечный этап масштабной цифровой трансформации бизнес-модели (с 2023 года). Но режим карантина, как уже было сказано выше, простимулировал достижение цифровой зрелости большинства абонентов – и сократил этот процесс с трех лет до двух месяцев. А опасения по поводу повторения эпидемии коронавируса в будущем только подтверждают необходимость тотального перевода услуг в интернет и безальтернативность выбранной нашей компанией стратегии цифровой трансформации, ведь гипотетическая осенняя вторая волна КВИ заставит «дозреть» в цифровом плане уже 100% наших клиентов – и тогда реализовывать цифровую стратегию нужно будет ускоренно.

Новая модель работы с клиентом

Прекрасно осознавая данные вызовы, команда «Казакхтелекома» уже перевела процесс цифровизации всех видов клиентского обслуживания в ускоренный режим. Стратегический приоритет цифровизации всех видов клиентских операций, в нашем понимании, должен заключаться в емком и простом слогане: «Всё в онлайн!». Сто процентов сервисов должны быть доступны онлайн, чтобы клиенты могли получить полный спектр услуг по приобретению продуктов и поддержке без физического посещения отделений и звонков в контакт-центры. С целью повышения эффективности клиентского обслуживания сформирована единая стратегия развития клиентских путей I-Engage и I-Join на базе сквозного анализа клиентского опыта и «узких мест» во всех каналах (контакт-центры, центры продаж, дилеры, сервисные центры, сайт и приложение).

В личном кабинете пользователям будет предоставлена развернутая информация о продуктах, тарифных планах, состоянии счетов, начислениях и истории оплаты. Для решения наиболее частых проблем пользователям будет предоставлена возможность получения наглядных инструкций по самостоятельной диагностике и разрешению проблем в приложении и на сайте (в том числе через голосовой и чат-боты).

И это важно не только для сектора телекома, скорее, телеком-компания сейчас должна создать некую новую модель работы с клиентами, которая потом могла бы быть взята на вооружение любыми видами бизнеса. Понимая важность оперативного построения такой модели для всей экономики, «Казакхтелеком» принял решение создать в 2020 году специальное подразделение InDigiCo, в котором будут сформированы пять команд, работающих по принципу эджайл (Agile). Это кросс-функциональные команды, в которые войдут квалифицированные современные специалисты компании из внутренних коммерческих и IT-подразделений. Именно эти команды будут оперативно работать над созданием полностью цифровых каналов продаж и обслуживания. Отдельная эджайл-команда займется платформой BigData и углубленной аналитики. По мере развития успеха число данных команд будет увеличено для ответов на все более сложные вызовы. Важно отметить, что создание отдельного цифрового подразделения InDigiCo и формирование эджайл-команд необходимо не только для решения конкретных цифровых задач, но и для образования новой цифровой культуры в экосистеме всего «Казакхтелекома».

Культура и успех цифровой трансформации напрямую зависят от талантов и компетенций тех людей, которые станут проводниками цифровизации в организации. Поэтому наши эджайл-команды будут сформированы из числа молодых и перспективных специалистов.

Мы понимаем, что цифровые решения требуют новых компетенций, поэтому эджайл-команды, при необходимости, будут дополнены внешними специалистами из числа привлеченных сотрудников с рынка или сторонних консультантов. При этом для успеха цифровых инициатив в них решено заинтересовать и высшее руководство нашей компании, которому будут назначены амбициозные ключевые показатели эффективности со значимой долей в системе мотивации (>20%). Эта цифровая трансформация основного бизнеса на первом этапе будет способствовать повышению общей цифровой зрелости крупнейшего телекоммуникационного оператора и позволит оперативно и плавно подготовить почву для второго этапа трансформации, когда после 2022 года «Казакхтелеком» начнет выводить на рынок новые цифровые бизнесы, работа над которыми тоже началась уже сейчас.

Шире чем связь

По аналогии с такими мировыми телекоммуникационными лидерами, как Turkcell, AT&T, SingTel, Telefonica, мы планируем выход в смежные с нашей основной деятельностью отрасли с предложениями для клиентов в области предоставления новых услуг в сфере IT, FinTech, медиа, пользовательского контента, облачных технологий, кибербезопасности и киберспорта. Естественно, будет расти нагрузка и на физическую инфраструктуру. И для обеспечения пропускной способности сети и ее доступности в условиях экспоненциально растущего объема цифрового трафика трансформация сетей «Казакхтелекома» будет развиваться в сторону развертывания стандарта 5G, а также виртуализации и клаудификации сетевых функций. При этом компания намерена наращивать свою вовлеченность в проекты элек-

тронных государственных услуг и программу «Цифровой Казахстан».

Этим путем неизбежно придется пойти всем компаниям отрасли: согласно исследованиям McKinsey & Company, телеком-операторы в результате внедрения цифровой трансформации получают до 40% увеличения продаж в цифровых каналах, количество обработок сервисных обращений через «цифру» увеличивается до более 80%, 6–8% выручки генерируется за счет проведения аналитических кампаний на основе систем CVM (Customer Value Management), неэффективные затраты на работу с клиентами снижаются на 40%. Также значительные экономические выгоды цифровой трансформации приводят к оптимизации расходов на закупки и сокращению затрат на поддерживающие функции (до 15% и 30% экономии соответственно). В результате внедрения цифровой платформы ведения бизнеса уровень продаж через интернет-каналы повысится до 30%, затраты на обслуживание клиентов снизятся на 40%, количество обращений в контакт-центры и физические отделения уменьшится на 30–50%, а индекс удовлетворенности клиентов NPS (Net Promoter Score) увеличится на 20 пунктов.

Общий положительный экономический эффект от только цифровой трансформации к 2024 году в пределах нашей компании планируется в размере 20–40 млрд тенге. И здесь следует понимать, что снижение стоимости операционных затрат ведет к снижению себестоимости услуг, что в свою очередь повышает их

доступность и увеличивает их объем. Иными словами, уходя сейчас в «цифру» на фоне готовности к этому переходу наших клиентов, мы имеем возможность сами вести потребителя в новых направлениях, спрос по которым уже гарантирован. Так что телеком-операторы находят в самом сердце нынешних мировых цифровых процессов: от цифровизации на уровне отдельного человека до порождения цифровых экономик и обществ. И сейчас традиционным телекоммуникационным компаниям крайне важно не упустить этот золотой момент для занятия ниши на новых направлениях.

Современный парадокс «отцов и детей» в телекоммуникационной индустрии заключается в том, что, придумав интернет и дав толчок развитию таких гигантов, как Amazon, Google, Facebook, Netflix, сами традиционные телекоммуникационные компании вынуждены наверстывать упущенное в своем цифровом развитии. Если новые компании (стартапы) с рождения становятся цифровыми и сразу ориентированы на молодые поколения цифровых пользователей, то традиционным инфраструктурным телеком-компаниям важно не остаться заложниками исторических методов ведения бизнеса, а вновь пересоздать себя для будущих цифровых поколений пользователей. Это данность, из которой произрастает необходимость цифровой трансформации: сейчас все уходит в онлайн. И сейчас в онлайн можно будет предложить всё. Весь вопрос в том, кто станет автором этого предложения – и по какой цене.

Как цифровизация стала вопросом национальной безопасности



Евгений ШЕРБИНИН,
CEO Prime Source

Программу «Цифровой Казахстан» будут пересматривать. Это решение было принято на совещании по цифровизации 4 марта 2020 года с участием президента. Глобальный вирусный кризис показал, какие отрасли экономики нуждаются в модернизации своих «цифровых» стратегий. В этом списке есть системные направления, к примеру, электронное правительство и системы дистанционного обучения.

Рынки информационных технологий Казахстана и в целом мира переживают сегодня оче-

редней ренессанс. Пандемия коронавируса показала, что если у вашей компании нет современных цифровых каналов связи с потребителем (или хотя бы с агрегатором товаров, услуг), то вашего бизнеса нет. Казахская IT-индустрия меняется под воздействием коронавируса, и, по мнению участников рынка, есть несколько основных выводов из этого процесса.

Первый. Возникли большие риски непрерывности бизнеса IT-компаний. Закрытие физических офисов клиентов IT-компаний сделало невозможным оказание услуг и исполнение работ по договорам. Большинство новых проектов и закупок было приостановлено. Со временем удалось наладить работу сотрудников IT-компаний на проектах в наиболее оцифрованных предприятиях, однако общий объем выручки упал с 25 до 75%. Без принятых государством мер по временному

снижению налоговой нагрузки на отрасль большое количество IT-специалистов осталось бы без работы и доходов. Есть вероятность дальнейшего сокращения IT-бюджетов, однако у большин-

ства владельцев бизнесов появилось убеждение в необходимости инвестировать в «цифру».

Второй. Чем больше процессов на предприятии являются цифровыми, тем меньшее вли-



Фото: Shutterstock/maxkabakov

яние на них имеет карантин. Клиенты перестали к вам приходиться в физические офисы, но вернулись по цифровым каналам. Например, банки, где много цифровых процессов, продолжили дистанционную работу в удаленном режиме. А нероботизированные предприятия оказались в режиме заморозки работы. Кризис показал, что цифровизация предприятий обязательна.

Третий. Необходимо популяризировать цифровые сервисы среди населения страны. Все большее применение технологий в быту и на предприятиях поможет гражданам в ускоренном режиме научиться работать с дистанционными сервисами электронного правительства, пользоваться электронными магазинами, доставкой и т. п. Это в свою очередь повысит всеобщее проникновение технологий и станет стимулом для роста производительности труда.

Четвертый. Нужна корректировка программы «Цифровой Казахстан», потому что появились новые вызовы со стороны коронавируса. При этом в РК все готово для дальнейшего развития цифровой экономики: зрелый рынок, стабильно растущий спрос, инвестиции, технологии и главное – недавно появившаяся всеобщая воля к трансформации.

Пятый. Скептики цифровизации убедились, что технологии крайне полезны и помогают существенно повышать производительность труда. Цифровизация необходима, чтобы обеспечить конкурентоспособность страны в целом и конкретных предприятий в частности. IT способна стать отраслью-драйвером для развития несерьезного направления экономики Казахстана. Недостаточное внимание к вопросам цифровизации может привести к угрозам национальной безопасности страны.

В Павлодаре выбирают инвестора для сахарного завода

Инвесторы сразу из трех стран претендуют на реализацию проекта по строительству сахарного завода в Павлодарской области.

Дарина СТРЕЛЬБА, ПАВЛОДАР

Павлодарский сахарный завод, возвести который планируют в 2022 году, что невеста на выданье. К нему проявляют интерес и китайские, и турецкие, и арабские бизнесмены. Летом прошлого года завод «сваттали» китайской компании NAALe – было подписано соответствующее рамочное соглашение. В начале этого года позиция главного претендента на реализацию сахарного проекта перешла лидеру турецкой отрасли производства сахара, компании Kauseri Seker Fabrikasi, чья ежегодная выручка составляет примерно \$600 млн. Новый главный претендент – из ОАЭ.

«Переговоры идут каждый день, а то и несколько раз в день. Как только у нас появятся оптимальные условия для сотрудничества, мы тут же заключим контракт. Сейчас все зависит от степени участия в проекте каждой из сторон. Мы, конечно же, заинтересованы в максимальном участии иностранных инвесторов», – объясняет заместитель руководителя СПК «Павлодар» Асхат Жармагамбетов. Инвестор получит земельный участок с необходимой инфраструктурой, уже разработанные проектно-сметную документацию и технико-экономическое обоснование. Жармагамбетов не исключает, что к реализации проекта подключится один из институтов развития.

Павлодарское производство сахара будет ориентировано на заводы по выпуску напитков и кондитерских изделий. Предварительная стоимость строительства проекта – \$150 млн. В СПК «Павлодар» отмечают, что сумма не окончательная и будет варьироваться от степени участия партнеров. «У нас есть компании, уже имеющие на руках готовое новое оборудование, с которым могут зайти в проект», – отметил Асхат Жармагамбетов.

По первоначальному плану, мощность сахарного завода вблизи города Аксу в Павлодарской области должна была составлять 6 тыс. т переработанной сахарной свеклы в сутки. Но этот показатель решили

увеличить до 8 тыс. т в сутки после того, как в области вырастили экспериментальный урожай этой культуры. Кроме того, разработчики проекта изменили качественный состав продукции – с категории ТС-2 до ТС-1 и экстра-класса.

Урожайный регион

Пробные свекловичные поля появились в девяти крестьянских хозяйствах в разных районах с разными

превышла алматинскую. В Алматинской области этот показатель составляет 15%, а в Павлодарской области – в среднем 18%, хотя на экспериментальных участках не применялись удобрения и не использовалась спецтехника.

Работников Коксуского сахарного завода, куда доставили на «дегустацию» первую партию павлодарской свеклы, удивила чистота овоща – они даже не удержались

извоздом в стране (суммарная мощность действующих четырех аналогичных отечественных производств по переработке сахарной свеклы составляет 9 тыс. т в сутки), но еще и самым обеспеченным в плане сырья.

Недостаток сырья – самая большая проблема всех отечественных сахаропроизводителей. По данным Айжан Наурызалиевой, нехватка земли в южных регионах, где тра-



©Foto: Shutterstock/branslavpudat

почвенными условиями. Каждому из этих хозяйств областной акимат бесплатно выделил элитные немецкие сорта сахарной свеклы. Поставщик – германский бренд KWS – не просто продал товар, но готов за три года вывести наиболее оптимальный для климата Павлодарской области сорт свеклы, взяв за основу тот, который лучше всех прижился по итогам первого урожая.

Свеклу высадили на площади в 9 га – по гектару в каждом хозяйстве. Но только в трех из девяти хозяйств выполнили все требования – например, каждый из восьми привезенных из Германии сортов нужно было посадить по отдельности. В итоге немецким селекционерам пришлось определять самый перспективный для Павлодарской области сорт по урожаю только из трех опытных хозяйств. По характеристикам павлодарская свекла

от вопроса о том, не мыли ли павлодарцы свеклу перед отправкой. Супесчаная почва Павлодарской области не липнет к корнеплоду, поэтому он и кажется таким чистым.

Свое сырье

В прошлом году с девяти экспериментальных гектаров фермеры собрали 270 т сахарной свеклы. Часть этого урожая сдали на переработку и получили 11 т сахара.

В этом году свекловичные площади в Прииртышье увеличат до 225 гектаров. Президент Казахстанской Ассоциации сахарной, пищевой и перерабатывающей промышленности Айжан Наурызалиева уверена: если соблюсти все технологические условия для выращивания сахарной свеклы, то павлодарский завод будет на 100% обеспечен собственным сырьем. И в результате он станет не только самым крупным сахарным про-

дационно культивируется сахарная свекла, вкупе с отсутствием поливной воды на юге привели к тому, что посевы этой сельхозкультуры в Казахстане снизились с 22,3 тыс. гектаров в 2004 году до 1,2 тыс. – в 2014-м. С 2014 года свекловичную отрасль в Казахстане восстанавливают. Павлодарская область вошла в число регионов, которые были признаны перспективными для этого вида деятельности – здесь достаточно свободных земель и в последние годы усиленными темпами развивается орошаемое земледелие. Еще одна причина, по которой областные власти решили высадить экспериментальные свекловичные поля – в регионе уже который год подряд наблюдается профицит собственного картофеля. Положительный результат позволит переориентировать часть местных овощеводов с картофеля на сахарную свеклу.

Прочный бизнес

Во время карантина на севере Казахстана открыли производство биг-бэгов. Первая партия петропавловских биг-бэгов была отгружена, когда в республике еще действовал режим ЧП.

Юлия ЗАХАРОВА, ПЕТРОПАВЛОВСК

Биг-бэг – большой прочный мешок из полипропиленовой ткани, в котором можно хранить, а главное – транспортировать любое сыпучее вещество – сахар, цемент, зерно.

Сейчас 60% казахстанского рынка биг-бэгов занимают российские производители. Многопрофильная петропавловская компания SMBGROUP Family увидела для себя перспективы в этом направлении и решила открыть собственное производство мягких полипропиленовых мешков. Запуск линии по изготовлению мешков и биг-бэгов готовился несколько лет и пришелся ровно на время карантина, но откладывать начало производства биг-бэгов на лучшие времена в Петропавловске не стали.

Выход в свет

SMBGROUP Family – в бизнесе не новичок. Компания занимается коммерческой деятельностью с 2005 года, у нее несколько направлений – аренда и сдача в аренду недвижимого имущества, оптово-розничная реализация различных товаров, услуги специ-



©Foto: Shutterstock/Mr. Amarin Jitnathum

ализированной техники. К запуску нового бизнеса в SMBGROUP Family подошли по всем правилам, начав с маркетинговых исследований рынка полипропиленовых мешков и мягких контейнеров. Еще на стадии планирования проекта заинтересованность в такой продукции высказали горнодобывающие предприятия, производители пищевой соли, представители агросектора, в том числе из разных регионов РК и даже из других стран.

Сейчас предприятие находится на первом этапе реализации проекта, рассказывает генеральный директор компании Асхат Исенов. Работает производственный цикл раскроя и пошива мягких кон-

тейнеров и вагонных вкладышей для хранения и транспортировки сыпучих грузов. На полную мощность предприятие должно выйти к концу 2020 года – если до этого времени на завод поступит все оборудование. Полная экипировка предприятия позволит, например, изготавливать на заводе полипропиленовую нить. Пока такие материалы заказывают в соседней России.

Миллион биг-бэгов

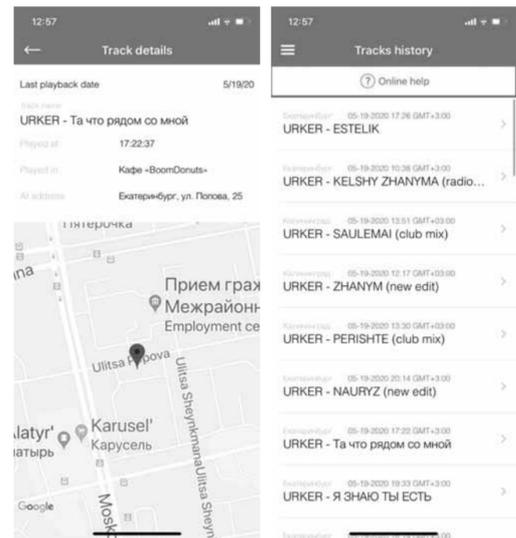
Планируемый объем производства – 1,2 млн мягких контейнеров в год. Сейчас, в тестовом режиме, здесь шьют 20–30 тыс. биг-бэгов в месяц, эти биг-бэги выдерживают около 1,5 тонн.

По словам главы предприятия, основное производственное оборудование еще не поступило с завода-изготовителя. Станки ждут японские, стоимость одного – \$5,8 тыс.

«Наш проект включили в Государственную программу индустриально-инновационного развития и Карту индустриализации», – говорит Асхат Исенов. – На данный момент вложено около 600 млн тенге инвестиций. По программе «Даму-Өндіріс» банком второго уровня нам был выдан заем в размере 500 млн тенге под 6% годовых на десять лет. Деньги пошли на приобретение оборудования, сырья и материалов, проведение реконструкции».

Здания нового предприятия находятся на территории бывшей Петропавловской автоколонны 2559. SMBGROUP Family выкупила ее в 2016 году специально под проект по производству биг-бэгов. Это 5 га земли, 11 тыс. кв. м производственных помещений, которые пустовали несколько лет. Уже работающие раскройный и швейный цеха расплозились на площади 700 кв. м. Сейчас идет реконструкция цеха площадью 2,8 тыс. кв. м под основное оборудование и производство.

«Во время карантина мы обеспечили работой 38 человек на производстве, – подчеркивает Асхат Исенов. – И 28 человек наняли на строительные-монтажные работы. В перспективе штат сотрудников расширим до 190 человек».



Музыкант может в реальном времени наблюдать через приложение, где и когда играют его композиции.

Музыка без проблем

Цифровое приложение «Бубука» меняет правила игры на рынке авторских прав.

Георгий КОВАЛЕВ

В Казахстане готовится к запуску платформа, которая обеспечит авторам произведений, звучащих в цифровом пространстве – от телевидения и радио до интернет-трансляций – справедливое получение роялти. Платформа называется YOGA, и это расширение сервиса «Бубука», который уже два года служит инструментом справедливой монетизации авторских прав на музыкальном рынке страны. Подробности «Курсиву» раскрыл эксперт в области авторского права и соинвестор проекта Темірлан Тулегенов.

Сколько стоит серый музыкальный рынок

По оценке Тулегенова, годовой оборот серого рынка музыкальной индустрии страны составляет как минимум \$30 млн. Музыкальная индустрия в Казахстане устроена таким образом, что не обеспечивает справедливого вознаграждения авторам исполняемых произведений.

В США и странах Европы эту работу проводят музыкальные издательства и лейблы. Они прямо заинтересованы в точном учете каждого случая использования произведений и получении вознаграждения за это.

В Казахстане защита авторских прав возложена на так называемые авторские общества, соответствующий закон вышел в 1996 году. Государство наделило эти объединения правом контроля за случаями нелицитированного использования музыки и выплаты справедливого гонорара авторам произведений.

Не имея инструментов оценки рынка музыки и контроля за использованием произведений, авторские общества, по оценке Темірлана Тулегенова, «занились террором малого и среднего бизнеса». Они добивались от коммерческих заведений заключения договоров, которые обеспечивали ежемесячные сборы за звучание музыкальных фонограмм.

Госаккредитацию в итоге получили девять обществ по авторским и смежным правам. Несмотря на законодательно разработанные тарифы, конкуренция между ними привела к тому, что общества стали демпинговать и это обесценило владение интеллектуальной собственностью в стране.

С перераспределением этих денег в пользу авторов тоже не сложилось – аудит одного из обществ по авторским и смежным правам показал злоупотребления на 1,2 млрд тенге. Есть пример выплаты гонорара в 13 млн

тенге за написанную директором книгу. Еще один такой директор получил из авторского фонда 45 млн тенге за посты в соцсетях.

«Цифра» меняет все

В похожей ситуации находится все творческое пространство СНГ. Российский сервис «Бубука» стал попыткой упорядочить отношения на этом рынке.

Суть сервиса, как и в знаковых инструментах воспроизведения музыки Deezer или Яндекс.Музыка, в том, что оплата ежемесячной подписки дает клиенту доступ к десяткам миллионов треков. «Бубука» же предоставляет право использовать музыку в коммерческих заведениях. Соответственно оплата за пользование выше – в Казахстане ежемесячный платеж составляет минимум 8 тыс. тенге.

Пользователь получает право использования музыкальных произведений, собранных в тематические сборники для торговых залов, кафе, ресторанов, кофеен, салонов красоты, спортивных залов и так далее. Они подбираются в соответствии с данными маркетинговых исследований о влиянии музыки на потребителя.

Клиент вправе собрать плейлист по собственному усмотрению, но только из тех композиций, с авторами которых «Бубука» заключила договор на коммерческое использование. Сейчас легальный контент «Бубуки» состоит из более чем 150 тыс. музыкальных произведений.

Чем больше коммерческих клиентов у приложения, тем выше вероятность воспроизведения отдельного произведения. Авторские роялти, согласно договору с «Бубукой», составляют от 0,1 до 0,15 российского рубля за одно исполнение на одном объекте. Сервис мгновенно посылает автору произведения название трека, геолокацию места звучания и делает перевод денег на его цифровой кошелек.

Первым казахстанским автором, заключившим авторский договор с «Бубукой», стал Айдоос Сағат, лидер группы «Уркер». В разговоре с «Курсивом» он отметил оперативность приложения и прозрачность получения вознаграждения.

Платформа YOGA станет следующим шагом в развитии цивилизованного музыкального рынка. Она будет анализировать любые фонограммы, звучащие в онлайн-пространстве и караоке. Сейчас в цифровой потоковый формат переведены даже такие привычные средства общественной коммуникации, как телевидение и радио, что облегчает анализ звучащих программ. Значит, прозрачность в распределении доходов музыкальной индустрии будет больше.

Кто пройдет ПЦР-тесты на коронавирус бесплатно

Как режим ЧП и карантин скажутся на финансировании лечебных учреждений и войдет ли ПЦР-тест на коронавирус в пакет услуг по ОСМС – пресс-служба Фонда медицинского страхования (Фонд) ответила на вопросы «Курсива».

В результате режима ЧП и карантина возникли проблемы у разных видов бизнеса, в результате многие получили освобождение от уплаты взносов за ОСМС. Как скажется на работе фонда снижение поступлений?

Как вы знаете, в связи с распространением коронавируса и объявлением чрезвычайного положения в стране по поручению главы государства льготный период по ОСМС для всех граждан продлен до 1 июля 2020 года.

Кроме того, определенный перечень субъектов малого и среднего бизнеса освобожден от оплаты за ОСМС до 1 октября 2020 года, а некоторые субъекты крупного бизнеса – до 1 июля 2020 года. Субъекты бизнеса, которые не вошли в эти списки, получили отсрочку уплаты взносов и отчислений за ОСМС до 1 июня 2020 года.

Таким образом, освобождены от оплаты за ОСМС около 1 млн граждан.

Все эти меры несут определенную нагрузку на деятельность фонда. Несмотря на это, фонд осуществляет антикризисные меры для обеспечения стабильного финансирования медорганизаций и получения гражданами медуслуг.

Эти вопросы в пятницу, 22 мая, будут обсуждаться на внеочередном заседании общественного совета при ФМС. Мы предоставим вам подробную информацию об итогах этого мероприятия.

Лечение больного с подтвержденной коронавирусной инфекцией в стационаре оплачивается лечебному учреждению в размере 15 тыс. тенге в сутки. Можете дать для сравнения, каков тариф для больного с обычной, не коронавирусной пневмонией?

Тарифы для лечения в стационаре больного ребенка или

взрослого с пневмонией измеряются не посуточно, а за пролеченный случай. Тариф за пролеченный случай ребенка составляет свыше 130 тыс. тенге, взрослого – около 112 тыс. тенге.

Является ли ПЦР-тест на коронавирус обязательным при плановой госпитализации? Кому его сделают бесплатно и стоит ли рассчитывать, что ПЦР-тест на коронавирус будет включен в пакет ОСМС (и его сможет сделать любой участник системы по личной необходимости)?

Согласно постановлению главного санитарного врача РК при плановой госпитализации пациенты проходят ПЦР-тесты на коронавирус в рамках ГОБМП. Вопрос о включении данных исследований в пакет ОСМС сегодня обсуждается. Что касается бесплатного прохождения ПЦР-тестов, на проведение ПЦР-исследований при коронавирусной инфекции (КВИ) из республиканского бюджета выделено 5,4 млрд тенге. На данный момент фонд заключил договоры более чем с 600 медицинскими организациями, где будут проводиться исследования на COVID-19. При этом 1,7 млрд тенге будут направлены в стационары, 3,7

млрд тенге – для поликлиник, оказывающих консультативно-диагностические услуги. Пациенты в этих медорганизациях пройдут ПЦР-тесты бесплатно.

Необходимое количество тестов для регионов будет определяться местными исполнительными органами.

Бесплатно пройти тесты могут следующие категории граждан:

- госпитализированные в провизорный стационар с подозрением на COVID-19;

Комитета контроля качества и безопасности товаров и услуг Министерства здравоохранения РК за свои средства также проводит ПЦР-исследования для ряда категорий граждан:

- контактных лиц, находящихся на домашнем карантине;
- спецконтингента (медработники, имеющие респираторные симптомы и с повышенным риском заражения); сотрудники госорганов, задействованных в противоэпидемических

использования инструментов хеджирования валютных рисков.

Для нивелирования влияния изменений валютного курса на медуслуги фонд пересмотрел тарифы по оплате медуслуг медорганизациям (речь идет не о тарифах для населения). Особенно по тем услугам, которые имеют долю импорта.

Фонд подготовил предложения с несколькими сценариями повышения курса национальной валюты для пересмотра тарифов на оплату медицинской помощи в рамках ГОБМП и ОСМС. Мера положительно отразится на финансовой устойчивости

медицинских организаций. Повышение курса

Хотим пояснить, что в перечень высокотехнологичных услуг в рамках ОСМС входит свыше 70 наименований. С перечнем можно ознакомиться в приказе министра здравоохранения и социального развития РК от 28 декабря 2016 года №1112.

МРТ относится к консультативно-диагностическим услугам (КДУ).

В рамках ОСМС эти услуги пациент может получить по направлению участкового или лечащего врача.

Если сравнивать результаты 1 квартала 2020 года с аналогичным периодом 2019 года, наблюдается рост количества оказанных услуг.

В 1 квартале 2019 года оказано свыше 33 тыс. услуг КТ и МРТ, в 1 квартале 2020 года – более 150 тыс., то есть наблюдается пятикратный рост.

В рамках оказания высокотехнологичных медицинских услуг (ВТМУ) в 1 квартале 2019 года пролечены 1954 человека, в 1 квартале 2020 года – 2262. Рост – 16%.

Вместе с тем во 2 квартале в результате введения режима ЧП и карантина ожидается снижение потребления отдельных видов медицинской помощи, в том числе ВТМУ и КДУ.

Фонд активно мониторит качество услуг, которые оказываются в рамках ОСМС. Жалобы на что стоят на первом месте?

Одним из стратегических направлений деятельности фонда является защита прав пациентов. В рамках этого направления фонд на постоянной основе проводит мониторинг обращений граждан, которые поступают по различным каналам обратной связи: единый контакт-центр «1406», мобильное приложение Qoldau 24/7, сайт и др. Также можно обращаться в кабинеты приема граждан, организованные в филиалах фонда.

В целом за первые четыре месяца текущего года в фонд поступило около 230 тыс. обращений, из них более 2500 жалоб. Все жалобы рассмотрены и закрыты.

Чаще всего пациенты жалуются на то, что в медорганизациях их направляют на платное получение услуги, которая входит в пакет ОСМС.

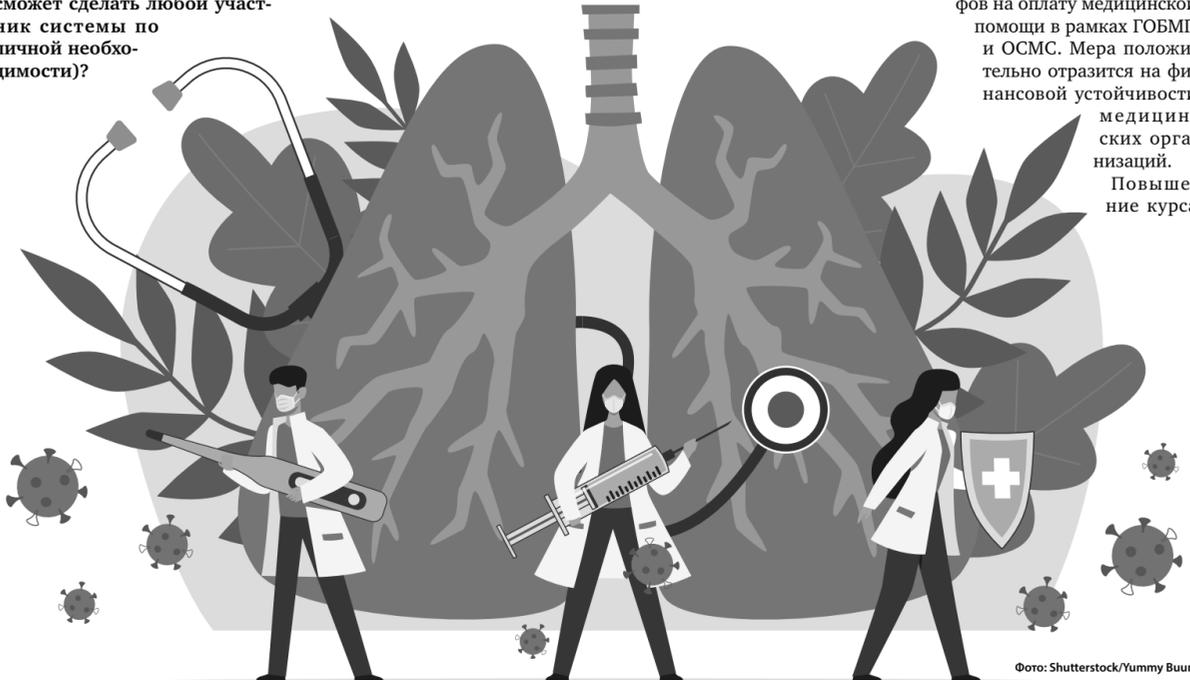


Фото: Shutterstock/Yummy Boom

– граждане с симптомами ОРВИ и пневмонией;

– лица из числа близко контактировавших с зараженным КВИ;

– пациенты при плановой госпитализации в стационар;

– пациенты старше 50 лет, состоящие на динамическом наблюдении с заболеваниями органов дыхания, эндокринной и сердечно-сосудистой систем;

– прибывающие из-за рубежа;

– сотрудники МВД, задействованные в мероприятиях по предотвращению распространения коронавируса;

– беременные и др.

Кроме того, в рамках противоэпидемических мероприятий Национальный центр эксперти-

мероприятий; лица в домах престарелых, интернатных и прочих специализированных организациях);

– призванных и др.

Как изменятся тарифы на медуслуги для организаций с изменением валютного курса? Ведь подорожают и оборудование, и какие-то медикаменты.

При планировании расходов на предстоящий год фонд исходит из параметров прогноза социально-экономического развития страны и курса валюты, заложенного в государственном бюджете. Все свои операции фонд осуществляет в национальной валюте и не имеет возможности

валюты серьезно влияет на несколько статей: закуп лекарственных средств зарубежного производства и организацию лечения за рубежом. Соответственно, увеличение расходов фонда может составить по ОСМС свыше 23 млрд тенге и около 32 млрд тенге – по ГОБМП. Эти средства будут учтены при корректировке плана расходов.

Насколько активнее стали обращаться казахстанцы за высокотехнологичными услугами, которые входят в пакет ОСМС, например за МРТ? В каком случае застрахованный в системе может получить такие услуги?

ЧИТАЙ «КУРСИВ» НА БУМАГЕ

Курсив
СОДЕРЖАНИЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНО THE WALL STREET JOURNAL.

БАНКИ И ФИНАНСЫ: АНАЛИЗ ИТЭИ | ПРАКТИКА БИЗНЕСА: БИЗНЕС НЕБЫСТРОГО ТИММОВАНИЯ | LIFESTYLE: ВИТЕЛЯНЫЕ ЖЕНЩИНЫ НОСИТ ПЛАТЬЯ

Чек-лист для дорожной перезагрузки
Хороши дороги для Казахстана: реальность или утопия?

Ставки, которые мы заслужили

Ключ за старт
Почему с «Байконура» проще улететь в космос, чем переночевать

6 МЕСЯЦЕВ

ГODOVAYA ПОДПИСКА

2 833 ТГ

5 500 ТГ

Оформи подписку на <https://kursiv.kz/subscription2020> или наведи камеру телефона на QR-код



Если возникли вопросы, обращайся в отдел подписки
+7 (727) 346 84 41
+7 (707) 766 91 99
Ренат Гимаддинов
r.gimadidinov@kursiv.kz

В случае успеха компания – создатель вакцины от коронавируса поможет миллиардам людей, но это не значит, что она обязательно принесет значительную прибыль своим акционерам.

Gregory ZUCKERMAN, THE WALL STREET JOURNAL

Фармацевтические компании вступили в гонку по разработке лекарства для лечения нового коронавируса, и крупные инвестиционные фирмы делают осторожные ставки на вероятных победителей.

Хедж-фонды и фирмы из сферы венчурных инвестиций, бизнес которых – это прогнозирование будущего компаний и экономик, обретают все большую уверенность в том, что уже скоро исследователи создадут эффективные лекарства для борьбы с пандемией.

И хотя в случае успеха эти усилия могут помочь миллионам и даже миллиардам людей, вероятность того, что акционеры получат значительную прибыль, весьма невысока, утверждают инвесторы. Некоторые даже ставят на понижение цены акций тех фармкомпаний, которые, по их мнению, создают излишнюю шумиху вокруг своих успехов в разработке препаратов против COVID-19.

«Большинство цен на акции не имеет ничего общего с реальностью», – говорит **Джозеф Эдельман**, глава нью-йоркского хедж-фонда Perceptive Advisors (специализируется на здравоохранении и управляет активами на сумму в \$4,2 млрд). Он предлагает обратить внимание, например, на разрыв между стоимостью акций фармацевтической компании Gilead Sciences Inc. и прибылью, которую они могут получить от лекарств и вакцин.

В этом году акции компании Gilead выросли на 18,9% благодаря новому противовирусному препарату ремдесивир, который вводится внутривенно и, по последним данным, ускоряет выздоровление пациентов с COVID-19.

Появление новых лекарств всегда сложно предвидеть, но те, кто делает ставку на препараты для лечения коронавируса, сталкиваются с уникальными проблемами. Некоторые из наиболее инновационных и многообещающих методов лечения еще не проходили клинические испытания. Кроме того, компании вынуждены конкурировать с иностранными государствами и некоммерческими организациями, которые намерены предложить собственные прорывные решения. В случае же успешного создания лекарства или вакцины могут появиться трудности при ценообразовании, производстве и дистрибуции.

Перед инвесторами стоит целый ряд вопросов, например, смогут ли препараты для лечения COVID-19 не только помочь больным, но и защитить от вируса тех, кто еще не заболел, или для этого потребуются другие лекарства? Помогут ли вакцины снизить потребность в длительном лечении? Позволят ли правительства устанавливать компаниям достаточно высокие цены, чтобы они смогли получить ощутимую прибыль?

Управляющий хедж-фондом Glenview Capital Management (специализируется на сфере здравоохранения) **Ларри Роббинс** не делает ставок на появление возможных лекарств для лечения коронавируса в том числе и потому, что ожидает создания такой вакцины, благодаря которой необходимость даже в самых эффективных лекарствах попросту отпадет.

«С гуманистической точки зрения, мы все хотим появления такого лекарства, но инвесторам нужно быть уверенными в том, что лекарство действует и что его продажи продлятся достаточно долго, чтобы оказать существенное влияние на компанию», – отмечает он.

Акции компании Gilead относятся к числу тех ценных бумаг, о которых инвесторы подумают дважды, прежде чем купить их. По прогнозам, до конца текущего года компания планирует произвести ремдесивир для свыше одного миллиона курсов терапии, и прибыль от годовых продаж препарата может составить несколько миллиардов долларов. Если Gilead сумеет разработать ингаляционную версию препара-



Лаборанты на предприятии Gilead Sciences в Ла-Верн (Калифорния) загружают флаконы с ремдесивиром, 18 марта.

Почему крупные инвесторы не делают ставку на вакцину от коронавируса

та либо другие альтернативные введению внутривенно варианты, популярность ремдесивира может возрасти еще больше, утверждают оптимистично настроенные инвесторы.

Однако тот факт, что компания пообещала безвозмездно передать госпиталям 1,5 млн доз препарата для лечения COVID-19, а также то, что стоимость лекарства в дальнейшем пока неизвестна, вызвали вопросы по поводу ожидаемой прибыли. В прошлом Gilead уже подвергался критике за высокую стоимость своих препаратов для лечения ВИЧ и гепатита. Компания может оказаться непростой удержать цену на ремдесивир, особенно если принять во внимание публичную критику высоких цен на лекарства со стороны президента **Дональда Трампа**.

В случае если стоимость одного курса лечения от Gilead, как это предсказывают инвесторы, составит \$4 тыс., то прибыль может достичь \$4 млрд. Но эта цифра намного меньше добавленной рыночной стоимости за этот год и не учитывает расходы на разработку препарата – они, по самым приблизительным оценкам, могли составить \$1 млрд, что негативно отразится на любой прибыли.

Кроме того, некоторые инвесторы, занимающие медвежьи позиции, все еще не убеждены в эффективности ремдесивира. «Даже если лекарство будет иметь посредственную эффективность, его все равно будут назначать, однако Gilead не сможет на этом много заработать», – говорит доктор **Джозеф Лоулер**, руководитель хедж-фонда JFL Capital Management, который торгует на понижение, то есть делает ставку против Gilead.

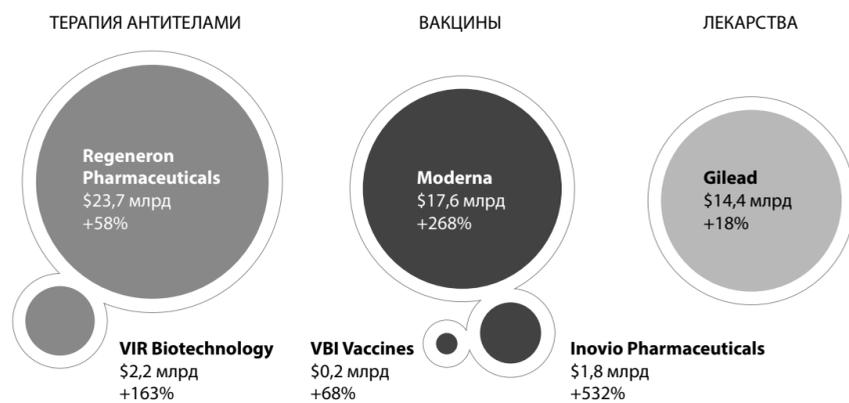
Как сообщил официальный представитель Gilead, фармацевтическая компания еще не определилась с конечной стоимостью ремдесивира.

«На данный момент мы сосредоточены на том, чтобы обеспечить доступ к ремдесивиру на бесплатной основе в рамках акции по безвозмездной передаче лекарства. После этого мы намерены обеспечить доступ к ремдесивиру как для правительства, так и для пациентов по всему миру», – заявил он.

По мнению **Лусианы Борио**, ранее занимавшей пост главы Комитета по обеспечению медицинской готовности к ЧС и биологической защите Совета национальной безопасности США, эффективные препараты, скорее всего, будут разработаны небольшими частными компаниями, а не публичными игроками, чьи акции торгуются на бирже. И это еще один вызов для инвесторов.

Акции компаний, разрабатывающих препараты и вакцины против коронавируса, растут в цене.

РОСТ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ С НАЧАЛА ГОДА



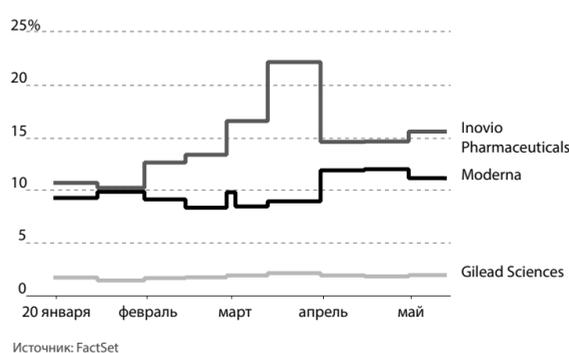
Примечание: по состоянию на 13 мая 2020 года

НОВОСТИ ИЗ МИРА ВАКЦИН

Динамика цены акций и индекса



Акции, проданные без покрытия, в процентном соотношении от количества акций, доступных для торгов



Источник: FactSet

«Для технологий, которые являются по-настоящему инновационными и прорывными, появляется возможность привлечь финансирование и получить выгоду, заключив соглашение о партнерстве», – говорит Борио.

Некоторые инвесторы больше сосредоточены на препаратах, которые могут помочь не только тем, кто уже заболел, но и предотвратить само заражение вирусом, что потенциально является намного более крупным рынком. Эти инвесторы делают ставку на терапию антителами,

вырабатываемыми иммунной системой организма. Такие антитела способны блокировать шиповидный белок коронавируса, предотвращая заражение здоровых клеток.

Управляющий фондом Perceptive г-н **Эдельман** владеет акциями компании Regeneron Pharmaceuticals Inc. – лидера в области терапии антителами. Компания использует метод с моноклональными антителами, при котором ученые отбирают наиболее сильные антитела у переболевших коронавирусом

THE WALL STREET JOURNAL

ций VIR достиг 148% и обеспечил прирост рыночной капитализации на \$2,3 млрд.

Есть инвесторы, которые полагают, что разработка вакцины может негативно отразиться на акциях этих компаний. Однако, по мнению Нельсена, для поиска вакцины исследователям может потребоваться гораздо больше времени, чем это ожидалось ранее, что создает огромный рынок для лечения антителами.

«Вакцины никогда не бывают эффективными на все сто процентов, поэтому терапия антителами может иметь ключевое значение в профилактике повторной волны заражений», – утверждает он.

Одна из инвестиционных стратегий, нацеленная на достижение высокой прибыли, но сопряженная с высоким риском, – это покупка акций небольших компаний с хорошим потенциалом роста. И Эдельман, и Нельсен владеют крупными пакетами акций малоизвестной биотехнологической компании VBI Vaccines Inc., которая заявляет о нестандартном подходе к разработке вакцин. На момент закрытия торгов в прошлый четверг ее акции продавались по цене \$2,07.

Спрогнозировать, какая именно вакцина окажется победителем, возможно, даже сложнее, чем сделать то же самое для лекарств от коронавируса. По ряду показателей пока лидируют китайские компании и группа исследователей Оксфордского университета. Некоторые компании утверждают, что будут распространять разработанную ими вакцину по себестоимости, что может негативно отразиться на прибыли других игроков. Тем не менее потенциальный рынок огромен. Часть инвесторов уверена, что для удовлетворения глобального спроса потребуется несколько видов вакцин. К примеру, недорогой вариант для молодых, более крепких, людей и более мощный препарат для тех, чей иммунитет серьезно ослаблен.

Наибольший ажиотаж среди производителей вакцин вызвала компания Moderna Inc. После начала клинических испытаний на людях акции компании выросли на 230%. Стратегия Moderna заключается в создании вакцины с использованием генетической последовательности вируса, а не фактического генетического материала. Компания использует запрограммированный матричный, так называемый матричную рибонуклеиновую кислоту (мРНК) с целью направить работу иммунной системы пациента на выработку антител, способных бороться с коронавирусом.

По словам **Энтони Фаучи**, директора американского Национального института аллергии и инфекционных заболеваний, этот метод просто поразительный, и он может позволить наладить быстрое производство вакцин. Над разработкой мРНК вакцины также работают Pfizer и немецкая компания BioNTech.

В то же время аналитики отмечают, что технология мРНК весьма дорогостоящая и ранее никогда не применялась для производства одобренных лекарств или вакцин. Уже сегодня рыночная стоимость Moderna составляет \$24 млрд. Для сравнения: в начале текущего года компания стоила лишь \$6,5 млрд. Что касается Pfizer, то эта компания уже сейчас стоит \$211 млрд, и поэтому неясно, как сильно вакцина отразится на дальнейшем росте ее стоимости.

Впрочем, некоторые инвесторы весьма скептически настроены в отношении наиболее быстро растущих в цене компаний, которые заняты в борьбе с коронавирусом. К примеру, Лоулер из JFL Capital шортит акции небольшой фирмы Inovio Pharmaceuticals Inc. Несмотря на скромные успехи в прошлом, в этом году ее акции выросли в цене на 314%.

По словам официального представителя Inovio, в данный момент осуществляется первый этап испытаний вакцины от COVID-19. Компания ожидает получить результаты тестов уже в июне, продолжая тем временем работать над другими препаратами.

«Чем громче заголовки в соображениях прессы, тем охотнее публика расстается с деньгами», – отмечает **Брэд Лонкар** из Loncar Investments, специализирующийся на инвестициях в сфере здравоохранения.

Перевод с английского языка – Танат Кожманов.

Спортсмены-бренды

Сколько известные атлеты зарабатывают на торговых марках их имени

Всемирно известное имя и народная любовь помогают спортсменам зарабатывать за пределами футбольного поля, теннисного корта или баскетбольной площадки. «Курсив» выбрал наиболее яркие примеры спортсменов, которые монетизировали свою популярность через создание собственных брендов.

Владимир ЖАРКОВ

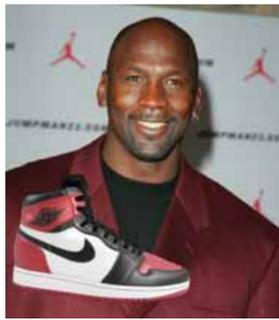
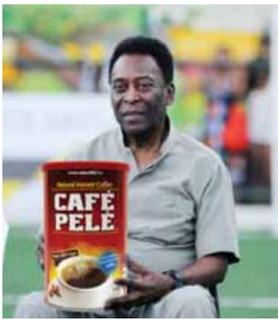
Кофе Pele

«Короля футбола» можно считать пионером в брендировании собственного имени среди спортсменов. Еще будучи действующим футболистом, Эдсон Арантис ду Насименто обнаружил в себе коммерческую жилку и занялся кофейным бизнесом. Пеле предложил использовать свое имя бразильской компании Sasci, которая занималась выпуском бодрящего напитка, но дела ее шли ни шатко ни валко.

Контракт между спортивной легендой и производителем кофе был заключен в 1972 году, что принесло огромную финансовую пользу обеим сторонам соглашения. Бренд Safe Pele совершенно не нуждался в раскрутке, оборот компании мгновенно вырос, и быстрорастворимый кофе «Пеле» столь же быстро завоевал как внутренний, так и мировой рынок. А сам трехкратный чемпион мира стал очень богатым человеком – спонсорский договор принес прибыль в размере \$70 млн. И до сих пор с каждой проданной банки напитка «Королю футбола» капает процент.

Кроссовки Air Jordan

В начале 1984 года, еще задолго до того, как лучший баскетболист всех времен завоевал свой первый из шести чемпионских перстней НБА, фирма NIKE за-



ключила с Майклом Джорданом контракт на создание именного бренда спортивной обуви. Специально для него был выпущен пробный экземпляр, и уже через несколько месяцев кроссовки Air Jordan были запущены в серийное производство.

Изначально их розничная цена составляла \$100, сейчас в продаже есть модели стоимостью до \$2 тыс. В настоящее время бренд Air Jordan спонсирует и экипирует 21 игрока Национальной баскетбольной ассоциации. Что касается «Его Воздушества», то Джордану пожизненный именной контракт с NIKE приносит ежегодно \$100 млн чистой прибыли.

Бейсболки RF

Тот же самый NIKE в 2006 году начал результативное сотрудничество с одним из лучших теннисистов в истории Роджером Федерером. Американская компания заключила со швейцарцем

долгосрочный индивидуальный контракт, и мир увидел новую монограмму RF, которая стала появляться на бейсболках, кроссовках, спортивных костюмах. Товары с инициалами Роджера стали прекрасно продаваться, причем намного дороже, чем без них. Сейчас личный бренд Федерера оценивается в \$26 млн. Кроме того, 20-кратный победитель турниров серии «Большой шлема» каждый год вне корта зарабатывает \$86 млн благодаря личным соглашениям с такими гигантами, как Credit Suisse, Mercedes-Benz и Rolex.

Носки CR7

Один из величайших футболистов современности Криштиану Роналду не раз заявлял, что по окончании карьеры не видит себя в роли тренера или спортивного чиновника. Известный модник уже давно продвигает на рынке личный бренд CR7, под кото-

рым выпускается целая линейка товаров – от носков и трусов до чемоданов и одеколора. С таким сочетанием букв и цифр в 2019 году была открыта и сеть отелей. После ухода из большого спорта португалец планирует полностью посвятить себя раскрутке персонального бренда CR7.

Парфюм David Beckham

Еще одного футбольного щеголя, англичанина Дэвида Бекхэма, к созданию личного бренда подтолкнула жена, экс-солистка группы Spice Girls Виктория Адамс. Вместе они организовали холдинговую компанию Beckham Brand Holdings, которая стала заниматься выпуском различной продукции: стильных мужских костюмов, солнцезащитных очков, элитных сортов виски и даже мужской косметики. Одеколор David Beckham получил признание у профессионалов парфюмерного дела. Правда, в прошлом году

бизнес-империя супругов Бекхэм столкнулась с серьезными проблемами, впервые получив убыток, который составил 1,6 млн фунтов стерлингов.

Ресторан TGR

Прославленный гольфист уже давно относится к профессиональному спорту как к хобби. Львиная доля дохода Тайгера Вудса приходится на рекламные контракты и спонсорские соглашения, которые с 1996 года обогатили его на \$1,4 млрд. Ежегодно вне зеленого газона Вудс зарабатывает более \$30 млн. Десять лет назад американец с филиппинскими корнями основал собственную фирму TW, в 2016-м она претерпела ребрендинг и стала называться TGR. Собственная компания Тайгера занимается близким его сердцу делом – дизайном гольф-полей, ей также принадлежит несколько элитных ресторанов.

Конфеты Sugarcova

До скандала, связанного с допингом, у Марии Шараповой не было отбоя от желающих заключить с ней выгодные спонсорские соглашения. Однако на пике популярности российская теннисистка решила заняться бизнесом, причем довольно неожиданным – она основала фирму по производству сладостей. Обыграв свою фамилию с английским словом sugar (сахар), Мария активно приступила к раскрутке личного бренда, проводя роскошные презентации прямо по ходу теннисных турниров. Перед Открытым чемпионатом США-2013 даже появилась информация о том, что Шарапова займется на US Open под фамилией Sugarcova. Понятно, что это был всего лишь грамотный PR-ход, но он сработал: прибыль спортсменки от продажи конфет и жевательной резинки после него резко пошла вверх. На запуск бренда Шарапова потратила \$500 тыс., каждый год торговля сладостями приносит ей доход в размере \$10 млн.

Детская одежда Messi kids

В 2012 году компания Adidas обратилась к Лионелю Месси с предложением организовать собственную марку спортивной одежды. Лидер «Барселоны» без особого энтузиазма воспринял эту идею и собирался отказаться от затеи создания личного бренда. Однако в дело вмешалась жена аргентинского футбольного гения, благодаря которой на свет и появилась детская линия Messi kids. Это одежда для мальчиков и девочек в возрасте от 8 до 13 лет, а также спортивная обувь и аксессуары. Большой прибыли «именной» бизнес чете Месси не приносит, так как Лео сам поставил Adidas такое условие: с каждой проданной единицы товара на его банковский счет падает ровно один евроцент.

Масочный режим

Какой дизайн многообразных масок в тренде у казахстанцев

УРАЛЬСК



До объявления режима ЧП дизайнер из Уральска Мария Сергеева шила костюмы для шоу-балетов в местных клубах, но после запрета на проведение массовых мероприятий осталась без заказов.

«Я осталась дома с вышивальной машиной и запасами ткани. Подумала, а почему бы не сделать что-то веселое с масками? Повсюду только и было разговоров, что про маски и корона-вирус. Поделилась намерениями с подругой, она поддержала идею и попросила сделать ей маску с черепом. Вторая подруга попросила сделать с губами. Ну а дальше – сила интернета: все стали выкладывать, начали писать друзья, знакомые, знакомые знакомых».

В тренде у уральских девушек маски с губами. Именно их заказывали больше всего. Парни чаще заказывают черепа или дерзкие надписи. Пользуются спросом и хищные улыбки. Цена маски – 1–2 тыс. тенге, она зависит от объема, сложности рисунка и стоимости ткани. Мария Сергеева уверена, что ее маски – это еще и стильный аксессуар, поэтому они будут пользоваться спросом и после отмены карантина.



АТЫРАУ

Маски с казахским орнаментом шьет дизайнер одежды и основатель ателье Assyl collection Асыл Дюзбаева. «В первые дни карантина в аптеках не было медицинских масок, а спрос был. И мы решили шить их сами, отложив все другие заказы. В первый же день сшили 40 мно-

гослойных многоцветных масок, которые можно стирать и снова использовать. Идея вышить на масках национальные узоры возникла накануне Наурыза. Вначале мы раздавали их бесплатно социально уязвимым семьям, работали совместно с благотворительным фондом «Рауан». Сейчас планируем шить маски в виде дополнительного аксессуара к наряду – например, если женщина закажет нам платье, то под него мы обязательно сошьем маску в тон. Но спрос на маски с орнаментом сохраняется – многие клиенты спрашивают именно их. К летнему сезону хотим шить маски светлых тонов, но только из хлопчатобумажного материала».



ПЕТРОПАВЛОВСК

В петропавловский швейный клуб Fashion Stories первые заказы на маски стали поступать после объявления режима ЧП – клиенты хотели сэкономить и купить многоцветную маску вместо одноразовой, цена на которые в аптеках города выросла с 30 до 500 тенге. «Клиенты стали просить шить оригинальные маски, дизайнерами вышивки поделились коллеги по интернету, – рассказывает хозяйка швейного клуба Любовь Хряпина. – Шить мы их начали в марте, продолжили дома на карантине и сейчас снова работаем в ателье. Мужчины чаще спрашивают камуфляжные, женщинам нравятся с вышивкой 36,6, девочки много заказывают кошечек, молодежь – спортивную тематику. Пошив одной маски (вместе с вышивкой) занимает около часа».



ШЫМКЕНТ

До эпидемии коронавируса шымкентский дом моды Janna Eltanova шил повседневные платья и вечерние наряды для местных модниц. Но как только из аптек пропали одноразовые маски, телефон Жанны Елтановой стал разрываться от просьб шить маску. И она справилась с челленджем как настоящий дизайнер, сделав несколько коллекций многоцветных масок. «Моя первая коллекция была черного цвета, из натурального хлопка. Фишка была в том, что внутри был специальный кармашек для дополнительного фильтра. Следующую коллекцию сделали с кружевами и стразами, она очень хорошо разошлась. Девушки ведь в любой ситуации хотят быть красивыми», – рассказывает Жанна.

В день сотрудники дома моды отшивали до 500 эксклюзивных масок, хотя подобрать материалы во время карантина было непросто. «Мало того что ткань на маски во время пика подорожала чуть ли не в два раза, так еще и фурнитура дорогая. К тому же эти резиночки сложно было купить в городе. Были только ужасные, которые и пришивать-то стыдно было. Приходилось заказывать дорогую фурнитуру», – делится дизайнер. Сейчас в линейке дома моды Janna Eltanova есть даже детская коллекция масок, а недавно здесь запустили летнюю линейку из джинсовой ткани.

НУР-СУЛТАН

Идея шить маски для астанчан у предпринимателя Александра Романова родилась случайно – во время телефонного разговора с друзьями. У одного был опыт в ресторанном бизнесе, у другого – навык шить и машинка с функцией вышивки. К делу партнеры подошли серьезно, каждого клиента просили прислать замеры. «Размерный план» стал конкурентным преимуществом на рынке, где маски бросились шить многие. Посадку по размеру оценили родители и стали заказывать детские маски с вышивкой супергероев. Наладка производства масок шла во время карантина, поэтому основные производственные сложности были связаны с поиском ткани по подходящей цене, организацией сначала поставки необходимых материалов, а потом – доставки масок клиентам.

