



Изменились ли требования казахстанцев к жилью после карантина



Типичные ошибки МСБ при продвижении продукта



Алмас Абдыгаппаров, основатель Parmigiano Group

# КАПИТАЛ

№15  
(706)



ИЗДАЕТСЯ С 2005 ГОДА

// ЧЕТВЕРГ, 18 ИЮНЯ, 2020

Д Е Л О В О Й Е Ж Е Н Е Д Е Л Ь Н И К

Как сохранить ликвидность компании в кризис

6

Казахстанцы с лета смогут заработать на страховке

3

Печатный станок ФРС и вторая волна кризиса

10

Как переживает пандемию аренда вертолетов

7

Какую поддержку могут получить экспортеры

8

Мы в сети



kapital.kz

## Коронакризисный бюджет: драматизировать ситуацию пока не стоит?



Мариям Бижикеева

Экономический спад продлится два квартала, рост возобновится к концу текущего года. Об этом в беседе с корреспондентом «Капитал.kz» сказал главный аналитик департамента исследований Nalyk Finance Асан Курманбеков. По данным Nalyk Finance, в первом квартале экономика продемонстрировала рост на 2,7% в годовом выражении. Но во многом за счет докризисной инерции. Однако за четыре месяца, когда в апреле был пик карантинных мер и падение цен на нефть, рост ВВП замедлился на 0,2% относительно такого же периода прошлого года

– Асан, вы действительно считаете, что вторая половина года станет более благоприятной для отечественного бюджета, чем первая. Об этом говорится в аналитической справке «Обзор государственного бюджета», которую подготовили аналитики Nalyk Finance. Есть повод для оптимизма?

– Мы действительно полагаем, что во второй половине года по мере завершения налоговых каникул и других мер фискального смягчения, при одновременном улучшении конъюнктуры на мировых сырьевых рынках, ситуация в экономике начнет выправляться. Это приведет к увеличению доходной части госбюджета. Да, к негативному развитию событий в бюджетной сфере привело резкое ухудшение экономической ситуации в начале текущего года. На фоне слабого роста доходов на 1% и увеличения расходов на 15% год к году дефицит госбюджета без учета трансферта Национального фонда резко вырос до 8,5% от ВВП в первом квартале 2020 года в сравнении с 6,7% от ВВП

в первом квартале прошлого года. При этом, с учетом трансферта Нацфонда, дефицит госбюджета составил всего 35 млрд тенге (0,2% от ВВП). Апрельские данные по бюджету также продемонстрировали глубокое падение доходной части: поступления по корпоративному подоходному налогу (КПН) за месяц упали на 94,3% год к году, а по НДС, ИПН и налогам на международную торговлю – более чем на 60% за этот же период.

– Каково соотношение доходов и расходов госбюджета?

– Доходы государственного бюджета, без учета трансферта из Нацфонда в первом квартале 2020 года, выросли на скромные 1,2% год к году. При этом за счет резкого увеличения трансферта из Нацфонда почти на 50% совокупные доходы госбюджета повысились на 14% за этот же период. В результате повышения зарплат произошло серьезное увеличение поступлений по ИПН и соцналогу примерно на 20% год к году, что резко контрастировало с сокращением поступлений от налогов на международную торговлю на 18% за такой же временной отрезок. Сбор налогов по КПН умеренно вырос на 5%, а поступления по НДС снизились на 0,3% год к году. Затраты госбюджета в первом квартале текущего года повысились на 15% за этот же период в прошлом году. Их увеличение было обусловлено повышением социальных расходов и зарплат, кроме того, увеличились затраты на инфраструктурные проекты.

– Особых положительных ожиданий нет и от налоговых поступлений, как я понимаю...

– Мы пока не склонны драматизировать ситуацию с налоговыми поступлениями.

Картина должна проясниться во второй половине года, когда начнут постепенно прекращать свое действие налоговые каникулы и другие меры фискального смягчения, одновременно мы ожидаем улучшения ситуации на внешних сырьевых рынках. Но снижение поступлений по доходам в госбюджет было обусловлено не только действием разворачивающегося кризиса, но и стало следствием мер фискальной поддержки малого и среднего бизнеса.

Напомним, что в рамках мер поддержки бизнеса правительство освободило МСБ от налогов и социальных платежей, взимаемых с фонда оплаты труда, на 6 месяцев – до 1 октября текущего года. Индивидуальные предприниматели, работающие в общеустановленном порядке налогообложения, освобождены от уплаты индивидуального подоходного налога и вовсе до конца года. Ставка НДС на реализацию и импорт социально значимых продовольственных товаров была понижена с 12% до 8% до 1 октября 2020 года. Также была предусмотрена отсрочка по уплате всех видов налогов и других обязательных платежей, социальных платежей до 1 июня текущего года. Кроме того, отдельные субъекты бизнеса освобождены от уплаты налога на имущество до конца 2020 года.

– И госказна все еще остается главной опорой экономики?

– В прошлом году правительство уже начало существенно поддерживать экономику посредством фискальных мер, которые в том числе распространялись и на текущий год. В результате, по нашей оценке, расходы бюджета повысились до 20,6% от ВВП в 2019 году в сравнении с 18,8% предыдущего.

[Продолжение на стр. 2]

Цифра номера

41 млрд тенге

такого объема достигнет экспорт несырьевых товаров и услуг к 2025 году

Подробнее [Стр.8]

Спикер номера

Джан Гокташ, генеральный директор отеля The Ritz-Carlton Almaty

Подробнее [Стр.6]

Цитата номера

«Если раньше многие хотели стать юристами и экономистами, сейчас нужно становиться экспертами в области data science, которые могут проанализировать продукт и составить портрет и оценку его потребителей»,

– Еркегали Машир, генеральный директор группы компаний Azimut Solutions

Подробнее [Стр.9]

История бренда

Pierre Cardin: бизнес, превзошедший детскую мечту

Подробнее [Стр.11]

КАПИТАЛ

ЦЕНТР ДЕЛОВОЙ ИНФОРМАЦИИ KAPITAL.KZ ЗАПУСТИЛ ОФИЦИАЛЬНЫЙ КАНАЛ В TELEGRAM

TELEGRAM.ME/KAPITALKZ

Доступен на:







# Джан Гокташ: Самая большая ошибка в сегменте люкс – снижение цен

Генеральный директор The Ritz-Carlton Almaty о ценовой политике и факторах, влияющих на выбор отеля

Меруер Сареснова

Как происходит адаптация гостиничного бизнеса к новым «карантинным» реалиям, при каких условиях его можно реанимировать и развивать, а также какой эффект от коронавируса еще долго будет влиять на потребительский спрос в интервью корреспонденту «Капитал.kz» рассказал генеральный директор отеля The Ritz-Carlton Almaty Джан Гокташ.

— Мистер Джан, расскажите, как кризисные отразились на гостиничном бизнесе в частности на финансовых показателях вашего отеля?

— Мы, как и все отели глобального холдинга Marriott International, во время карантина наблюдали спад на 90%. Тем не менее мы заметили, что после окончания кризиса далеко не краткосрочный и еще достаточное время будет влиять на нашу деятельность. Однако все будет зависеть от того, насколько долго государство сохранит уровень заработной платы.

Если до ситуации с коронавирусом рентабельность бизнеса была выше 40%, то теперь, когда границы закрыты и отель работает только на 10%, мы стремимся в своих финансовых результатах выйти хотя бы в ноль к концу года. Безусловно, нам пришлось оптимизировать все затраты. Но надо понимать, что самые большие расходы в нашем деле приходится на коммунальные услуги, так как здание требует обслуживания.

С другой стороны, нам всегда приходится адаптировать свои расходы к спросу. Ведь по логике вещей мы не можем содержать себя то же количество персонала, как при загрузке отеля в 80%. Поэтому самое сложное в данном периоде для нас было расставаться с работниками. Тем не менее мы выплатили им двухмесячную заработную плату и предоставили выбор: либо остаться и переждать вместе с нами, пока бизнес снова выйдет в колею, либо уйти по собственному желанию, а по окончании карантина вернуться в отель.

Однако я уверен, что у нас как у бизнес-отеля восстановление произойдет значительно быстрее, чем у тех гостиничных сетей премиум-класса, которые сфокусированы на отдаленных регионах.

— Все-таки в Казахстане большинство гостиниц ориентировано на деловую аудиторию. Какое будущее такое бизнес может быть сезонным? И как основной деятельности, что еще приносит доход The Ritz-Carlton Almaty?

— Если мы будем говорить конкретно о The Ritz-Carlton Almaty, то до 90% наших гостей в основном деловые люди. При этом до прошлого года доля посетителей,

приезжающих к нам с целью туризма, составляла менее 3%, то есть за год она увеличилась до 10%.

Как правило, до ситуации с коронавирусом наиболее пассивными сезонами были лето и начало января, в это время заполняемость отеля падает до 60%. А в пиковый сезон заполняемость достигала 90%.

Между тем 55% от всего гостиничного дохода приходится на ресторанную часть, а именно банкеты и аренду банальных залов, и только 45% на номерной фонд.

— Насколько известно, у вас в отеле не стандартный номер? Сколько их есть и в среднем стоит самый «скрытый» номер? И отличается его цена от аналогичных номеров The Ritz-Carlton в других странах?

— Если мы говорим про среднюю стоимость номера категории deluxe, то на данный момент она составляет около 100 тыс. тенге за сутки пребывания, включая завтрак. Для сравнения: в The Ritz-Carlton, Мельбурн, самый дорогой люкс-номер (бренд сет) стоимость проживания обходится в эквиваленте порядка 400 тыс. тенге в сутки.

Однако стоит отметить, что в ценовой политике любой гостиничная сеть придерживается системы плавающих тарифов, как у авиакомпаний, соответственно расценки могут меняться в зависимости от влияния различных факторов.

— В текущих кризисных условиях не планируете ли пересмотреть ценовую политику или предложить какие-то дополнительные услуги своим гостям? Не считаете ли, что самая большая ошибка в сегменте люкс – снижение цен? Клиенты этого сегмента всегда точно понимают, за что именно они платят премиальную стоимость. В свою очередь они ожидают соответствующего сервиса и привилегий, а не скидок. Поэтому лично я не нахожу смысла играть ценовой политикой.

Но мы, безусловно, делаем своим гостям дополнительные услуги. Например, сейчас в номерах предоставляется complimentary услуга мини-бара.

Еще я бы добавил, что кроме престижа в нынешних реалиях для нас самым важным остается здоровье и безопасность наших посетителей. В этой связи отмечу, что сеть Marriott International повсеместно были введены новые протоколы чистоты, соответствующие не только требованиям международных стандартов, но и международным стандартам.

— Вы сказали, что большую часть дохода отеля приносит сопутствующая деятельность. Какие услуги вы предлагаете гостям? Какую роль играют аренда помещений, например, банальных залов?

— Мы всегда предлагаем сопутствующую деятельность своим гостям. Например, аренда помещений, например, банальных залов? Мы всегда предлагаем сопутствующую деятельность своим гостям. Например, аренда помещений, например, банальных залов?



— Как таковой фиксированной цены по аренде банальных залов мы не устанавливаем. Все зависит от формата мероприятия, сложности его организации и количества человек. С каждым клиентом мы обговариваем бюджет индивидуально. Сюда же входит гастрономические предпочтения гостей. Ввиду этого я затрудняюсь ответить, какова будет цена за аренду банального зала. Но сейчас в связи с новыми правилами карантина устраивать массовые мероприятия запрещено, поэтому здесь мы существенно теряем, так же как на работе ресторанов и организационных команд.

— На ваш взгляд, как быстро удастся реанимировать бизнес?

— Сейчас все меняется практически ежедневно, возникают новые правила и в этой связи тяжело что-то прогнозировать. Как руководитель отеля и профессионал в своей сфере, я предпочитаю пока составлять краткосрочные планы.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

## Шаг 3. Стресс-тест цепочки поставщиков

Важно как можно быстрее выявить текущие и будущие риски всей цепочки поставок, необходимых для жизнедеятельности компании. С теми или иными проблемами сегодня столкнулись все логистические компании. Из-за ограничений международного сообщения и разной тактики борьбы с COVID-19 в той или иной стране, области и даже городе некоторые из контрагентов не смогут быстро ориентироваться и наладить бесперебойную работу. Для того чтобы оценить возможный масштаб убытков, следует проверить зависимость от ключевых поставщиков, разработать план действий на случай срыва поставок и наладить бесперебойную работу. Для того чтобы оценить возможный масштаб убытков, следует проверить зависимость от ключевых поставщиков, разработать план действий на случай срыва поставок и наладить бесперебойную работу.

## Шаг 2. Пристальный контроль за денежными потоками

Сотрудники центра должны иметь возможность просматривать сводные показатели на протяжении всей цепочки создания стоимости продукции или услуги: от маркетинга до производства или выполнения. Это позволит пересмотреть доходность проектов и распределить ресурсы с учетом доходности текущего портфеля сразу или поэтапно.

Денежные резервы компании можно увеличить, временно отказавшись от наименее рентабельных услуг и продуктов. Еще один вариант – отдать на откуп некоторые производственные и логистические подразделения.

Оптимизировать расходы можно, если центр управления ликвидностью, ответственность за ее финансовое здоровье целиком и полностью ложится на плечи CFO. Поэтому параллельно со своими текущими задачами – учитывать и контролировать поток финансов в компании – в кризисный период он должен взять на себя роль активного лидера, не боящегося упрямости и жесткости. По роду своей деятельности финансовый директор акцентировать в своих руках данные, с помощью которых можно создать реалистичный сценарий по выходу конкретной компании из конкретной ситуации на рынке, вызванной вирусом.

**Шаг 1. Ревизия данных**  
Прежде всего стоит создать в компании единый источник данных о состоянии — центр управления ликвидностью, который должны войти несколько кросс-функциональных команд. Их задача – в максимально короткие сроки провести ревизию данных, выявить слабые места и активы, разделить первые на быстро реализуемые и трудно реализуемые, вторые – на срочные и долгосрочные, учесть все статьи расходов и рассчитать ликвидность; высчитать коэффициент текущей ликвидности, чтобы оценить, достаточно ли у компании запаса прочности, способной уже покрыть долги и возможные убытки.

Получив свежую картину данных и оперативно их проанализировав, центр управления ликвидностью во главе с финансовым директором должен сделать прогноз и спланировать изменения в краткосрочных и долгосрочных планах по

Но надо понимать, что теперь люди уже не так охотно как прежде будут путешествовать. Если раньше они думали, где и как можно хорошо провести время, то сейчас пришло другое понимание – как мне сохранить свое здоровье и оставаться в безопасности.

Страх опасности вируса – большая травма для потребителя. Пока они от нее не оправятся, спрос не вернется в прежние русло. Таким образом, индустрия гостеприимства будет и дальше страдать. При этом наш основной сегмент – бизнесмены, все равно вынуждены будут совершать рабочие поездки и останавливаться в гостиницах.

Если Казахстан откроет воздушное пространство, то при этом оптимистичном прогнозе, я ожидаю, что заполняемость нашего отеля к октябрю может составить 50-60%.

— Насколько сузится этот рынок во время и после карантина?

— Замечу, что еще до коронавируса рынок за рубежом, даже такой крупный оператор, как Voom, принадлежавший концерну Airbus и предоставлявший услуги по аренде вертолетов по аналогии с Uber в Мехико, Сан-Франциско и Сан-Паулу, прекратил свою работу. Поэтому я думаю, что это было связано с пандемией и, соответственно, падением спроса. С другой стороны, стала востребована услуга по доставке пассажиров в аэропорт в терминал деловой авиации. Ведь многие клиенты теперь стараются избежать массового скопления людей», — отмечает он.

Поэтому, по словам бизнесмена, к выбору бизнес-вертолета по аренде вертолетов в одинаковых условиях нужно подходить очень тщательно, с учетом местных особенностей.

— Тем не менее в некоторых отечественных отелях ценовое предложение чуть ли не выше, чем в Европе...

— От того, что отель внезапно снижает цены, туристы больше в стране не станут. Только при условии серьезного увеличения спроса будут иметь смысл изменение и адаптация тарифов.

Между тем вы должны понимать, когда отель устанавливает стоимость на проживание, по нимание принимаете такие вещи, как: объем вложенных инвестиций, зарплатный фонд, административные и прочие расходы, а также учитываются некоторые рыночные факторы.

— При этом вы отметили, что сейчас определяющий момент для человека, который принимает решение, куда ему поехать. Прежде всего клиент смотрит на локацию, а потом уже ищет отель, исходя из средней стоимости.

— Сейчас все меняется практически ежедневно, возникают новые правила и в этой связи тяжело что-то прогнозировать. Как руководитель отеля и профессионал в своей сфере, я предпочитаю пока составлять краткосрочные планы.

почтения клиентов. Правильный баланс между затратами, доходностью и реинвестиционными возможностями – это фундамент для роста компании в будущем. Используйте свежие технологические решения для развития бизнеса, чтобы максимально эффективно использовать новый потенциал вашей услуги или товара.

Грамотно распределите капитал на основании прогнозов притока и оттока денежных средств получить то же самое в том же объеме. Делайте ставку на долгосрочный фундамент для роста компании в будущем. Используйте свежие технологические решения для развития бизнеса, чтобы максимально эффективно использовать новый потенциал вашей услуги или товара.

— При этом вы отметили, что сейчас определяющий момент для человека, который принимает решение, куда ему поехать. Прежде всего клиент смотрит на локацию, а потом уже ищет отель, исходя из средней стоимости.

— Сейчас все меняется практически ежедневно, возникают новые правила и в этой связи тяжело что-то прогнозировать. Как руководитель отеля и профессионал в своей сфере, я предпочитаю пока составлять краткосрочные планы.

## Шаг 4. Поиск новых источников капитала и инвестиции

Следует запустить программу поиска альтернативных источников финансирования. Для этого как минимум нужно изложить список небанковских финансовых организаций и действующие программы помощи от региональной власти. Провести аудит эффективности бизнеса, в частности снижение рентабельности компании, заставляет многих руководителей задуматься об отмене капиталных вложений. Однако такую шаг замедлит восстановление предприятия после кризиса и послужит причиной снижения текущих конкурентных преимуществ компании.

В результате нынешнего кризиса обязательно появятся новые возможности: новые игроки на рынке и пред-

приятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

# Как переживает пандемию бизнес по аренде вертолетов?

Анна Видянова

Пандемия COVID-19 переориентировала рынок аренды вертолетов компаний, которые полностью перестроили свою бизнес-модель. «Раньше вертолеты заказывали в основном для экскурсий и коротких деловых перелетов. Во время режима ЧП мы эвакуировали граждан России и других постсоветских стран на родину из-за рубежа. Производилась эвакуация пассажиров. Но для более безопасной и быстрой доставки клиентов в аэропорт использовались вертолеты, которыми владеет международная компания Sofgate Sarl Виталий Архангельский. В беседе с корреспондентом «Капитал.kz» игроки рынка также рассказали о стоимости услуги и доходности бизнеса.

**Смена бизнес-модели**  
По данным Виталия Архангельского, еще четыре года назад спрос на аренду вертолетов был низкий. Даже производители уменьшили темпы их выпуска, потому что упало количество заказов. Два года назад ситуация стала улучшаться. Но пандемия спугала все карты.

«С одной стороны, даже такой крупный оператор, как Voom, принадлежавший концерну Airbus и предоставлявший услуги по аренде вертолетов по аналогии с Uber в Мехико, Сан-Франциско и Сан-Паулу, прекратил свою работу. Поэтому я думаю, что это было связано с пандемией и, соответственно, падением спроса. С другой стороны, стала востребована услуга по доставке пассажиров в аэропорт в терминал деловой авиации. Ведь многие клиенты теперь стараются избежать массового скопления людей», — отмечает он.

Поэтому, по словам бизнесмена, к выбору бизнес-вертолета по аренде вертолетов в одинаковых условиях нужно подходить очень тщательно, с учетом местных особенностей.

— Тем не менее в некоторых отечественных отелях ценовое предложение чуть ли не выше, чем в Европе...

— От того, что отель внезапно снижает цены, туристы больше в стране не станут. Только при условии серьезного увеличения спроса будут иметь смысл изменение и адаптация тарифов.

Между тем вы должны понимать, когда отель устанавливает стоимость на проживание, по нимание принимаете такие вещи, как: объем вложенных инвестиций, зарплатный фонд, административные и прочие расходы, а также учитываются некоторые рыночные факторы.

— При этом вы отметили, что сейчас определяющий момент для человека, который принимает решение, куда ему поехать. Прежде всего клиент смотрит на локацию, а потом уже ищет отель, исходя из средней стоимости.

— Сейчас все меняется практически ежедневно, возникают новые правила и в этой связи тяжело что-то прогнозировать. Как руководитель отеля и профессионал в своей сфере, я предпочитаю пока составлять краткосрочные планы.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

## Шаг 3. Стресс-тест цепочки поставщиков

Важно как можно быстрее выявить текущие и будущие риски всей цепочки поставок, необходимых для жизнедеятельности компании. С теми или иными проблемами сегодня столкнулись все логистические компании. Из-за ограничений международного сообщения и разной тактики борьбы с COVID-19 в той или иной стране, области и даже городе некоторые из контрагентов не смогут быстро ориентироваться и наладить бесперебойную работу. Для того чтобы оценить возможный масштаб убытков, следует проверить зависимость от ключевых поставщиков, разработать план действий на случай срыва поставок и наладить бесперебойную работу. Для того чтобы оценить возможный масштаб убытков, следует проверить зависимость от ключевых поставщиков, разработать план действий на случай срыва поставок и наладить бесперебойную работу.

Денежные резервы компании можно увеличить, временно отказавшись от наименее рентабельных услуг и продуктов. Еще один вариант – отдать на откуп некоторые производственные и логистические подразделения.

Оптимизировать расходы можно, если центр управления ликвидностью, ответственность за ее финансовое здоровье целиком и полностью ложится на плечи CFO. Поэтому параллельно со своими текущими задачами – учитывать и контролировать поток финансов в компании – в кризисный период он должен взять на себя роль активного лидера, не боящегося упрямости и жесткости. По роду своей деятельности финансовый директор акцентировать в своих руках данные, с помощью которых можно создать реалистичный сценарий по выходу конкретной компании из конкретной ситуации на рынке, вызванной вирусом.

**Шаг 1. Ревизия данных**  
Прежде всего стоит создать в компании единый источник данных о состоянии — центр управления ликвидностью, который должны войти несколько кросс-функциональных команд. Их задача – в максимально короткие сроки провести ревизию данных, выявить слабые места и активы, разделить первые на быстро реализуемые и трудно реализуемые, вторые – на срочные и долгосрочные, учесть все статьи расходов и рассчитать ликвидность; высчитать коэффициент текущей ликвидности, чтобы оценить, достаточно ли у компании запаса прочности, способной уже покрыть долги и возможные убытки.

Получив свежую картину данных и оперативно их проанализировав, центр управления ликвидностью во главе с финансовым директором должен сделать прогноз и спланировать изменения в краткосрочных и долгосрочных планах по

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.

предприятия напрямую зависит от скорости оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Их аудит даст возможность увеличить объем ранних платежей на 40% за счет использования доступных скидок и минимизации других расходов. Разбейте платежи по размеру, скорости погашения, уровню штрафных санкций.



Виталий Архангельский

ervo в час. В Казахстане и России вряд ли будет намного дешевле. Спрос на аренду вертолетов в этом году упадет в разы. Но спрос все равно будет, так как используются в туротрасли. Зимой спрос генерируется в основном за счет деловых поездок», — делится Виталий Архангельский.

Самые востребованные маршруты по Алматы и Алматинской области – БАО, Чарынский канон и комсомолства. «Без дозаправки вертолет не сможет осуществлять перелеты на дальние дистанции: из одного города в другой. А дозаправка судна повысит стоимость перелета, а значит, и аренды. В основном вертолет арендуют для просмотра горной местности и других красот. В нашей компании 70% спроса генерируется казахстанцами, 30% — иностранцами. У нас более востребованы вертолеты, чем частные самолеты», — уточнил глава RVTA CLUB Анатолий Гаипов.

По словам владельца Sofgate Sarl Виталия Архангельского, в летний сезон вертолеты международной компании в основном обслуживают туристов на юге Франции, Испанию и на севере Италии.

«В зимнее время вертолеты арендуют в основном бизнесмены, а также отдыхающие на горнолыжных курортах Швейцарии, Австрии. Там мало взлетно-посадочных полос для самолетов, поэтому вертолет иногда единственный вид транспорта», — сообщил он.

Контингент, выбирающий бизнес-джеты, например, самолеты Cessna Citation, очень разный. «Это могут быть предприниматели, творческие коллективы, спортивные команды. Если крупногабаритный спортивный инвентарь или дорогостоящие музыкальные инструменты в рейсовый самолет и допустит, то никто не будет гарантировать их сохранность. Политики из стран СНГ периодически арендуют воздушные суда. Европейские политики летают часто, так как политическая ситуация в большинстве стран не позволяет им выехать из страны. Мой совет – нужно, чтобы один из вертолетов был рассчитан на 4 посадочных места, а второй – на 6 или 8», — отметил Анатолий Гаипов.



Анатолий Гаипов

**Сколько требуется вертолетов для запуска бизнеса**  
Бизнес по аренде вертолетов будет приносить доход, если в субаренде авиапроктера есть два судна. «Это необходимо, чтобы в полной мере покрыть спрос на прокат воздушного судна. Если один вертолет будет занят, то можно предложить клиентам вертолет или рассчитан на 4 посадочных места, а второй – на 6 или 8», — отметил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

Его коллега Виталий Архангельский уверен, что начинать бизнес можно и с одного вертолета. «Это обычная практика для частных небольших авиакомпаний», — уточнил он.

Крупные операторы, как правило, связаны с государственными органами здравоохранения, охраны правопорядка, спасательными службами и т. д. «У них простор нет, но там другие требования, и притом на этот рынок очень сложно, особенно в постсоветских странах, где личные отношения владельцев воздушных судов в отношении заместителя гендиректора», — подчеркнул Виталий Архангельский.

**Срок окупаемости вертолетов доходит до шести лет**

В Казахстане аренда вертолетов в основном вертолеты европейского производства. Например, Ми-8 потребляет значительно больше авиатоплива по сравнению с европейскими моделями.

«Покупка воздушного вертолета Eurocopter EC130 2020 года обходится в 3,4 млн евро. Если же говорить об инвестициях, то авиапроктер для запуска бизнеса до-полнительные вложения не потребуются. Все затраты на покупку вертолета, обслуживание, расходы по зарплате авиаэкспертника, пилоту несет владелец вертолета. Он также получает необходимые разрешения на осуществление перелетов», — отмечает Анатолий Гаипов.

Бизнесмен уточняет, что средняя комиссия за услуги аренды владельца судна на рынке достигает 90% от стоимости перелета: если час перелета стоит 600 тыс. тенге, то ему направляется 540 тыс. тенге.

«Я как-то беседовал с владельцем двух вертолетов, который сдает их в аренду авиапроктеру. По его словам, окупаемость данной деятельности составляет 5-6 лет. Обычно обеспеченные частные лица приобретают вертолеты для своего личного пользования. И в процессе эксплуатации судна иногда решают сдать его в аренду», — рассказывает собеседник.

**Тренды гражданской авиации**  
Один из трендов, который прослеживается в Европе, — рост спроса на услуги авиатранспорта. «Когда перелеты осуществляются на очень маленьких, чаще всего поршневых самолетах. Правда, есть законодательные ограничения, снятия которых сейчас добиваются операторы. Среди клиентов СНГ популярны представительские бизнес-джетсы», — заметил Виталий Архангельский.

«По его словам, проблемы авиатранспорта связаны с закрытием внешних границ многих стран. Ведь пилоты деловых линий и отличие от пилотов гражданской авиации по правилам многих государств должны быть помечены на карантин на 14 дней.

«А это убытки для оператора. Из-за того, что в разных странах ограничения снимаются неравномерно, возникает путаница», — отмечает собеседник.

«Если говорить об условиях пандемии и после, то проблема всех постсоветских стран в слабой инфраструктуре для бизнес-авиации. «Во многих аэропортах до сих пор отсутствуют соответствующие терминалы», — заключает он.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», — добавил Анатолий Гаипов.

«Вот почему, если вы хотите арендовать вертолет, то лучше всего арендовать два вертолета. Это позволит вам избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место и избежать проблем с доставкой вертолета в нужное место», —

# Шыңгыс Торез: Ни одно предприятие без помощи не останется

QazTrade собирает заявки на участие в программе акселерации

Айнагул Елубоева

В апреле «Центр развития торговой политики и интеграции РК запустил программу экспортной акселерации для потенциальных компаний. Программу планируется реализовать до 2025 года. В рамках первого этапа будут отобраны компании в сфере пищевой промышленности. Акселерация полезна тем, кто уже экспортирует продукцию, но хочет найти для себя новые рынки, и новым игрокам.

Основное условие – иметь готовую продукцию, которую можно предложить зарубежному покупателю. Сначала предприятие должно выпустить продукцию надлежащего качества и оформления, иметь достаточный объем товара. Программа будет сфокусирована на два рынка: бытовая партия на экспорт, а на наладивании долгосрочного канала сбыта зарубежным покупателям. Подробнее об условиях участия корреспонденту «Капитал.kz» рассказал руководитель проектов бизнес-акселерации АО «Центр развития торговой политики (QazTrade) Шыңгыс Торез.

– Шыңгыс, расскажите, пожалуйста, о цели программы акселерации?

– Мы хотим, чтобы количество предприятий, ориентированных на несырьевой экспорт, увеличилось. На данный момент в нашем списке около 400 активных экспортеров АО «Центр развития торговых политики (QazTrade) Шыңгыс Торез, которые осуществляют нерезидентные поставки в малых объемах. Мы хотим их привлечь. Также из денежных ценовых индикторов – это увеличение налоговых поступлений за счет совершенных экспортных поставок.

– Когда начнется конкурсный отбор?

– Сейчас у нас идет этап сбора заявок. Для этого необходимо заполнить анкету на сайте exporg.gov.kz. Мы планируем, что уже в конце июня завершим для этого подготовку конкурсного отбора. В конкурсе этот этап отбора. Мы сейчас максимально стараемся все перевести в цифровой формат, чтобы все было прозрачно и завтра все видно, кто подавал заявку, кто прошел, кто не прошел. Кто пройдет, получат от нас рекомендации и обоснование, из-за чего он не прошел. У нас в Facebook есть отдельная страничка QazTrade Accelerator, где мы выкладываем каждый шаг по проекту.

– Каковы основные направления программы?

– Одна из задач – аналитика продукта под конкретный рынок. Другая задача – заключение межправительственных соглашений. Это в случае, если одна страна не принимает от нас этот товар. Например, попасть на китайский рынок очень сложно. Но мы будем стараться сделать

наши товар конкурентоспособным и выйти на необходимый рынок.

– По каким критериям будет отбираться участников программы?

– Самый главный критерий – иметь налаженное производство продукции и качественный, безопасный товар. Мы знаем, что все наши микро- и крупные предприятия в Китае, там, где рынок большой, могут оказаться микропредприятиями. Потому что Китай требует от нас большого объема продукции и непрерывных поставок. Это самое основное. Еще один из важных факторов – это ответственность самих предпринимателей. Сначала они подадут заявку, потом мы им направим анкетные вопросы, какой товар, объем, и если наши планы по экспорту на направлении будут совпадать, тогда мы это предприятие берем на рассмотрение. Остальным предприятиям мы не говорим, что они не прошли, они автоматически зачисляются в резерв, и мы до следующего этапа акселерации с ними будем работать. Если же предприятие отбор прошло, у нас имеется база производителей готовой продукции, и параллельно с этим формируются резерв. Ни одно предприятие без помощи не останется, будем формировать пул для следующего потока.

– Можете назвать примерную цифру, насколько вырастут налоговые поступления в результате реализации программы?

– Сейчас невозможно точно сказать, потому что программа находится на этапе согласования с госорганами. Но мы ожидаем, что нашей программой будет охвачено порядка 1 тыс. предприятий до 2025 года. Мы сейчас не знаем масштаб предприятий, насколько увеличится экспорт товаров. Прогнозы делать сложно.

– Сколько компаний будет охвачено акселерацией?

– До 2025 года 1050 компаний будет охвачено акселерацией. Мы будем брать в работу только те компании, которые имеют желание выйти на экспорт, эффективно участвовать в данной программе. От потока к потоку отрасли будут меняться. Сейчас в рамках первого потока будет идти обор и сфере пищевой промышленности. Заявки принимаются круглогодично. Временных пауз в нашей программе не будет. Например, если после пищевой промышленности соберутся предприятия легкой промышленности – они уже будут в резерве, и следующий поток мы сформируем и начнем с этого направления. Потом уже нефтехимия, машиностроение. Через какое-то время мы снова вернемся к экспорту пище-



вой промышленности. То есть это будет циклично. В рамках первого потока мы предполагаем, что более 35 компаний будет отобрано. В качестве экспортного направления мы предлагаем китайский рынок, потому что со стороны Поднебесной идет очень хороший спрос на наши пищевые продукты. Те компании, которые будут участвовать и подавать заявки, мы будем получать рекомендации от нас. Поэтому нам важно сейчас, чтобы наши потенциальные экспортеры о нас услышали. Отметим, что проект будет длиться не только до конца этого года, он как экспортные контракты, мы знаем, не сразу подписываются. Иногда их подписание приходится ждать целый год.

– В чем будет заключаться задача менторов?

– Менторы будут помогать компаниям в процессе реализации программы.

– Среди наших консультантов отраслевые юристы, финансисты и маркетинговые эксперты, упаковщики, специалисты в области модернизации и оптимизации проектов. Такие консультанты будут предоставлены бесплатно, в каждом будет подобран индивидуальный подход. Мы диагностируем предприятие, делаем слабые и сильные стороны. В работе делаем больший упор на качество, и эта программа ориентирована от других программ тем, что она практикоориентирована.

– Расскажите о коучах. Это будут иностранные или местные специалисты?

– Будут и местные, и иностранные. Местные будут консультировать по отраслям, иностранные – по целевым рынкам. База экспертов, менеджеров-консультантов в пищевой промышленности уже сформирована. Те, которые, например, знают рынки Китая и России хорошо. Мы по ним будем прорабатывать, они будут искать контрагентов. Эксперты будут рассматривать, насколько конкурентоспособен данный товар на целевом рынке.

– Сколько времени займет процесс акселерации?

– До конца года акселерация пройдет один поток. Мы планируем выход продукции на ярмарку SEAL EXHIBITION CHINA 2020, которая состоится в сентябре по пищевой промышленности, она проходит во Франции и в Китае. Также на шанхайской выставке мы планируем выступить в этом году. В целом после этих выставок мы дальше будем прорабатывать. Но, как я уже говорила, экспортные контракты не сразу подписываются, предприниматель уже будет знать, над чем ему надо работать, будет знать своих контрагентов. Приоритетные рынки сбыта в сфере АПК – Китай и Россия. Сейчас у нас идет анализ рынка. Мы исследуем доступ к разным рынкам – Европа, АСЕАН, арабские страны, Китай, ЕАЭС. По всему миру акселераторы показывают хорошие результаты в целом. В европейских странах, Канаде, Америке акселерация осуществляется полностью за счет предпринимателей. В России есть программа – там несколько каналов акселераторов. А вот они берут 20% взноса у предпринимателя, остальные 80% выдает государство. У нас сейчас идет подготовка к созданию операционную деятельность, тем самым еще больше загорая нас в рамках. Не говоря уже об увеличивающихся с каждым годом долгах перед поставщиками товаров и услуг.

– Кроме того, мы просили государство предоставить финансирование с минимальной процентной ставкой на выплаты заработной платы сотрудникам (до 75 тысяч тенге), вместо положенных им 40-800 тенге. Таким образом мы избавили бы бюджет от лишних трат и взяли бы на себя социальную ответственность, а в течение 3-5 лет вернуть всю сумму. Это позволило бы и нашим сотрудникам держаться за свои рабочие места. Опять-таки наш план базировался на примерах разных стран и проведенного в этой части анализа. Однако эти вопросы мы предпочитаем решать через акселерацию протти.

# Алмас Абдыгаппаров: 90% населения задумываются об открытии ресторана

Основатель Parmigiano Group об удаче и просчетах в ресторанным бизнесе

Мерурерт Сареснова

С какими трудностями приходилось сталкиваться казахстанским ресторанным во время чрезвычайного положения, как коронакризис сказался на операционной деятельности и финансовых показателях этого бизнеса, а также какие возможности он открыл рестораторам интервью корреспонденту «Капитал.kz» рассказал основатель ресторальной сети Parmigiano Group Алмас Абдыгаппаров. Напомним, что с 25 мая в Алматы приступили к работе 3100 заведений общественного питания с общей численностью персонала около 27 тыс. человек. С 18 мая была разрешена деятельность объектов общепита в Нур-Султане. При этом до сих пор на всей территории Казахстана действует запрет на проведение банкетов и торжеств.

– Алмас, расскажите, какие государственные меры поддержки в период чрезвычайного положения помогли ресторанному бизнесу?

– Конечно, нам очень помогла отсрочка по уплате налогов и по кредитам и то, что нас освободили на три месяца от НДС. Однако мы рассчитывали, что при самом лучшем раскладе бизнес начнет развиваться только через 6-7 месяцев. Сейчас же мы наблюдаем ЧП. Еще 6 месяцев понадобится на стабильный рост. Только так в течение года мы сможем вернуться к январско-февральским показателям, конечно, при условии, если нам удастся избежать второй коронавирусной волны.

Тем временем, если помните, когда только ввели карантин и закрыли все заведения общепита, мы – представители ресторанный сообщество – поднимаем ряд проблем, касающихся развития нашей деятельности. В свою очередь мы обратились к руководству страны в документе, под которым подписались порядка 75 тыс. человек. Вопросы касались и отсрочки по кредитованию, и финансирования на более длительный срок, и зачетного НДС. Мы понимали, что пройдут три месяца, после чего полностью за счет предпринимателей. В России есть программа – там несколько каналов акселераторов. А вот они берут 20% взноса у предпринимателя, остальные 80% выдает государство. У нас сейчас идет подготовка к созданию операционную деятельность, тем самым еще больше загорая нас в рамках. Не говоря уже об увеличивающихся с каждым годом долгах перед поставщиками товаров и услуг.

– Известно, что всем ресторанам тогда пришлось работать в режиме доставки. Насколько упала средняя ежедневная выручка?

– Во время режима ЧП выручка нашей ресторанный сети упала на 80%. Из 24 заведений Parmigiano Group работало только 5. Часть людей в этот период мы перевели на доставку еды, часть распределили на доставку продуктов питания в рамках создания нового направления – онлайн-магазина Goods. Если раньше в целом по сети средний клиентопоток в месяц приблизительно составлял 70 тыс. человек, то на нашем по-



очень сложно получить финансирование. Чтобы взять кредит, банки просят залоги, значительно превышающие суммы кредита, что в текущих условиях просто нереально.

– Правда, на время карантина нас освободили от уплаты налога на имущество, что это скорее было популерой, потому что мало у кого из ресторанов имущество находилось в собственности, а также освобождение от уплаты налогов по зарплате, что тоже казалось странным, ведь людям не из чего было платить заработную плату.

– Тем не менее месяц назад сняли некоторые ограничения. В какую силу сегодня заработала сеть?

– Сейчас мы работаем на уровне 50% от докартинной ситуации. При этом три ресторана нам все-таки пришлось закрыть.

– Насколько уменьшился клиентопоток в связи с тем, что некоторые продолжают находиться на самоизоляции?

– Если раньше в целом по сети средний клиентопоток в месяц приблизительно составлял 70 тыс. человек, то на нашем по-

следным данным, он сократился до 30-35 тыс. человек.

– Изменился ли средний чек заказа?

– Средний чек сильно не поменялся, по группе он составляет порядка 15 тыс. тенге, в зависимости от заведения. Но тут надо отметить, что Parmigiano Group работает в сегменте выше среднего и премиального класса, в котором клиенты меньше всего чувствительны к изменениям. Поэтому в любой кризис мы наборот наблюдаем рост потребления. Тем более сейчас, когда все граждане ограничены в передвижении и не могут выехать за рубеж. Хотя раньше летний сезон из-за отпусков для нас характеризовался спадом.

– Как валютные колебания повлияли на ценовую политику ваших ресторанов?

– Конечно, мы корректируем цены в зависимости от ситуации на рынке, так как около 50% продуктов из меню мы возовим из-за рубежа. Например, в этом году нам пришлось пересмотреть цены в сторону увеличения где-то на 10-15%. Однако были ситуации, когда мы за счет объемов оптимизировали структуру себестоимости и таким образом снижали цену.

– Стоит отметить, что один из плюсов, позволяющий удерживать нашу ценовую политику – появление на рынке локальных компаний, с которыми мы стараемся работать более масштабно. Тем не менее не в наших силах регулировать цену на те же морепродукты.

– Сегодня для нас важно сохранить четкий баланс между себестоимостью, наценкой и ценой продажи. Ведь даже в нашем сегменте найдутся категории граждан, которые захотят меньше тратить.

– Насколько в целом ресторанный бизнес может быть эффективным и рентабельным?

– В разрез мнением, что рестораторы мегабогатые люди, могу сказать, что рентабельность ресторанный бизнес не такая высокая – от 8-15% в зависимости от формата заведения. Расклад достаточно прост – около 35% от стоимости еды уходит на фуакод, такой же процент составляет зарплата. Если повар иностранный, то затраты могут быть еще больше. Вообще, доставка для ресторана всегда была как дополнительная зарплата и редко когда работала как основной бизнес.

– Какие новые направления и возможности открыли для вас карантинные условия?

– До карантинна мы много вкладывали в цифровизацию и маркетинг и поняли, что прежде всего, чтобы выжить, маркетинг может в нашей деятельности. Например, благодаря специально разработанной программе мы знаем все потребности наших гостей, куда они ходят, что заказывают и предпочитают. И в будущем мы сможем использовать эти данные и т.д. Соответственно это позволяет быть ближе к клиенту.

– На что нужно обратить внимание основателям стартапов?

– Сегодня IT-стартапу нужно обратить особое внимание на B2B и B2G-рынок, где он может решать конкретные задачи, помогать клиентам. И в будущем, например, написать решение для банков, чтобы выявлять мошенничество. Необходимо глубоко погружение в продукт и потребности клиента.

– Новичкам бы порекомендовал набраться опыта в более зрелых локальных и международных компаниях. Работая в них, люди начинают мыслить по-другому, учатся черпать в потоке информации грамотность.

– Готов ли Казахстан в 2020-2021 учебном году перейти на онлайн-обучение? Опыт пандемии показал нехватку множества ресурсов. Реально ли за летний период перевести образование в диджитал?

– Общественно 3 месяца – очень короткий срок, чтобы перевести на дистанционное обучение всю систему образования для трех миллионов школьников и одного миллиона студентов. Даже если государство максимально успеет подготовить, мы видим недостаточное количество ключевых инструментов вроде компьютера, планшетов, доступной связи. Другое, что такие же выводы сделали многие другие страны-соседи.

– Нужно провести масштабную работу не только школ, но и всей государственной системы. Это должна быть совместная работа. Школьники уже потеряли два месяца полноценного обучения, если мы потратим еще 2-3 месяца, то это отразится на экономике, когда через энное количество лет выпускники с недостаточным уровнем образования.

– На данном этапе стоит большая задача у операторов связи предоставить качественные и безопасный доступ к онлайн-платформам. Тот же Zoom, Webex и ряд других партнеров, включая я те, что основаны на открытом исходном коде – это все зарубежные продукты. У нас не хватает ресурсов и трафика, чтобы «стучаться» в потребление трафика, активно развиваются интернет-контент. Каждый хочет создавать свое и продвигать на местном рынке.

– Возникает также острая необходимость во внедрении big data-методологии и технологий. Если раньше многие хотели стать юристами и экономистами, сейчас

Второй момент, это оптимизация внутренних процессов, таких как централизация закупок, отбор поставщиков, работа с локальными производителями, оптимизация меню, смежных позиций во всех заведениях и многое другое. Карантин подстегнул нас ускорить работы в этом направлении.

– Плюс ко всему мы переходим на оплату труда, завязанную на показатели, чтобы стимулировать персонал продавать больше и работать лучше.

– В нынешних условиях мы понимаем, что только за счет точного таргетинга ресторанный бизнес может развиваться, поэтому выбрали для себя агрессивную стратегию развития, направленную на правильное ценовое позиционирование на рынке.

– Ваш бизнес начался с одного проекта – ресторана Parmigiano, а теперь у вас целая сеть: что помогает столько лет держаться на плаву?

– Мы начинали с одного заведения. Бизнес начался со здания, которое было у нас в собственности и с которым нужно было что-то сделать. Вот мы и решили в 2011 году открыть здесь небольшой итальянский ресторан. В результате, как видите, он получился довольно успешным.

– Инвестиции в рестораны мы вернули за 3 года, так как на тот период на рынке была свободная ниша в нашем сегменте, а также была высокая загрузка и функциональное планирование пространства и т.д.

– Вообще, хочу сказать такую вещь: по статистике 90% людей, независимо от их финансового уровня, рано или поздно открывают рестораны или кафе. Однако 60-80% из тех, кто решил это сделать, закрываются потом, не проработав и года.

– Вы спросите: почему это происходит? Ответ кроется в том, что рынок очень конкурентный – появление на рынке локальных компаний, с которыми мы стараемся работать более масштабно. Тем не менее не в наших силах регулировать цену на те же морепродукты.

– Сегодня для нас важно сохранить четкий баланс между себестоимостью, наценкой и ценой продажи. Ведь даже в нашем сегменте найдутся категории граждан, которые захотят меньше тратить.

– Насколько в целом ресторанный бизнес может быть эффективным и рентабельным?

– В разрез мнением, что рестораторы мегабогатые люди, могу сказать, что рентабельность ресторанный бизнес не такая высокая – от 8-15% в зависимости от формата заведения. Расклад достаточно прост – около 35% от стоимости еды уходит на фуакод, такой же процент составляет зарплата. Если повар иностранный, то затраты могут быть еще больше. Вообще, доставка для ресторана всегда была как дополнительная зарплата и редко когда работала как основной бизнес.

– Какие новые направления и возможности открыли для вас карантинные условия?

– До карантинна мы много вкладывали в цифровизацию и маркетинг и поняли, что прежде всего, чтобы выжить, маркетинг может в нашей деятельности. Например, благодаря специально разработанной программе мы знаем все потребности наших гостей, куда они ходят, что заказывают и предпочитают. И в будущем мы сможем использовать эти данные и т.д. Соответственно это позволяет быть ближе к клиенту.

– На что нужно обратить внимание основателям стартапов?

– Сегодня IT-стартапу нужно обратить особое внимание на B2B и B2G-рынок, где он может решать конкретные задачи, помогать клиентам. И в будущем, например, написать решение для банков, чтобы выявлять мошенничество. Необходимо глубоко погружение в продукт и потребности клиента.

– Новичкам бы порекомендовал набраться опыта в более зрелых локальных и международных компаниях. Работая в них, люди начинают мыслить по-другому, учатся черпать в потоке информации грамотность.

– Готов ли Казахстан в 2020-2021 учебном году перейти на онлайн-обучение? Опыт пандемии показал нехватку множества ресурсов. Реально ли за летний период перевести образование в диджитал?

– Общественно 3 месяца – очень короткий срок, чтобы перевести на дистанционное обучение всю систему образования для трех миллионов школьников и одного миллиона студентов. Даже если государство максимально успеет подготовить, мы видим недостаточное количество ключевых инструментов вроде компьютера, планшетов, доступной связи. Другое, что такие же выводы сделали многие другие страны-соседи.

– Нужно провести масштабную работу не только школ, но и всей государственной системы. Это должна быть совместная работа. Школьники уже потеряли два месяца полноценного обучения, если мы потратим еще 2-3 месяца, то это отразится на экономике, когда через энное количество лет выпускники с недостаточным уровнем образования.

– На данном этапе стоит большая задача у операторов связи предоставить качественные и безопасный доступ к онлайн-платформам. Тот же Zoom, Webex и ряд других партнеров, включая я те, что основаны на открытом исходном коде – это все зарубежные продукты. У нас не хватает ресурсов и трафика, чтобы «стучаться» в потребление трафика, активно развиваются интернет-контент. Каждый хочет создавать свое и продвигать на местном рынке.

– Возникает также острая необходимость во внедрении big data-методологии и технологий. Если раньше многие хотели стать юристами и экономистами, сейчас

# Какие ошибки совершают владельцы МСБ при продвижении продукта?

Анна Видянова

Зачастую предприниматели, выходя на рынок продукта, не пытаются в первую очередь изучить целевую аудиторию, а дифференцируют ее по поверхностным признакам: пол, возраст, семейное положение, доход. Но это несерьезный подход. В результате компания терпит свою долю на рынке, потенциальных клиентов и часть дохода. Еще одна проблема на этапе запуска – отсутствие интеграции между инструментами и каналами коммуникации. Простая пример: компания проводит какую-то акцию и заявляет о ней в соцсетях, либо организует мероприятие, но не публикует эту информацию на своем сайте или о ней не говорят блогеры. Так и другие каналы коммуникации не работают обособленно, живет своей жизнью. Из-за этого создается информационный шум, и у потребителя нет целостной картины об организации, ее деятельности. Принцип успешного продвижения – комплексной информации может быть много. Особенно остро эта проблема стоит, когда у компании диверсифицированный бизнес, либо очень много направлений деятельности, включая корпоративную социальную ответственность. Мой совет – интегрировать все каналы коммуникации.

Асель Кожакоева, основатель Red Point Kazakhstan

Мало кто из представителей бизнеса может сказать: какие ценности у их целевой аудитории, интересы, поведенческие наклонности. В результате компания теряет свою долю на рынке, потенциальных клиентов и часть дохода. Еще одна проблема на этапе запуска – отсутствие интеграции между инструментами и каналами коммуникации. Простая пример: компания проводит какую-то акцию и заявляет о ней в соцсетях, либо организует мероприятие, но не публикует эту информацию на своем сайте или о ней не говорят блогеры. Так и другие каналы коммуникации не работают обособленно, живет своей жизнью. Из-за этого создается информационный шум, и у потребителя нет целостной картины об организации, ее деятельности. Принцип успешного продвижения – комплексной информации может быть много. Особенно остро эта проблема стоит, когда у компании диверсифицированный бизнес, либо очень много направлений деятельности, включая корпоративную социальную ответственность. Мой совет – интегрировать все каналы коммуникации.

Крупные компании во время карантина стали больше внимание уделять внутренним коммуникациям. От настроения сотрудников зависит их работа с клиентами. Кроме того, не забывайте, что сотрудники являются амбассадорами своей организации. Они транслируют через себя, например, что их работодатель не урезал им зарплату во время карантина, заботится об их здоровье, соблюдая все санитарные нормы, заботится о безопасности клиентов. Отлично работает на имидж бизнеса и выстраивает доверие клиентов. Такую практику может перенять и МСБ. Поясню, в период карантина основная задача компании – удерживать доверие своих потреби-

лей и это можно сделать, в том числе через внутренние коммуникации. Сейчас очень актуально и модно выстраивать личный бренд руководителя компании. Одна из ошибок, которую они допускают, – пытаются быть теми, кем не являются. В соцсетях они могут создавать некий образ, который им не соответствует. И при определенных обстоятельствах этот образ с легкостью может разрушиться. Поэтому мой совет: перед тем как создать личный бренд, владельцу бизнеса нужно сформировать в себе личность, стать экспертом, понимать, кто его целевая аудитория и какую ценность он ей дает.

Часть те, кто продвигает свой личный бренд «заигрываются». В какой-то момент они могут начать переходить на личности, резко высказываться о каких-то событиях, в том числе политических – а это чревато. Когда мы говорим про личный бренд, есть несколько тем, направлений, которые вообще нельзя затрагивать, если только вы не их адит или сторонник. Например, лучше не касаться тем сексуальной ориентации, не дискриминировать кого-либо во внешним данным, религии. Также лю-

ше не затрагивать вопросы гендерного характера, давать авторитарные советы, как лучше воспитывать детей, как правильно питаться, как жить и т.д. Важно помнить, что построение личного бренда – это не только красивые картинки в Instagram, это, в первую очередь, ответственность.

Маргарита Маркина, директор брендингового агентства «PR-Дизайнер», консультант БЭРР

Перед тем как запустить на рынок новый продукт, нужно начать с анализа рынка. Как правило, местные компании ориентируются на прямых локальных конкурентов. Буквально на тех, кто выпускает аналогичный продукт на соседней улице. Хотя, полное пространство придется делить с производителями всей страны, ближнего и дальнего зарубежья. Такой зашоренный взгляд не сделает из компании лидера рынка. Небольшую ремарку можно сделать только на фирменные точки продаж.

Одно из упущений МСБ – многие из них не пытаются детально изучить свою

целевую аудиторию. Типичный вопрос: кто будет покупать ваш продукт? Однозначно, до него не пытаются ответить. Ницего кроме синхронизировать условия такой ответ у меня не вызывает. А ведь, составив портрет своего потребителя, его предпочтений, увлечений, целей и даже страхов, можно избежать многих промахов. Уделите этому должное внимание.

Большинство представителей МСБ очень тщательно просчитывают детали производственного процесса, инвестируют в оборудование, инфраструктуру и логистику. Но когда приходит время выведения на рынок продукта, выясняется, что маркетингового бюджета нет, все средства вложены в производство. А продажи нужны. Буквально на тех, кто выпускает аналогичный продукт на соседней улице. Хотя, полное пространство придется делить с производителями всей страны, ближнего и дальнего зарубежья. Такой зашоренный взгляд не сделает из компании лидера рынка. Небольшую ремарку можно сделать только на фирменные точки продаж.

Одно из упущений МСБ – многие из них не пытаются детально изучить свою целевую аудиторию. Типичный вопрос: кто будет покупать ваш продукт? Однозначно, до него не пытаются ответить. Ницего кроме синхронизировать условия такой ответ у меня не вызывает. А ведь, составив портрет своего потребителя, его предпочтений, увлечений, целей и даже страхов, можно избежать многих промахов. Уделите этому должное внимание.

Большинство представителей МСБ очень тщательно просчитывают детали производственного процесса, инвестируют в оборудование, инфраструктуру и логистику. Но когда приходит время выведения на рынок продукта, выясняется, что маркетингового бюджета нет, все средства вложены в производство. А продажи нужны. Буквально на тех, кто выпускает аналогичный продукт на соседней улице. Хотя, полное пространство придется делить с производителями всей страны, ближнего и дальнего зарубежья. Такой зашоренный взгляд не сделает из компании лидера рынка. Небольшую ремарку можно сделать только на фирменные точки продаж.

Одно из упущений МСБ – многие из них не пытаются детально изучить свою целевую аудиторию. Типичный вопрос: кто будет покупать ваш продукт? Однозначно, до него не пытаются ответить. Ницего кроме синхронизировать условия такой ответ у меня не вызывает. А ведь, составив портрет своего потребителя, его предпочтений, увлечений, целей и даже страхов, можно избежать многих промахов. Уделите этому должное внимание.

Большинство представителей МСБ очень тщательно просчитывают детали производственного процесса, инвестируют в оборудование, инфраструктуру и логистику. Но когда приходит время выведения на рынок продукта, выясняется, что маркетингового бюджета нет, все средства вложены в производство. А продажи нужны. Буквально на тех, кто выпускает аналогичный продукт на соседней улице. Хотя, полное пространство придется делить с производителями всей страны, ближнего и дальнего зарубежья. Такой зашоренный взгляд не сделает из компании лидера рынка. Небольшую ремарку можно сделать только на фирменные точки продаж.

Еще одно из распространенных заблуждений предпринимателей – они хотят сделать все сами. Они полагают: «Да что и сам не придумаю название для торговой марки? Не набралося логотип в онлайн-конструкторе? Ну посижу часок рядом с дизайнером оперативной типографии и сделаю все, что нужно для продвижения моего товара». Товар же такой вкусный, натуральный, по приятной цене, что людям еще нужно?

Когда о вашем продукте потребители ничего неизвестно, упаковка сформирует первое впечатление, которое нельзя проигнорировать. Для ее формирования нужно привлечь специалистов. Вот базовый чек-лист, с чем нужно прийти предпринимателю в рекламное агентство. Кто будет подбирать упаковку. Он включает: портрет потребителя, ценовой сегмент, в котором будет представлен продукт, эмоциональные характеристики продукта (позиционирование), ширину и глубину ассортимента, требования к дизайну упаковки, пожелания к иерархии элементов дизайна, технические характеристики: размер, способ изготовления (печать), планируемую тираж.

– Еркегалы, увеличился ли рост объема производства отрасли ИКТ после 2020 года и за счет чего?

– По итогам 2018 года объем производства отрасли ИКТ в Казахстане составил 2 053,1 млрд, что на 9% больше, чем в 2017 году. Сейчас же объем ИКТ-рынка составляет уже 3,3% от ВВП страны. В ближайшие годы ожидается, что реальный сектор получит во время пандемии – около 50% торговых предприятий понесли весомые потери ввиду ограничения деятельности в период ЧП, влияние ИКТ-индустрии на ВВП Казахстана может значительно вырасти, сектор может диктовать «условия игры».

Мы прогнозируем рост объема благодаря программе «Цифровой Казахстан». Сейчас для нашей страны настало вынужденное, но наиболее подходящее время для того, чтобы заниматься IT-бизнесом. Правительство планирует увеличить инвестиции в ИКТ-рынок до 419 млрд тенге до 2029 года. Также до конца 2020 года планируется увеличить долю местного содержания до 40% – это позволит сохранить огромные суммы внутри казахстанской экономики.

Государственная программа «Индустрия 4.0», направленная на крупные промышленные компании, также влияет на инновации и развитие экономики страны,

# Еркегалы Машир: Настало подходящее время для цифровизации

Хотя она и носит вынужденный характер, добавляет глава группы компаний Azimut Solutions

Зарина Низаева

Внезапный скачок в IT-отрасли во время пандемии COVID-19 оказался колоссальным, и необходимость развития диджитал-сферы ощутили как крупные корпорации, так и малый и средний бизнес. Кто будет подбирать упаковку. Он включает: портрет потребителя, ценовой сегмент, в котором будет представлен продукт, эмоциональные характеристики продукта (позиционирование), ширину и глубину ассортимента, требования к дизайну упаковки, пожелания к иерархии элементов дизайна, технические характеристики: размер, способ изготовления (печать), планируемую тираж.

– Еркегалы, увеличился ли рост объема производства отрасли ИКТ после 2020 года и за счет чего?

– По итогам 2018 года объем производства отрасли ИКТ в Казахстане составил 2 053,1 млрд, что на 9% больше, чем в 2017 году. Сейчас же объем ИКТ-рынка составляет уже 3,3% от ВВП страны. В ближайшие годы ожидается, что реальный сектор получит во время пандемии – около 50% торговых предприятий понесли весомые потери ввиду ограничения деятельности в период ЧП, влияние ИКТ-индустрии на ВВП Казахстана может значительно вырасти, сектор может диктовать «условия игры».

Мы прогнозируем рост объема благодаря программе «Цифровой Казахстан». Сейчас для нашей страны настало вынужденное, но наиболее подходящее время для того, чтобы заниматься IT-бизнесом. Правительство планирует увеличить инвестиции в ИКТ-рынок до 419 млрд тенге до 2029 года. Также до конца 2020 года планируется увеличить долю местного содержания до 40% – это позволит сохранить огромные суммы внутри казахстанской экономики.

Государственная программа «Индустрия 4.0», направленная на крупные промышленные компании, также влияет на инновации и развитие экономики страны,

количество низкоквалифицированных рабочих мест сократится, а высококвалифицированные кадры будут работать по другим направлениям, так как рынок испытывает острый кадровый голод.

Речь идет о развитии индустриального сектора также обусловлено повышением объемов потребления трафика. Появляются совершенно новые разновидности видео и аудиоконтента, необходимость трансформироваться, расширять



# Новые X-Trail и IS, обновленный Passat в Казахстане

## Новый X-Trail

Nissan раскритиковал X-Trail четвертого поколения, точнее – его американскую версию под именем Rogue.

Внешне новинка отличается модной нынче «двухэтажной» передней оптикой и «парящей» крышей. Длина и высота немного сократились (с 4686 до 4648 мм и с 1727 до 1699 мм соответственно), ширина и колесная база не изменились (1839 мм и 2705 мм). Объем багажника прежний – 1113 литров от пола до потолка. Диаметр дисков – от 17 до 19 дюймов.

Интерьер, как и кузов, абсолютно новый, вплоть до фурнитуры. В частности, появились опциональная электронная панель приборов, крупный дисплей мультимедиа диагональю 9 дюймов и более высокая консоль между водителем и пассажиром с лотком для вещей в нижней части.

Среди опций – проекционный экран диагональю 10,8 дюйма и трехзонный климат-контроль. Стандартная комплектация включает 10 подушек безопасности и комплекс Safety Shield 360 (системы слежения за разметкой и слепыми зонами, автоматического торможения и управления дальним светом, а также камера заднего вида). Камеры кругового обзора – опция.



В основе кроссовера – новая версия модульной платформы с измененной задней многорычажной подвеской. Пока известно, что в гамме двигателей обновился мотор 2.5, который получил прямой впрыск и развивает 184 л.с. и 245 Нм (вместо 172 л.с. и 237 Нм). Вариатор останется прежним. Но в системе полного привода появилась новая, более быстрая электрогидравлическая муфта подключения задней оси.

Версия F Sport полагается только IS 350. Она отличается более агрессивными бамперами и решеткой радиатора, маленьким спойлером на крышке багажника, более широкими задними шинами, приборной панелью с тахометром по центру, спортивными передними креслами и оформлением интерьера. Вдобавок для F Sport можно заказать Dynamic Handling Package, в который входят облегченные диски BBS, адаптивная подвеска, самоблокирующийся задний дифференциал Torsen и наиболее экстремальный ездовой режим Sport S+.



## Новый Lexus IS

Lexus представил четвертое поколение компактного спорт-седана IS, выполненное в соответствии с новой фирменной философией Lexus Driving Signature. Согласно ей, все будущие модели бренда обретут более драйверский характер.

«Четвертый» IS представляет собой результат глубокой модернизации третьей генерации образца 2013 года: сохранились платформа, колесная база в 2800 мм, каркас кузова и гамма моторов.

Все внешние кузовные панели – новые. IS обрел более гармоничный, цельный и стильный облик, дизайн стал более «прямолинейным», а пластика кузова – более рельефной. Решетка радиатора увеличилась, несурзные фары с отдельными «стрелками» ходовых огней уступили место интегрированной оптике, а задние фо-



нари срослись. Кузов усилен: в передней части теперь больше точек сварки, мощнее стала рамка радиатора. В длину (4705 мм) и ширину (1840 мм) седан подрос на 30 мм, в высоту – на 5 мм (до 1435 мм).

Интерьер поменялся куда меньше, чем экстерьер. Его главные новшества – измененный дизайн воздуховодов, да более крупный и выше расположенный экран системы мультимедиа (диагональ 8,0 или 10,3 дюйма) с тачпадом управления вместо джойстика. Даже руль почти не изменился.

Линейка силовых агрегатов прежняя. Базовая заднеприводная версия IS 300 оснащена двигателем 2.0 турбо (244 л.с.) и 8-скоростным «автоматом». Полноприводный IS 300 AWD имеет атмосферник V6 3.5 (264 л.с.) и 6-ступенчатую АКПП. А топовый IS 350 с форсированным вариантом того же мотора (315 л.с.) предлагается как с задним, так и с полным приводом, коробки передач соответственно – 8- и 6-ступенчатые. Заднеприводный IS 350 разгоняется до 97 км/ч за 5,6 секунды, а полноприводный – за 5,7 секунды.



При этом тяговая батарея емкостью 100 кВт/ч осталась прежней (новые аккумуляторы еще не готовы к серийному производству), а выжать дополнительные километры удалось комплексными мерами.

Частичная унификация Model S с более современными Tesla Model 3 и Model Y (более легкие каркасы сидений, корпус батареи и некоторые элементы шасси) позволила уменьшить массу. Появились шины со сниженным сопротивлением качению на дисках Tempst с более эффективной аэродинамической проработкой. Доработаны электромоторы и редукторы: у переднего модуля снижено трение, а у заднего появился электрический масляный насос вместо механического. Наконец изменено управление рекуперацией: теперь она работает и на самых малых скоростях, вплоть до полной остановки.

Мощность электромоторов Tesla оглашать перестала, зато известны динамические характеристики, и они не изменились. Версия Long Range Plus за \$75 000 (цена в США без учета субсидий) разгоняется до 100 км/ч за 3,8 секунды, максимальная скорость – 249 км/ч. Показатели экстремальной модификации Performance за \$95 000 – 2,5 секунды и 261 км/ч, но дальность хода – только 560 км по циклу EPA. Остальные разновидности Model S (с менее емкими аккумуляторами и задним приводом) исключены из гаммы сразу после начала производства младших седанов Model 3.

## Старт V WID.3: развитие событий

Около месяца назад Volkswagen объявил, что старт продаж электрических хэтчбеков ID.3 намечен на 17 июня, и к этому времени все проблемы с программным обеспечением, выявленные в конце прошлого года, будут полностью устранены (мы не раз писали об этом). Теперь опубликовано уточнение: начиная с 17 июня клиенты, оставившие предварительную заявку на электромобиль из первой партии 1st Edition, смогут оформить окончательный заказ и выбрать дальнейший порядок получения машины. Volkswagen предлагает два варианта: ID.3 может быть поставлен заказчику уже в сентябре, но с ограниченным функционалом бортовой электроники, либо в конце года, зато с полным функционалом. Для всех остальных прием заказов откроется только в середине июля.

По официальной информации, в список временно неактивных программ входят система App Connect и одна из функций проекционного экрана. То есть на работе силовой установки и основных электронных ассистентов «сырость» ПО не отразится.

Владельцам первых ID.3 предлагают участвовать в программе 1st Mover Club («Клуб первопроходцев»), суть которой заключается в возможности напрямую делиться с представителями VW своим опытом эксплуатации электромобиля. Все нарекания будут рассмотрены разработчиками для устранения проблем и дистанционного обновления софта. Кроме того, если клиент приобрел ID.3 в лизинг, он будет освобожден от оплаты в первые три месяца.

## Обновленный Passat в Казахстане

Европейский Volkswagen Passat перенес небольшой рестайлинг еще год назад, а теперь добрался и до казахстанского рынка, причем только с кузовом седан (на других рынках доступны универсал Variant и его кросс-версия Alltrack), в ограниченной комплектации и без новейших моторов.

Модель среднего класса получила слегка измененную внешность, диодные фары и противотуманки с функцией подсветки поворотов («в стандарте» (адаптивная матричная оптика – опция), новые экраны панели приборов и систему мультимедиа MIB 3 со встроенной SIM-картой, голосовым управлением и возможностью воспроизведения аудио- и видеороликов онлайн. Но на нашем рынке она доступна только с самым маленьким сенсорным дисплеем диагональю 6,5 дюйма (бываю экраны на 8 и 9,2 дюйма). Также появилась новая контурная подсветка салона с возможностью выбора 30 цветов. В базовое оснащение входят бесключевой доступ, трехзонный климат-контроль с антиаллергенным фильтром, датчик дождя, электропривод крышки багажника с сенсором под задним бампером, круиз-контроль, система помощи при начале движения на подъеме, система «старт-стоп» и функция рекуперативного торможения, позволяющая экономить топливо, а также подвеска для плохих дорог с усиленными амортизаторами.

Выбора силовых агрегатов в казахстанцев нет – только бензиновый двигатель 2.0 (190 л.с.) с 7-ступенчатым «роботом» DSG.

Местные цены на новинку начинаются от 12,83 млн тенге. Заказы уже принимаются официальными дилерами Volkswagen.

Полосу подготовил Дияз Абылкасов