



КУРСИВ

СОДЕРЖАНИЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНО THE WALL STREET JOURNAL.

ИНВЕСТИЦИИ:
РАМЛИ ПО-АЗИАТСКИ

стр. 4

РЕСУРСЫ:
РАЗ, ДВА, ТРИ... ПРОДАНО!

стр. 8

ПРАКТИКА БИЗНЕСА:
ПЯТЬ КОМПАНИЙ –
ПЯТЬ СТРАТЕГИЙ

стр. 10

LIFESTYLE:
НЕТУРИСТИЧЕСКАЯ СЕРЕНИССИМА

стр. 12

[kursiv.kz](#) [kursivkz](#) [kursivkz](#)

Ждать нельзя рисковать

Из 14 казахстанских банков, которые в силу своей значимости были включены в периметр AQR, только пяти удалось нарастить объемы кредитования клиентов в первом полугодии 2020-го. Но на коронакризис свою отрицательную динамику могут списать, пожалуй, лишь два розничных игрока – Kaspi и Хоум Кредит. Организации с не самым лучшим качеством активов, такие как АТФ, Jysan, Евразийский и Нурбанк, по текущему объему выданных клиентам ссуд уступают собственным показателям начала 2019 года.

Виктор АХРЭМУШКИН

В текущей ситуации, когда экономика полна неопределенности и связанные с заемщиками риски возросли, банки встали перед дилеммой: пытаться и дальше кредитовать активно или сменить тактику на осторожную. Выбор сложен, поскольку качественных заемщиков в стране дефицит и отказ банка в выдаче кредита – это в каждом случае не просто отказ, но передача клиента конкурентам. В Казахстане не так много действительно сильных банков, которые могут позволить себе роскошь занять выжидательную позицию. С другой стороны, если и без того слабые игроки становятся еще слабее, всегда есть искушение воспользоваться этим моментом.

В пятерку банков, увеличивших клиентское кредитование в первом полугодии, вошли Халык, Сбербанк, RBK, БЦК и Forte. В своих расчетах (см. инфографику) «Курсив» использовал данные Нацбанка без учета операций обратного РЕПО. В ссудных портфелях банков могут присутствовать также межбанковские займы, но ими нам пришлось пренебречь, поскольку информацию о них в разрезе БВУ Нацбанк не публикует.

На статистику кредитования в текущем году сильно повлияла мартовская девальвация тенге (на 17,4% за месяц) и последующая коррекция обменного курса в сторону укрепления. В подавляющем большинстве банков ссудный портфель в марте показал синхронный поведению тенге резкий рост, который сменился апрельским нетто-спадом. По сведениям Нацбанка, в марте совокупный объем валютных кредитов вырос сразу на 14,6% к предыдущему месяцу, в то время как тенговые займы увеличились всего на 1,6%. Разумеется, такими темпами росли не сами валютные выдачи (тем более что в марте в стране был введен первый карантин), а их сумма в тенговом эквиваленте. На конец марта доля валютных займов в совокупном кредитном портфеле БВУ составляла 17,4%, на конец июня (за счет укрепления тенге) она снизилась до 15,7%.

В открытых источниках нет информации о валютной структуре портфелей в разрезе отдельных банков, но косвенно о ней можно судить исходя из помесечной динамики кредитования. Однако анализ усложняется тем, что в апреле на эффект обратной валютной переоценки займов наложились снижение платежеспособного спроса на кредиты из-за карантина. Тем не менее общий тренд на кредитном рынке прослеживается явно: скачкообразный рост в марте и отрицательная коррекция в апреле.

> стр. 7

РЕСПУБЛИКАНСКИЙ
ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

240600030320111 25 020



КТЖ рекомендует экспортировать казахстанские зерно и муку в Китай в биг-бэгах.

Экспортные муки

Экспорт казахстанской муки переживает неоднозначные времена. Узбекистан, второй по величине экспортер муки, сократил ее импорт в январе – июле 2020 года на 37 процентных пунктов, до 207 тыс. т, а также стал активно играть на рынке Афганистана, где пока доминируют казахстанские мукомолы. При этом Китай резко нарастил экспорт казахстанской муки – на 64% в январе – июле.

Жанболат МАМЫШЕВ

Мука попала в передел

Если посмотреть на ввозные пошлины, то станет понятно: власти Узбекистана дают импортерам четкий сигнал – везите к нам зерно, а муку мы сами намелем. Как минимум все последнее десятилетие зерно в Узбекистан поступает по нулевой ставке. При этом в 2011 году соседняя республика ввела акциз на казахстанскую муку в размере 15%, который в 2014 году был снижен до 11%. В 2017 году сосед «подобрел» еще больше, опустив ставку до 5%. Но с начала 2020 года удвоил акциз, и теперь он составляет 10%.

За годы такой практики южный сосед нарастил мукомольные «мускулы» и стал серьезным конкурентом Казахстану и в самом Узбекистане, и в Афганистане. Дело в том, что узбекские мукомолы производят муку из казахстанского зерна и не только продают ее у себя, но еще и экспортируют.

Фактически Узбекистан начинает играть на нашем поле. Ведь сейчас Афганистан – это экспортер №1 казахстанской муки. Страна купила 459 тыс. т этого товара в январе – июле 2020 года. Для сравнения: экспортер №2 – Узбекистан – за это же время приобрел у Казахстана 207 тыс. т муки.

> стр. 3

Цифровое налоговое равенство

Казахстан планирует ввести «налог на Google»

Соответствующая новация содержится в законопроекте с поправками по вопросам налогообложения и совершенствования инвестиционного климата, который находится в мажоритетной стадии. Инициатором введения цифрового налога выступает Министерство национальной экономики.

Юрий МАСАНОВ

Поправки в налоговое законодательство РК предполагают, что с 1 января 2021 года иностранные интернет-компании будут обязаны платить налог на добавленную стоимость. Новый налог

не коснется торговли товарами в интернете, но охватит, например, покупку игр и книг в электронном формате, а также размещение рекламы и использование доменных имен.

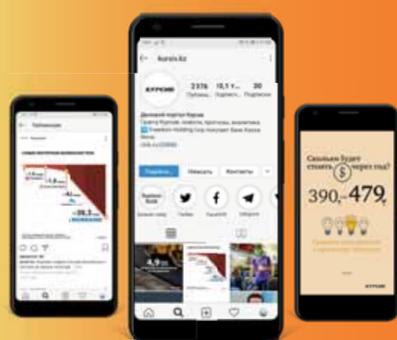
Новый казахстанский налог

Цифровой налог нельзя назвать особым видом налога. В Казахстане под этим понятием подразумевается распространение действия налога на добавленную стоимость (НДС) в размере 12% на иностранные цифровые компании, не являющиеся налоговыми резидентами страны (например, Google, Yandex, Netflix и так далее), но зарабатывающие деньги на казахстанской аудитории.

24 июня законопроект был одобрен мажоритетом в первом чтении. Второе рассмотрение документа в нижней палате состоится осенью, после окончания парламентских каникул.

Если часть проекта закона, касающаяся цифрового налога, останется без изменений, то уже с 1 января 2021 года юридическим лицам – нерезидентам РК, которые оказывают услуги казахстанским физлицам в электронной форме, придется отчислять НДС в казну нашей страны. При этом юрлицо должно самостоятельно зарегистрироваться в качестве налогоплательщика в Казахстане.

> стр. 2



КУРСИВ в Instagram

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

Цифровое налоговое равенство

Казахстан планирует ввести «налог на Google»

> стр. 1

Список услуг, которые охватит цифровой налог, довольно широк. Среди тех, что могут быть наиболее популярны у казахстанцев, например, покупка прав на использование программного обеспечения, компьютерных игр и баз данных через интернет. Другими словами, покупка игр в специальных сервисах, например в Steam, или операционной системы Windows с 2021 года может облагаться налогом.

Кроме того, под новый налог попадают покупка в интернете электронных книг и других электронных публикаций, изображений, просмотр и прослушивание музыкальных и аудиовизуальных произведений. Сюда могут относиться также музыкальные сервисы, как «Яндекс.Музыка» или Spotify, а также сервисы электронных книг, например «ЛитРес».

Более всего налог коснется сферы, напрямую связанной с работой в интернете, а именно маркетинга и рекламы. В законопроекте прямо прописан охват цифровым налогом оказания рекламных услуг, включая предоставление рекламных площадей, доменных имен и услуг хостинга, а также ведение статистики на сайтах.

Сколько поступит в казну

Казахстанский цифровой налог для иностранных интернет-компаний, по мнению чиновников Министерства нацэкономики, должен приносить в бюджет около 2 млрд тенге в год, поскольку «объемы оказанных услуг небольшие». Для сравнения: в уточненном бюджете на 2020 год поступления в казну определены в размере более 11,7 трлн тенге, и 2 млрд от них составят примерно 0,017%.

В Миннацэкономике, которое разрабатало законопроект, заявляют, что, по их данным, ино-

странные интернет-компании готовы платить НДС за услуги, оказанные в нашей стране. «Курсив» попросил прокомментировать это утверждение представителей Microsoft, Bookmate и Spotify. Ответила только пресс-служба музыкального интернет-сервиса Spotify, подтвердив: «В каждой стране присутствия нашего сервиса мы ведем свою деятельность в соответствии с требованиями местного законодательства».

Согласно поправкам регистрация иностранных компаний в качестве налогоплательщиков должна происходить добровольно. Директор департамента налогов и права компании «Делойт» в Казахстане **Айдана Абдалиева** не исключает, что могут возникнуть сложности с налоговыми администрированием иностранных компаний из-за их физического отсутствия на территории страны. Касается это выявления и привлечения к условной регистрации иностранных организаций в качестве налогоплательщиков, а также взыскания НДС в бюджет Казахстана.

Кто получит пользу

Внедрение цифрового налога поможет уравнивать конкурентные условия для казахстанских и зарубежных компаний, считает **Николай Бабешкин**, глава Kolesa Group и председатель совета ассоциации Digital Kazakhstan. «Налог, о котором идет речь, казахстанские компании платят. Возможно, в результате некоторые товары у продавцов из Казахстана будут стоить столько же, сколько у внешних продавцов, так как условия будут справедливые. Если мы хотим развивать страну, то, конечно, нужно и свои IT-продукты разрабатывать», – говорит Бабешкин.

Пока у Казахстана не слишком много своих IT-продуктов, аналогичных тем, что попадают под

цифровой налог. У республики фактически нет собственных популярных социальных сетей и музыкальных сервисов. Но ситуация меняется. Например, компания BTS Digital развивает платформу Aitu, которая включает в себя мессенджер, сообщества и контент-каналы. Сервис был запущен в 2019 году, в данное время у него около полумиллиона активных пользователей в месяц.

Сейчас на рынке работает более десятка казахстанских торговых площадок. Их развивают как отдельные компании, например Kolesa Group с сервисами «Колеса», «Крыша» и Market, так и финансовые институты, такие как Kaspi Bank и ForteBank с собственными магазинами. Сайт «Колеса» в 2019 году посещали в среднем 5,3 млн уникальных пользователей в месяц, а «Крышу» – 3 млн уникальных пользователей. Это высокие показатели для страны с населением около 18 млн человек.

«Для Казахстана правильной стратегией будет поддержка собственного IT-сектора и стимулирование его развития через предоставление определенных налоговых преференций, как, например, уже созданная специальная экономическая зона, с одновременным введением цифрового налога для зарубежных конкурентов. При этом налоговую нагрузку должны нести именно цифровые компании, а не конечный потребитель – физическое лицо, как это может произойти сейчас», – говорит партнер и руководитель департамента налогового и юридического консультирования KPMG в Казахстане и Центральной Азии **Инна Алхимова**. Она не исключает, что при идентификации пользователя-физлица как находящегося в Казахстане провайдер услуг будет увеличивать их стоимость на 12%, включая в свой счет казахстанский НДС.



Коллаж: Вадим Квятковский

Основатель группы компаний «Учет.кз» **Максим Барышев** не верит в эффективность цифрового налога как инструмента защиты внутреннего рынка республики. «Никогда налоги не становились мерой защиты внутреннего рынка. Например, таможенные пошлины. Внутренний рынок они не защищают, но зато являются драйвером увеличения цен внутри страны. Пошлины поступают в бюджет государства, но обычный гражданин Казахстана вынужден в цене этого товара оплачивать и таможенную пошлину, и налоги, и стоимость самого товара», – считает он.

По мнению Барышева, стоимость услуг иностранных интернет-компаний в Казахстане с введением цифрового налога повысится и это неминуемо отразится на отечественном бизнесе. Он объясняет: «Когда мы говорим о компаниях из FAANG (аббревиатура, составленная из первых букв названий компаний Facebook, Amazon, Apple, Netflix и Google – «Курсив»), то сразу подразумеваем затраты на рекламу либо подписки на сервисы, которые необходимы бизнесу или простому человеку. Соответственно, введение цифрового налога скажется на стоимости предоставления услуг, а это значит, что мне, как и тысячам предпринимателей, придется так или иначе оптимизировать бюджеты на рекламу».

Кто уже вводил цифровой налог или хотя бы пытался

Среди стран, недовольных тем, что крупные технологические компании аккумулируют свои прибыли в юрисдикциях с низкими налогами, а не там, где находятся пользователи и оказываются услуги, уже есть и те, кто ввел цифровой налог.

Например, в 2019 году Франция ввела цифровой налог в размере 3% от валового дохода, полученного от пользования услугами интернет-компаний (например, Facebook или Amazon) жителями этой страны. Поскольку Франция ввела цифровой налогообложение в одностороннем порядке, США назвали такой подход дискриминационным и даже допустили в качестве ответной меры введение пошлин по ставке до 100% на товары из этой страны на сумму \$2,4 млрд. После обсуждения между лидерами стран в январе 2020 года Франция решила отложить взимание цифрового налога до конца этого года.

Другой подход демонстрирует Венгрия, где налоги охватывают онлайн-рекламу. Основным критерием налоговой привязки служит локация рекламы и таргетированной аудитории. В случае с онлайн-рекламой налоговая привязка считается установленной в Венгрии, если она отображается главным образом на венгерском

языке, вне зависимости от локации рекламной платформы и рекламодателя. Ставка налога на рекламу в Венгрии является прогрессивной – от 5,3 до 7,5%.

Венгрия тоже приостановила сбор этого налога – но уже по причине низкой собираемости. С июля 2019 года до конца 2022-го налог на рекламу в этой стране обнулен.

В Беларуси с начала 2018 года иностранные компании, оказывающие услуги в электронной форме физлицам, обязаны встать на учет по НДС и сдавать налоговые декларации. Уплата НДС производится самостоятельно либо через посредника, который проводит расчеты за оказанные услуги.

В России 1 января 2019 года вступили в силу поправки в Налоговый кодекс по уплате НДС за электронные услуги. Главным образом налог распространяется на услуги онлайн-рекламы, услуги маркетплейсов и услуги по предоставлению баз данных о пользователях цифровых платформ.

Российский опыт интересен тем, что внутри страны на рынках услуг, которые охватывает цифровой налог, есть конкуренция между иностранным и местным предложением. Например, конкуренция инфраструктуре Google составляет «Яндекс», Facebook – сеть «ВКонтакте».

В соседнем Узбекистане цифровой налог начали собирать с 2020 года, иностранные интернет-компании в этой центральноазиатской республике должны регистрироваться добровольно. В апреле Государственный налоговый комитет Узбекистана отчитался, что первой выплату НДС провела компания Google Commerce Limited. По итогам работы за I квартал 2020 года компания выплатила 85 тыс. евро.

Гуманитарная помощь: кто кому

В первой половине 2020 года Казахстан отправил гуманитарную помощь на \$2,5 млн в две страны – Таджикистан и Афганистан. Наша республика за полгода получила гуманитарку на \$4 млн.

Дмитрий ПОКИДАЕВ

Данные об экспортных и импортных поставках РК по странам в качестве гуманитарной помощи от Комитета госдоходов показывают, что за первые полгода в качестве гуманитарной помощи страна получила 0,41 т лекарств на сумму \$250,9 тыс. (для сравнения: показатель за весь 2019 год – 1,3 т медикаментов стоимостью \$3,9 млн). В то же время резко выросла в стоимостном выражении гуманитарная помощь, которая в таможенной статистике отражена в разделе «Одежда и обувь»: с \$653 тыс. по итогам всего 2019 года до \$2,9 млн в первом полугодии 2020 года. Хотя по весу полученная в этом году одежда значительно уступает прошлогодним показателям (84 т против 239 т).

В Комитете госдоходов Министерства финансов объяснили, что в этом году в раздел «Одежда и обувь» попала спецодежда для медиков, работающих с больными коронавирусом. Самый большой по стоимости гуманитарный груз со спецодеждой пришел в Казахстан из Катара – \$1,6 млн, более 35 тыс. специальных медицинских, защитных

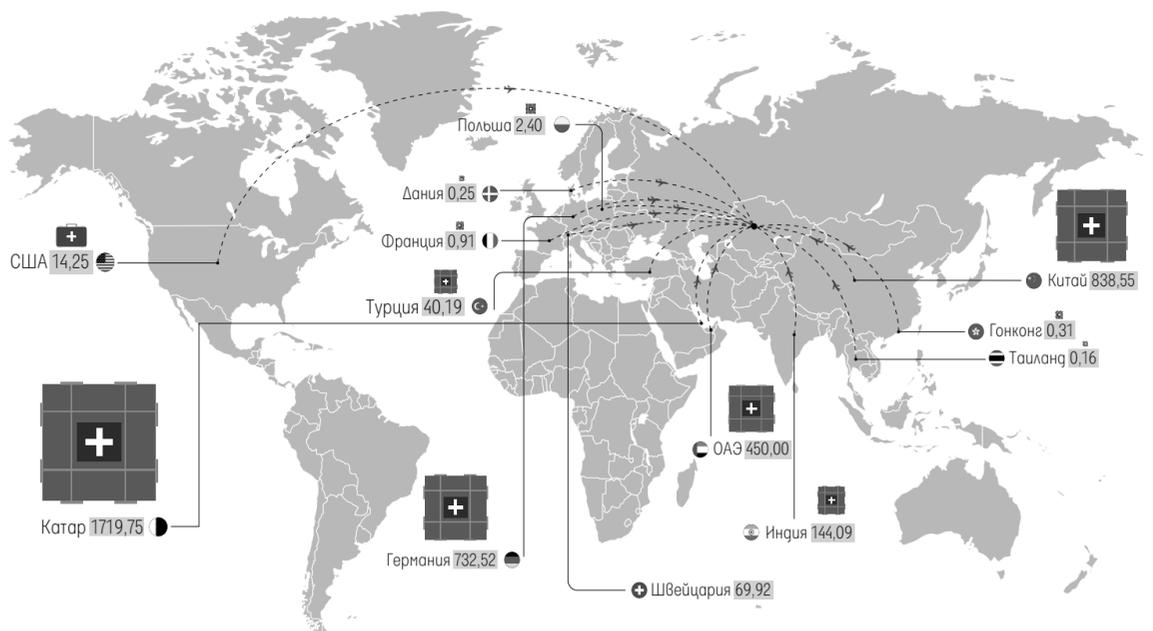
и хирургических костюмов. Катар лидирует и по общей стоимости присланной за полгода в страну гуманитарки (\$1 млн 719 тыс.), на втором месте – Китай (\$838,5 тыс.), на третьем – Германия (\$732 тыс.).

За первые шесть месяцев 2020 года республика получила гуманитарную помощь на \$4,013 млн. Для сравнения: общий показатель 2019 года – \$9,873 млн. В прошлом году лидером по стоимости гуманитарной помощи, поставленной в Казахстан, была Германия с \$8,2 млн.

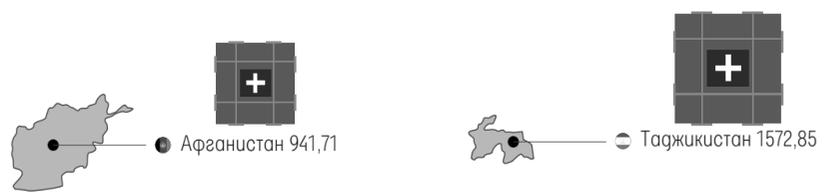
Сам Казахстан в первой половине 2020 года оказал гуманитарную помощь на \$2,5 млн – львиную ее долю в виде 5 тыс. т муки на сумму \$1 млн 572 тыс. получил Таджикистан. К концу года в эту же страну казахстанский Минздрав обещает направить партию портативных аппаратов ИВЛ для оснащения ими неотложек, но пока их отечественный производитель в Акмолинской области только наращивает свои мощности, Казахстан помогает соседям продовольствием.

В Афганистан было отправлено почти 2 тыс. т продовольствия (муки, макаронных изделий, подсолнечного масла и сгущенного молока) на \$941,7 тыс. В прошлом году Афганистан в числе получателей гумпомощи из Казахстана не было, а вот Таджикистан получал от Казахстана те же 5 тыс. т муки, только тогда их стоимость составляла \$1 млн 269 тыс.

ИЗ КАКИХ СТРАН И НА КАКУЮ СУММУ ПРИШЛА ГУМАНИТАРНАЯ ПОМОЩЬ В КАЗАХСТАН ЗА ПЕРВУЮ ПОЛОВИНУ 2020 ГОДА, ТЫС. ДОЛЛАРОВ



В КАКИЕ СТРАНЫ И НА КАКУЮ СУММУ ОТПРАВИЛ ГУМАНИТАРНУЮ ПОМОЩЬ КАЗАХСТАН ЗА ПЕРВУЮ ПОЛОВИНУ 2020 ГОДА, ТЫС. ДОЛЛАРОВ



Источник: КГД МФ РК

Инфографика: Ганоль Сейткунов 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 спецпроектов
Татьяна ТРУБАЧЕВА
t.trubacheva@kursiv.kz

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

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

Редактор отдела «Недвижимость»
Наталья КАЧАНОВА
n.kachanova@kursiv.kz

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

Редактор отдела «Фондовый рынок»
Динара Бекмагамбетова
d.bekmagambetova@kursiv.kz

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

Редакция:
Ксения БЕЗКОВОРАЙНАЯ
Ирина ЛЕДОВСКИХ
Ирина ОСИПОВА

Корректоры:
Светлана ПЫЛЫПЧЕНКО
Татьяна ТРОЦЕНКО
Елена ШУМСКИХ

Арт-директор:
Екатерина ГРИШИНА

Билд-редактор:
Вадим КВЯТКОВСКИЙ

Верстка:
Мадина НИЯЗБАЕВА
Елена ТАРАСЕНКО

Дизайнер:
Гамаль СЕЙТКУЖАНОВ

Фотографы:
Аскар АХМЕТУЛЛИН
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 ГИМАДИНОВ
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:
Дмитрий 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 «Даур»
РК, г. Алматы, ул. Калдаякова, д. 17
Тираж 10 000 экз.

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

Экспортные муки

> стр. 1

На афганском рынке муки доля Казахстана составляет около 60%.

Но по пути в Афганистан перед казахстанскими экспортерами возникают препоны: Узбекистан устанавливает высокие транзитные тарифы. Тарифы на железнодорожный транзит и сопутствующие сборы через Узбекистан (Ташкент – Термез (Галаба) до границы с Афганистаном) составляют около \$60 за тонну. В то же время транспортировка по железной дороге из северных регионов Казахстана до границы Узбекистана обходится в \$20 за тонну.

Чтобы выход на «игровое поле» обошелся казахстанским экспортерам дешевле, АО «НУХ «КазАгро» разрабатывает альтернативные маршруты доставки муки в Афганистан через Туркменистан. «Согласно данным ОЮЛ «Союз зернопереработчиков Казахстана» Туркменистан заинтересован как в развитии перевозок по своей территории, так и в создании конкурентного (с Узбекистаном) маршрута и предоставляет скидку в размере 30% на транзитный тариф, который равен тарифу на внутреннюю перевозку», – сообщил первый заместитель председателя правления Национальной палаты предпринимателей «Атамекен» **Эльдар Жумагазиев**.

По его мнению, для сохранения позиций по экспорту муки нужно незамедлительно принять меры по созданию равного доступа казахстанских товаров на рынок Узбекистана. В частности, речь идет об установлении ответных зеркальных высоких тарифов при транзите узбекских товаров через Казахстан и равных импортных таможенных пошлин на всю ввозимую продукцию из Узбекистана.

«К сожалению, приходится констатировать, что Узбекистан на протяжении многих лет создает неравный доступ казахстанской пшеницы и муки на свой рынок. В связи с чем объемы экспорта муки в Узбекистан снизились с 1243 тыс. т в 2012 году до 388 тыс. т в 2019 году при одновременном росте импорта казахстанской пшеницы с 658 тыс. т в 2012 году до 2 187 тыс. т в 2019 году», – сказал Жумагазиев.

В конце июля он сообщил, что премьер-министры двух стран планируют встречу, на которой должны были обсуждаться в том числе и эти вопросы. Однако в Министерстве торговли и интеграции «Курсиву» пояснили, что встреча была перенесена на более поздние сроки «ввиду объективных причин».

«Вместе с тем в октябре запланированы основные двусторонние мероприятия с участием глав правительств: 19-е заседание совместной Межправительствен-

ной комиссии по двустороннему сотрудничеству между Республикой Узбекистан и Республикой Казахстан и Форум межрегионального сотрудничества Казахстана и Узбекистана. Сроки согласовываются с узбекской стороной», – сообщили в Минторговли.

Вялый экспорт

«Курсив» запросил в АО «Казахстан темир жолы» оперативные данные за семь месяцев этого года, чтобы понять динамику экспорта продуктов перемола (фактически – муки). Оказалось, что рост поставок по железной дороге в целом во все страны был минимальным – на 5 тыс. т, до 975 тыс. т. Зернопереработчики могли бы экспортировать больше муки в этом году, но им помешали административные барьеры. Речь идет о запрете на вывоз муки, действовавшем с 22 марта по 1 апреля, и экспортной квоте в 170 тыс. т в апреле и 150 тыс. т в мае.

На такие меры власти толкнул... страх. «Министерство сельского хозяйства не владеет информацией о фактическом наличии зерна в стране и опасалось того, что развитие экспорта в условиях повышенного спроса из-за пандемии приведет к оголению внутреннего рынка и, соответственно, угрозе продовольственной безопасности», – считает президент Союза зернопереработчиков Казахстана **Евгений Ган** и добавляет, что такие решения должны быть более выверенными.

Экспортные квоты на апрель и май, по его данным, были выбраны практически полностью, и лишь с начала июня мукомолам пришлось выполнять взятые ранее на себя договорные обязательства по экспорту, в том числе мартовские.

К внутренним проблемам прибавились и внешние. Ган отметил, что текущая ценовая конъюнктура не благоприятствует экспорту муки. Это связано с тем, что цены на зерно держатся, по его мнению, на достаточно высоком уровне. «Соответственно, у нас и ценник на муку достаточно высокий. В то же время в последние месяцы у нас в странах – потенциальных импортерах уже идет свой урожай, поэтому у них ожидания по ценам намного ниже, чем у нас. Экспорт достаточно вялый», – сказал он.

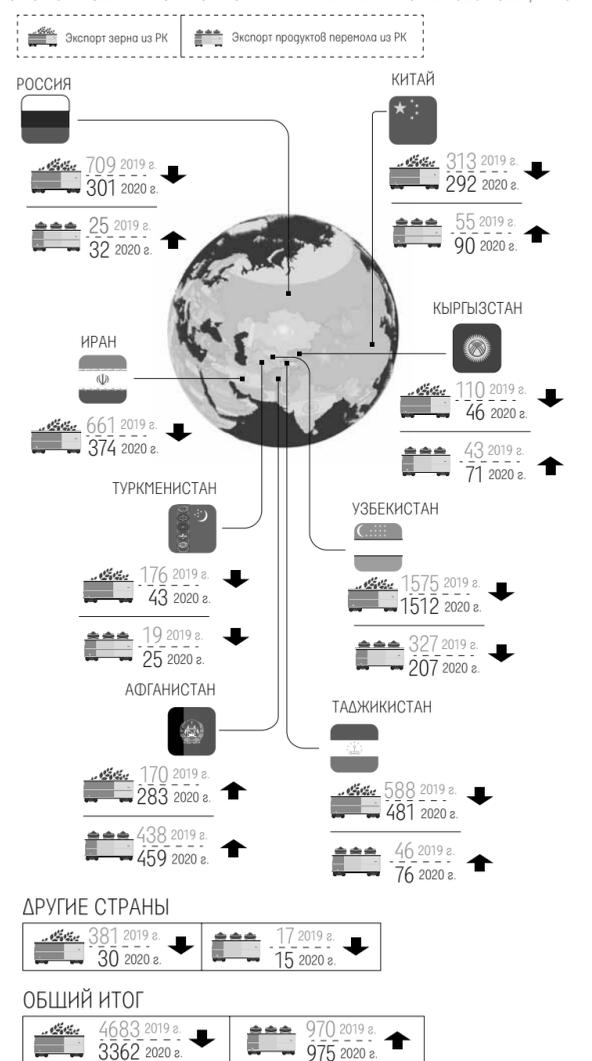
Живительные прогнозы

Прошедшие в последние недели дожди улучшили ожидания по урожаю зерновых. Если до живительных дождей в Минсельхозе прогнозировали 18,5 млн т (в прошлом году было собрано 17,4 млн т зерна), то в конце июля стали ожидать урожай получше – до 20,5 млн т. Вице-министр сельского хозяйства **Нурбек Даирбеков**



Фото: Depositphotos/Wolfa

ЭКСПОРТ ЗЕРНА ИЗ КАЗАХСТАНА В ЯНВАРЕ – ИЮЛЕ 2020 ГОДА, ТЫС. Т



Источник: КТЖ

Инфографика: Ганала Сейтжанов для «Курсива»

оценил 52% посевов как хорошие, 42% – как удовлетворительные, отметив, что на элеваторах страны имеется 2,1 млн т продовольственной пшеницы.

Сейчас сбор урожая зерновых культур полным ходом идет в Актобинской, Алматинской, Восточно-Казахстанской, Жамбылской, Западно-Казахстанской, Кызылординской и Туркестанской областях. Министр сельского хозяйства **Сапархан Омаров** отработал на заседании правительства, что на 10 августа в них убрано 929,4 тыс. га, или 37,3% от уборочной площади. При средней урожайности 19,1 ц/га намолочено 1,8 млн т зерна.

«В прошлом году на аналогичную дату было намолочено 1,4 млн т. Основные зерносеющие регионы республики также приступили к уборке нового урожая. На сегодняшний день убрано 93,3 тыс. га. К массовой уборке северные регионы приступят к 20 августа», – сообщил Омаров.

В МСХ отметили, что принимают меры по развитию глубокого передела зерна, предусматривающие привлечение иностранных инвестиций и составление прогнозов потребительских предпочтений на внутреннем и внешнем рынках (крупы, макароны, крахмалопродукты, биоэтанол и другая продукция).

В рамках программы «Экономика простых вещей» правительством утверждена «Дорожная карта по развитию пищевой и перерабатывающей промышленности на 2019–2021 годы»; на реализацию проектов по переработке сельскохозяйственной продукции выделено 200 млрд тенге. Для обеспечения загрузки

мукомольных предприятий в рамках программы предоставляются льготные кредиты на пополнение оборотных средств.

По данным МСХ, в республике имеется около 300 мукомольных предприятий общей мощностью 10,3 млн т зерна в год. При этом в 2019 году в Казахстане было произведено 3,1 млн т муки, а загрузка мукомольных предприятий составила 29,1%. В прошлом году на экспорт было отгружено 1,6 млн т муки, а сама республика импортировала 3,8 тыс. т. В январе – июне 2020 года в Казахстане было произведено 1,67 млн т муки.

«Для развития экспортного потенциала отечественного производства в рамках Государственной программы развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017–2021 годы предусмотрено наращивание объемов экспорта муки, макарон, крупы, крахмалопродуктов. Так, к 2021 году планируется экспортировать муку в традиционные страны-импортеры на сумму порядка \$420 млн», – сообщили в МСХ.

Попытаться накормить Китай

На фоне нелучшей ситуации с экспортом в страны Центральной Азии мукомолы с надеждой смотрят на Китай. Экспорт муки в эту страну в январе – июле вырос сразу на 64%, до 90 тыс. т. Но экспансия сдерживается инфраструктурными проблемами и необходимостью перегрузки на пограничных станциях Достык и Алтынколь.

В КТЖ видят возможности для ускорения процесса в контейнеризации экспорта муки и зерна, а также поставки зерна в КНР в мягких контейнерах/ мешках – биг-бэгах, к примеру, на 1,25 т, которые затем можно перегружать на автомобильный транспорт, в крытые или полувагоны.

«В данный момент по станции Достык китайская сторона требует 12 составов в сутки, из них 10 контейнерных поездов. Учитывая это, мы рекомендуем грузоотправителям осуществлять погрузку в биг-бэгах и контейнерах», – сообщил первый заместитель председателя правления КТЖ **Канат Альмагамбетов** на онлайн-конференции, посвященной вопросу контейнеризации экспорта зерна и муки.

Для повышения уровня контейнеризации в 2020 году установлены понижающие коэффициенты к предельному уровню тарифов на услуги магистральной железнодорожной сети и локомотивной тяги при перевозке в контейнерах зерновых и зернобобовых культур, продукции мукомольно-крупяной промышленности через станции Актау, Курык, Алтынколь, Достык, Сарыагаш, Болашак, Оазис и Луговая.

Узнай больше на kursiv.kz



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



ИНВЕСТИЦИИ

Ралли по-азиатски

Технологические компании из Азии демонстрируют быстрый рост

THE WALL STREET JOURNAL.

Chong KOH PING,
THE WALL STREET JOURNAL

Бурный рост на рынке акций технологических компаний этим летом не ограничился лишь Америкой. Акции некоторых техногигантов из Азии также значительно поднялись в цене, обеспечив рост основных рыночных индексов.

Например, акции китайских интернет-гигантов Tencent Holdings Ltd. и Alibaba Group Holding Ltd., показавшие в июле рекордную прибавку, за год выросли на 48 и 24% соответственно. По состоянию на 6 августа рыночная капитализация Tencent составляла \$687 млрд, Alibaba – \$712 млрд, что сопоставимо с капитализацией Facebook Inc. в размере \$710 млрд на Нью-Йоркской бирже по состоянию на 5 августа.

Samsung Electronics Co. и Taiwan Semiconductor Manufacturing Co. также выросли в цене за последние три месяца. Во многом показатели именно данных компаний позволили в этом году южнокорейскому индексу Kospi вернуться на позитивную территорию, а тайваньскому индексу Taiex достичь рекордно высокого уровня. Все потому, что обе компании являются важными компонентами их рыночных бенчмарков.

В значительной степени этот тренд обусловлен ростом прибыли или доходности бизнеса в период пандемии, из-за которой многие люди были вынуждены соблюдать режим самоизоляции. Все это время они работали, поддерживали связь с другими людьми, совершали покупки и играли в игры через интернет. Как утверждают аналитики и инвесторы, за технологическим ростом в Азии достаточно внимательно наблюдают крупные



Компания Alibaba показала рекордный рост в июле и за год выросла на 24%.

технологические компании из США, которые на фоне карантина и закрытия ряда предприятий также оказались в выигрышном положении.

Эксперты отмечают, что некоторые азиатские технологические компании стоят дешевле, чем их американские аналоги, что делает их потенциально более привлекательными. Например, по данным FactSet, показатель соотношения цены и прибыли у Alibaba составляет 27,7 против 85,4 у Amazon.com. Этот же коэффициент у Samsung ниже, чем у Apple.

«Эти компании словно низко висящие плоды, в которые (люди) могут легко инвестировать, чтобы наверстать упущенное, в особенности если они считают, что упустили возможности на американском рынке», – говорит

Фрэнсис Тан, инвестиционный стратег UOB Private Bank из Сингапура.

По мнению Маниша Нигам, главы отдела технологий по Азиатско-Тихоокеанскому региону (АТР) банка Credit Suisse, рост торгово-политической напряженности между США и Китаем для азиатских технологических компаний является одновременно и риском, и возможностью.

Так, США ограничили деятельность китайского телекоммуникационного гиганта Huawei Technologies и внесли в черный список ряд других технологических компаний из Китая. «Если отношения между США и КНР продолжат ухудшаться, это может навредить технологическому сектору», – отмечает Нигам.

Противоречия только подстегивают усилия Пекина по нара-

щиванию своего внутреннего технологического потенциала за счет принимаемых властями мер поддержки роста и развития местных компаний.

После спада на рынке в марте индекс Dow Jones для акций технологических компаний АТР вырос на 58%, в результате его рост за год оказался на уровне 23%. Кроме того, акции наиболее значимых технологических компаний из Азии также являются важными компонентами индекса MSCI Emerging Markets, который начиная с марта вырос более чем на 40%, хотя в годовом исчислении, наоборот, немного снизился.

Стоимость акций китайской компании Meituan Dianping, которая на рынке присутствует всего пять лет и предоставляет онлайн-услуги по заказу и достав-

ке еды, продает онлайн-ваучеры и осуществляет бронирование билетов, в этом году выросла более чем вдвое. На данный момент рыночная оценка этой компании составляет \$165 млрд, то есть больше, чем оценка Grubhub, Groupon, Uber Technologies и Booking Holdings, вместе взятых.

Даже SoftBank Group Corp., потерявший миллиарды долларов в результате крупных инвестиционных промахов, в том числе связанных с WeWork Inc., оказался на подъеме, продемонстрировав рост с мартовских минимумов на 144%. Глобальное технологическое ралли положительно отразилось и на стоимости ряда крупных активов этого японского конгломерата и инвестора в технологические компании (в частности, в Alibaba). Стоимость акций SoftBank недавно достигла 20-летнего максимума, и теперь компания выкупает собственные акции на сумму более \$20 млрд с

целью обеспечить еще больший их рост.

По словам Викаса Першада, портфельного менеджера компании M&G Investments, азиатские технологические гиганты, которые за последние годы инвестировали в исследования и разработки значительные суммы, сейчас являются явными лидерами в своих секторах, будь то электронная коммерция, игры или производство чипов. Это позволяет им расширять свою деятельность на региональном уровне, используя в качестве преимуществ высокий спрос на свои продукты и услуги, отмечает он.

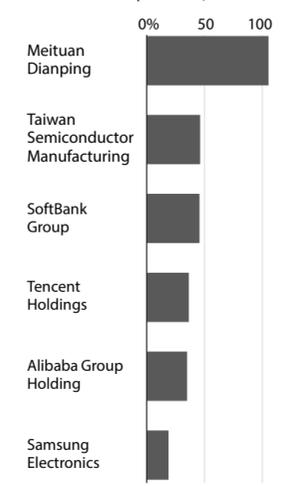
«Беспрецедентный шок как для спроса, так и для предложения, а также беспрецедентные стимулы – все это новые возможности, и в первую очередь для технологического сектора. Завоевать место на этом развитом рынке новому игроку будет очень непросто», – говорит Першад.

Однако то, удастся ли этим компаниям закрепить рост в период пандемии на долгосрочную перспективу, во многом будет зависеть от того, сохранят ли пользователи свои новые онлайн-привычки.

«Как только люди привыкнут (к покупкам продуктов через интернет), они, вероятно, пойдут дальше», – отмечает Анулам Боз, портфельный менеджер бостонской компании Clough Capital, который отвечает за фонд акций, ориентированный на Китай. По его словам, перспективы сегмента онлайн-развлечений менее определенные, поскольку после того, как люди вернутся на свои рабочие места и к обычным делам, у них уже не будет столько свободного времени.

Перевод с английского языка – Танат Кожманов.

За последние три месяца акции азиатских технологических гигантов значительно выросли в цене



Источник: FactSet

THE WALL STREET JOURNAL.

Коронакризис пошатнул Amazon, но не сумел помешать технологическому гиганту показать лучшие за свою историю финансовые результаты

42%

Январь

Компания Amazon.com сообщила о своих лучших квартальных финансовых показателях, однако достичь их оказалось непросто.

С самого начала пандемия стала причиной серьезных вызовов для компании, с какими прежде она практически никогда не сталкивалась. Сроки доставки увеличились, а с ними ухудшились и отзывы покупателей, в некоторых районах были недоступны важные товары, плюс все эти проблемы усугубила нехватка работников.

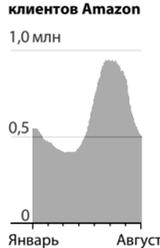
По мере того как увеличивалось время доставки, ухудшились отзывы покупателей...

Большинство временных трудностей, с которыми Amazon столкнулся во время пандемии, были связаны с тем, что компания оказалась не готова к резкому увеличению числа заказов. И хотя компания по-прежнему опережала своих конкурентов по темпам доставки, ее знаменитая оперативность несколько снизилась.

Сроки доставки



Негативные отзывы клиентов Amazon



Впервые за долгие годы доля Amazon в сегменте электронной торговли в США снизилась

34%

Апрель

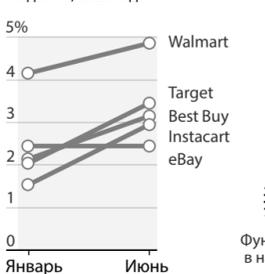
Проблемы Amazon привели к тому, что покупатели переключились на другие онлайн-магазины. Когда трафик на сайте Amazon упал, Walmart, Target, а также мебельный онлайн-магазин Wayfair отметили рост трафика у себя.

Рост онлайн-трафика в США в апреле по сравнению с аналогичным показателем прошлого года



Конкуренты забрали часть рыночной доли у Amazon, которая сегодня составляет 38%...

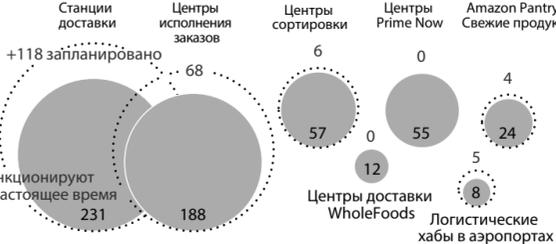
Рынок электронной торговли в США по долям, 2020 год



...инвесторы сохранили свою уверенность, поскольку Amazon активно инвестировал в логистику и другие бизнес-подразделения...

Amazon управляет целой сетью фулфилмент-центров и станций доставки, которая по своим масштабам значительно превосходит то, что есть у конкурентов. Также компания продолжает увеличивать авто- и авиапарк, расширяя свои технические возможности с целью самостоятельно осуществлять большую часть доставок.

Инфраструктура



...и его рыночная стоимость начала увеличиваться

Оценки крупнейших технологических компаний



Источник: Rakuten Intelligence (рыночная доля, доставка); Marketplace Pulse (отзывы); Activate Consulting (посетители, просмотры); MWPLV (распределительные центры); FactSet (оценки) Erik Brynjolfsen/THE WALL STREET JOURNAL

Инвестидея от Freedom Finance

Amazon Prime достиг 150 млн платных пользователей

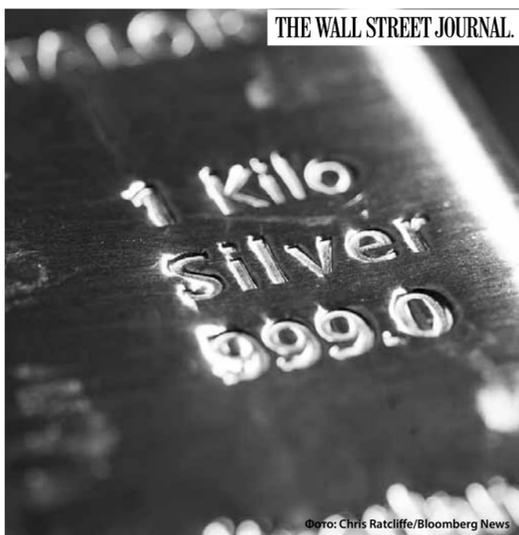
Amazon показал один из сильнейших своих кварталов, где отдельные сегменты компании получили ускорение от пандемии, и гигант e-commerce намерен продолжить данный тренд роста.

Тамерлан АБСАЛЯМОВ, аналитик ИК «Фридом Финанс»

Солідные результаты во время пандемии и повышение guidance (англ., совет или информация, направленная на решение проблемы или затруднения) на следующий квартал только укрепили тезисы о лидирующих позициях и возможности компании показывать рост в долгосрочной перспективе. Во II квартале выручка в размере \$88,91 млрд выросла на 40% г/г и превысила консенсус-прогноз примерно на \$7 млрд. Выручка североамериканского сегмента выросла на 43% г/г, до \$55,44 млрд, превысив консенсус-прогноз в \$50,4 млрд. Выручка в международном сегменте выросла на 38%, до \$22,67 млрд, превысив консенсус-прогноз в \$19,7 млрд. Выручка AWS в размере \$10,81 млрд выросла на 29%. Операционная прибыль за II квартал составила \$5,8 млрд по сравнению с \$3,1 млрд годом ранее. Свободный денежный поток зафиксирован на уровне \$31,9 млрд по сравнению с \$25 млрд во II квартале 2019 года.

Прогноз на III квартал на уровне \$87-93 млрд намного выше консенсус-прогноза в \$86,44 млрд. Этот диапазон указывает на рост выручки на 24-33% по сравнению с прошлым годом. Прогноз по операционной прибыли за III квартал в размере \$2-5 млрд превышает ожидания в \$3,1 млрд (в средней точке). Отметим несколько позитивных моментов последнего времени в развитии Amazon. Во-первых, реальный эффект от однодневной доставки Amazon Prime. Превосходные результаты показывают, что крупные инвестиции Amazon в однодневную доставку окупаются. Генеральный директор Amazon Джефф Безос сказал, что «в этом квартале к Prime присоединилось больше людей, чем когда-либо прежде», и что теперь компания насчитывает более 150 млн платных членов Prime по всему миру. Во-вторых, столкнувшись с тем, что многие магазины начали приостанавливать свою деятельность из-за введения карантина и социального дистанцирования, сегмент онлайн-коммерции от компании Amazon начал еще больше набирать обороты, так как потребители стали активнее тратить в режиме онлайн. По последним данным, Amazon планирует нанять 100 тыс. дополнительных сотрудников из-за пика спроса на услуги компании. И, по прогнозам многих аналитиков, в том числе JPMorgan, данный тренд продолжится и после того, как закончится влияние коронавируса. В-третьих, управление по конкуренции и рынкам Великобритании дает окончательное одобрение для 16%-ой доли Amazon в крупном бизнесе доставки еды Deliveroo. Более того, Amazon скоро запустится в Швеции через сайт amazon.se. По данным Statista, в Швеции расходы на электронную коммерцию выросли в этом году до уровня \$11 млрд (рост на 13% г/г) с 7,7 млн пользователей. Целевая цена – на уровне \$3573, потенциал роста – около 11%.

Перевод с английского языка – Танат Кожманов.



THE WALL STREET JOURNAL.

Фото: Chris Ratcliffe/Bloomberg News

Золото или серебро: чем отличаются инвестиции в два драгоценных металла

Инвестиции в оба актива оказались успешными, обеспечив рост акций своих ETF.

Simon CONSTABLE,
THE WALL STREET JOURNAL

В текущем году инвесторы в золото и серебро ведут себя словно бандиты, особенно если сравнить два наиболее известных в мире драгоценных металла с фондовым рынком.

Торгуемый на бирже (ETF) инвестиционный фонд SPDR Gold Shares (GLD), отслеживающий цены на слитки, и фонд iShares Silver Trust (SLV), который отслеживает цены на серебро, выросли за год на 34% и 57% соответственно. Для сравнения: инвестиционный фонд SPDR S&P 500 (SPY), привязанный к индексу S&P 500, вырос всего на 4%.

Ни один из этих металлов не приносит дивидендов. Однако существуют определенные критерии, по которым можно определить, какой из них наиболее подходит для вашего инвестиционного портфеля. Либо понять, что не подходит ни один из металлов.

Металлы постоянного спроса

Изменение стоимости фьючерсов на серебро и золото в текущем году



Источник: Dow Jones Market Data

1. Ликвидность

По мнению Рохита Саванта, вице-президента по исследованиям нью-йоркской компании CPM Group, рынок золота намного более ликвидный, чем рынок серебра. В 2019 году рынок золота оценивался в \$24,5 трлн, что более чем в пять раз превышает объем рынка серебра в \$4,4 трлн. «Рынок серебра относительно менее ликвидный и с немного более высоким уровнем риска», – говорит Савант. Впрочем, разница в ликвидности вряд ли будет большой проблемой для тех, кто собирается торговать небольшими объемами.

2. Волатильность

Серебро в большей степени подвержено волатильности, что означает больший разбег цен, чем могут попытаться воспользоваться трейдеры. «Самым большим преимуществом серебра является его волатильность», – говорит Уильям Райнд, генеральный директор компании Granite Shares, осуществляющей управление ETF. Однако это также означает и больший риск. На пике пандемии цены на серебро упали гораздо сильнее, чем на золото.

3. Диверсификация

Как правило, инвесторы включают в свой портфель эти металлы, поскольку они обычно не привязаны к стоимости акций и облигаций, что снижает общий риск для всего портфеля. В этом смысле у золота есть преимущество. «Серебро в большей степени привязано к деловым циклам. Золото же ни к чему не привязано и ни с чем не коррелируется», – отмечает Райнд.

4. Стоимость хранения

Инвесторам потребуется арендовать в хранилище гораздо больше места для серебра стоимостью \$1 млн, чем для золота на ту же самую сумму, а все потому, что с учетом текущих цен на \$1 млн можно купить 41 118 тройских унций серебра или 505 унций золота. «С точки зрения хранения или транспортировки, золото – это более предпочтительный вариант», – считает Савант.

Впрочем, для инвесторов, которые покупают золото или серебро через ETF или паевые инвестиционные фонды, все эти отличия несущественны, поскольку годовые расходы фонда, как правило, невелики. К примеру, для упомянутых выше ETF годовые расходы на золото и серебро составляют 0,4% и 0,5% соответственно, что, правда, намного выше, чем у SPDR S&P 500, расходы которого не превышают 0,09%.

Перевод с английского языка – Танат Кожманов.

Работа над ошибками

Миннацэк предлагает поправки в законодательство по вопросам ГЧП и концессий

Новации – своего рода реакция на разгромное заключение Счетного комитета по отчету правительства об исполнении бюджета 2019 года. Вывод, который тогда сделал комитет: с ростом числа ГЧП-проектов гособязательства увеличиваются несоизмерно объемам привлекаемых инвестиций.

Динара БЕКМАГАМБЕТОВА

По оценкам Счетного комитета, на привлечение одного тенге частных инвестиций затрачивается два тенге бюджетных средств. По прогнозу ведомства основная нагрузка на бюджет по республиканским проектам ГЧП придется на 2020–2023 годы и составит в среднем около 98 млрд тенге ежегодно.

По данным Казахстанского центра ГЧП, на 1 августа текущего года заключено 813 проектов ГЧП на сумму 1,8 трлн тенге, из них 10 – на республиканском, 803 – на местном уровне.

Бремя гособязательств

«Основная часть гособязательств ложится на республиканские проекты, потому что среди них есть крупные инфраструктурные проекты, соответственно, они дорогие сами по себе», – отметил «Курсиву» эксперт АО «Казахстанский центр ГЧП» Ерболат Наурзалиев.

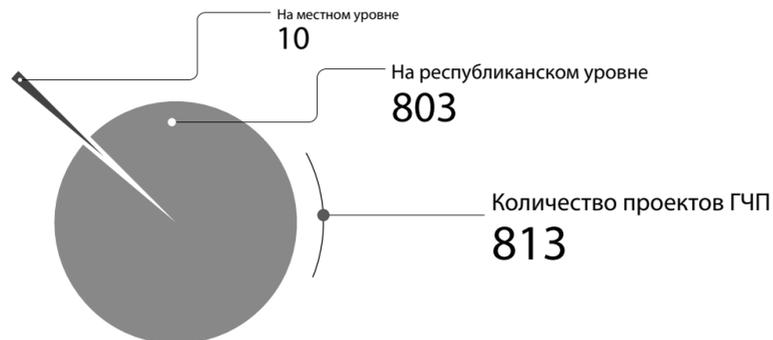
Один из таких крупных проектов – Большая алматинская кольцевая автомобильная дорога (БАКАД). Государственные обязательства по БАКАДу составляют 512 млрд тенге, из них 176,7 млрд тенге – это компенсация инвестиционных затрат, 28 млрд тенге – компенсация эксплуатационных затрат и 307,6 млрд тенге – вознаграждение за управление. 7 августа синдикат кредиторов по проекту подписал соглашение о финансовом закрытии. Выдача первого транша по финансированию БАКАДа планируется во второй декаде августа.

По данным Казцентра ГЧП, за последние три года в среднем заключается 243 договора ГЧП ежегодно. Между тем в 2005–2015 годах в стране реализовывалось в среднем всего по два проекта ГЧП в год, отмечают в Счетном комитете.

С увеличением количества проектов ГЧП растут и государственные обязательства по ним, констатирует Наурзалиев. «К примеру, на 1 августа 2020 года сумма гособязательств, когда-либо взятых на себя государством, с учетом выделенных сумм финансирования в рамках всех договоров ГЧП составляет 1,372 трлн тенге, из них уже выплачено 177 млрд тенге», – отметил он.

Отметим, что проекты государственно-частного партнерства в Казахстане делятся на три категории: I категория – полное возмещение инвестиций и операционных затрат частного партнера из бюджета; II категория – частичное возмещение инвестиций за счет бюджета и за счет услуг с рынка; III категория – без возмещения из бюджета. По последней категории возмещение затрат инвестора происходит за счет услуг (тариф, госзаказ, ГОБМП, платные услуги и другие).

Из существующих 813 проектов 294 (36%) относятся к I категории, 252 (31%) – ко II и оставшиеся 267 (32%) – к III категории. Таким образом, по двум третям проектов ГЧП государство полностью или ча-



Источник: Казахстанский центр ГЧП

Инфографика: Гамаль Сейткужанов для «Курсива»

стично компенсирует инвестиции и операционные затраты частного партнера.

Вместе с тем возмещение затрат по отдельным местным проектам превышает их стоимость. Например, согласно данным, приведенным в заключении Счетного комитета, в Атырауской области при стоимости проекта «Строительство и эксплуатация сетей освещения в городе Кульсары» 2,4 млрд тенге бюджетом возмещается 2,7 млрд тенге.

Государство переплачивает по проектам ГЧП из-за отсутствия четкой регламентации критериев предоставления мер господдержки (включая гарантии потребления в виде государственного заказа), а также из-за того, что нет ограничений по сочетанию мер господдержки и источников возмещения затрат, считают в Счетном комитете.

В новом законопроекте Министерство нацэкономики предлагает производить полное возмещение инвестиционных затрат частного партнера только в том случае, если эксплуатация объекта социальной инфраструктуры и жизнеобеспечения не окупает инвестиции частного партнера.

По мнению Наурзалиева, эта поправка позволит соблюсти баланс экономических выгод частного партнера и государства. Он напомнил, что у компаний, построивших объект в рамках ГЧП, есть возможность зарабатывать не только на оказании платных услуг населению, но и на государственном заказе, например, при реализации проекта по строительству спортивной школы или детского сада.

«Если государство будет выплачивать частному партнеру и инвестиционные затраты, и операционные затраты плюс при этом вознаграждение за управление, плату за доступность, – это же колоссальные расходы, которые будут ложиться на бюджет! Здесь тогда теряется смысл механизма ГЧП», – отметил эксперт.

Законопроект также предусматривает выплату компенсации инвестиционных затрат по проекту ГЧП равными долями в течение не менее пяти лет. При этом запрещается перенос сроков выплат на более ранние периоды.

Мониторинг эффективности

Другая выявленная Счетным комитетом проблема – при выборе проектов не проводится оценка их потенциального вклада в социально-экономическое развитие страны и региона.

«Фактически определение приоритетности объектов ГЧП отдано на откуп местным исполнительным органам. В результате акцент смещается на проекты в сфере интересов частного предпринимательства региона, что не позволяет исключить диспропорции в развитии экономики и решать актуальные вопросы населения в проблемных сферах», – отмечается в заключении ведомства.

Президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев на расширенном заседании правительства в июле 2019 года также обращал внимание на растущую нагрузку на бюджет и необходимость отслеживать социально-экономическую эффективность реализуемых проектов ГЧП. Президент тогда поручил наладить качественный мониторинг и контроль в сфере ГЧП.

Ответственным за реализацию этого поручения, согласно законопроекту, станет Казахстанский центр ГЧП. Центр будет вести единую информационную систему государственно-частного партнерства. По словам Ерболата Наурзалиева, предполагается создание цифровой платформы, на которой будет размещаться информация обо всех заключаемых проектах ГЧП, а также данные о каждом планируемом и реализуемом проекте с ежемесячной актуализацией.

Единая информационная система ГЧП необходима также для стимулирования инвестиционной привлекательности и продвижения механизмов ГЧП, где планируется

объединить всех экспертов на рынке ГЧП для оказания практического содействия структурированию проектов; обеспечить доступ заинтересованных лиц к базе лучших практик, релевантной статистике по проектам, актуальной аналитике, регулярным обзорам инвестиционной активности в стране; содействие инициаторам проектов, инвесторам и прочим заинтересованным организациям. Другое новшество – введение аукциона в качестве нового способа присуждения контракта в ГЧП. Как сообщили «Курсиву» в пресс-службе Министерства нацэкономики, при отборе частного партнера через аукцион приоритет будет отдаваться тому предпринимателю, который привлечет наибольший объем частных инвестиций. Это, как полагают в ведомстве, позволит снизить нагрузку на бюджет.

Ужесточаются и квалификационные требования к частному партнеру либо концессионеру. Дополнительные требования включают: отсутствие налоговой задолженности, превышающей шестикратный размер МРП (на данный момент 16 668 тенге); частный партнер не должен подлежать процедуре банкротства либо ликвидации; на его имущество не должен быть наложен арест. Также частный партнер не должен быть включен в реестр недобросовестных участников государственных закупок, а объем его собственных средств должен составлять не менее 10% от стоимости объекта государственно-частного партнерства. Под собственными средствами понимаются собственный капитал, деньги и иные активы, принадлежащие потенциальному частному партнеру, которые непосредственно вовлекаются в реализацию проекта государственно-частного партнерства. Данное требование включается в договор государственно-частного партнерства.

Кроме того, согласно поправкам, в концессию будут передаваться не только объекты социальной и общественной инфраструктуры и жизнеобеспечения, но и объекты туристской инфраструктуры. Эта норма, как указывается в сравнительной таблице проекта закона, направлена на увеличение инвестиционной привлекательности развития экологического туризма на территории государственных национальных природных парков.



Фото: Дмитрий Кузмищев

БАНКИ И ФИНАНСЫ

Банк Kassa Nova станет кастодианом

Freedom Holding Corp. 4 августа объявил о приобретении АО «Банк Kassa Nova», входящего в состав АО «ForteBank». Глава Freedom Holding Corp. Тимур Турлов рассказал, чем новый банк будет отличаться от других игроков на рынке.

Динара БЕКМАГАМБЕТОВА

Напомним, завершение сделки ожидается к концу года. После закрытия сделки будет проведен ребрендинг, название банка изменится. По словам Тимура Турлова, приобретаемый холдингом банк будет в первую очередь сфокусирован на бизнесе инвестиционного банка. «Это операции с ценными бумагами и производными инструментами. Это, например, наша готовность выступать в качестве маркетмейкера, в том числе для иностранных инвесторов, предоставить возможность покупать и продавать значительные объемы государственных ценных бумаг на нашей бирже», – отметил Турлов во время прямого эфира для клиентов компании в пятницу, 7 августа.

После завершения сделки Банк Kassa Nova больше не будет заниматься кредитованием в прежнем виде. Согласно условиям сделки нынешний владелец банка, АО «ForteBank», приобретет весь кредитный портфель Kassa Nova в размере 62 млрд тенге.

«Бизнес кредитования мы не поддерживаем, это не является нашей экспертизой, так же как и банка в Москве (Банк Фридом Финанс. – «Курсив»). Мы специализируемся на других направлениях. Поэтому мы не планируем осуществлять кредитование ни своих структур, ни малого и среднего бизнеса в текущем формате», – отметил председатель правления АО «Freedom Finance» **Сергей Лукьянов**.

Вместе с тем это не означает, что банк вообще не будет заниматься кредитованием. Инвестиционные банки предоставляют продукты в разных сегментах, в том числе в сегментах потребительского кредитования и ипотеки. При этом они не держат кредиты на своем балансе, как это делают коммерческие банки, а превращают их в ценные бумаги и продают на фондовом рынке.

«Даже пулы займов по кредитным картам могут продаваться на бирже каким-то крупным игрокам. Есть маленький региональный банк, он сделал выдачу каких-то займов и продал их крупному банку. Это тоже интересный и хороший бизнес. Кто-то выдает займы, кто-то зарабатывает на том, что просто держит их на балансе и имеет доступ к дешевым деньгам», – пояснил Турлов.

Он отметил, что в Казахстане есть банки, накопившие большой объем свободных денег. «Мы хотим дать возможность в том числе и нашим конкурентам и партнерам получить больший спектр интересных инструментов, которым они будут доверять, которые будут хорошо структурированы и позволят зарабатывать больше и нам, и акционерам других крупных банков. В этом тоже одна из ключевых основ инвестиционного банка», – подчеркнул Турлов.

Холдинг планирует в перспективе получить кастодиальную лицензию для своего банка. «Мы рассчитываем на то, что мы могли бы построить один из самых современных кастодианов на рынке. [Это будет] профессиональный банк-хранитель, который мог бы организовать надежное хранение и расчеты по ценным бумагам и дать возможность всем казахстанским брокерам, и не только нам, получить прямой доступ к торгам на американских и европейских площадках, дешевое исполнение сделок, быстрые расчеты по этим ценным бумагам», – отметил глава Freedom Holding Corp.

Он добавил, что кастодиальные издержки для подавляющего большинства игроков на казахстанском рынке очень высокие и это сильно сдерживает глобальную конкурентоспособность отечественных банков.

«Мы постараемся перестроить базовую инфраструктуру, поработать над снижением операционной себестоимости и над радикальным ускорением этих процессов», – сказал Турлов.

Отметим, что банки-кастодианы занимаются хранением и учетом вверенных им финансовых инструментов и денег клиентов. По данным Агентства по регулированию и развитию финансового рынка, по состоянию на 3 августа 2020 года кастодиальную лицензией обладают 9 из 27 казахстанских банков.

По данным Нацбанка, за первые шесть месяцев этого года рынок добровольного страхования в Казахстане по объему собранных премий вырос на 26,5 млрд тенге. «Курсив» выяснял, какие виды добровольного страхования пользуются популярностью в видимый период.

Ирина ЛЕДОВСКИХ

Традиционный локомотив добровольного страхования – это имущественное страхование. За первые полгода, по данным Нацбанка, здесь было собрано 125,9 млрд тенге премий. 72% от этой суммы пришлось на страхование имущества и автотранспорта. Опросенные «Курсивом» участники рынка отмечают интерес клиентов к

каска и добровольному медстрахованию.

Автозащита

Председатель правления СК «Номад Иншуранс» **Даурен Иманжанов** утверждает, что в рознице пандемия не повлияла на популярность продуктов добровольного страхования, пострадал только сегмент добровольного медстрахования туристов. Статистика Нацбанка показывает, что за первое полугодие 2019-го общий сбор премий в классе «страхование выезжающих за рубеж» составил 1,5 млрд тенге, а за шесть месяцев текущего года страховщики собрали всего 677 млн тенге. «По понятным причинам снизилось добровольное медицинское страхование туристов. Но наша компания увеличила продажи полисов каска на 31%, профответственности – на 73%, имущества – на 101% и

страхования грузов – на 35%, – делится Иманжанов.

С введением карантина СК «Freedom Finance Insurance» сделала основной упор на развитие новых технологий и сервисов, но из-за пандемии в стране резко упала платежеспособность населения. «Нашим самым популярным продуктом по добровольному страхованию стало «КАСКО Экспресс», – рассказывает председатель правления Freedom Finance Insurance **Даулет Акижанов**. – В феврале состоялся неплохой старт этого продукта. К началу лета, после ослабления карантинных мер и разрешения на передвижение транспортных средств, продукт для населения вновь стал актуальным».

По мнению экспертов, стабильная популярность добровольного страхования автомобилей объясняется востребованностью автокредитования в стране (у некоторых авто-

дилеров доля продаж новых автомобилей в кредит доходит до 80% от общего объема). При оформлении таких займов машина становится залоговым имуществом, которое необходимо застраховать. Еще один фактор, который оказал влияние на спрос на каска, – карантин. Многие компании были вынуждены приостановить работу, корпоративные автомобили остались в гаражах, и по этой причине бизнес начал страховать авто от угона. Так, в СК «Коммекс-Өмір» продажи автокаска в первом полугодии выросли на 80% по сравнению с аналогичным периодом 2019-го и составили 1,1 млрд тенге.

Медицинская подушка безопасности

Пандемия коронавируса повернула фокус внимания клиентов на медицинские продукты. Казахстанский рынок добровольного страхования на случай

болезни вырос на 4% – с 20,7 млрд тенге на 1 июля 2019 года до 21,5 млрд на 1 июля 2020-го. «Положительную динамику за первые полгода показало добровольное страхование на случай болезни с объемом страховых премий 488,9 млн тенге, рост составил 3,8%», – рассказывает глава «Коммекс-Өмір» **Олег Ханин**. В компании «Сентрас Иншуранс» тоже говорят об увеличении интереса к медицинским полисам и добровольному автострахованию. «Рост продаж по продуктам добровольного медстрахования и автокаска составил 4 и 1% соответственно по сравнению с первым полугодием 2019-го. Хороший рост продаж показали добровольное страхование от финансовых убытков и страхование воздушного транспорта», – сообщил начальник управления стратегического анализа СК «Сентрас Иншуранс» **Багдан Ерназаров**.

В СК «Аманат» лидеры продаж – это автокаска (797,8 млн тенге собранных премий), страхование имущества (344,4 млн тенге) и страхование грузов (132,6 млн тенге). Только в этой компании «Курсиву» признались в падении продаж. «По сравнению с аналогичным периодом прошлого года Аманат получает меньше страховых премий. В частности, в 2020 году по автокаска разница в зафиксированной премии составила 14,7%, по страхованию имущества – 41%, по страхованию грузов – 8,8%. В целом по добровольному имущественному страхованию в первом полугодии текущего года Аманат собрал премий на 26,7% меньше, чем за шесть месяцев 2019 года», – констатирует начальник отдела андеррайтинга Аманат **Раушан Шарипова**.

В личных беседах страховщики уточняют, что ущерб от продления карантинных мер, закрытия предприятий и снижения покупательной способности населения начнет отражаться на рынке в конце этого – начале следующего года.



Фото: Офелия Жакаева

Ситуация на рынке страхования



Ерлан БУРАБАЕВ, управляющий директор Ассоциации финансистов Казахстана

В ковидный квартал на страховом рынке Казахстана не только упали продажи, но и снизилось количество страховых случаев. Выплаты по самому популярному полису – страхованию гражданско-правовой ответственности автовладельцев – сократились на 31% в период карантина, но как только ограничения были сняты, начался всплеск ДТП. Тем не менее настало время показать клиентам, что страхование – это важный продукт, который приходит на помощь в самой сложной ситуации.

Согласно отчету Нацбанка, за первые полгода активы страховых компаний выросли до 1,38 трлн тенге, собственный капитал – до 614 млрд. Это очень неплохие показатели на фоне падения некоторых отраслей экономики. Но основной рост произошел в I квартале. Например, общий сбор премий составил 280 млрд тенге: за I квартал страховщики собрали 162 млрд, а в ковидном квартале – только 118 млрд. Если сравнить со II кварталом прошлого года, то снижение составляет 13%.

Выплаты за первые шесть месяцев этого года достигли 91 млрд тенге, из которых на II квартал пришлось только около 24 млрд. Необходимо отметить, что более 41 млрд тенге (примерно \$100 млн) возмещено иностранными перестраховщиками. То есть перераспределение и диверсификация страховых рисков и в целом активное сотрудничество с иностранными перестраховоч-

ными компаниями и международными страховыми пулами позволили, с одной стороны, снизить расходы страховщиков, с другой – получить ценный опыт по сложным страховым продуктам.

Конечно, рынок сужается, но говорить о том, что пандемия коронавируса остановила страхование, нельзя. Напротив, пандемия стала для всех компаний стресс-тестом, и развитие получили новые направления, которые могут существенно упростить жизнь клиентам и работу самих компаний. Я говорю о цифровизации. С 2019 года в стране можно заключать договоры страхования по обязательным видам в режиме онлайн, но ковид вынудил страховщиков перевести некоторые процедуры в дистанционный режим. Каран-

тин показал, что страховщикам необходимы изменения в нормативных документах, которые позволят осуществлять множество функций в цифровом формате.

В концепции изменений и дополнений в законодательстве по вопросам страхования и рынка ценных бумаг (над которой работает Агентство по регулированию и развитию финансового рынка совместно с Ассоциацией финансистов Казахстана), безусловно, уделено внимание вопросам цифровизации услуг в финансовом секторе. Например, там есть предложения по развитию в Казахстане системы Европротокола. Вообще Европротокол – это упрощенная процедура оформления ДТП без участия сотрудников полиции, если не был нанесен ущерб жизни и здоровью, а у участников ДТП нет разногласий по

вопросу, чья ответственность наступила. Иными словами, Европротокол – это возможность самостоятельно задокументировать факт ДТП, чтобы затем обратиться в страховую компанию за возмещением и оперативно разъехаться, не создавая заторов на дороге.

С начала года объем собранных премий компаниями по страхованию жизни составил 91 млрд тенге. Выплаты за первые шесть месяцев – 12,5 млрд. При этом в I, и во II квартале суммы примерно одинаковые – 6,2 млрд тенге. Если сравнивать эти цифры с первым полугодием прошлого года, то выплаты выросли (за шесть месяцев 2019-го этот показатель составил 10,5 млрд).

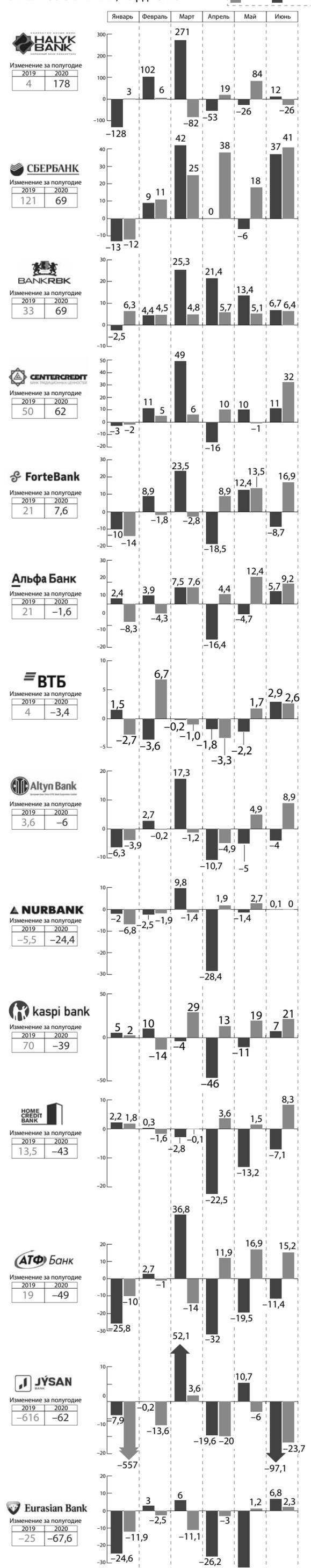
Надо признать, что во всех отраслях страхования заметен спад: снижаются заинтересо-

ванность и платежеспособность населения, а также предприятий. Ведь рынок страхования напрямую зависит от состояния экономики. Когда идет рост бизнеса и благосостояния населения, растет и потребность в страховании. Поэтому мы пока не ожидаем роста по итогам года. Если по обязательным видам страхования рынок останется на уровне 2019 года, это уже очень хорошо. По добровольным видам страхования ожидается снижение, особенно в сегменте предприятий малого и среднего бизнеса. Но уверен, что все страховые компании приложат усилия по повышению качества обслуживания, развитию дистанционных услуг, формированию и персонализации новой линейки страховых продуктов, и это станет хорошим заделом на будущее.



Фото: Офелия Жакаева

КАК МЕНЯЛСЯ* ОБЪЕМ КРЕДИТОВАНИЯ КЛИЕНТОВ В БАНКАХ, млрд тенге



Ждать нельзя рисковать

> стр. 1

Молчание розницы

Против этого тренда сложился бизнес лишь у нескольких банков, и в первую очередь у розничных игроков. Kaspi и Хоум Кредит в марте начали терять заемщиков (их портфели за месяц снизились на 4 млрд и 3 млрд тенге соответственно), а в апреле испытали максимальное падение за полгода (46 млрд и 23 млрд к марту). Хоум Кредит после этого падения так и не вернулся в плюс, и по итогам первых шести месяцев его ссудник сократился на 43 млрд. Kaspi в июне вышел из пике (вместе с выходом страны из первого локдауна), но по итогам полугодия остался в отрицательной зоне: его кредитный портфель с начала года снизился на 39 млрд.

«Курсив» поинтересовался у Kaspi и Хоум Кредита, насколько изменились их бизнес-планы в связи с коронакризисом и какие меры они принимают, чтобы нарастить кредитование или хотя бы не допустить сильного снижения портфеля. Банки на запрос не ответили.

Движения вверх

Единственным банком, которому удалось избежать апрельской просадки, стал Bank RBK. Более того, в апреле он сумел нарастить кредитование на 21 млрд тенге (к марту). За полгода его ссудник вырос на 69 млрд, и это второй результат на рынке – столько же у Сбербанка, больше только у Халык. В пресс-службе Bank RBK «Курсиву» сообщили, что рост показателя был достигнут за счет бизнес-заемщиков, чему в том числе способствовало участие в госпрограмме льготного кредитования МСБ, в рамках которой банк получил и освоил два транша «с большим опережением срока». В банке не раскрыли годовой план по кредитованию, но рассказали, что не пересматривали его в связи с кризисом, а план на полугодие «исполнили практически полностью». По информации банка, доля валютных кредитов в его портфеле на 1 мая составляла порядка 35%.

Халык за полгода увеличил кредитование на 178 млрд тенге – во многом благодаря гигантскому мартовскому росту (+271 млрд к февралю). При этом банк выглядит намного лучше себя прошлого года. В первой половине 2019-го кредитование в Халыке практически стагнировало (+4 млрд тенге). Возможно, это было связано с чистой портфеля, полученного от Казкома в результате слияния. «Мы его вычищаем супертеплыми. Какие-то активы продаем, какие-то – допривизовали и списали», – рассказывала «Курсиву» председатель правления Халык Банка Умут Шаяхметова в интервью, записанном в конце февраля. На запрос «Курсива» банк не ответил.

Сбербанку стать одним из лидеров по динамике кредитования помог июнь, за который ссудник банка вырос на 37 млрд тенге – намного больше, чем у конкурентов. Такой рост, скорее всего, могли обеспечить либо крупные корпоративные заемщики, либо раздача займов по госпрограммам. В то же время себе прошлогоднему банк уступает заметно. В первой половине 2019-го он нарастил портфель на 121 млрд тенге, в текущем году – на 69 млрд. Темпы роста кредитования в Сбербанке сократились ровно вдвое – с 9,6 до 4,8%. На запрос «Курсива» банк не ответил.

Попадание Forte в пятерку банков, сумевших увеличить кредитование, с одной стороны, выглядит достижением (ситуация в экономике все-таки непростая), с другой – внутри этой пятерки рост Forte выглядит символическим (+7,6 млрд тенге). Своему прошлогоднему графику банк почти втрое проигрывает как в

деньгах (тогда был рост на 21 млрд тенге), так и в темпах – 1,1 против 3,2%. Запрос «Курсива» в Forte проигнорировали.

Из четырех банков, чьи портфели были признаны наиболее подверженными рискам по итогам AQR (Нурбанк, АТФ, БЦК и Евразийский), нарастить кредитование удалось только ЦентрКредиту. Это можно поставить ему в заслугу (конечно, при условии, что новые выдачи – хорошего качества), поскольку аналитики сошлись во мнении, что самыми уязвимыми в коронакризис будут банки, ориентированные на работу с розницей и клиентами МСБ, – а БЦК относится именно к этой категории. Банк растет быстрее, чем в прошлом году (хотя во многом этот рост связан с валютной переоценкой), и продемонстрировал неплохие темпы выдачи в мае и июне. Возможно, ключевую роль в такой динамике сыграло выделение государством средств на поддержку предпринимательства.

В БЦК «Курсиву» сообщили, что, согласно консолидированной отчетности, ссудник банка за полгода вырос на 63 млрд тенге, в том числе корпоративный портфель – на 34 млрд, розничный – на 28 млрд, портфель МСБ – на 1 млрд. По информации пресс-службы, банк выполнил полугодовой план по розничному кредитованию и не выполнил по корпоративному. «Ковид-кризис повлиял на динамику кредитования крупного бизнеса меньше, чем на МСБ, но оставил значительный след. Наблюдается снижение кредитных аппетитов крупных заемщиков. Вследствие данных потерь не был исполнен план по бюджетным показателям на первое полугодие. План на год остался без изменений», – рассказали в БЦК.

По данным банка, на 1 апреля доля валютных кредитов в корпоративном портфеле составляла 67%. При этом все они выданы

клиентам, имеющим валютную выручку, что позволяет им обслуживать займы в нынешних условиях, уточнили в пресс-службе. В портфеле физлиц доля валютных кредитов составляет 5%, в 2020 году валютные кредиты населению банк не выдавал, проинформировали в БЦК.

Движения вниз

Что касается трех игроков, которых вместе с БЦК можно назвать аутсайдерами AQR, то ссудник Евразийского за полгода просел на 67 млрд тенге, и это худший результат на рынке. В банке «Курсиву» сообщили, что снижение портфеля связано с ковид-кризисом, других причин нет. По информации банка, в структуре снижения 36 млрд тенге пришлось на розницу, около 30 млрд – на корпоративных заемщиков и 1,3 млрд – на малый и средний бизнес. При этом доля МСБ в кредитном портфеле Евразийского незначительна (2,64% на 1 июля), основная масса займов (74%) предоставлена физлицам.

Также в банке поделились статистикой новых выданных, из которой, в частности, следует, что с января по март Евразийский выдавал в рознице по 32 млрд тенге новых кредитов ежемесячно, после чего в апреле этот показатель рухнул до 3 млрд, а в мае и июне подрос до 13 млрд и 20 млрд соответственно, так и не восстановившись до докризисного уровня. «В первом полугодии 2020-го новые выдачи сложились в размере 187 млрд тенге, что на 22% меньше результата первого полугодия 2019-го», – подытожили в пресс-службе Евразийского.

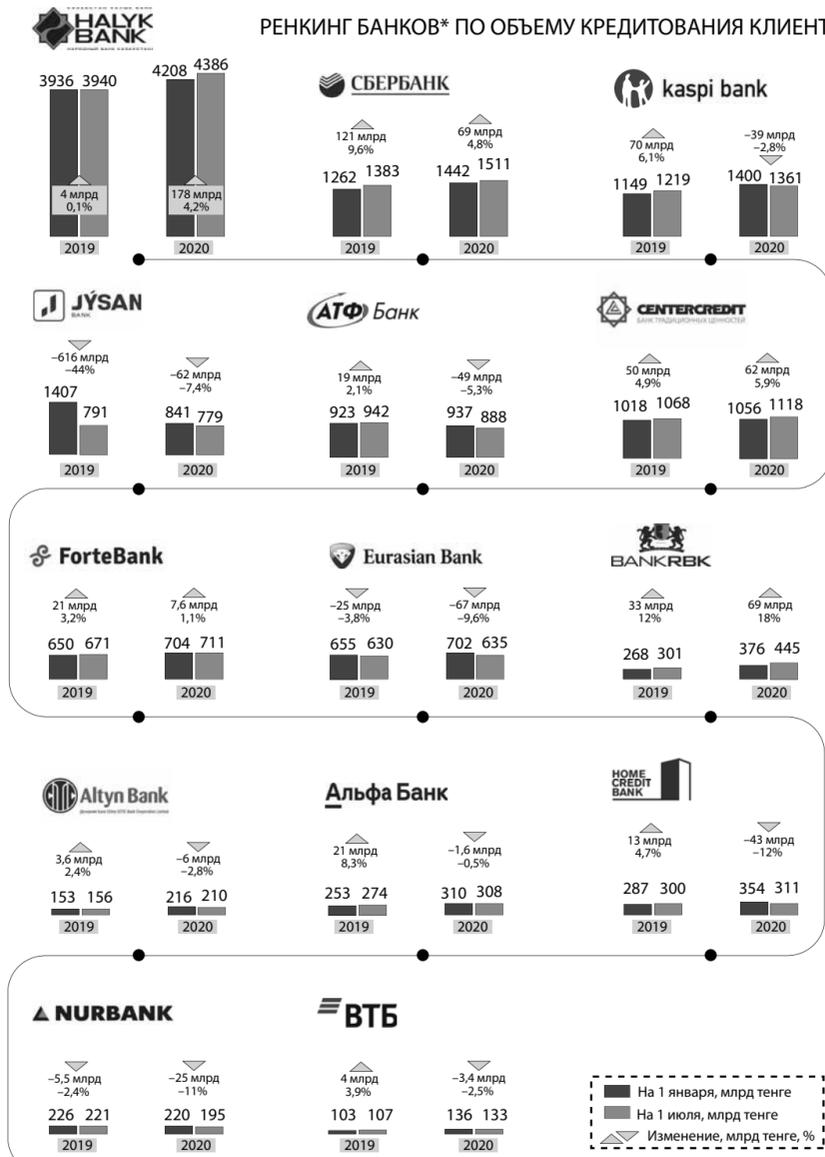
АТФ сократил кредитование на 49 млрд тенге, заняв третье место среди антилидеров. Помимо скачка в марте, этот банк показал символический рост в феврале, а остальные четыре месяца демонстрировал

отрицательную динамику. По состоянию на 1 июля его ссудный портфель составляет 888 млрд тенге, уступая собственному показателю полуторагодичной давности. На запрос «Курсива» АТФ не ответил.

Ссудник Нурбанка, который весь прошлый год фактически стагнировал, за первую половину 2020-го уменьшился на 25 млрд тенге. В банке сообщили, что снижение портфеля предполагалось в рамках тех рекомендаций и мероприятий, которые были разработаны регулятором по результатам AQR. «Указанное снижение было проведено за счет мероприятий по докапитализации банка акционером и участия в программе повышения финансовой устойчивости, по итогам которых банк создал провизию, что отразилось на размере самого портфеля», – рассказали в пресс-службе, уточнив, что снижение произошло преимущественно по корпоративным займам. По информации Нурбанка, новые выдачи за полгода составили 37 млрд тенге (+2,6% год к году), в том числе крупному бизнесу – 17 млрд, МСБ – 14,4 млрд, физлицам – 5,6 млрд.

Jysan Bank не понадобилась господдержка по итогам AQR, однако даже после национализации плохих кредитов в объеме 1,05 трлн тенге (выданных еще Цеснабанком) качество его портфеля продолжает оставаться слабым. За полгода ссудник этого банка просел на 62 млрд тенге, это второе место с конца. Jysan вынужден сменить портфель и пока располагает необходимыми для этого провизиями. Ранее банк сообщил «Курсиву», что в июне списал безнадежные займы на сумму около 100 млрд тенге. Но для развития бизнеса банку нужно выдавать новые кредиты. Узнать о планах и успехах Jysan на этом поприще «Курсиву» не удалось: на запрос редакции банк не ответил.

РЕНКИНГ БАНКОВ* ПО ОБЪЕМУ КРЕДИТОВАНИЯ КЛИЕНТОВ



* К предыдущему месяцу. Источник: Нацбанк РК, расчеты «Курсива»

Инфографика: Гамаль Сейткужанов для «Курсива»

* Банки расположены в порядке убывания кредитного портфеля на 01.07.2020. Источник: Нацбанк РК, расчеты «Курсива»

Инфографика: Гамаль Сейткужанов для «Курсива»

РЕСУРСЫ

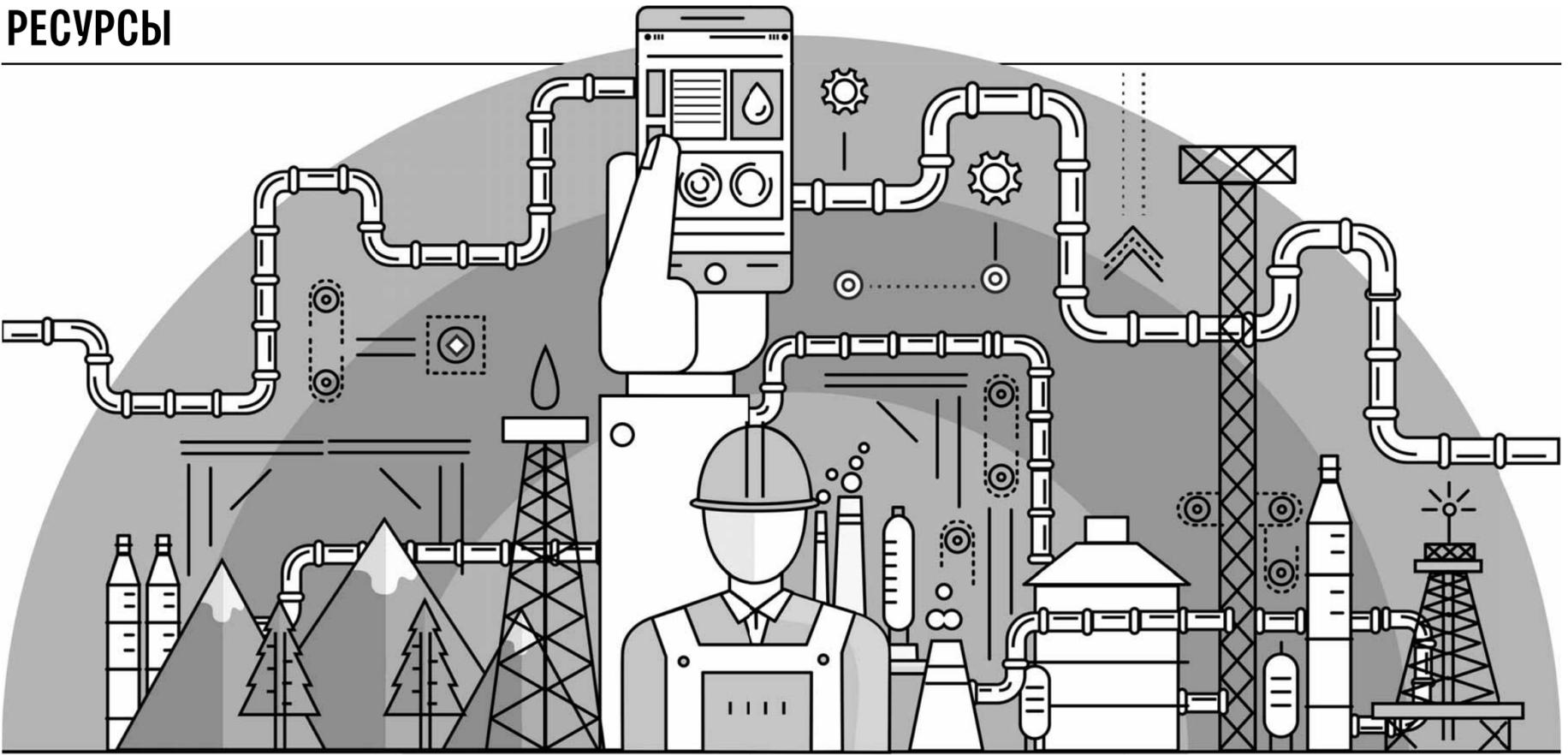


Foto: Depositphotos/vv1978

Раз, два, три... Продано!

Право на добычу нефти будут продавать через интернет-аукционы

Министерство энергетики РК утвердило правила проведения электронных торгов по продаже прав недропользования по углеводородным ресурсам.

Дулат ТАСЫМОВ

В Казахстане право на недропользование по углеводородному сырью будет предоставляться через электронные аукционы. Это стало возможным благодаря внесенным поправкам в Кодекс «О недрах и недропользовании», сообщено на минувшей неделе Министерством энергетики РК.

Ведомство поясняет, что 30 июля этого года приказом министра энергетики утверждены «Правила проведения аукциона с использованием интернет-ресурса оператора электронных аукционов на предоставление права недропользования по углеводородам в электронной форме». Если до внесения поправок в Кодекс о недрах и утверждения вышеуказанных правил документы на аукционы представлялись в бумажном формате и в режиме офлайн, то с 1 сентября этого года лица, заинтересованные в получении права недропользования, смогут участвовать в аукционах в режиме онлайн. «Введение электронных аукционов позволит создать прозрачный механизм проведения аукционов в электронной форме, а также благоприятно скажется на повышении конкурентной среды», – считают в Минэнерго. Часть экспертов не разделяет оптимизма ведомства относительно новых методов предоставления прав на недропользование.

Как подать заявку

Торги на право недропользования проводятся министерством не более двух раз в год и организовываются после того, как поступила соответствующая заявка от недропользователя. Чтобы купить на аукционе участок недр для поиска и добычи углеводородов – чистай, нефти и газа, предпринимателю нужно совершить ряд несложных на первый взгляд действий.

Первым делом физическое или юридическое лицо выбирает желаемый участок недр, присмотрев его на интерактивной карте Комитета геологии и недропользования. Затем регистрируется в специальной электронной торговой системе, указав необходимые данные. После регистрации в системе, уже непосредственно через нее, предприниматель

подает заявку на проведение аукциона на выбранный им участок, то есть фактически выступает инициатором проведения аукциона. Компетентным органом, который принимает и рассматривает эти заявки, является Министерство энергетики РК.

Все действия происходят через систему электронного документооборота (СЭД). Заявление на проведение аукциона должно быть рассмотрено в течение 20 рабочих дней со дня его поступления. Ведомство может отказать в выставлении на аукцион запрашиваемого участка, если он не указан в Программе управления Государственным фондом недр в качестве месторождения, которое может быть предоставлено через аукцион, либо если заявитель представил недостоверные сведения или по ряду других причин.

В случае одобрения заявки компетентный орган публикует извещение, где раскрываются дата и время проведения аукциона, краткое описание месторождения, размер взноса за участие в аукционе, требования по объемам и видам работ в период разведки, стартовый размер подписного бонуса и т. д.

Недропользователь, который фактически инициировал аукцион, для участия в нем снова должен подать соответствующую заявку через торговую систему не позднее двух месяцев со дня публикации извещения о проведении аукциона.

Размер взноса за участие в аукционе универсальный, не зависит от размера месторождения и составляет 100 месячных расчетных показателей (на данный момент – 277 800 тенге). Кроме того, участник торгов должен представить в Минэнерго копию своего бухгалтерского баланса за год, предшествующий подаче заявления, чтобы подтвердить наличие собственных или привлеченных финансовых средств, достаточных для выполнения минимальных требований по объемам и видам работ на участке недр в период разведки. Само заявление должно быть рассмотрено в течение десяти рабочих дней. Иностранцы дополнительно представляют учредительные документы, подтверждающие сведения о создании филиала, и налоговую регистрацию в стране с указанием номера налоговой регистрации.

Прозрачность или коррупция?

Опрошенные «Курсивом» эксперты отметили как минусы, так и плюсы правил проведения аукционов и в целом законодательства о недрах. Юрист департамента «Недропользование» компании GRATA International (Алматы) **Михаил Абдулов** в качестве положительных изменений в законодательстве отметил появление программы управления Госфондом недр вместе с интерактивной картой. Предприниматели, заинтере-

сованные в финансировании геологоразведки или добычи полезных ископаемых, еще до подачи заявки могут на данной карте посмотреть существующие свободные участки недр. Кликая на любой из участков, можно узнать информацию о нем, а также контактные данные, по которым можно запросить дополнительные сведения по вопросу приобретения геологической информации.

В числе минусов эксперт назвал то, что электронные аукционы с 1 сентября будут проводиться на сайте оператора, которым, как предполагается, станет АО «Информационно-учетный центр». Вопрос в том, насколько технически надежен сайт оператора. «Мы не можем исключить вероятность того, что во время аукциона у кого-то из участников не зависнет сайт или его программа или еще какой-нибудь технический сбой не произойдет по вине организаторов торгов. И как в таком случае поступать инвестору? – вопрошает Михаил Абдулов. Хотя в правилах проведения аукциона содержится отдельная глава, посвященная приостановлению, переносу и отмене проведения аукциона ввиду технического сбоя, как это будет работать на практике, остается вопросом. «Непонятно, как это все будет на практике работать. Вроде как в правилах оговаривается вопрос технического сбоя и как в таких случаях поступать. Но, например, один из участников англоязычный. Ему оператор позвонил и сообщил о том, что произошел сбой, а он не понимает. Потом, как определяется, есть техническая ошибка или нет ее? Если кто-то пропал из онлайн, допустим, как с ним связываются? То есть сама процедура непонятная. Поэтому у нас остаются вопросы, насколько эффективно будут работать эти положения правил в случае технических проблем», – констатирует Михаил Абдулов.

Также в правилах указано: победителем признается тот, кто предложил наибольший размер подписного бонуса. «Допустим, казахстанский инвестор предложил 100 млн тенге, а иностранный – 90 млн тенге. Соответственно, наш победил. Но что, если по прошествии времени выясняется, что он не оплатил подписной бонус? Тогда с ним не заключается контракт, а участок недр повторно выставляется на аукцион, который пройдет не раньше, чем через полгода. И, конечно, нет гарантий, что на этот участок снова найдется инвестор. Насколько велика такая вероятность?» – моделирует ситуацию Абдулов.

По его данным, практика проведения подобных мероприятий в прошлом демонстрирует: из проведенного в 2018 году аукциона по 31 участку недр было заявлено 16,9 млрд тенге подписных бонусов, а фактически оплачено 133 млн тенге по 15 участкам недр. То есть теоретически какой-нибудь недобросовестный участник может победить на аукционе, но потом не уплачивать подписной бонус или не подписывать контракт, тем самым выбив добросовестного участника из конкурса. Такого рода ситуации также нельзя исключить. Михаил Абдулов полагает, что можно было бы прописать процедуру, согласно которой при отказе победителя аукциона от участка второй участник, давший наибольшую сумму подписного бонуса, мог быть признан победителем.

По мнению управляющего партнера Центра Стратегических Инициатив (CSI) **Алихана Байдусенова**, цифровизация в первую очередь позволяет сократить коррупционную составляющую. Процедура реализации прав недропользования по углеводородам становится более понятна и прозрачна, и в процессе работы остается так называемый аудиторский след. Кроме того, электронный способ ускоряет процесс предоставления прав на недропользование. Сейчас Казахстану важна как раз скорость перевода недр из ресурсов в запасы. Пока углеводороды в недрах, неразведанные, – это ресурсы, и на баланс их не поставишь. От момента начала подачи заявки на получение права на недропользование до промышленной эксплуатации может пройти 10–15 лет. «И так большой срок, и если мы и здесь будем терять время, то это уже непростительно. Нужно сокращать время прохождения бюрократических процедур там, где это возможно», – считает эксперт. Он надеется, что цифровизация

сделает геологическую информацию доступной и даст равные возможности для всех.

В целом приветствуя проведение электронных торгов, Байдусенов опасается практической реализации инициативы. Пример с цифровизацией отечественной системы образования, которая в итоге оказалась неготовой к удаленному обучению в период карантина, показывает, что у его опасений есть основания. «К сожалению, мы часто с помпой все заявляем, а потом выясняется, что очень много недоработок», – говорит партнер CSI.

Депутат сената **Канатбек Сафинов** был ответственным секретарем Министерства энергетики, и он считает, что в правилах не отражен один из главных вопросов – форма участия в аукционе, а именно – публичность, то есть возможность участника видеть в режиме реального времени все заявки и шаги других участников. «Также не раскрыт принцип открытого доступа к информации об аукционе, по предоставлению недропользования для общественности», – говорит он. По словам Сафинова, участие в процессе аукциона депутатов, представителей СМИ и общественных организаций, открытая трансляция самих торгов исключили бы любую возможность для злоупотреблений со стороны должностных лиц и придали общественную легитимность этим торгам. «В целом вынужден отметить, что данные правила не соответствуют ожиданиям инвесторов по транспарентным, четким условиям определения победителей аукциона и в последующем могут вызвать многочисленные судебные споры и возможные злоупотребления должностных лиц. Поэтому считаю, необходимо существенно доработать данные правила», – резюмирует сенатор.

Без комментариев

Процесс предоставления права на недропользование является одной из ключевых сфер большой нефтегазовой отрасли – именно отсюда начинается взаимодействие государства и бизнеса, а потом и легализация недропользователей. Тема обширная и требует

детального разбора, поскольку вопросов по вышеназванным правилам много. К примеру, в связи с тем, что аукционы будут проводиться не чаще двух раз в год, означает ли это, что в один день будут проводиться аукционы по нескольким участкам недр? Из правил неясно, что следует понимать под аукционом: торги в отношении каждого участка недр отдельно или торги, осуществляемые в определенный день в отношении всех участков недр, разделенных на «лоты»?

В пресс-службе Минэнерго, куда корреспондент «Курсива» обратился с предложением связаться со специалистом ведомства, который мог бы прояснить нюансы новых норм предоставления прав на недропользование, оставили эту просьбу без ответа.

Сами участники рынка, как правило, не любят публичность, а профильные общественные организации не всегда готовы выразить свое мнение по насущным вопросам. Если в Союзе недропользователей Казахстана отметили, что электронный аукцион «способствует прозрачности и оперативности», то в Ассоциации Kazenergy сказали, что не могут прокомментировать вопрос.

Министр энергетики **Нурлан Ногаев** в мае озвучил, что в Казахстане сейчас действует 235 контрактов на недропользование по углеводородам. По данным Министерства экологии, геологии и природных ресурсов, нефтяные запасы Казахстана составляют около 4,5 млрд т, запасы газа – 1,6 трлн куб. м. На государственном балансе страны числится 317 месторождений углеводородного сырья. Геологами выявлено 15 осадочных бассейнов с прогнозными ресурсами 76 млрд т углеводородного сырья.

Объявление

Приказом департамента Комитета по регулированию естественных монополий Министерства национальной экономики по г. Алматы от 30.07.2020 г. №68 сообщаем, что утвержден тариф для ТОО «ПЖТ КАП» в размере 1452,28 тенге /вагоно-км с вводом в действие с 01.09.2020 г.

Foto: Depositphotos/merzatalia

Карантин и вынужденный переход на удаленную работу снизили основные показатели офисного рынка южной столицы и в ближайший год продолжат свое воздействие, считают эксперты Colliers International.

Наталья КАЧАЛОВА

Объем качественной офисной недвижимости в Алматы по итогам первого полугодия 2020 года – 1,35 млн кв. м, это на 1,6% больше, чем было в конце 2019 года. Причем три четверти предложения приходится на офисы класса Б. Такие данные приводит Colliers International.

Но уже в ближайшее время эксперты ожидают, что рост предложения офисных площадей замедлится. Карантин переломил положительную тенденцию нескольких лет, и сейчас основные показатели рынка – заполняемость и арендные ставки – начали снижаться.

Снижение заполняемости

С начала 2020 года средняя рыночная заполняемость офисных помещений снизилась на 2,5% и сейчас составляет 90,3%. Самый низкий показатель – 70% – в сегменте офисов класса Б+. Именно в этом классе в первом полугодии 2020 года введено в эксплуатацию более 28 тыс. кв. м офисных площадей в нескольких бизнес-центрах, которые в настоящее время находятся на стадии заполнения арендаторами. Наибольшая заполняемость – 95% – сохраняется в офисах класса Б за счет более низкой арендной ставки.

В офисах классов А+, А и Б+ аналитики также ожидают снижения заполняемости в ближайший год, поскольку многие арендаторы будут пересматривать бюджеты и оптимизировать свою работу.

Пока в целом по рынку вакантность выросла незначительно, но в тех бизнес-центрах, которые не среагируют на обновленный запрос рынка, связанный с повышением эффективности использования рабочего пространства, свободных офисов будет становиться все больше, прогнозируют эксперты Colliers International.

Снижение арендных ставок

Снижение заполняемости неизбежно ведет к снижению среднерыночных ставок аренды. За

первое полугодие 2020 года средневзвешенная рыночная ставка составила 5,9 тыс. тенге за кв. м, что на 8% ниже аналогичных показателей конца 2019 года.

Большинство арендаторов ищут офисы, ставка аренды в которых составляет 4–5 тыс. тенге в месяц за квадрат. Для более статусных арендаторов ставка 7 тыс. тенге за кв. м в месяц уже является значительной оптимизацией.

Ориентируясь на эти цены, арендаторы запрашивают различные уступки по аренде. Одни просят освобождения от аренды на период, когда они не ходили в офис. Другие, кто платит выше рыночной стоимости, хотят прийти к показателю средней ставки. Наибольшие уступки ожидают компании с долгими договорами аренды, заключенными в годы высоких ставок. В среднем они запрашивают скидки около 15%, иногда до 30% и более.

Владельцы бизнес-центров подошли к вопросу предоставления льгот по аренде индивидуально. «Мы предоставили своим арендаторам скидки на аренду от 30 до 50%. Сумма эксплуатации осталась без изменений. Скидки были предоставлены с

первых дней карантина до его фактического снятия, но поскольку дата снятия карантина неизвестна, установили, что июль-август входят. Мы очень лояльны по отношению к арендаторам», – комментирует ситуацию управляющий директор БЦ Star Анна Карабут.

«В период ЧС – от 5 до 100% в зависимости от вида деятельности (скидки по аренде. – «Курсив»). Ретейл-сектор получил 100%-ную скидку по аренде. Арендаторы офисных помещений – от 5 до 30%», – сообщает представитель нескольких бизнес-центров в Нур-Султане и Алматы.

В БЦ «Абылай Хан Плаза», по словам директора Тито Ньясси, скидок на аренду не предоставляли, но предложили арендаторам отсрочку по оплате аренды.

Аналогичная ситуация и в других бизнес-центрах: «Скидки предоставили только арендаторам из тех секторов бизнеса, которые пострадали больше всего. Остальным – отсрочку по платежам», – делится собственник бизнес-центров класса А и Б.

Сокращение арендуемых площадей

Оптимизация работы уже позволила некоторым аренда-

торам сократить от 15 до 50% арендуемых офисных площадей. Самые популярные методы оптимизации – сокращение штата, переход на удаленный формат работы, отказ от лишней переговорных комнат, кабинетной системы и т. д. Если раньше считалось, что удаленно могут работать только сотрудники, которым не нужны встречи с клиентами – бухгалтерия, сметчики, юристы, то сейчас, когда большинство встреч проводится онлайн, на удаленную работу перевели до 90% персонала.

Арендаторы стали чаще отдельно арендовать конференц-залы или учебные комнаты и использовать такую модель организации рабочего пространства, как hot desks: у сотрудника нет закрепленного за ним рабочего места. Пока доля таких арендаторов незначительна – быстрый проезд для многих невозможен, поскольку оперативное расторжение договора аренды не всегда предусмотрено. Результаты опроса собственников и владельцев бизнес-центров показывают: на текущий момент отказались от аренды или уменьшили площади не более

5% всех арендаторов. «Арендаторы в основном оставляют площади, но просят скидки до конца года. Малая доля компаний уменьшила площади на 20%. Отказываются от одного этажа, например, при поэтапной аренде», – сообщают участники рынка.

Решение о поисках офиса с более выгодными условиями арендаторы сейчас принимают, ориентируясь не столько на ситуацию в своей сфере деятельности, сколько на соотношение цена – качество и политику владельцев конкретного бизнес-центра, то есть готовность последних находить приемлемые решения для арендаторов, предлагая скидки или каникулы по аренде.

«Собственникам помещений низкого качества будет трудно, тогда как у новых бизнес-центров с хорошим управлением появятся возможности привлечь арендаторов», – считает Тито Ньясси.

Но даже владельцы и управляющие успешных бизнес-центров не строят позитивных прогнозов и ожидают дальнейшего снижения доходности. «Сокращение офисных площадей продолжится даже после выхода

из карантина за счет перевода сотрудников на home office или частично дистанционную работу», – делится своим видением Анна Карабут.

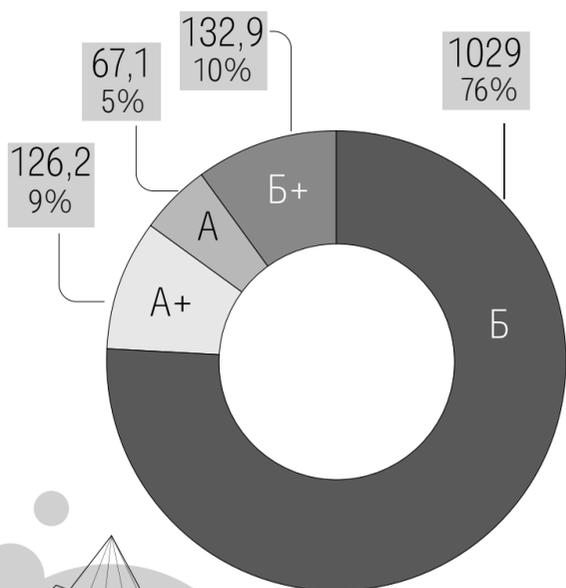
«В дальнейшем ожидаем удаленного режима работы по большей части компаний до конца года. При этом собственниками предоставляются скидки в меньшем размере, чем при ЧС. Загрузка объектов снижается на 10–15%. Стоимость аренды также снижается или отменяются ежегодные индексации. Доход от парковки существенно падает ввиду отказа от парковочных мест на время работы в удаленном режиме», – поясняет представитель нескольких бизнес-центров в Алматы и Нур-Султане.

По прогнозам Colliers International снижение основных показателей офисного рынка будет продолжаться как минимум до конца 2020 года. А количество вакантных площадей может резко увеличиться уже этой осенью, когда предприятия малого и среднего бизнеса, по которым кризис ударил больше всего, не только продолжат сокращать офисные площади, но и начнут закрывать бизнес.

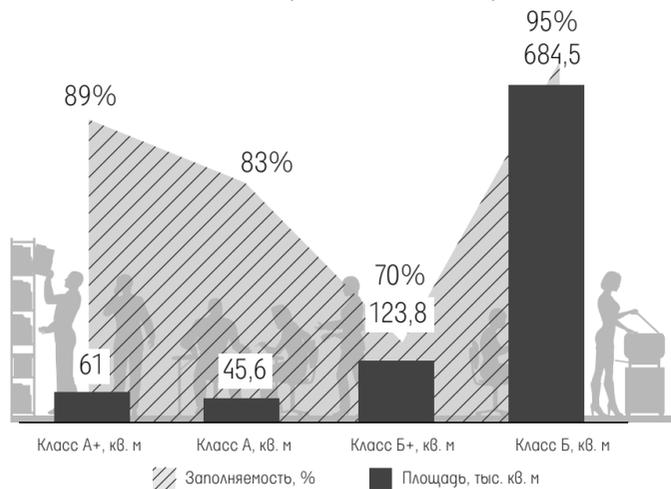


Рынок офисной недвижимости Алматы сжимается

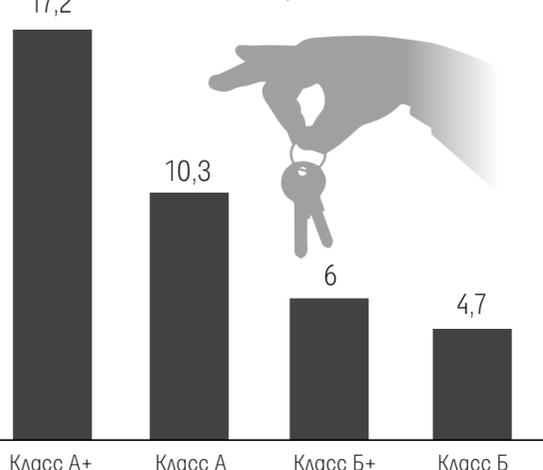
Объем предложения офисных помещений, общая площадь тыс. кв. м, I полугодие 2020 года



Заполняемость офисных помещений по классам



Среднерыночные ставки аренды по классам, тыс. тенге



Из-за отсутствия официально принятой классификации БЦ в РК в данном отчете применяются внутренние нормы Colliers International
Источник: Colliers International

Инфографика: Гамаль Сейткужанов для «Курсива»

ПРАКТИКА БИЗНЕСА



Фото: Depositphotos/irochka

Лакомство от коронавируса

Производство меда в РК держится на личных хозяйствах

Карантин, из-за которого в Казахстане замерла деятельность целых отраслей, для некоторых представителей малого, а скорее даже микробизнеса, предоставил дополнительные возможности. Пчеловод из села Кобда Александр Красильников рассказал «Курсиву», что спрос на мед у односельчан во время пандемии заметно вырос.

Канат БАПИЕВ

История Красильникова примечательна тем, что пчеловодством он занимается, прямо скажем, не в самом медоносном регионе. По статистике, в 2019 году в Актюбинской области было произведено 15,2 тонн меда. Для сравнения – в Восточно-Казахстанской области – 1866,7 тонн, в Алматинской – 483 тонны.

Пчеловодство стало основным занятием для Александра Красильникова всего несколько лет назад, и теперь именно продажа меда – главный источник дохода сельчанина. «Не успеваю накачивать, сразу разбирают», – говорит он. – Люди приходят – банки оставляют, деньги оставляют».

У него десяток ульев, с каждого выкачивает 30–40 кг меда за сезон. Сейчас ульи Красильникова стоят на единственном в районе подсолнечном поле в 70 гектаров, но основным медоносом в регионе пчеловод называет дикорастущий желтый донник.

Микробизнес, который был ориентирован на локальный

рынок, не пострадал из-за ограничений передвижения – цепочка поставки здесь максимально короткая. Тот же Красильников до пандемии выезжал на ярмарки и выставки, но они не были для него основными каналами сбыта. Пока, признается он, даже этикетки (а пчеловод подумывает над созданием бренда «Хобдинский мед») нужны только для тех самых ярмарок. Дома, в селе Кобда, его и так знают, и брендированная упаковка не нужна. Тем более, что сельчане зачастую приносят свою тару под мед – стеклянные банки. Красильников считает, что фасовать мед нужно только в стекло, ни в коем случае не в пластик.

Максимальная приближенность продавца к покупателю позволяет последнему быть уверенным в качестве продукта. А если возникнут сомнения, Красильников готов их развеять. «Я могу и при них качать – вытаскиваю рамки и накачаю, пусть люди знают, откуда что берется», – говорит он.

Полностью закрыть существующий в селе спрос один Александр Красильников не может, поэтому привозной мед в селе Кобда тоже продается, и нередко оказывается дороже местного продукта. Пример пчеловода поспособствовал тому, что двое вышедших на пенсию односельчан тоже взялись за нетрадиционный для региона вид сельского хозяйства. Правда, те снабжают медом пока только свои большие семьи. Именно хозяйства населения производят 70% казахстанского меда. По статистике, на них приходится 2053,4 тонн из 2931,7 тонн выкачанного в 2019 году меда.

Опасный вирус заставил закрыться более миллиона небольших американских компаний. Но сдались не все – вот несколько историй о том, какой выбор сделали удержавшиеся на плаву.

Ruth SIMON,
THE WALL STREET JOURNAL

До пандемии COVID-19 компания Eden Park Illumination продавала единственный свой продукт: ультрафиолетовые лампы для проверки подлинности бриллиантов. Распространение опасного вируса по земному шару сместило фокус внимания крошечного стартапа из города Шампейн, штат Иллинойс, на совсем другую область применения ультрафиолета (заняться ей компания собралась в лучшем случае года через два). Речь идет о дезинфекции в общественных местах.

Уже через несколько недель компания, где работали только 10 человек, начала отгружать заказчикам первый вариант нового изделия. На данный момент Eden Park поставила на рынок более тысячи УФ-ламп для дезинфекции. На работу была принята еще дюжина сотрудников, в том числе и руководитель нового производства.

«Мы сменили вектор работы и сосредоточили все свое внимание на новом направлении», – говорит Джон Йергер, генеральный директор Eden Park. Он присоединился к компании в феврале, чтобы помочь коммерциализировать технологии, разработанные в Иллинойском университете. «Мы прибыльны сейчас, наш объем продаж вырос примерно в 10 раз», – сообщил Йергер.

Пандемия коронавируса открыла новые возможности для некоторых малых предприятий, хотя для многих других стала причиной роста расходов и снижения продаж. И это побуждает бизнес пересмотреть стратегии своего развития и принять непростое решение о том, как адаптироваться к новой реальности.

Продавец экипировки для профессиональных и любительских спортивных команд продолжает делать то, что получается у него лучше всего – он сделал ставку на то, что экипировка с логотипами будет продаваться даже во время застоя в этой индустрии. Производитель мебели, чья история насчитывает несколько десятков лет, начал активно развивать онлайн-продажи, хотя раньше полагался только на свои шоу-румы.

Поставщик HoReCa увеличил производство этикеток контроля вскрытия для доставки еды на дом. Страховая компания начала предлагать полисы на меньшие суммы покрытия – хоть они и менее выгодны, но их легче продать.

«Фирмы, которые сейчас меняют формат работы, делают это, чтобы остаться на плаву», – говорит Жаклин Кертли, доцент Уортонской школы бизнеса при Пенсильванском университете. По ее словам, действия таких компаний после пандемии «покажут, была это реальная смена вектора или они просто боролись с кризисом и выжили».

Адаптироваться, или придерживаться

Пять компаний –

Сфокусируйтесь на том, что вы продаете

Когда Джон Йергер только пришел в Eden Park, он полагал, что наиболее перспективное коммерческое направление для компании – это использование УФ-технологии в 3D-печати, поскольку напечатанные элементы быстрее затвердевают под воздействием ультрафиолетового облучения. Затем, в марте, когда

– точно до сих пор неизвестно. По мнению 59-летнего Йергера, благодаря УФ-лампам людям станет легче встречаться друг с другом в безопасных условиях даже в густонаселенных районах, хотя с увеличением расстояния эффективность ламп снижается.

«Это лишь один из вариантов решения проблемы. Мы не претендуем на абсолютную уникальность», – говорит он.



Фото: Evan Jenkins

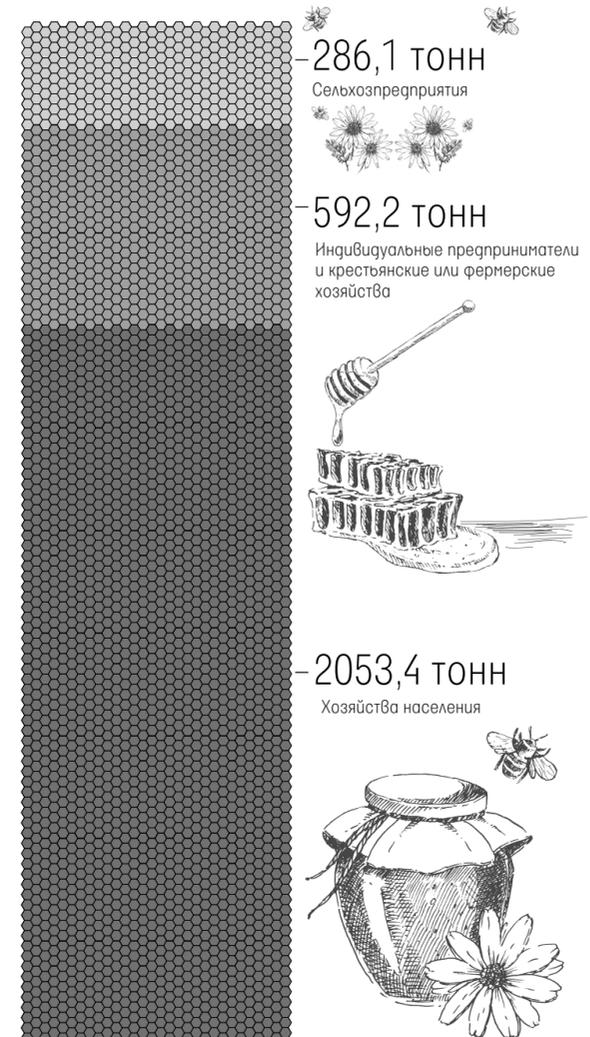
Eden Park автоматизировала производство везде, где это было возможно. Главным образом, для этого использовалось оборудование собственной разработки.



▲ До COVID-19 компания Eden Park Illumination Inc. продавала лишь один продукт: ультрафиолетовые лампы для проверки бриллиантов на подлинность. Эта технология используется в специальном устройстве для определения подлинности алмазов Yehuda.

▲ Теперь компания продает ультрафиолетовые лампы для борьбы с вирусом COVID-19. В пекарне Magnolia в нью-йоркском районе Верхний Вест-Сайд покупатель использует дезинфицирующее средство с ультрафиолетовым излучением, разработанным с использованием технологии Eden Park.

ПРОИЗВОДСТВО МЕДА В КАЗАХСТАНЕ В 2019 ГОДУ



Источник: КСМНЭ РК

Иллюстрация: Ганала Сейтжанов фля «Курсив»

Рост числа случаев COVID-19 на большей части территории страны, а также опасения по поводу новых вспышек заставляют усомниться в быстром восстановлении экономики. Масштаб ущерба продемонстрировали опубликованные в конце июля данные – они показали, что в июне экономика США сократилась более чем на 9%. Это рекордное значение с 1947 года. Число сотрудников компаний со штатом менее 500 человек в июне снизилось на 10,8%, судя по результатам анализа данных о заработной плате через систему ADP, проведенного Moody's Analytics.

Вот выбор Eden Park и четырех других небольших американских компаний, пытающихся преодолеть кризис, и уроки, которые они извлекли.

о вспышке COVID-19 заговорили буквально все СМИ, он побывал на конференции по ультрафиолетовому излучению. «Интерес к нашему продукту был просто невероятным», – рассказывает он.

Наращивание объемов производства потребовало изменения корпоративной культуры компании (раньше она функционировала как исследовательская лаборатория) и концентрации всех усилий на коммерциализации. Eden Park начал составлять карту производственного процесса, внедряя автоматизацию там, где это было возможно. Главным образом для этого использовалось то оборудование, которое было разработано внутри самой компании. Насколько эффективны ультрафиолетовые лампы против вируса COVID-19

Йергер рассчитывать, что спрос на лампы сохранится, даже если вакцина предотвратит дальнейшее распространение COVID-19.

«Эта лампа убивает любой вирус, любые бактерии. В настоящее время мы вкладываем в этот продукт все доступные ресурсы. Мы полагаем, что он будет жизнеспособным много лет, хотя, разумеется, мы не собираемся отказываться от других продуктов», – отмечает Йергер.

Сосредоточьтесь на том, что вы знаете лучше всего

60-летний Дэниел МакГиннис – совладелец компании Bleacher Bums, которая продает экипировку для колледжей и спортивных команд, решил продолжить делать то, что он умел лучше всего, хотя введенный властями карантин вынудил его временно закрыть пять своих магазинов в Пенсильвании и в Мэриленде.

«Будет непростое пережить этот период. Если не будет сезона, то и спрос на нашу одежду станет намного меньше», – говорил МакГиннис в мае, когда до открытия магазинов оставалось еще несколько недель. Ранее он закупил баффы (шарф-труба из ткани или флиса) с логотипами и антисептики для рук, планируя продавать их фанатам «Филадельфия Иглз», «Огайо Стэйт Бакай» и других команд.

Но основной ассортимент остался прежним – головные уборы, спортивные кофты, игровые майки и куртки, которыми он торговал на протяжении 33 лет.

«Мы не распыляемся. Все просто – у меня магазин для фанатов спортивных команд», – говорит МакГиннис, который в рамках

ПЕРЕСТАНОВКА МЕБЕЛИ



▲ Модель стола Vernon Desk была одной из самых популярных в Potomac Mills до пандемии.

▲ Теперь же, когда клиенты находятся на удаленной работе, больший интерес у них вызывает модель Human Scale Float Table.

THE WALL STREET JOURNAL.

СМЕНИТЬ ВЕКТОР ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО КУРСА?

пять стратегий



Сотрудники компании Eden Park Illumination в городе Шампейн, штат Иллинойс, сменили во время пандемии вектор развития, нарастив объемы производства ультрафиолетовых ламп для дезинфекции в общественных местах. Через несколько недель компания из 10 человек начала отгрузку прототипов; всего на данный момент на рынок поставлено более 1 тыс. таких ламп.

федеральной программы «Защита зарплат» (Paycheck Protection Program) получил кредит на сумму чуть менее \$100 тыс. (при выполнении ряда условий этот кредит будет списан почти полностью).

В июне, когда магазины Bleacher Bums вновь открылись, продажи резко пошли вверх. В одном из магазинов количество транзакций выросло на 50% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а в остальных средний чек сохранился на прежнем уровне. Баффы разошлись мгновенно.

«Мы продаем людям возможность получить некую эмоциональную привязку к своей команде», — поясняет МакГиннис. По его словам, продажи остаются высокими, поскольку некоторые команды даже возобновили игры.

Пока магазины были закрыты, рванули вверх онлайн-продажи, но компенсировать упущенную выгоду они не смогли. После открытия магазинов онлайн-продажи вновь значительно снизились, однако все еще превышают показатели прошлого года.

Компания Bleacher Bums удалось сохранить рабочие места примерно для 40 сотрудников из общего штата в 60 человек. Сокращение времени работы торговых центров также помогло снизить затраты на заработную плату и увеличить прибыль.

«Это был накопившийся спрос, и он все еще сохраняется. Был ли я удивлен, что это произошло? Да», — отмечает МакГиннис, сравнивая свой бизнес во время пандемии с катанием на американских горках. Он был бы в восторге, если бы продажи сохранились на текущем уровне, но у него перехватывает дыхание из-за всплеска заболеваемости COVID-19 в других штатах. «Я очень пессимистичен в отношении ближайших двух месяцев. Хотелось бы верить в лучшее».

Никогда не поздно перейти на цифровые технологии

Когда из-за карантина компания Potrapoosus Mills Corp., которая производит и продает современную мебель на протяжении вот уже 47 лет, пришлось закрыть восемь своих шоу-румов и производственный цех в городе Ист-Тетфорд, штат Вирджиния, ее основатель Дуайт Сарджент был полон скептицизма в отношении онлайн-торговли. Однако затем компания с головой погрузилась в диджитал-маркетинг.

В марте, когда на карту было поставлено само существование компании, Potrapoosus уволила 115 человек, то есть почти весь свой персонал. В это число попали даже сотрудники, прора-



Основатель Potrapoosus Mills Дуайт Сарджент занялся диджитал-маркетингом после того, как из-за карантина закрылись восемь шоу-румов и цех его компании в Ист-Тетфорде, штат Вирджиния.

ботавшие в компании не один десяток лет. Практически в одно мгновение компания провела давно назревшие реформы, которые в противном случае грозили затянуться на годы.

Менеджеры шоу-румов начали снимать на свои iPhone небольшие обзоры представленной там мебели, размещая видео на сайте компании — благодаря этому клиенты смогли совершать покупки через интернет. Всего за три недели Potrapoosus продала 20 скидок мебели на сумму в \$210 тыс. и закрыла первый в своей истории заказ через мессенджер Facebook. Какая-то доля от заработка компании пошла на выплаты уволенным сотрудникам, которые из-за нехватки средств получили при расчете лишь часть денег.

Сам 70-летний Сарджент начал фотографировать обеденные столы, стулья и рабочие столы в своем главном шоу-руме в

штаб-квартире компании, предлагая купить мебель онлайн со скидкой и немедленной доставкой.

Один из покупателей приобрел кровать размера king-size и две тумбы к ней всего через две недели после того, как Сарджент эту мебель сфотографировал. Такая эффективность продаж стала для основателя бизнеса сюрпризом и даже вызвала восхищение.

По программе «Защита зарплат» компания Potrapoosus получила кредит в размере \$845 тыс., а также грант в \$10 тыс. и заем в \$150 тыс. в рамках программы помощи при стихийных бедствиях американского Управления по делам малых предприятий.

Благодаря этому компания смогла позвать назад своих сотрудников, запустить рекламу и приобрести новый обрезной станок. Potrapoosus предложила



вернуться на свои рабочие места всем, кого пришлось уволить, и даже пообещала выплатить бонусы — чтобы поднять уровень мотивации людей. Сейчас компания планирует дополнительно нанять новых сотрудников для работы в онлайн-чате, а также кого-нибудь, кто будет фотографировать мебель для онлайн-продаж вместо Сарджента, который с радостью готов уступить этот функционал.

Компания расширила ассортимент производимой мебели за счет набора столов для домашнего офиса. Кроме того, чтобы привлечь новых клиентов — тех, кто онлайн покупает впервые, Potrapoosus разработала варианты из недорогих предметов — таких как табулеты, вешалки для одежды и лампы.

Объем заказов пока еще не соответствует уровню прошлого года, однако продолжает расти. Сарджент по-прежнему планирует открыть еще один магазин в Филадельфии, но уверен, что в будущем роль интернета в его бизнесе будет возрастать. «Некоторые из этих вещей впечатляют, а мы так сильно отстаем», — говорит он.

Свистать всех наверх!

Компания Dot It Restaurant Fulfillment из Арлингтона, штат Техас, которая производит этикетки и другие товары для ресторанной индустрии, в течение двух лет пыталась привлечь внимание к одному из своих новых продуктов, Secure It — линейке этикеток контроля вскрытия для доставки еды на дом. Все изменилось, когда разразилась пандемия.

Меньше чем за четыре месяца Dot It продала более 860 тыс. рулонов новых этикеток, для сравнения — объем продаж за предыдущие два года — 10 тыс. рулонов. Также резко выросли продажи стрелок-указателей для пола, акриловых перегородок и

вывесок «Работаем на вынос». Но еще в январе этой продукции в ассортименте фирмы просто не было.

«Мы маленькие и шустрые. Мы увидели возникшие на рынке потребности и адаптировались», — говорит Кери Смит, президент компании Dot It.

Новые предложения со стороны Dot It, которая в основном работает с заведениями быстрого питания, позволили компании добавить к 38 тыс. своих клиентов еще 15 тыс. ресторанов. Некоторые сети ресторанов обратились к фирме с запросом помочь в решении и других проблем — например, обеспечить поставки перчаток и салфеток. Смит надеется, что эти компании останутся клиентами SecureIt и после пандемии, пусть и с менее объемными заказами.

Для того, чтобы удовлетворить внезапно возросший спрос, небольшой полиграфической компании пришлось приложить немало сил.

«Не раз бывало, что я, президент компании, команда наших менеджеров, представители службы закупок, продаж и работы с клиентами — все мы подключались к перемещению товара, упаковывали коробки, готовили заказы к отправке. Это был период, когда были нужны абсолютно

Быть проще и меньше

Страховое агентство из города Силвер-Спринг, штат Мэриленд — Georgetown Insurance Service Inc., гордится тем, что продает комплексные полисы представителям среднего бизнеса. Однако пандемия вынудила компанию со штатом в 30 человек обратить внимание на полисы с меньшими суммами покрытия.

«Две недели назад я оформил страховку для возобновившего свою работу свадебного салона. Премия составила всего \$5 тыс. В прошлом году я бы, наверное, сказал: «Спасибо, но нет», однако сейчас с такими вариантами мы работаем», — рассказывает генеральный директор компании Ремми Бучко.

Традиционная бизнес-модель Georgetown Insurance столкнулась с серьезными проблемами из-за социального дистанцирования. Комплексное страхование имущества и страхования от несчастных случаев, как правило, предполагает личные встречи, а окончательное решение выносится на рассмотрение комитета.

«Вам действительно нужно собраться вместе и все посмотреть. Через Zoom это очень сложно», — говорит 51-летний Бучко. Некоторые страховщики даже перестали посылать своих специалистов для оценки безопасности, что негативно отразилось на возможности Georgetown и других компаний привлекать новых клиентов. Чтобы компенсировать потери, компания начала наращивать продажи небольших полисов вроде полисов страхования товарных запасов, решения по которым единолично может принять владелец бизнеса или руководитель компании. На более крупные и сложные полисы, которые Georgetown обычно продает подрядчикам,

производителям и оптовикам, сейчас приходится менее 10% новых продаж по сравнению с 60% в прошлом году.

Обычно агенты Бучко находят новых клиентов на собраниях Торговой палаты и ассоциаций, или же просто обходят жилые дома. Теперь они отправляют электронные письма и используют телефон. «Сегодня можно сколько угодно стучать в двери, вам никто не ответит», — комментирует Бучко.

И этот подход работает, по крайней мере, пока. Продажи компании уже выросли на 15%, а прибыль — на 4%. «Мы работаем там, где можем, теперь любые деньги хороши», — говорит Бучко, который решил не обращаться за помощью к федеральным властям.

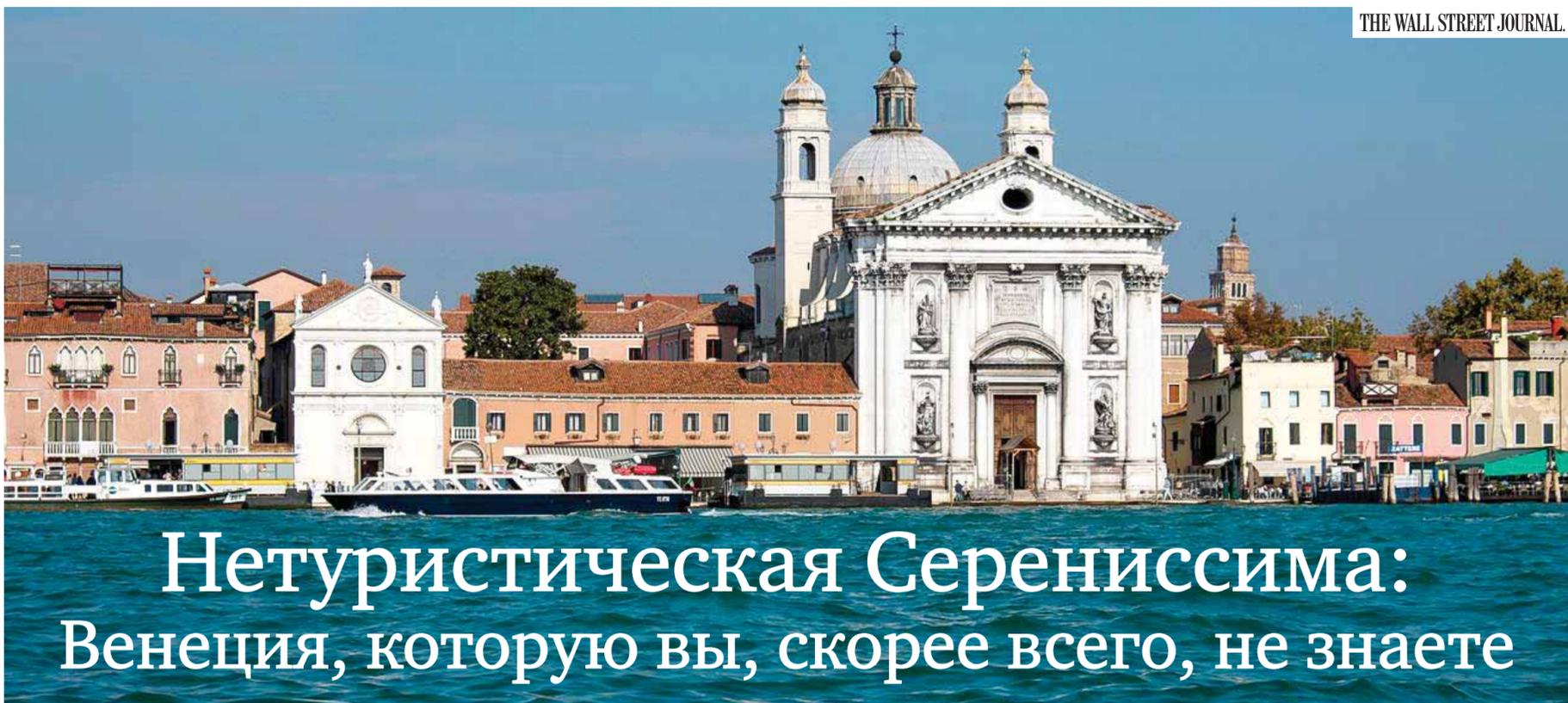
Как признается бизнесмен, он скучает по тому времени, когда лично вручал новые страховые полисы и обсуждал условия страхового покрытия. «Мы очень хотим работать так, как раньше», — говорит он.

«Кризис научил нас тому, что нужно искать возможности и за пределами ресторанной индустрии. Думаю, из пандемии мы выйдем совсем другой компанией», — отмечает Смит.

Перевод с английского языка — Танат Кожманов.



После того, как в период пандемии Eden Park запустила новый продукт, компания наняла еще двенадцать работников, включая главу производства.



Нетуристическая Серениссима: Венеция, которую вы, скорее всего, не знаете

Хотя из-за пандемии поехать в Венецию невозможно, сейчас отличный момент, чтобы открыть для себя малоизвестные, но потрясающие достопримечательности в онлайн-формате.

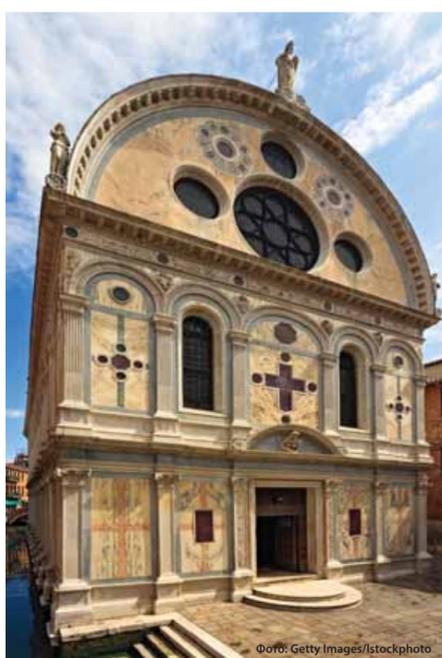
Karen WILKIN,
THE WALL STREET JOURNAL

Вместо путешествий на самолете сейчас самое время для путешествий при помощи ноутбука. Давно хотели попасть в Венецию? Как и бывалые туристы, мы вполне можем сойти с избитых маршрутов, чтобы посетить гораздо более утонченные места. Многие из них, хотя и не все, по-прежнему с нами благодаря усилиям по их реставрации со стороны американского фонда Save Venice.

Взять, к примеру, изысканную миниатюрную церковь Санта-Мария-деи-Мираколи. Эта жемчужина эпохи Возрождения, одновременно строгая и роскошная, была построена специально для чудотворного образа Девы Марии. Внутри здание щедро декорировано мрамором, резьбой и мозаикой из порфира и темно-зеленого мрамора Verde Antica. Снаружи церковь украшена колоннами и арочным фронтоном, а игра арок и круглых элементов готовит нас к обозрению невероятно пропорционального и светлого внутреннего пространства с широкой лестницей, ведущей к стоящему на возвышении алтарю, и с кессонным потолком, чья геометрическая форма удивительно эстетична.

С 1988 по 1998 год каждый дюйм церкви был тщательно восстановлен и укреплен (фотографии в хорошем качестве «до и после» доступны на сайте фонда Save Venice).

На YouTube доступен информативный и визуально приятный виртуальный тур по церкви от фотографа Самуэля Магала. Он позволяет зрителю насладиться геометрическим дизайном в экстерьере церкви и исследовать узоры и нежные цветовые сочетания внутри здания – они, как



Церковь Санта-Мария-деи-Мираколи.

и слепая аркатура, характерны для венецианских церквей эпохи раннего Возрождения. Мы подходим к алтарю, а затем осматриваем удивительного вида потолок, покрытый позолотой и роскошным декором, обрамляющим роспись.

Восхитительные картины **Витторе Карпаччо** (1465–1520) в Скуола ди Сан-Джорджо-дельи-Скьявони, где показаны различные религиозные сюжеты в обстановке венецианских домов той эпохи либо на фоне фантастической архитектуры, сейчас находятся в процессе реставрации. YouTube-канал Life 360° опубликовал видео, где представлены оба этажа Сан-Джорджо: на первом зал с работами Карпаччо; на втором – помещение, оформленное менее известным художником. Кнопка в верхнем левом углу экрана позволяет просматривать контент на все 360 градусов.

Картины Карпаччо традиционно наполнены привлекательными деталями – великолепными

животными, в их числе дракон с выющим хвостом, которого пронзает святой Георгий, изображенный скачущим на коне. Что из всего этого очаровывает больше всего? Пожалуй, придется выбирать между святым Иеронимом и его ручным львом, напугавшим группу монахов, и настороженной маленькой собачкой, которая сидит в просторной келье рядом со святым Августином. На веб-сайте Save Venice представлены фотографии в высоком качестве «до» и ожидаемый вид «после» (реставрационные работы должны быть завершены осенью 2021 года). Будем надеяться, что к тому времени мы сможем лично увидеть эти картины.

На противоположной стороне Гранд-канала расположена церковь святого Себастьяна. Пожалуй, сегодня это наиболее подходящее место для экскурсии, поскольку святой Себастьян был заступником против чумы. Церковь – яркий пример творчества **Паоло Веронезе** (1528–1588),

который наряду с **Тицианом** и **Тинторетто** является одним из величайших мастеров эпохи Ренессанса в Венеции. В период между 1555 и 1570 годами он расписывал здесь потолок, стены и створки органа, и также завершил монументальную работу «Мадонна во славе со святым Себастьяном и другими святыми» для главного алтаря церкви, создав то, что иногда называют «Сикстинской капеллой Веронезе».

Роспись на потолке церкви рассказывает историю Есфири – отважной еврейской царицы, спасшей свой народ от истребления. Работу отличают яркие краски и потрясающая перспектива. Стены украшают выполненные на сырой штукатурке фрески с сюжетами из жизни святого Себастьяна и расписные архитектурные элементы. Но именно работы Веронезе оживляют пространство вокруг. Массивные декоративные колонны, решетки и нарисованные скульптуры соперничают по реалистичности с настоящими; кажется, что лучник на одной

стороне нефа вот-вот выпустит стрелу в святого на противоположной стороне. На YouTube можно посмотреть великолепный видеотур по церкви, его ведет главный хранитель галереи «Коллекция Фрика» **Хавьер Саломон**.

Двигаясь вперед, к следующему историческому эпохам, мы с помощью сервиса Google Arts & Culture можем посетить Ка-Реццонико, великолепный дворец середины XVIII века на Гранд-канале, настоящий музей Венеции эпохи XVIII века.

Роскошные залы, мебель и люстры перемещают нас в шумный мир **Джакомо Казановы** – так он жил до того, как был заключен в тюрьму, из которой в итоге сбежал, покинув Венецию. Здесь представлены потолочные росписи **Джованни Баттисты Тьеполо** (1696–1770) с невероятно реалистичными фигурами и небом; разнообразные небольшие жанровые сцены **Пьетро Лонги** (1701–1785); полотна **Франческо Гварди** (1712–1793), в том числе картина, где изображены

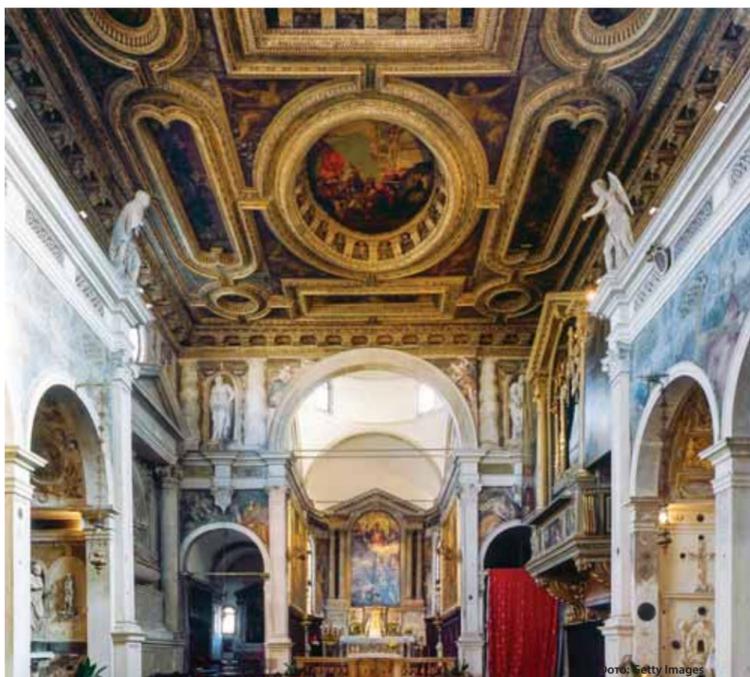
переговоры между знатными дамами и их поклонниками. Считаете, что этого мало? В 1880-х в этом дворце жил сын поэта **Роберта Браунинга**, а у художника **Джона Сингера Сарджента** здесь располагалась студия; в 1920-х в резиденции побывал композитор **Коул Портер**.

В течение нескольких поколений у богатых венецианцев были вторые дома на так называемой терраферме, другими словами – у них были виллы в глубине материка. И если вид церкви святого Себастьяна пробудил у вас интерес к творчеству Веронезе – мастера блестящих иллюзий, то самое время посетить город Мазер, расположенный в нескольких километрах от побережья, где в середине XVI века архитектор **Андреа Палладио** (1508–1580) построил виллу для семьи Барбаро. Окунуться в атмосферу виллы можно, посмотрев на YouTube два очень хороших видеоролика – «The Villa Barbaro: A Veronese Decoration» и «Paolo Veronese: I Luoghi #Villa di Maser». Также у виллы есть собственный веб-сайт, где показаны детали произведений мастера и подробно рассказывается о магическом смешении вымысла и реальности мира Веронезе.

К примеру, на первом этаже виллы Веронезе нарисовал портреты-иллюзии, изображающие членов семьи и их слуг (которые, кажется, прямо сейчас войдут в зал через нарисованные дверные проемы), различных домашних животных, пейзажи, в деталях прорисовал сложные архитектурные и скульптурные элементы и случайные аллегории. Это настолько поражает, что возникает желание буквально шагнуть внутрь картины. Неудивительно, что семья Барбаро, в отличие от большинства венецианских аристократов, сделала виллу своей главной резиденцией.

Автор текста **Карен Уилкин** – независимый эксперт и искусствовед.

Перевод с английского языка – **Танат Кожманов**.



Внутреннее убранство церкви святого Себастьяна, где представлено множество работ Паоло Веронезе.



«Видение святого Августина» (1502–1507), работа Витторе Карпаччо.