



Что планируют изменить на казахстанском рынке ценных бумаг



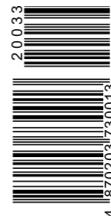
Какие факторы повлияют на экономику РК в 2021 году



Нурбек Раев, основатель инвест-платформы iKapitalist

КАПИТАЛ

№33
(724)



ИЗДАЕТСЯ С 2005 ГОДА

// ЧЕТВЕРГ, 5 НОЯБРЯ, 2020

ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

Почему СПК в Казахстане необходимо «менять имидж»

8
страница

Пять трендов в мобильных технологиях

9
страница

Как компании обеспечивают свою кибер-безопасность

5
страница

Выгодно ли выращивать клубнику в теплицах

10
страница

Страхование автовладельцев могут изменить

4
страница

Мы в сети



kapital.kz

Коллизия кредитных историй

Нужно ли реабилитировать заемщиков?



Меруерт Сарсенова

Период предоставления отсрочек по кредитам предпринимателей, пострадавших во время кризиса, еще продолжается. Многие заемщики уже реструктурировали или рефинансировали свои займы. Но для розничных клиентов банков послабления закончились в середине лета. В этой связи возникает сразу несколько вопросов. Во-первых, насколько может увеличиться проблемная задолженность у банков после прекращения карантинных послаблений? Во-вторых, позволит ли новый механизм Агентства по регулированию и развитию финансового рынка (АРРФР) в части реабилитации заемщиков сохранить казахстанцам доступ к банковским продуктам. В-третьих, стоит ли снижать срок хранения информации в кредитном бюро для того, чтобы клиенты, имевшие просрочку по займам, но давно погасившие ее, могли снова получить кредит? На эту тему корреспондент «Капитал.kz» поговорил с экспертами.

Что будет после послаблений?

По словам финансового консультанта Расула Рысмамбетова, после окончания вышеуказанных послаблений для заемщиков однозначно начнет ухудшаться ситуация с NPL 90+ в банках второго уровня. Стратегическая неэффективность экономики, последствия карантина и большие государственные затраты могут увеличить просроченную задолженность по займам физических и юридических лиц как минимум на 5-10%, считает он. «Стратегически Казахстан не изменил свою экономику, граждане не стали больше зарабатывать, а, следовательно, наивно полагать, что в декабре все банковские должники выплатят кредиты», – объясняет финансист.

Вместе с тем он не исключает вероятность пришествия второй волны ко-

ронавируса, поэтому, по его мнению, оценивать ущерб экономике от первого карантина пока рано. Кроме того, послабления не означают отмены начисления процентов на основной долг по кредиту, а, следовательно, некоторые клиенты предпочтут не выплачивать свою задолженность из-за того, что все равно останутся в накладе, добавляет Раул Рысмамбетов.

Однако он уверен, что такое развитие событий не будет иметь сокрушительный или катастрофический эффект для страны. «Банки наверняка уже понимают, куда движется данная спираль событий и скорее всего ведут переговоры с регулятором, чтобы как-то ослабить требования по проблемным займам», – говорит эксперт.

В свою очередь исполнительный директор ТОО «Первое Кредитное бюро» Асем Нурғалиева обращает внимание, что у юридических лиц до сих пор продолжается период предоставления отсрочек, когда кредиты могут быть реструктурированы или рефинансированы. К слову, по данным ПКБ, после введения карантина в апреле пострадали более 2,7 тыс. субъектов предпринимательства.

В то же время «взрывного» роста проблемной задолженности у физических лиц бюро пока тоже не наблюдало.

«Понятно, что это связано с тем, что у заемщиков, которым предоставили отсрочку, была «заморожена» кредитная история в части просроченной задолженности согласно приказу АРРФР №167. А также те клиенты банков, кто проходил, к примеру, процедуру реструктуризации, получили новые графики платежей, и, соответственно, для них были изменены условия по кредитному договору», – поясняет Асем Нурғалиева.

Она акцентирует, что максимальное снижение кредитования физических лиц

пришлось на апрель. Так, кредитный портфель МФО упал практически на 80-90%, БВУ – на 40%-80% (в зависимости от категории банка).

При этом исполнительный директор ПКБ отмечает, что в настоящее время в розничном кредитовании идет тенденция на восстановление. Тем не менее на объемы по выдачам кредитов, как в начале года, рынок еще не вышел.

«Что именно сейчас влияет на снижение активности кредитования, пока сложно сказать. Во-первых, ужесточились правила по регулированию долговой нагрузки, во-вторых, по нашим опросам, более 65% кредитных организаций изменили правила кредитования в более консервативную сторону», – объясняет Асем Нурғалиева.

Между тем, если исходить из статистических данных по состоянию на сентябрь, краткосрочные кредиты банков населению на потребительские цели выросли на 3,5% год к году, замечает старший аналитик департамента консалтинговых услуг АЕРС Галымжан Айтказин. Он полагает, что сценарий развития ситуации с проблемной задолженностью будет зависеть от того, произойдет ли повторный локдаун в связи с ухудшением эпидемиологической ситуации в стране или нет.

«В случае если локдаун введут, а послабления закончатся, то вполне можно ожидать роста просрочек по потребительским кредитам и увеличения доли неработающих кредитов (NPL), как это наблюдалось весной и, соответственно, увеличения провизий со стороны БВУ», – считает Галымжан Айтказин.

Спрогнозировать процент прироста проблемной задолженности эксперт пока затрудняется, ссылаясь на необходимость проведения обширного анализа.

[Продолжение на стр. 2]

Цифра номера

16,2 млн тонн

составил экспорт угля за 8 месяцев 2020 года

Подробнее [Стр.7]

Спикер номера

Азизхан Кудабеков,

руководитель проектов отрасли транспорта и инфраструктуры АО «НК «Kazakh Invest»

Подробнее [Стр.6]

Цитата номера

«Введение цифровых валют центральных банков отразится на всех более слабых экономиках. Криптовалюту могут начать жестко прессовать»,

– Михаил Чобанян, основатель биржи Kupa

Подробнее [Стр.5]

История бренда

Кевин Планк

создал Under Armour, невлюбив хлопковые футболки

Подробнее [Стр.11]

КАПИТАЛ

ЦЕНТР ДЕЛОВОЙ ИНФОРМАЦИИ KAPITAL.KZ ЗАПУСТИЛ ОФИЦИАЛЬНЫЙ КАНАЛ В TELEGRAM

TELEGRAM.ME/KAPITALKZ

Доступен на:



НОВОСТИ НЕДЕЛИ

МИРОВОЕ

APPLE ПРОВЕДЕТ ЕЩЕ ОДНУ ПРЕЗЕНТАЦИЮ

Компания Apple, как и предполагали многие журналисты и эксперты, анонсировала третью по счету осеннюю презентацию новых устройств. Как следует из приглашения, мероприятие под названием «Еще кое-что» пройдет 10 ноября. Если на сентябрьской презентации Apple представила новое поколение smart-часов Watch и обновленный планшет iPad Air, а в октябре – линейку смартфонов iPhone 12, то грядущее мероприятие, скорее всего, будет посвящено компьютерам Mac, пишет The Verge. Предполагается, компания официально представит новую линейку Mac, работающие на базе собственных ARM-процессоров Apple, а не чипов Intel – о переходе на фирменные процессоры Apple объявила летом. В Apple тогда пояснили, что решили перейти на собственные чипы, чтобы добиться большей производительности компьютеров при лучшей энергоэффективности по сравнению с процессорами Intel. СМИ писали, что Apple выпустил первые Mac с чипами Apple Silicon до конца этого года, а полностью переход на новые процессоры завершится примерно через два года. Отметим, что слова «Еще кое-что» (One More Thing) долгое время звучали на презентациях новых устройств компании – пока в конце презентации не объявляли о чем-то а затем и нынешний глава компании Тим Кук предврал эти слова появлением ключевых продуктов. В последний раз они прозвучали на презентации iPhone X в 2017 году. По этой же логике, на презентации Apple также можно официально объявить о выходе macOS Big Sur – это версия macOS была представлена в июне, но до сих пор находится на стадии бета-тестирования. (newsru.com)

В WHATSAPP ПОЯВЛЯЮТСЯ ИСЧЕЗАЮЩИЕ СООБЩЕНИЯ

Представители мессенджера WhatsApp, принадлежащего компании Facebook, рассказали о новой функции «исчезающих сообщений». Об этом сообщается в блоге компании. Планируется внедрить в одном из ближайших обновлений. По словам разработчиков, новый режим понадобится предварительно включить в настройках. После этого все новые сообщения и фотографии в чате, а также индивидуальный чат, будут автоматически исчезать спустя семь дней. Перепишу, которая была отправлена или получена в чате до включения новой функции, эта настройка не работает. При отключении сообщения и фотографии исчезают. Если вы ответите на исчезающее сообщение, его продолжительное содержание может остаться в чате спустя семь дней, – объяснили в WhatsApp. – Если вы перешлете исчезающее сообщение в чат, в котором исчезающие сообщения отключены, в этом чате оно не исчезнет». При этом «фемерные» сообщения не гарантируют приватности. Получатель может переслать такое сообщение, скриншотить его или сфотографировать на камеру, предупредили разработчики. (vesti.ru)

WALMART ОТКАЗАЛСЯ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РОБОТОВ

Крупнейшая в мире сеть оптовой и розничной торговли Walmart отказалась от применения роботов для инвентаризации товаров, сообщает издание The Wall Street Journal. Хотя Walmart являлся одним из крупнейших в мире приверженцев данной технологии, в итоге она оказалась неэффективной. В течение года роботы, которых она использовала в более чем 500 своих розничных и оптовых торговых точках. Walmart начала использовать роботов с 2017 года, когда подписала контракт с компанией Ocado, которая занимается разработкой роботов. Но эти роботы оказались неэффективными. В результате компания была вынуждена отказаться от использования роботов. Ранее в этом году Bossa Nova Robotics сообщила, что планирует расширить использование роботов в магазинах Walmart. Официально причина завершения сотрудничества между Walmart и Bossa Nova Robotics не называется, но, вероятно, что без пандемии коронавируса здесь не обошлось. Издание The Wall Street Journal сообщает, что покупатели торговой сети стали чаще заказывать товары через интернет. Руководство Walmart в какой-то момент обнаружилось, что сотрудники магазинов стали чаще ходить между полками и собирать товары для формирования заказов онлайн-заказа. Вероятно, в компании посчитали, что сотрудники заднюю могут выполнять инвентаризацию товара, то есть ту задачу, которая была возложена на роботов. (3dnews.ru)

ТЕХНОЛОГИИ МОГУТ УВЕЛИЧИТЬ ПРИБЫЛЬ

Исследование «Повышение эффективности сотрудников с помощью модернизации технологий», проведенное компанией Forrester Consulting по заказу Lenovo и Intel, установило, что технологии действительно могут улучшить опыт сотрудника и способствовать развитию его карьеры. Однако приоритеты руководителей и сотрудников различаются: первые делают больше упора на стратегическую интеграцию ИТ, потребности в ПО и сервисах, тогда как для сотрудников важнее повседневный опыт взаимодействия с системой и возможность гибко взаимодействовать на удаленной или гибридной схеме работы. По этой причине ИТ-отделы проводят модернизацию устройств, ПО, сервисов для улучшения опыта сотрудников, и это приводит к снижению расходов. Однако ИТ-руководители отметили, что вложения окупались в пятикратном размере, и многие из них планируют увеличить объем инвестиций в ближайшие два года почти на 25%. (cnews.ru)

Почему СПК в Казахстане необходимо «менять имидж»

Ермек Имантаев о трансформации социально-предпринимательской корпорации «Актобе»

Владимир Бурьянов

Социально-предпринимательские корпорации в Казахстане нужно трансформировать. По мнению председателя правления СПК «Актобе» Ермека Имантаева, в первую очередь, они должны стать сервисными компаниями для регионального бизнеса. Какие цели и задачи стоят перед собой социально-предпринимательская корпорация «Актобе», сколько проектов реализуется в индустриальной зоне и каков экономический эффект, он рассказал в интервью корреспонденту «Капитал.Кз».



– Ермек Жетписбаевич, за 13 лет работы СПК «Актобе» прошла несколько этапов развития. Какими были первоочередные задачи?

– Каждому периоду времени нужно свое осознание. Видимо, когда создавались социально-предпринимательские корпорации по всей республике, и чиновники по велению свыше пытались нас воспринимать их как региональные организации поддержки бизнеса. Хотя Казахстан брал в пример модели, которые были успешно реализованы в других странах. За рубежом существуют институты развития или организации, которые помогают бизнесу, они функционируют как на центральном, так и на региональном уровне.

– Как вы говорили, каждым руководителем той или иной области социально-предпринимательская корпорация воспринималась по-своему – именно ее значение и роль. Поэтому приходится констатировать, изначально поставленные задачи в настоящее время реализованы не в полной мере. Можно сказать, что только сейчас происходит осознание необходимости в данной структуре. На заседаниях СПК должны превратиться в реальные региональные институты развития бизнеса.

– Какие все же задачи должны решаться?

– Когда год назад я пришел руководить СПК «Актобе», то понял – нет осознания того, что должна делать организация. Я говорю о системной проблеме всех социальных предпринимательских корпораций в республике. Поэтому для начала мы решили определить, какую роль играет СПК в развитии Актобской области, и как мы должны делать? Было проведено небольшое социологическое исследование в онлайн-формате, чтобы понять, что знают актобчане о нашей деятельности. И как показал анализ, 30% респондентов не слышали об СПК. Многие почему-то воспринимали нас как некую организацию, выдающую зelum под те или иные проекты. Но не более...

– Почему необходимо трансформироваться, менять имидж. В первую очередь поменять организационную структуру социально-предпринимательской корпорации. Сейчас в СПК «Актобе» работают несколько департаментов. Самый крупный из них – инвестиционный. Корпорация является единым оператором по привлечению инвестиций в Актобскую область. И это ее главная задача. При этом мы не стали делить инвестиции на внеш-

ние и внутренние. Дискриминации быть не должно. К каждому инвестору особое и чуткое отношение. У нас открыт фронт-офис, где каждому может оказан полный спектр услуг по сопровождению проектов.

– Хочу заметить, что для удобства инвесторов в регионе. Эта работа требует фронт-офиса, где каждому может оказан полный спектр услуг по сопровождению проектов.

– Мы должны превратить СПК в инновационную площадку и привлечь крупных инвесторов в регион. Эта работа требует АПК и продовольственной безопасности. Корпорация оперирует стабилизационным фондом, в котором хранится запас продуктов питания, заключены фьючерсные контракты, через которые мы пытаемся влиять на ценообразование в регионе. И еще одно важное направление – развитие проектов в агропромышленном комплексе. Как вы знаете, в период пандемии самым устойчивым сектором экономики стал АПК.

– Есть департамент строительства и инфраструктуры. Существует много программ, которые направлены на стимулирование жилищного строительства. Поэтому корпорация также должна присутствовать в данном секторе. По законодательству под инвентаризацию в этой сфере СПК может закрывать земельные участки вне конкурсных процедур. Хочу отметить один момент, в своем Послании Касым-Жомарт Токаев сказал, что необходима трансформация квазигосударственных секторов. Мы должны не замещать бизнес, а помогать ему. Если к нам с идеей пришел инвестор или предприниматель, то корпорация будет сопровождать его вплоть до реализации проекта. Основная

задача СПК «Актобе» – стать сервисной компанией для регионального бизнеса, привлекать инвестиции и продвигать импульс развитию экономики области.

– Вы сказали, что СПК является единым оператором по привлечению инвесторов в регион. Эта работа требует фронт-офиса, где каждому может оказан полный спектр услуг по сопровождению проектов.

– Мы должны превратить СПК в инновационную площадку и привлечь крупных инвесторов в регион. Эта работа требует АПК и продовольственной безопасности. Корпорация оперирует стабилизационным фондом, в котором хранится запас продуктов питания, заключены фьючерсные контракты, через которые мы пытаемся влиять на ценообразование в регионе. И еще одно важное направление – развитие проектов в агропромышленном комплексе. Как вы знаете, в период пандемии самым устойчивым сектором экономики стал АПК.

– Когда планируется заполнить индустриальную зону на 100%?

– До конца 2020 года.

– В нескольких словах расскажите об итогах вашей работы.

– Хочу отметить изменение организационной структуры СПК. Мы нашли свое место, появились уверенность, прекрасная молодая и перспективная команда. Механизм заработка, и теперь нас ничего не останавли!

В стране выросло производство и потребление электроэнергии



Дина Амриханова

За 8 месяцев 2020 года, согласно данным Комитета по статистике МНЭ РК, в стране произвели 69,8 млрд кВт/ч электроэнергии, что на 0,3% больше, чем за аналогичный период ранее. В денежном выражении производство, передача и распределение электроэнергии составили 87,2 млрд тенге.

Наибольший объем от всей генерации по стране традиционно пришелся на Павлодарскую, Карагандинскую и Восточно-Казахстанскую области – 63,2%. В Павлодарской области произвели 39,1%

электроэнергии от РК: 27,2 млрд кВт/ч – это 39% от всего объема. На Карагандинскую область пришлось 15,2% производства электроэнергии; 10,6 млрд кВт/ч – плло 5,1% за год. На замыкающую тройку лидеров Восточно-Казахстанскую область пришлось 8,9% всей электроэнергии: 6,2 млрд кВт/ч – на 3,2% меньше, чем в прошлом году.

По данным АО «KEGOC», на сегодня произведена электрическая энергия в Казахстане составляет 155 электростанций, их общая установленная мощность составляет 22 936,6 МВт, располагаемая мощность – 19 329,7 МВт.

Тренд на суперпапы появился в Азии, затем перешел в страны СНГ и Восточной Европы. Сегодня их используют компании во всем мире: Facebook, Google, Тинькофф, Сбербанк и т.д. В Казахстане по этому пути пошли Kaspi и экосистема Aitu.

– В ближайшие 10 лет тренд на супер-приложения будет усиливаться, а крупные экосистемы будут аккумулировать вокруг себя больше аудитории и бюджетов», – добавил Александр Денисенко.

AR и VR Долгое время технологии AR и VR оставались исключительно нишевыми. Несмотря на большой интерес к инновациям на старте, спрос постепенно угас, а количество привлекенных инвесторов (ИТ-технологии, оставалось небольшим. Однако за последние несколько лет многое изменилось. Во-первых, свои инструменты для разработки мобильных приложений на основе AR и VR выпустили

Инновации для парковок: без билета и охраны



Арсен Аскар

По итогам уходящего года стартан по созданию автоматизированных парковок вошел в число успешных коммерческих проектов. Несмотря на пандемию, за последние три месяца стартан Smart parking technologies заработал порядка 60 млн тенге. Во время беседы с корреспондентом «Капитал.Кз» менеджер по развитию проекта Ильяс Бакиров рассказал, как это удалось добиться.

Smart parking technology создан в 2018 году на базе аппаратно-программного комплекса «Сервис» по распознаванию госномеров.

– По его словам, основное преимущество стартапа заключается в безаличных платежах и безбилетной системе.

– Сегодня в нашем портфеле авторнок «Кар Сити» в Алматы, где организована парковка на 5 тысяч мест. До того как руководство рынка стало с нами сотрудничать, на пяти въездах стояло 5 операторов.

навания госномеров. В то время как владельцы парковок нанимают охранников и зарабатывают 4 млн тенге в месяц. Теперь доход вырос до 12 млн тенге. То есть владельцы парковок начали зарабатывать больше даже с учетом того, что делат прибыль с нашей компанией», – заметил наш собеседник.

Сегодня в общей сложности в портфеле стартапа заключены 4 безаличных платежа и безбилетной системы.

– Сегодня в нашем портфеле авторнок «Кар Сити» в Алматы, где организована парковка на 5 тысяч мест. До того как руководство рынка стало с нами сотрудничать, на пяти въездах стояло 5 операторов.

Оплата брали только за въезд на парковку и зарабатывали 4 млн тенге в месяц. Теперь доход вырос до 12 млн тенге. То есть владельцы парковок начали зарабатывать больше даже с учетом того, что делат прибыль с нашей компанией», – заметил наш собеседник.

Сегодня в общей сложности в портфеле стартапа заключены 4 безаличных платежа и безбилетной системы.

– Сегодня в нашем портфеле авторнок «Кар Сити» в Алматы, где организована парковка на 5 тысяч мест. До того как руководство рынка стало с нами сотрудничать, на пяти въездах стояло 5 операторов.

5 трендов в мобильных технологиях

Аида Найзабекова

П ривычная жизнь все больше уходит в онлайн, поэтому смартфоны и мобильный интернет становятся все важнее. Благодаря им люди не только получают доступ к информации, но и могут пользоваться базовыми услугами: социальными, финансовыми и медицинскими. По данным исследования, проведенного аналитической компанией Pew Research Center, 50% опрошенных взрослых людей в мире есть смартфон, общее количество умных телефонов достигло 3,2 млрд устройств. Это открывает большие возможности для бизнеса, поскольку взаимодействие клиентов и компаний с рынком и маркетинг уходят в онлайн, а люди все чаще предпочитают выходить в сеть с помощью смартфонов. Специалисты казахстанской экосистемы Aitu провели исследование и узнали, в каком направлении будут развиваться мобильные технологии в ближайшее время и как казахстанскому бизнесу оседлать эти тренды.

Суперпапы, экосистемы и мини-приложения

В 2017 году владельцы смартфонов в среднем устанавливали до 12 новых приложений в месяц. В этом году – 4. Одна из причин – высокая доля бюджетных смартфонов, на которые нельзя установить много приложений. Это стало причиной формирования нескольких десятков суперприложений (суперпапы), экосистем, суперсетей (Тинькофф, Сбербанк и т.д. В Казахстане по этому пути пошли Kaspi и экосистема Aitu.

– В ближайшие 10 лет тренд на супер-приложения будет усиливаться, а крупные экосистемы будут аккумулировать вокруг себя больше аудитории и бюджетов», – добавил Александр Денисенко.

AR и VR Долгое время технологии AR и VR оставались исключительно нишевыми. Несмотря на большой интерес к инновациям на старте, спрос постепенно угас, а количество привлекенных инвесторов (ИТ-технологии, оставалось небольшим. Однако за последние несколько лет многое изменилось. Во-первых, свои инструменты для разработки мобильных приложений на основе AR и VR выпустили

Google и Apple. Во-вторых, вырос спрос на технологии среди потребителей. В частности, это касается сферы мобильных и видеориг. В-третьих, разработка таких приложений упрощается, что экономит бюджет.

Технологии (AR) и системы электронного платежей (Qwif, Aitu Pay и Kaspa 24). Все это создает большие возможности для бизнеса: от приема безналичных платежей и присутствия на площадках электронных платежей – до перепрофилирования на онлайн-бизнес в целом.

Быстрая мобильная разработка

Мобильный трафик растет, и это значит, что бизнесу необходимо адаптировать свои сайты под экраны смартфонов. В противном случае будет снижаться конверсия и расти процент отказов, что ударит по рекламным бюджетам и эффективности бизнеса в целом. Этот же принцип – сначала мобильная версия – подстегнул разработку мобильных приложений.

Однако бизнес посчитал, что разработка, поддержка и продление полноценного мобильного приложения – это долго, сложно и дорого. Многие компании, тратившие миллионы на эти цели, в итоге не вернули вложенные инвестиции, поэтому оплатили услуги IT-аутсорсинга. Благодаря этому так популярны электронные кошельки и мобильный банкинг, которые заменили привычные способы оплаты услуг и товаров.

«Порог вхождения в банковскую экосистему может быть высоким: нужны кредитная история, банковский счет и пластиковая карта. В странах же с мобильный интернет и смартфоны стали дешевыми и простым способом доступа к сети, людям проще зарегистрировать электронный кошелек, прикрепленный к телефону. Это быстро, легко, бесплатно и никому не нужно идти», – отметила Александр Денисенко.

Тренд на мобильные платежи и постепенный отказ от пластика поддерживают крупные экосистемы (WeChat, Alipay, Google), производители смартфонов (Apple Pay, Samsung Pay), банки (Тинькофф, Сбер).

Таким образом, формат мини-приложений внутри экосистемы позволяет бизнесу привлекать новых пользователей, повысить узнаваемость, лояльность к бренду, удержать имеющихся пользователей, улучшить клиентский опыт и получить дополнительную прибыль.

Тренд на суперпапы появился в Азии, затем перешел в страны СНГ и Восточной Европы. Сегодня их используют компании во всем мире: Facebook, Google, Тинькофф, Сбербанк и т.д. В Казахстане по этому пути пошли Kaspi и экосистема Aitu.

– В ближайшие 10 лет тренд на супер-приложения будет усиливаться, а крупные экосистемы будут аккумулировать вокруг себя больше аудитории и бюджетов», – добавил Александр Денисенко.

AR и VR Долгое время технологии AR и VR оставались исключительно нишевыми. Несмотря на большой интерес к инновациям на старте, спрос постепенно угас, а количество привлекенных инвесторов (ИТ-технологии, оставалось небольшим. Однако за последние несколько лет многое изменилось. Во-первых, свои инструменты для разработки мобильных приложений на основе AR и VR выпустили

Данный тренд не обошел стороной и Казахстан, несмотря на то, что на законодательном уровне эта сфера сильно зарегулирована. Свои платежные системы в разных форматах строят практически все розничные банки, телеком-компании, входит IKEA, IKEA, Disney и Master Card, и другие. Это создает большие возможности для бизнеса: от приема безналичных платежей и присутствия на площадках электронных платежей – до перепрофилирования на онлайн-бизнес в целом.

Быстрая мобильная разработка

Мобильный трафик растет, и это значит, что бизнесу необходимо адаптировать свои сайты под экраны смартфонов. В противном случае будет снижаться конверсия и расти процент отказов, что ударит по рекламным бюджетам и эффективности бизнеса в целом. Этот же принцип – сначала мобильная версия – подстегнул разработку мобильных приложений.

Однако бизнес посчитал, что разработка, поддержка и продление полноценного мобильного приложения – это долго, сложно и дорого. Многие компании, тратившие миллионы на эти цели, в итоге не вернули вложенные инвестиции, поэтому оплатили услуги IT-аутсорсинга. Благодаря этому так популярны электронные кошельки и мобильный банкинг, которые заменили привычные способы оплаты услуг и товаров.

«Порог вхождения в банковскую экосистему может быть высоким: нужны кредитная история, банковский счет и пластиковая карта. В странах же с мобильный интернет и смартфоны стали дешевыми и простым способом доступа к сети, людям проще зарегистрировать электронный кошелек, прикрепленный к телефону. Это быстро, легко, бесплатно и никому не нужно идти», – отметила Александр Денисенко.

Тренд на мобильные платежи и постепенный отказ от пластика поддерживают крупные экосистемы (WeChat, Alipay, Google), производители смартфонов (Apple Pay, Samsung Pay), банки (Тинькофф, Сбер).

Таким образом, формат мини-приложений внутри экосистемы позволяет бизнесу привлекать новых пользователей, повысить узнаваемость, лояльность к бренду, удержать имеющихся пользователей, улучшить клиентский опыт и получить дополнительную прибыль.

Тренд на суперпапы появился в Азии, затем перешел в страны СНГ и Восточной Европы. Сегодня их используют компании во всем мире: Facebook, Google, Тинькофф, Сбербанк и т.д. В Казахстане по этому пути пошли Kaspi и экосистема Aitu.

– В ближайшие 10 лет тренд на супер-приложения будет усиливаться, а крупные экосистемы будут аккумулировать вокруг себя больше аудитории и бюджетов», – добавил Александр Денисенко.

AR и VR Долгое время технологии AR и VR оставались исключительно нишевыми. Несмотря на большой интерес к инновациям на старте, спрос постепенно угас, а количество привлекенных инвесторов (ИТ-технологии, оставалось небольшим. Однако за последние несколько лет многое изменилось. Во-первых, свои инструменты для разработки мобильных приложений на основе AR и VR выпустили

Крупнейшая в мире сеть оптовой и розничной торговли Walmart отказалась от применения роботов для инвентаризации товаров, сообщает издание The Wall Street Journal. Хотя Walmart являлся одним из крупнейших в мире приверженцев данной технологии, в итоге она оказалась неэффективной. В течение года роботы, которых она использовала в более чем 500 своих розничных и оптовых торговых точках. Walmart начала использовать роботов с 2017 года, когда подписала контракт с компанией Ocado, которая занимается разработкой роботов. Но эти роботы оказались неэффективными. В результате компания была вынуждена отказаться от использования роботов. Ранее в этом году Bossa Nova Robotics сообщила, что планирует расширить использование роботов в магазинах Walmart. Официально причина завершения сотрудничества между Walmart и Bossa Nova Robotics не называется, но, вероятно, что без пандемии коронавируса здесь не обошлось. Издание The Wall Street Journal сообщает, что покупатели торговой сети стали чаще заказывать товары через интернет. Руководство Walmart в какой-то момент обнаружилось, что сотрудники магазинов стали чаще ходить между полками и собирать товары для формирования заказов онлайн-заказа. Вероятно, в компании посчитали, что сотрудники заднюю могут выполнять инвентаризацию товара, то есть ту задачу, которая была возложена на роботов. (3dnews.ru)

НОВОСТИ НЕДЕЛИ

МИРОВОЕ

DUNKIN' DONUTS И BASKIN ROBINS ПРОДАДУТ

Холдинговая компания Inspire Brands Inc. покупает Dunkin' Brands Group Inc., который принадлежит бренды пончиков Dunkin' Donuts и мороженого Baskin Robins, за \$8,8 млрд, сообщается в совместном пресс-релизе. Покупка Dunkin' станет одной из крупнейших сделок в сфере розничной торговли в последние годы. Сделку, которая будет полностью оплачена денежными средствами, планируют закрыть до конца текущего года. Inspire Brands предложила \$06,5 акции Dunkin', что соответствует премии 20% к текущей рыночной цене. Сделка, которая будет полностью оплачена денежными средствами, планируют закрыть до конца текущего года. Inspire Brands предложила \$06,5 акции Dunkin', что соответствует премии 20% к текущей рыночной цене. Сделку, которая будет полностью оплачена денежными средствами, планируют закрыть до конца текущего года. Inspire Brands предложила \$06,5 акции Dunkin', что соответствует премии 20% к текущей рыночной цене.

БИРЖИ ПРИОСТАНОВИЛИ ПРО ANT GROUP

Первичное публичное размещение акций китайской финтех-компании Ant Group Джекма Ма приостановлено на биржах в Шанхае и Гонконге. Об этом сообщается в сообщении регуляторов в связи для проведения кейса главного акционера Ant Group Джекма Ма, председателя совета директоров компании Эрика Циня и гендиректора компании Чжоу Гуаньчэна. Регуляторы сослались на эту встречу как причину приостановки IPO, пишет CNBC. Компания отчиталась о значительных проблемах, таких как изменение правил регулирования финансовых технологий, что привело к падению акций на бирже в Шанхае и Гонконге. (cnews.ru)

Чат-боты

Сегодня пользователи все чаще взаимодействуют с бизнесом через смартфон. Это быстро, удобно и гораздо проще, чем искать информацию в интернете без ответа в колл-центр. Однако этот формат взаимодействия требует подготовки. В противном случае растет нагрузка на службу поддержки, что приводит к тому, что многие закрывают свои сайты под экраны смартфонов. В противном случае будет снижаться конверсия и расти процент отказов, что ударит по рекламным бюджетам и эффективности бизнеса в целом. Этот же принцип – сначала мобильная версия – подстегнул разработку мобильных приложений.

Быстрая мобильная разработка

Мобильный трафик растет, и это значит, что бизнесу необходимо адаптировать свои сайты под экраны смартфонов. В противном случае будет снижаться конверсия и расти процент отказов, что ударит по рекламным бюджетам и эффективности бизнеса в целом. Этот же принцип – сначала мобильная версия – подстегнул разработку мобильных приложений.

Однако бизнес посчитал, что разработка, поддержка и продление полноценного мобильного приложения – это долго, сложно и дорого. Многие компании, тратившие миллионы на эти цели, в итоге не вернули вложенные инвестиции, поэтому оплатили услуги IT-аутсорсинга. Благодаря этому так популярны электронные кошельки и мобильный банкинг, которые заменили привычные способы оплаты услуг и товаров.

«Порог вхождения в банковскую экосистему может быть высоким: нужны кредитная история, банковский счет и пластиковая карта. В странах же с мобильный интернет и смартфоны стали дешевыми и простым способом доступа к сети, людям проще зарегистрировать электронный кошелек, прикрепленный к телефону. Это быстро, легко, бесплатно и никому не нужно идти», – отметила Александр Денисенко.

Тренд на мобильные платежи и постепенный отказ от пластика поддерживают крупные экосистемы (WeChat, Alipay, Google), производители смартфонов (Apple Pay, Samsung Pay), банки (Тинькофф, Сбер).

ОЗОН ВЫИДЕТ НА NASDAQ

Российская платформа электронной коммерции Ozon выйдет на американскую биржу Nasdaq. В ходе размещения ритейлер может привлечь от \$100 млн до \$500 млн. Сама компания пока не определила количество акций, которое планирует разместить, и ценовой диапазон. По данным собеседника издания Wall Street Journal, Ozon оценивается в \$3,5 млрд. Аудиторскими размещения выступит как международные, так и российские банки, среди которых Morgan Stanley, Goldman Sachs, Citigroup, UBS, EY и другие. Ранее компания сообщила о намерении разместить IPO на бирже в Шанхае и Гонконге. (cnews.ru)

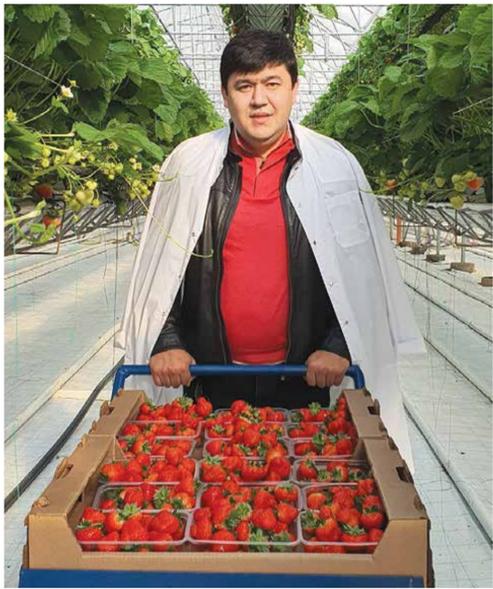
МАИЛ.RU GROUP ПРОДАЛА MAPS.ME

Mail.ru Group объявила о продаже 100% интернет-сервиса Maps.me владельцу профильной для группы. Об этом говорится в сообщении интернет-холдинга. Его выкупила компания Daegu Limited, которая входит в Partys.com Group. Стоимость сделки составила 1,557 млрд рублей. Mail.ru Group выкупила Maps.me в 2014 году за \$42 млн рублей и его основатель – белорусский предприниматель и разработчик Юрия Мельничук, Виктор Говако и Александр Золотарев. Сервис позволяет получать на мобильных устройствах карты и данные об объектах с открытого картографического сообщества OpenStreetMap. Пользователи могут самостоятельно редактировать карты местностей, которые им знакомы. Карты и навигатор доступны без подключения к интернету. Число установок Maps.me к настоящему времени превысило 140 млн, у приложения насчитывается 10 млн активных пользователей в месяц. В 2019 году выручка Maps.me составила 159 млн рублей. Выручка от EBITDA – 25 млн рублей. В сообщении Mail.ru Group отмечается, что актив продан в рамках стратегии компании по развитию основных активов и в целях оптимизации ее структуры. Путешествия. Как сообщает РБК со ссылкой на представителя Partys.com, новые владельцы планируют перепрестать Maps.me в глобальную финтех-компанию. (rbc.ru)

Почему производителям ягоды невыгодно работать с ретейлерами

Анна Видянова

В Казахстане не развит клубничный бизнес. В основном на рынке представлена импортная ягода. По словам основателя ТОО «Эко Ферма 2015» Азамата Жексембиева, экспорт этой культуры практически нулевой. «К нам в страну зимой эта ягода преимущественно привозится из Турции. Летом и осенью на местном рынке в основном продается кыргызская клубника, но она плохого качества. Летом она недорогая, около 1 тыс. тенге за килограмм. В итоге казахстанским производителям качественной клубники сложно конкурировать с кыргызскими», — отмечает он. В интервью корреспонденту «Капитал.кз» Азамат Жексембиев рассказал о проблемах фермеров и почему им невыгодно работать с супермаркетами.



— Азамат, как быстро можно вернуть инвестиции в клубничный бизнес?
— Как правило, инвестиции в тепличный бизнес окупаются в среднем за 6-8 лет. У клубничных теплиц такая же окупаемость, но только если фермер будет иметь профессиональную команду агрономов, технических специалистов, консультантов. Окупаемость зависит от многих факторов.

— Если все так долго окупается, почему вы решили этим заняться?
— Анализировать аграрный сектор мы начали еще в 2015 году. И пришло понимание, что производители томатов и огурцов очень много и скоро им будет тесно. Это мы сейчас и наблюдаем. А вот рынок клубники активно развивался, поэтому мы решили попробовать себя в нем. Два года ушло на изучение технологий по выращиванию, встречались с основателями клубничных теплиц, аграриями из Великобритании, Нидерландов, Португалии, Германии, Южной Кореи.

Наша теплица находится в Актобе. Летом температура в городе доходит до 40 градусов, зимой опускается до минус 40, то есть выращивать клубнику на открытом грунте рискованно, поэтому мы решили строить теплицу.

Изначально делали ставку на выращивание ягоды в межсезонье, чтобы продавать их весной и осенью. Летом тепличным хозяйствам невыгодно собирать урожай клубники — это нецелесообразно. Ведь именно в этот период на рынке появляется ягода, выращенная на открытом грунте. Она намного дешевле, чем тепличная.

— Сколько времени потребовалось для строительства теплицы?
— Около 2 лет, а запустили ее летом 2019 года. В проект было инвестировано около 1,5 млн евро, включая вложения в инфраструктуру. Порядка 1 млн евро привлекли от Аграрной кредитной корпорации. Тепличную конструкцию покупали в Польше, систему выращивания ягоды NGS в Испании, систему контроля климата — в Европе.

Испанская технология удобна тем, что с помощью спусковых механизмов можно поднимать или опускать стеллажи. Так каждая культура может получать солнечные лучи равномерно. Эта технология по сравнению с классической позволяет высаживать в два раза больше саженцев. Ягоду выращиваем на кокосовом субстрате, гидропонике. В 2020 году собра-

ли урожай два раза: весной и осенью. Но такой подход не оправдал себя, так как оказалась очень дорогой. В 2021 году планируем высаживать ремонтантные сорта, чтобы получать урожай с апреля по декабрь. Это позволит нам снизить себестоимость ягоды.

— Какова площадь теплицы?
— Порядка 1,1 гектара.

— Сколько сортов клубники вы выращиваете?
— Пока один — sonsation. Это новый сорт, выведенный в Нидерландах. Сейчас тестируем теплице еще 8 сортов.

— Многие фермеры говорят, что у нас дефицит специалистов в аграрной сфере. Столкнулись ли вы с этой проблемой?
— Конечно. В Казахстане, как и в России, нет специалистов по выращиванию клубники в закрытом грунте. Они есть в Польше, Нидерландах, Италии, Испании, но к нам в страну никто не готов приезжать и заниматься консалтингом, поэтому пришлось искать специалистов в Европе. Покупая у польской компании теплицу, мы договорились с ней, что она обеспечит нам агрономическое сопровождение. В итоге нам предоставили такое сопровождение на год.

Еще одна проблема — ни у нас в стране, ни в России нет качественных саженцев

шны саженцев обходится в 8 тыс. евро. А таких поставок в год несколько.

— Какой у вас годовой оборот?
— Мы только начали работать. Годовой оборот не превышает 150 млн тенге.

— Какой урожай вы собираете?
— Ежегодно до 100 тонн клубники. В более южных регионах можно собирать и больше. Испанская технология выращивания клубники позволяет нам высаживать до 300 тыс. саженцев на гектар. Мы, конечно, высаживаем гораздо меньше. Для сравнения: на открытом грунте можно посадить лишь 40-45 тыс. саженцев и получать урожай клубники до 15 тонн в год. Для того чтобы окупить наши вложения в технологию, потребовалось время. Мы много средств вложили в исследовательскую работу, трансферт инновационных технологий. К тому же цена на клубнику на рынке Казахстана намного ниже, чем в той же Европе.

— Насколько ниже?
— Осенью мы реализовывали клубнику в среднем по 2 тыс. тенге, летом по 1,2 тыс. тенге. Россия готова покупать ягоду по этой цене. Мы уже начали поставки нашей продукции в Москву, Оренбург и Казань. Сейчас стоимость клубники в супермаркетах Москвы доходит до 1 тыс. рублей за кг (около 5700 тенге). В Казахстане осенью ягода продается по 2-3 тыс. тенге. Хотим жет приблизиться к 3,5-4 тыс. тенге. Если мы рекомендуем нашим оптовым покупателям, чтобы уровень наценки на ягоду не превышал 30%.

— Получается, что вы не реализуете ягоды в супермаркетах?
— Сотрудничая с оптовыми покупателями, а они продают клубнику на рынках. Мы убедились, что региональные супермаркеты Казахстана не умеют работать с ягодой. Клубника — это скоропортящийся продукт, а во многих гипермаркетах регионов не налажена холодильная цепочка. То есть, если оптовики привозят ретейлеру ягоду, то она не попадает сразу же в холодильники, а какое-то время может простоять без охлаждения. За счет этого снижаются сроки хранения. Однако потребители тоже начинают понимать, что качественная клубника это более дорогой продукт. И это радует.

Экспорт клубники из Казахстана с точки зрения логистики. Это связано с несколькими причинами. Во-первых, не все производители клубники производят качественную ягоду. Во-вторых, у нас очень мало хозяйств, которые занимаются этим бизнесом.

— Вы ранее упомянули, что наладили экспорт ягод в Россию. Сложно было выйти на этот рынок?
— У нас не возникло никаких сложностей, достаточно сделать санитарные сертификаты на ягоду. Армения сейчас лидер среди стран СНГ по объему поставок клубники в Россию. Эта ягода выращивается там практически круглый год, потому что в Армении идеальные климатические условия. И немаловажно, что в Армении фермеры могут взять кредит до \$5 млн под 2% годовых. Фермеры могут получить трехгодичные кредитные каникулы. К тому же государство возмещает армянским фермерам до 30% их инвестиционных затрат.

Такую же программу можно было запустить и в Казахстане, она бы дала толчок развитию клубничной отрасли. Мы обращались в Министерство сельского хозяйства РК с просьбой, чтобы нам компенсировали часть затрат на трансфер инновационных технологий или выделили гранты. Позиция министерства такая, что выращивание ягод — не приоритетное направление. То есть мы не можем надеяться на компенсацию части затрат. Для нас сейчас это очень важно, так как у нас очень высокая кредитная нагрузка.

Мы делаем все, чтобы поднять ягодный кластер в нашей стране на новый уровень. Ко мне за консультациями по выращиванию клубники обращаются очень много предпринимателей. Стараясь всех проконсультировать. Интерес к этой отрасли огромный.

— Как изменился спрос на вашу продукцию в период пандемии?

— После введения карантина спрос на клубнику упал до нуля. Ведь какой-то период времени не работали рынки, покупательская способность населения снизилась. Тем более ягоды — это не продукт первой необходимости. И соответственно, мы недополучили часть прибыли. Нам пришлось снизить цену на нашу ягоду ниже себестоимости и продавать ее по 800 тенге.

И за пандемию в два раза выросли сроки доставки саженцев из Европы в Казахстан. Эта ситуация сказалась на качестве посадочного материала и сроках посадки. Сейчас же спрос на ягоду уже восстановился и даже вырос. Это связано также с тем, что осенью обычно наблюдается дефицит ягод на рынке.

— Из каких стран к нам импортируется клубника?
— Греция, Египет и Турция являются мировыми поставщиками ягод осенью и зимой. В Казахстан зимой клубника преимущественно импортируется из Турции.

Летом и осенью на местном рынке в основном продается кыргызская клубника. Но она плохого качества. Однако потребители тоже начинают понимать, что качественная клубника это более дорогой продукт. И это радует.

Экспорт клубники из Казахстана с точки зрения логистики. Это связано с несколькими причинами. Во-первых, не все производители клубники производят качественную ягоду. Во-вторых, у нас очень мало хозяйств, которые занимаются этим бизнесом.

— Вы ранее упомянули, что наладили экспорт ягод в Россию. Сложно было выйти на этот рынок?
— У нас не возникло никаких сложностей, достаточно сделать санитарные сертификаты на ягоду. Армения сейчас лидер среди стран СНГ по объему поставок клубники в Россию. Эта ягода выращивается там практически круглый год, потому что в Армении идеальные климатические условия. И немаловажно, что в Армении фермеры могут взять кредит до \$5 млн под 2% годовых. Фермеры могут получить трехгодичные кредитные каникулы. К тому же государство возмещает армянским фермерам до 30% их инвестиционных затрат.

Такую же программу можно было запустить и в Казахстане, она бы дала толчок развитию клубничной отрасли. Мы обращались в Министерство сельского хозяйства РК с просьбой, чтобы нам компенсировали часть затрат на трансфер инновационных технологий или выделили гранты. Позиция министерства такая, что выращивание ягод — не приоритетное направление. То есть мы не можем надеяться на компенсацию части затрат. Для нас сейчас это очень важно, так как у нас очень высокая кредитная нагрузка.

Мы делаем все, чтобы поднять ягодный кластер в нашей стране на новый уровень. Ко мне за консультациями по выращиванию клубники обращаются очень много предпринимателей. Стараясь всех проконсультировать. Интерес к этой отрасли огромный.

ИСТОРИЯ ОДНОГО БРЕНДА

Кевин Планк создал Under Armour, невзлюбив хлопковые футболки

Кевин Бондал

Как театр начинается с вешалки, так и история американского бренда Under Armour началась с футболки. В 1990-х годах будущий основатель компании Кевин Планк был капитаном футбольной команды Университета Мэриленда. Во время активных тренировок хлопковые майки членов его команды быстро становились мокрыми, и поэтому тяжелыми и неудобными. Тогда вагоотталкивающая технология применялась только при изготовлении обуви и верхней одежды, Кевин решил всерьез ее изучить и уже скоро нашел ткань, которая впитывала влагу, но при этом оставалась сухой. Он заказал портному семь разных моделей футболок, раздал их друзьям по команде и внимательно выслушал их отзывы. Выбрав лучшую, по мнению спортсменов, модель, он назвал ее #0037 и заказал выпуск нескольких футболок.

В то время у Планка не было приличного офиса, он работал в подвале дома его бабушки, которая любила вязать, и Кевин начал продавать футболки. Эта реклама помогла получить новые крупные заказы.

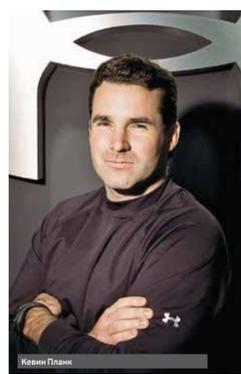
В 1999 году Планк заключил удачный контракт на пошив одежды для актеров фильма «Бойцовский клуб» с Аль Пачино в главной роли. В кинокартине «Дублёр» Киану Ривз появился в красной майке Under Armour. Благодаря такой рекламе продажи взлетели до \$750 тыс., и Кевин Планк впервые назначил самому себе официальную зарплату.

В 2000 году штаб-квартиру Under Armour перенесли в Балтимор. Годовой доход компании к тому времени превысил \$100 тыс. Популярность марки неумолимо

делал — запатентовал собственную торговую марку. В качестве первого названия Планк выбрал Heat, но оказалось, что такое уже есть. С Body Armour случилась та же самая история. В одной из заявок на патент Колин Планк, родной брат Кевина, сделал ошибку, написав название Under Armour. Оно оказалось свободным, и братья получили добро на регистрацию. К концу 1996 года Under Armour заключила несколько контрактов. Знаменитую ткань Cold Gear, сохраняющую тепло тела спортсмена, Кевин Планк разработал в 1997 году и в тот же год запустил линейку шитой из нее одежды All Season Gear. Надевая ее, человек чувствовал себя комфортно при любой погоде. Но компании нужна была реклама, поэтому Кевин отправил по комплекту футбольной формы нескольким известным игрокам с просьбой сфотографироваться в ней, позировать и написать отзывы. На обложке журнала USA Today появился квортербек команды по американскому футболу Oakland Raiders, одетый в фирменную одежду Under Armour. Эта реклама помогла получить новые крупные заказы.

В 1999 году Планк заключил удачный контракт на пошив одежды для актеров фильма «Бойцовский клуб» с Аль Пачино в главной роли. В кинокартине «Дублёр» Киану Ривз появился в красной майке Under Armour. Благодаря такой рекламе продажи взлетели до \$750 тыс., и Кевин Планк впервые назначил самому себе официальную зарплату.

В 2000 году штаб-квартиру Under Armour перенесли в Балтимор. Годовой доход компании к тому времени превысил \$100 тыс. Популярность марки неумолимо



Кевин Планк



Кевин Планк в футболке капитана футбольной команды колледжа



Фабрика Under Armour в Балтиморе

росла, в форме от Under Armour выступали бейсболисты, баскетболисты, легкоатлеты. Кевину Планку удалось заключить контракты с NBA и NHL. В том же году компания стала официальным партнером олимпийской сборной США.

В 2003-м компания презентовала линейку женской спортивной одежды. Креативный директор компании Лиян Фремер объяснила коллегам, что девушки — это не только розовые платья со стразами. Со-

брав команду единомышленников, она создала серию спортивной элитной одежды для женщин.

В 2006 году Кевин Планк решил, что пора переходить к созданию обуви и аксессуаров для того, чтобы удовлетворить все потребности спортсменов. Футбольные бутсы порадовали поклонников бренда. Спустя год появились кроссовки для софтбола, бейсбола, лакросса, бега, отличающиеся высоким качеством, ин-

тересным дизайном и доступной ценой. Особой популярностью пользовались кроссовки, выполненные в камуфляжной расцветке. Чуть позже компания выпустила знаменитые кроссовки для баскетбола.

Рост продаж позволил компании открыть новую штаб-квартиру на старом Олимпийском стадионе Амстердама и построить первый фирменный магазин в Мэриленде.

В 2010 году озаменовался для Under Armour ростом дохода до \$1 млрд. Одежда бренда стала популярной за пределами США. Благодаря партнерству с профессиональными командами всего мира Under Armour узнали в Японии, Европе, Канаде и Латинской Америке. В 2011 году специалисты компании разработали революционную технологию водоустойчивой нити, так появилась линия хлопчатобумажной спортивной одежды Charged Cotton, которая быстро сохла.

К концу 2014 года Under Armour стал вторым по величине брендом спортивной одежды в США. В честь своего двадцатилетия, в 2016 году, компания создала умные ботинки Speedform Gemini 2 Record Equiped, позволявшие максимально эффективно использовать энергию во время бега.

Ежегодно Under Armour проводит тендер в области спортивных инноваций Innovation Challenge. Кевин Планк лично выбирает победителя, который получает грант от компании в \$50 тыс. и уникальную возможность участвовать в разработке товаров бренда.

На сегодняшний день Under Armour ассоциируется с производством лучшего нательного белья, предизначенного для мужчин и женщин, занимающихся спортом, а также одеждой для повседневного использования. Представительства компании расположены во многих странах мира, а фирменные магазины есть во всех крупных городах и столицах. По данным marketinfo.ru, прибыль компании в 2018 году составила \$1,39 млрд, в 2019-м — \$1,44 млрд, в III квартале этого года — \$1,15 млрд.



Кадр из фильма «Форсаж-8»

Валерия Мамыт Кулпарова в рекламной кампании Under Armour

Линдси Вонг представляет свою новую коллекцию

Кадр из фильма «Дублёр»

Топ-10 дорогих косметических брендов 2020 года



Источник: brandfinance.com

Косметические бренды выдержат шторм COVID-19

Автор перевода Дина Амируханова

В то время как пандемия наносит ущерб мировой экономике, косметические бренды страдают не так сильно, как компании других секторов, констатируют эксперты Brand Finance в отчете за этот год.

Во-первых, косметические бренды демонстрировали сильные финансовые показатели в 2018 и 2019 годах, во-вторых, спрос на их продукцию остался устойчивым, несмотря на пандемию коронавируса, в-третьих, сектор получает плоды от высоких инвестиций в исследования и разработки продуктов в последние годы.

Одним из факторов, стимулирующих развитие косметических компаний, является рост онлайн-торговли, особенно в Китае во время вспышки COVID-19. Также бренды укрепляют свои позиции, используя цифровые инструменты для виртуального взаимодействия с потребителями. Азия в последние годы была ключевым рынком для компаний данного направления, поэтому влияние COVID-19 на их продажи в этом регионе, вероятно, будет временным и позволит отрасли восстано-

виться с относительно небольшим ущербом. В дополнение к тому, что компании, входящие в портфель L'Oréal, продемонстрировали впечатляющую положительную динамику финансовых показателей, группа также выиграла от своей стратегии цифровой трансформации. В Восточной Европе электронная коммерция L'Oréal выросла на колоссальные 50%.

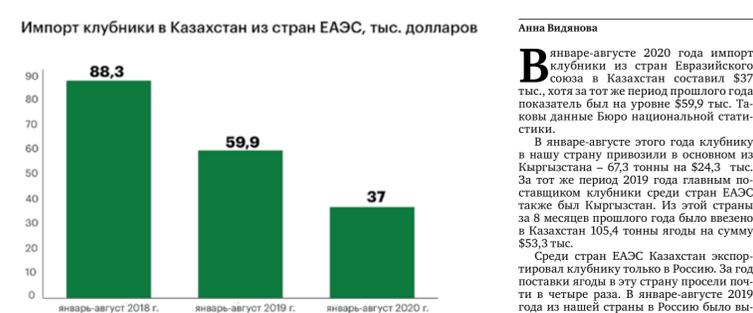
L'Oréal возглавила цифровую трансформацию в косметической промышленности, разработав технологии для анализа потребностей своих клиентов и адаптируя сервис под них. При этом качество и цены на продукцию группы остались прежними, что стало одним из важных факторов в обеспечении лояльности бренда. Косметические бренды, которые испытывают выгоду из цифровых присутствия на рынке, скорее всего, преодолют конкурентов, особенно во время кризиса COVID-19, уверяют в Brand Finance.

В тройке косметических брендов, которые испытывают выгоду из цифровых присутствия на рынке, скорее всего, преодолют конкурентов, особенно во время кризиса COVID-19, уверяют в Brand Finance. В тройке косметических брендов, которые испытывают выгоду из цифровых присутствия на рынке, скорее всего, преодолют конкурентов, особенно во время кризиса COVID-19, уверяют в Brand Finance.

В тройке косметических брендов, которые испытывают выгоду из цифровых присутствия на рынке, скорее всего, преодолют конкурентов, особенно во время кризиса COVID-19, уверяют в Brand Finance.



Основной поставщик клубники в Казахстан



Источник: Бюро национальной статистики

SCAT AIRLINES

Прямой рейс
АКТАУ – АКТОБЕ
Дни вылета – ежедневно

Удобные стыковки с городами Казахстана

8 (7252) 99 88 80
scat.kz



Планы Aston Martin и Mini, новые Genesis GV70 и Bugatti Bolide

Aston Martin + Daimler

Aston Martin представил программу развития, которая предусматривает углубление сотрудничества с концерном Daimler.

Новое руководство в лице генерального директора Тобиаса Мозера (бывший глава подразделения Mercedes-AMG) уже запустило оптимизацию расходов компании. А в третьем квартале начались поставки кроссоверов Aston Martin DBX, которые должны заметно оживить сильно просевшие из-за пандемии продажи. Следующим этапом станет выпуск новых акций для передачи концерну Daimler. В 2013 году немцы выкупили 5% акций Aston Martin, но после выпуска новых ценных бумаг их доля сократилась до 2,3%. Теперь за несколько этапов Daimler увеличит свой пакет до 20%, станет одним из крупнейших акционеров британской компании и получит место в ее совете директоров. За это Aston Martin получит доступ к современным немецким технологиям.

Британцы уже не первый год используют мерседесовские компоненты. Второстепенная электроника появилась в 2016 году на Aston Martin DB11, позже ему достался мотор AMG V8 4.0 (сейчас его ставят и на другие модели марки), а кроссовер DBX заимствовал еще и трансмиссию. Договоренность предусматривает использование силовых агрегатов, в том числе гибридных и электрических, электроники и электроники для всех новых моделей Aston Martin до 2027 года. Также для британцев разрабатывают специальный двигатель V8. Первые новинки углубленной коллаборации должны появиться уже к концу следующего года (то есть все это было запущено заранее). А на 2023-й обещают целый «фейерверк премьер», среди которых будут и новые кроссоверы.

Амбициозная цель нового инвестора компании, канадского миллиардера Лоуренса Стролла – вдвое увеличить объем продаж Aston Martin к 2025 году (до 10 тысяч единиц в год против 5862 в 2019-м) и достичь прибыли в 500 млн фунтов стерлингов. Предполагается, что к тому времени 20-30% выпускаемых машин будут гибридными, а электрические модели появятся после 2025 года.

Напомним, финансовые трудности Aston Martin стали результатом слишком масштабной для небольшой компании программы обновления модельного ряда в последние несколько лет: смены поколений основных моделей, вывода кроссовера DBX, включая постройку нового завода для его производства, и начала разработки среднетоннажных суперкаров. Все это привело к убытку более 110 млн фунтов по итогам 2019 года. И еще 300 млн фунтов Aston Martin потерял в этом году из-за пандемии.

Суббренд JCW

Глава компании Mini (входит в концерн BMW Group) Бренд Кербер поделился с изданием Auto Express планами по развитию бренда John Cooper Works (JCW). Если сейчас это название самых «заряженных» версий Mini, то в будущем JCW может превратиться в сильный суббренд под крылом материнской марки – примерно как M у BMW.

Основной гаммы останутся «горячие» модификации моделей Mini: к 2024 году ожидаются их новые поколения, которые сохраняют двигатели внутреннего сгорания. Но позже, с переходом бренда на электротягу, подразделение John Cooper Works должно трансформироваться в производителя мощных электромобилей. И одним из первых среди них может стать быстрый батарейный кроссовер. В отдаленной же перспективе господин Кербер видит создание самостоятельной JCW-модели, у которой не будет донора в линейке Mini.



Второй кроссовер Genesis

Корейский премиум-бренд Genesis, входящий в концерн Hyundai Kia, представил очередную новинку – кроссовер среднего класса GV70. Это уже пятая модель в гамме бренда и второй SUV после старшего GV80. Пока рассекречены только экстерьер и интерьер GV70, информацию о силовых агрегатах и другие характеристики раскроют позже.

Внешность новинки выполнена в уже известном по другим Genesis фирменном стиле с характерной пятиугольной решеткой радиатора и «двухэтажной» оптикой. Модель выглядит не столь монументально, зато более динамично, чем GV80, за счет иной формы кузова с наспадывающей крышей и зализанной кормой. Стремительный силуэт подчеркивают треугольные окна за задними дверями.

По-новому обыгран и интерьер с овальными элементами на передней панели и дверях, а также отдельной от торпеды центральной консолью. Хотя руль, широкоформатный дисплей мультимедиа и шайба-селектор трансмиссии аналогичны модели GV80.

Помимо стандартной засвечена и версия GV70 Sport. Она отличается более агрессивными бамперами, особыми 21-дюймовыми дисками, круглыми выхлопными патрубками и темным декором вместо хромирования. Салон тоже оформлен «по-спортивному», а также получил трехспицевый руль и более рельефные кресла.

Известно, что GV70 имеет классическую компоновку с базовым задним приводом и опциональным полным. Ожидается, что гамма моторов будет включать «турбочетверки» объемом 2.0 и 2.5 литра, а также 2.2-литровый дизель с прицелом на европейский рынок.

Полноценная премьера Genesis GV70 со всеми подробностями должна состояться до конца этого года. Продажи новинки стартуют в Южной Корее в самом начале следующего года.

Болид Bugatti

Bugatti подготовила трековый гиперкар с говорящим названием Bolide с силовым агрегатом и шасси от Chiron.

Экстремально купе имеет оригинальный и максимально облегченный кузов из углепластика с сокращенным до минимума количеством панелей. За уверенное движение на высоких скоростях отвечают активная и пассивная аэродинамика: заднее антикрыло массой всего 325 грамм генерирует прижимную силу в 1800 кг на скорости 320 км/ч, еще 800 кг добавляет передний сплиттер. При длине в 4756 мм и ширине в 1998 мм высота автомобиля составляет всего 995 мм. Дополнительному понижению центра тяжести способствует уменьшенный до 75 мм дорожный просвет. Сухая масса гиперкара – всего 1240 кг, в то время как Bugatti Chiron весит около двух тонн.

Использована 1600-сильная версия фирменного двигателя W16 8.0 с квадратнотурбонаддувом. Но на 110-м бензине его отдача повышается до 1850 л.с. и 1850 Нм! В результате соотношение массы и мощности составляет рекордные 0,67 кг/л.с. По расчетам разгон до 100 км/ч полноприводный Bolide должен выполнять за 2,17 секунды, до 200 км/ч – за 4,36 секунды, до 300 км/ч – за 7,37 секунды, до 400 км/ч – за 12,08 секунды и до 500 км/ч – за 20,16 секунды! То есть новинка может побить рекорд сверхскоростной версии Chiron – 490,484 км/ч.

Купе имеет крепящиеся центральной гайкой 18-дюймовые колеса с закрытыми обтекателями дисками из магниевого сплава и гоночными шинами Michelin, а также мощные тормоза с керамическими суппортами массой по 2,4 кг.

Судьба Bugatti Bolide пока не решена. Если гиперкар будет выпущен ограниченной серией, то его цена может перевалить за 10 млн евро.

Полосу подготовил Диаз Абылкасов