ИНТРИГА Стр.6

Спекулятивные сделки: как не прогадать на них

АКЦЕНТ Стр.3

Каким компаниям будет полезна биометрия

МНЕНИЕ Стр.6

Галим Хусаинов, председатель правления «Банка ЦентрКредит»

КАПИТАЛ

№17 (663)

ИЗДАЕТСЯ С 2005 ГОДА

// ЧЕТВЕРГ, 30 МАЯ, 2019

Д Е Л О В О Й Е Ж Е Н Е Д Е Л Ь Н И К

Рынок спортивного питания ожидает рост
страница 8

С чем связано снижение резервов Нацбанка
страница 6

Как защитить бизнес от колебаний продаж
страница 7

Британское среднее образование в Казахстане
страница 5

Мы в сети

kapital.kz

Четыре шага к успешному всеобщему декларированию

Мадина Касымова

Всеобщее декларирование – сложный механизм, который все еще не удается запустить в Казахстане. Поэтапное внедрение всеобщего декларирования переносили пять раз. Первый этап теперь начнется в 2021 году, четвертый завершающий намечен на 2025 год. В интервью корреспонденту делового еженедельника «Капитал.kz» эксперт EY в Казахстане Владимир Фесенко рассказал, чем это объясняется, а также о тенденциях развития отечественного законодательства в сфере налогообложения физических лиц. Он также обозначил четыре шага, которые необходимо предпринять перед введением всеобщего декларирования.

– Владимир, как вы в целом оцениваете инициативу внедрения всеобщего декларирования в Казахстане и почему его неоднократно переносили?

– Как вы знаете, о переходе к всеобщему декларированию у нас заговорили уже очень давно. Всеобщее декларирование, основной целью которого является вывод экономики из тени и противодействие коррупции, имеет немало стратегических задач в социальной и экономической сфере. Кроме того, введение всеобщего декларирования является серьезным шагом в модернизации налоговой системы контроля за физическими лицами и своеобразным началом новой эры развития культуры населения и его отношения к налогам в целом.

Нужно отметить, что была проведена интенсивная подготовительная работа, которая позволила запланировать запуск всеобщего декларирования с 1 января 2020 года. Например, работа по разработке соответствующих норм законодательства и форм налоговой отчетности. Однако все еще остается много вопросов и выявляются недоработки механизма всеобщего декларирования.

Его поэтапное введение действительно даст возможность наиболее эффективно имплементировать основные цели, поставленные перед госорганами в связи со вхождением Казахстана в систему всеобщего декларирования. Поэтому необходимо использовать отведенное время с умом и особое внимание стоит уделить работе по улучшению законодательства, информированию населения и разъяснению норм законодательства, а также по их практическому применению.

– Будет ли перенос до 2025 года означать, что физическим лицам до этого времени не нужно подавать индивидуальные декларации?

– Не совсем так. На самом деле требование подавать декларацию по индивидуальному подоходному налогу для физлиц (форма 240.00) существовало всегда. Более того, требование по декларированию информации о денежных средствах на иностранных банковских счетах действует с 1995 года, в то время как отражать другие зарубежные активы необходимо уже последние два года.

Таким образом, частные лица уже сейчас должны подавать индивидуальную декларацию при наличии зарубежных активов или доходов, которые не были задекларированы и обложены налогом в Казахстане. Самое важное здесь понять, что на самом деле на данный момент это удовлетворяет основные потребности государства и налоговой системы в мониторинге налогоплательщиков, которые были возложены на всеобщее декларирование. Однако несовершенство текущего законодательства, а зачастую и вовсе его незнание, причем как налогоплательщиками, так и налоговыми органами, на местах создает большие трудности для физлиц и государства в части собираемости налогов.

– С какими трудностями физлица сталкиваются при подаче индивидуальной декларации?

– Основным вопросом остается справедливость применения норм налогового законодательства для физических лиц. Существуют пробелы в законодательстве и нечеткая формулировка некоторых статей, которые могут привести к некорректному пониманию и не всегда правильному определению налогоплательщиком его налоговых обязательств. Например, много вопросов вызывает налогообложение доходов от инвестиционной деятельности на фондовых рынках, доходов от доверительного управления, дивидендов от паевых инвестиционных фондов и других. Например, основные споры возникают в отношении применения обменного курса, отражения понесенных расходов и определения момента налогообложения дохода.

[Продолжение на стр. 2]

Цифра номера

19,2 тонны

золота – такой объем Национальный банк выкупил с начала текущего года

Подробнее [Стр.2]

Спикер номера

Руслан Искаков,

председатель правления KazakhExport

Подробнее [Стр.2]

Цитата номера

«Нам нужна новая стратегия по завоеванию рынков в условиях торговых войн. Например, разногласия США и Китая. Почему не влиться в эту нишу и не предлагать наши товары? Мы тоже можем извлечь из этого пользу. Предлагаю разработать Дорожную карту до 2025 года с учетом этих и других инициатив»,

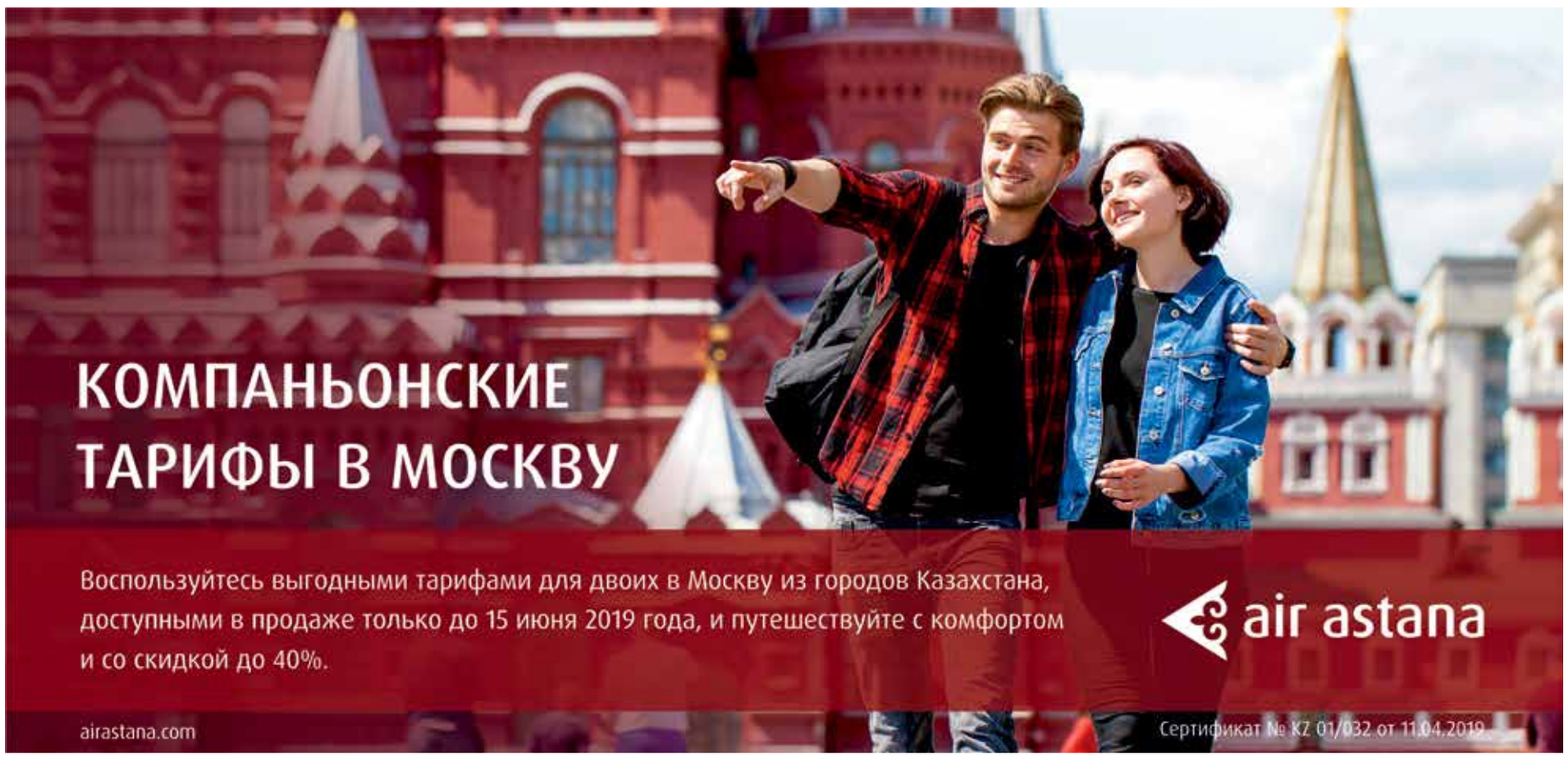
– Нурсултан Назарбаев

Подробнее [Стр.2]

Путешествия

Почему велотуризм в Казахстане не так популярен, как в Европе, и кто готов платить за велопутешествия

Подробнее [Стр.10]



НОВОСТИ НЕДЕЛИ

КАЗАХСТАН

СТРАНЫ ЕАЭС РАСШИРЯЮТ СОТРУДНИЧЕСТВО

На заседании Высшего Евразийского экономического совета Нурсултан Назарбаев призвал страны ЕАЭС извлекать выгоду от торговых войн. «Нам нужна новая стратегия по завоеванию рынков в условиях торговых войн. Например, разногласия США и Китая. Почему не влиться в эту нишу и не предлагать наши товары? Мы тоже можем извлечь из этого пользу. Предлагаю разработать Дорожную карту до 2025 года с учетом этих и других инициатив», – предложил Нурсултан Назарбаев. По мнению первого президента, ЕАЭС необходимы проекты, объединяющие все страны-участницы союза, как, например, концерн Airbus в ЕС. «Надо признать, что в нашем объединении важное место занимает Россия – как по производственному, так и по техническому потенциалу. К примеру, самолеты Airbus производят во многих странах Европы, все привлечены и все зарабатывают, все предоставляют рабочие места. Почему не подумать о таком проекте? Нам не хватает собственных внутренних региональных самолетов, которые будут летать на короткие расстояния. Нам не хватает для сельского хозяйства авиации, которую мы можем производить. Мы можем их производить», – предложил Нурсултан Назарбаев. **(kapital.kz)**

* * *

Президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев призвал страны ЕАЭС к сплоченности по защите общего рынка. «Нам предстоит обеспечить координацию наших усилий по защите общего рынка союза от демпинга, контрафактных товаров и недобросовестной конкуренции со стороны третьих стран. Мы также должны последовательно, а где это целесообразно, совместными усилиями добиваться доступа наших товаров на рынки третьих стран. Стремиться к максимально комфортным для нашего бизнеса торговым режимам, устранять барьеры, создавать режимы наибольшего благоприятствования по транзиту наших экспортируемых товаров», – сказал президент Казахстана. При этом сохраняющиеся барьеры и препятствия для торговли внутри союза могут снизить доверие как отечественных, так и иностранных инвесторов к ЕАЭС. Также актуальным остается вопрос обеспечения должного уровня таможенного администрирования на границе ЕАЭС. «Мы понимаем, что материально-техническое оснащение пунктов пропуска, досмотра, иной таможенной и приграничной инфраструктуры сложно унифицировать за короткий период. Вместе с тем считаем принципиально важным обеспечивать единую методологию, подходы и практики. Это касается вопроса классификации товаров, определения таможенной стоимости и полноценного учета импортируемых товаров», – сказал президент. **(kapital.kz)**

* * *

Первый Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев озвучил инициативы по дальнейшему развитию ЕАЭС. По его мнению, необходимо придерживаться формата «умной интеграции». «Нужно проанализировать, что мы импортируем. Я посмотрел казахстанскую статистику – 50% инфляции мы получаем из-за импорта. Импортируем то, что сами производим, импортируем продукты машиностроения, товары народного потребления. Туфли, ботинки, чулки, носки, костюмы, рубашки и даже продовольствие… Импортируем продовольствие! Мясо, молоко – это все производится в наших странах. Просто мы не распределили потоки этих товаров внутри наших стран», – сказал Нурсултан Назарбаев. Он предложил создать группу, которая проанализирует товарные позиции внутри ЕАЭС. «Даже одежду для военных импортируем, это позор просто. Поэтому мы видите, какие простор и возможности для расширения рынка, заработывания денег и предоставления рабочих мест. Мы должны подумать об этом», – отметил первый президент. Нурсултан Назарбаев предложил расширить и стратегические контуры ЕАЭС. «Нужно наладить полноценное экономическое сотрудничество между ЕАЭС, Европейским Союзом, Шанхайской организацией сотрудничества, а возможно, и АСЕАН. Это непростые задачи. Но если мы будем вместе работать, можно продвинуть такие идеи», – подчеркнул он. **(kapital.kz)**

КАДРОВЫЕ ПЕРЕСТАНОВКИ И НАЗНАЧЕНИЯ

АБДУРРАХМАН АРИФИОГЛУ

\+ избран первым заместителем председателя правления – членом правления АО «AsiaCredit Bank (АзияКредит Банк)»

ДАНИЯР ЖУМАШОВ, МУРАТ ДАРИБАЕВ

\+ избраны в состав совета директоров АО «Аграрная кредитная корпорация»

МАРАТ ОМАРОВ, ТИМУР ЖАНКЕ

\+ избраны управляющими директорами – членами правления АО «Национальный управляющий холдинг «Байтерек»

РУСТАМ КАРАГОЙШИН

\+ избран заместителем председателя правления АО «Национальный управляющий холдинг «Байтерек»

Куда метит KazakhExport?

Названы наиболее привлекательные рынки для развития казахстанского экспорта

Алан Байкадамов

KazakhExport открыл зарубежное представительство в Душанбе. В церемонии открытия приняли участие представители банков и деловых кругов Таджикистана. Во время презентации офиса компания подписала соглашения о сотрудничестве в сфере страхования и финансирования импортеров казахстанских товаров с АО «Ориенбанк», ЗАО «Банк Эсхата», ОАО «Международный Банк Таджикистан». Представительство стало третьим в странах ближнего зарубежья. Всего в соответствии с государственной программой «Национальная экспортная стратегия» запланировано открытие 11 зарубежных офисов. В чем их суть, над чем они работают и как о казахстанских производителях узнают на внешних рынках, в интервью корреспонденту «Капитал.kz» рассказал Руслан Искаков, председатель правления АО «Экспортная страховая компания «KazakhExport».

– Руслан Викторович, в чем основная задача представительства в Таджикистане?

– Как и другие представительства, этот офис будет налаживать контакты с бизнес-сообществом региона, информировать предпринимателей и финансовые структуры об инструментах KazakhExport. Это позволит значительно облегчить работу между предпринимателями Казахстана и Таджикистана и, соответственно, увеличить товарооборот между нашими странами.

– Какие казахстанские компании уже работают на таджикском рынке и что они поставляют?

– На сегодняшний день KazakhExport оказал поддержку нескольким казахстанским экспортерам. Например, АО «АрселорМиттал Темиртау», ТОО «Hyundai Trans Auto», ТОО «СарыаркаАвтоПром», АО «Шымкентмай», АО «Рахат», АО «Баянсулу» и ТОО «Алматинский продукт». Соответственно, на рынок Таджикистана поставляются металлопрокат, автомобили и автобусы, масложировая продукция, а также кондитерские изделия и другое.

В частности, автобусы марки Hyundai County, производимые в Алматинской области, закупаются для расширения автобусного парка столицы Таджикистана. А городские кроссоверы JAC S3, собираемые на заводе ТОО «СарыаркаАвтоПром» в Костанае, формируют таксопарк Душанбе, несколько единиц эксплуатирует Генеральная прокуратура Республики Таджикистан. Всего при нашей поддержке экспортировано 158 автомобилей.

– В каких еще странах есть представительства и где вы планируете их открыть в ближайшее время?

– В октябре 2018 года мы открыли офис в Казани, который работает не только по Татарстану, но и по региону Поволжье в целом. В марте этого года было открыто представительство в столице Узбекистана – в Ташкенте, в мае – в Таджикистане, в Душанбе. До конца 2019 года мы планируем расширить сеть представительств в Российской Федерации (Москва, Новосибирск, Екатеринбург), Беларуси (Минск), Кыргызстане (Бишкек) и Китае (Сиань и Пекин). Также рассматривается возможность открытия представительства на Кавказе, в скоре всего оно будет находиться в столице Азербайджана, в Баку. На данный момент это наиболее привлекательные рынки с точки зрения развития казахстанского экспорта.

– Что дает открытие представительств казахстанским экспортерам?

– Наши представительства помогают экспортерам ориентироваться на неизвестных им рынках, искать партнеров, заинтересованных в импорте казахстанской продукции, и оказывают поддержку при организации финансирования импорта. Более того, благодаря усилиям зарубежных представительств KazakhExport экспортерам открываются двери в кабинеты, которые часто бывают закрытыми при самостоятельном обращении в стандартном порядке.

Например, в марте этого года наш представитель в Казани совместно с Торговым представительством РК в Российской Федерации провел встречу с администрацией Башкортостана в Уфе, где рассказал об экспортном потенциале страны и инструментах KazakhExport. В Ташкенте представительство активно работает над расширением сети банков-партнеров, через которые мы будем финансировать импортеров, и ведет переговоры с крупнейшими предприятиями Узбекистана по поставкам товаров, работ и услуг казахстанского содержания.

– С какими проблемами сталкиваются отечественные производители при выходе на внешние рынки и как KazakhExport помогает их решать?

– Дефицит оборотного капитала – основная проблема большинства экспортеров. Для решения этого вопроса у нас есть такие инструменты, как преджэкспортное финансирование и страхование займов. В первом случае мы удешевляем финансирование производителя на стадии производства продукции и страхуем риски по экспортным контрактам. Во втором случае предоставляем покрытие банку при нехватке залогового обеспечения. Эти инструменты позволяют банкам не формировать резервы и, по сути, без риска для себя кредитовать экспортеров на пополнение оборотных средств либо на инвестиционные цели.

Сложности у экспортеров возникают и с анализом платежеспособности иностранных контрагентов. Выходить на внешний рынок и просить предоплату в текущих реалиях неприемлемо. Все рынки заняты, и с распространением объятиями экспортеры не ждут. Нужно приходить и предлагать конкурентоспособные инструменты. В этой части KazakhExport также оказывает ряд услуг отечественным производителям.

Мы бесплатно делаем оценку платежеспособности зарубежных контрагентов, собираем всю информацию и в случае заинтересованности экспортера предоставляем страховые инструменты, которые позволяют ему продавать свой товар в рассрочку платежа, не опасаясь за то, рассчитаются с ним или нет. Если вдруг иностранный покупатель окажется недобросовестным или неплатежеспособным, то мы компенсируем производителю понесенные убытки.

Для капиталоемких товаров и экспорта услуг у нас есть такой инструмент, как торговое финансирование. То есть мы финансируем зарубежных покупателей на приобретение казахстанских продуктов и услуг. В этом вопросе KazakhExport имеет накопленные годами компетенции, и, в принципе, кроме нас, ни один финансовый институт в Казахстане не предлагает доступное финансирование импортера с точки зрения срока, валют, ставок.

– Какие инструменты KazakhExport пользуются наибольшим спросом у отечественных производителей?

– В основном это страхование экспортеров от риска неплатежа со стороны иностранных покупателей, страхование аккредитивов от риска неисполнения обязательств банка импортера и страхование займов. Всего в портфеле KazakhExport 14 инструментов государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Воспользоваться ими может любое действующее казахстанское предприятие по производству несырьевых товаров и услуг, которое планирует выйти на международные рынки, и при этом обезопасить свой бизнес от нежелательных рисков.

– Руслан Викторович, насколько выросе экспорт казахстанских товаров за последние 2-3 года? За счет каких отраслей это происходит?

– За последние 2-3 года объем экспорта изменялся разнонаправленно ввиду кризисных явлений в мировой экономике, волатильности цен на сырьевые товары и введения санкций против России и Китая. По итогам 2018 года экспорт обработанных товаров составил $15,7 млрд. В структуре экспорта по товарам низкого передела произошло снижение, а по товарам приоритетных секторов – наоборот, увеличение. В скоре всего, в денежном выражении экспорт цветных металлов потерял $1 млрд, но это снижение было компенсировано за счет других отраслей. К примеру, экспорт строительных материалов вырос на 23%, пищевой продукции – на 7,3%, в денежном эквиваленте это более $80 млн. По экспорту труб прирост составил $68 млн за год, это порядка 60% показателя 2017 года.

– В какие страны сегодня поставляется продукция, сделанная в Казахстане?

– Наибольшие объемы экспортных поставок идут в Россию, Беларусь, Узбекистан, Таджикистан, Туркменистан и Азербайджан. Из стран дальнего зарубежья это Китай, Монголия, Япония и Германия. По проектам, поддерженным KazakhExport, в основном экспортируется продукция агропромышленного комплекса, пищевой и химической промышленности, металлургии и машиностроения. К слову, в прошлом году мы поддержали экспортных контрактов на сумму более 400 млрд тенге.

– Востребована ли продукция казахстанских производителей на зарубежных рынках?

– Учитывая, что обработанный экспорт растет, очевидно, что спрос на казахстанские товары за рубежом все-таки есть. В частности, в сфере сельского хозяйства и пищевой промышленности у отечественных производителей сформировалась достаточно хорошая репутация с точки зрения качества и чистоты производимой продукции, то есть отсутствие в ней генетически модифицированных продуктов, что весьма ценится на зарубежных рынках. Как показывает практика, компании, которые благополучно ведут свой бизнес за рубежом, более чем успешны и на внутреннем рынке.

– Почему отечественные производители должны быть заинтересованы работать на экспорт?

– Выходить на экспорт надо, прежде всего, для масштабирования и диверсификации рынков сбыта. Иначе компании-производители будут ограничены долей на внутреннем рынке. Если сравнивать рынок потребления Казахстана, где насчитывается чуть более 18 млн человек, допустим, с Россией с численностью в 150 млн человек, то даже небольшая доля на российском рынке даст нашим предприятиям сопоставимые объемы продаж. Не говоря уже о Китае, где порядок цифр абсолютно другой.

– Как вы думаете, что необходимо делать, чтобы стимулировать экспортно ориентированный бизнес?

– На самом деле правительство постоянно работает над тем, чтобы облегчить отечественным экспортерам выход на внешние рынки. Это и сервисная поддержка экспортеров, и организация торговых миссий, включая возмещение расходов на рекламу и маркетинг за рубежом, есть определенные подвижки и в части логистики. Весь этот комплекс мер как раз направлен на увеличение экспорта несырьевых товаров.

Со своей стороны KazakhExport будет продолжать развивать продуктовую линейку. Мы уже достигли договоренности с некоторыми российскими страховыми компаниями о том, что если наши экспортеры будут создавать торговые дома на территории России, то мы сможем помогать им страховой защитой. Таким образом, они смогут продавать казахстанскую продукцию с баланса торгового дома российским покупателям и пользоваться страховой защитой KazakhExport через партнера в России. То же самое мы планируем сделать и в Узбекистане.

Кроме того мы постоянно расширяем сеть банков-партнеров на зарубежных рынках. Это позволяет импортерам пользоваться расширенным списком финансовых институтов. Если какой-то банк по той или иной причине не устраивает импортера, то он всегда может поменять его на другой и еще активнее пользоваться нашими инструментами.

Четыре шага к успешному всеобщему декларированию

[Начало на стр. 1]

При этом международное законодательство уже имеет сформированный подход к обложению вышеуказанных видов доходов. Поэтому очень важно доработать домашнее законодательство, чтобы обеспечить справедливое налогообложение.

Приятно отметить, что уже есть положительный тренд по усовершенствованию налогового законодательства. Одним из таких примеров стало внесение правок в раздел, посвященный налогообложению прибыли контролируемых иностранных компаний (КИК). В данный момент идет сложная, кропотливая работа бизнеса совместно с налоговыми органами по усовершенствованию норм, принятых с 1 января 2018 года, и готовятся необходимые корректировки с учетом международного опыта.

– Что является, на ваш взгляд, краеугольным камнем для успеха всеобщего декларирования?

– Исходя из мировой практики, одним из наиболее эффективных, если не самым эффективным, методов является легализация, или налоговая амнистия. Она уже проведена в нескольких этапов в Казахстане. В связи со стремительным развитием экономики страны и глобализацией проведение новой волны амнистии и легализации в Казахстане позволит привлечь граждан, ранее не участвовавших в данных процессах. Плюс это даст возможность физическим лицам начать все с нуля.

Однако важно отметить, что подобные меры нельзя применять часто, тем более постоянно. Поэтому очень важно их качественно подготовить, провести разъяснительную работу и обеспечить конфиденциальность данных. Тогда подобная мера будет популярна и эффективна. Как вариант можно присмотреться к амнистии, которую проводят в России. Ее первая волна была особенно популярна.

– Какие меры предпринимаются для внедрения международной практики и как вы взаимодействуете с государственными органами?

– Имея опыт работы в нескольких юрисдикциях, могу сказать, что всеобщее декларирование является сложным механизмом, которое требует не только применения международной практики, но и грамотной адаптации с учетом реалий современной экономики и бизнеса страны.

Уже сейчас правительство активно привлекает представителей бизнеса и консультантов из международных компаний с опытом работы в других странах к выдвижению проектов по доработке существующего законодательства. Международный опыт профессионалов в области налогообложения, таких как наша компания, позволяет разработать грамотный подход и концепцию налоговой системы, сравнивая опыт других стран, и эффективно внедрять его в своей юрисдикции с учетом особенностей экономики и культуры. Например, наша компания активно принимает участие в дискуссии вопросов по налогообложению на соответствующих площадках, а также вовлечена в проекты по усовершенствованию налогового законодательства.

Что касается непосредственно всеобщего декларирования, то этот процесс является совершенно новым, где основным ориентиром служит мировая практика, которая во многом отличается от местного законодательства. Поэтому для адаптации международных норм всеобщего декларирования к особенностям казахстанского налогообложения нужен глубокий анализ и полное понимание основных целей. Привлечение наиболее специалистов, которые сталкивались с практикой всеобщего декларирования за границей и уже достаточно давно работают с казахстанским законодательством, поможет определить ключевые моменты в разработке самой концепции. Также это поможет внедрить наиболее эффективные мировые практики, учитывая местную специфику.

– И напоследок. Какие первые шаги вы предлагаете предпринять, чтобы подготовка к декларированию была полной?

– Есть один важный момент, который мы не до конца осознаем. Возможности мониторинга любого государства больше всего ограничены именно в части зарубежных активов и операций своих граждан. Все, что происходит внутри страны, уже и так известно, и это лишь вопрос качественной работы с этими данными. Именно поэтому многие страны либо начинают всеобщее декларирование с зарубежной части, либо на этом и вовсе останавливаются. На данный момент многие страны так или иначе требуют декларирования зарубежных активов. В Казахстане, как я сказал, это уже тоже есть.

Поэтому первое, что необходимо сделать, – уже сейчас доработать требования в отношении декларирования зарубежных активов. И автоматический обмен информацией, в котором Казахстан будет участвовать с 2020 года, все равно этому способствует. На данном этапе в автоматическом обмене информации участвуют уже более 100 стран.

Второе: необходимо срочно доработать законодательство в части налогообложения различных видов доходов физлиц. Как я упомянул ранее, необходимо устранить проблемы двойного налогообложения, разработать четкие правила в отношении пассивных доходов и возможность учитывать расходы или убытки, устранить неясности в отношении курсовых разниц, и т.д. Тогда физлица будут мотивированы декларировать все свои доходы. В Казахстане низкая ставка ИПН. Проблема в том, что неточности законодательства легко могут привести к эффективной ставке в два раза больше, и это уже рассматривается как несправедливость и подталкивает граждан скрывать часть доходов.

В-третьих, нужно качественно продумать концепцию легализации или амнистии и прописать ее в виде нормативных актов, закрепляющих прежде всего такие важные аспекты, как: на какие правонарушения она распространяется, за какой период, какие гарантии предоставляет и санкции за утечку информации.

И последнее по списку, но не по важности: необходимо все-таки определиться с концепцией самого всеобщего декларирования. После внедрения мер, упомянутых выше, большая часть задач будет уже решена. Если государство сможет эффективно получать информацию об активах и доходах внутри страны и за ее пределами, в том числе через автоматический обмен информации, останется только разработать алгоритм выверки такой информации с налоговыми поступлениями. Вполне возможно, что тогда всеобщее декларирование в том виде, в котором оно планировалось в 2020 году, уже будет не нужно. Разумеется, для этого параллельно необходимо продолжать унифицировать базы данных об имуществе и налоговом учете физических лиц внутри Казахстана.

Требование подавать декларацию по индивидуальному подоходному налогу для физлиц существовало всегда. Более того, требование по декларированию информации о денежных средствах на иностранных банковских счетах действует с 1995 года, в то время как отражать другие зарубежные активы необходимо последние два года. Таким образом, частные лица уже сейчас должны подавать индивидуальную декларацию при наличии зарубежных активов или доходов, которые не были задекларированы и обложены налогом в Казахстане

Soft skills – навыки будущего

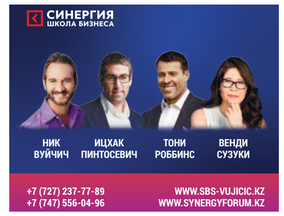
Мадина Касымова

Успех зависит не только от наличия прикладных знаний и навыков. Чтобы прийти к своей цели, нужно обладать чем-то большим. Методики Soft skills – неспециализированные навыки, обеспечивающие высокую производительность и карьерный рост. Эта тема – одна из самых обсуждаемых сегодня в предпринимательском сообществе, и именно бизнесмены первыми поняли, насколько важны всесторонняя развитость, эмоциональный интеллект, умение приспосабливаться, контролировать внутренние и внешние процессы.

Hard Skills – это навыки, которые вы можете получить с помощью образования, сертификации и обучения на рабочем месте. Как правило, они измеримы и их можно легко определить и оценить. Например, твердым навыком для IT-специалиста может быть компьютерное программирование, а для плотника – знание деревянного каркаса.

Soft Skills являются навыками межличностного общения. Их гораздо сложнее определить и оценить. По сути, Soft Skills предполагают умение коммуницировать, слушать и проявлять сочувствие и эмпатию.

У жителей Казахстана появилась уникальная возможность овладеть навыками Soft Skills от экспертов международного уровня, которые смогли научить им уже более 50 миллионов людей по всему миру. Школа бизнеса «Синергия» везет в Казахстан всемирно известных спикеров: life-консультанта Тони Роббинса, мотивационного оратора Ника Вуйчича, эксперта по системному развитию личности Ицхака Пинтосевича и нейробиолога Венди Сузуки.



Для того чтобы стать лучшим, нужно учиться у лучших. Тони Роббинс – признанный гений, персональный консультант бизнесменов, спортсменов и обычных людей, которые с его помощью сумели раскрыть свой потенциал, научились правильно использовать навыки межличностных коммуникаций для построения карьеры и личной жизни. Его умение донести информацию и замотивировать в разное время помогло первым лицам Америки, спортсменам и актерам мирового значения, его тренинги по всему миру посещают миллионы людей. Концепция Роббинса не имеет границ и национальностей.

С его популярностью в мире коучинга может сравниться только Ник Вуйчич – режиссер собственной судьбы, человек, который смог добиться мировой известности своим природным даром вселять в людей надежду, силу и веру в себя, сумел построить личную жизнь, стать символом добра, толерантности и надежды. Не обладая базовыми вещами в этой жизни, ему удалось не просто преодолеть все трудности, но еще и вдохновить других людей своим примером и зарядить их энергией на победы.

Победить лень и научиться генерировать интеллектуальную, эмоциональную и физическую энергию поможет эксперт по системному развитию личности и бизнеса Ицхак Пинтосевич. Его методика позволила достичь результатов уже миллионам людей. Победа над ленью – это возможность использовать свой потенциал по максимуму, и только те люди, которые могут справиться со своей природой, способны быть по-настоящему эффективными.

О том, как физиология влияет на работу мозга, расскажет нейробиолог Венди Сузуки. Она не понаслышке знает, как перевернуть жизнь на 180 градусов. Добившись значительных успехов в области науки, она в один момент осознала, что совсем не устроена в личном плане. Налаживать свою жизнь Сузуки начала с тела. Благодаря глубоким познаниям в области работы головного мозга она смогла выявить прямую закономерность между физической активностью и мозговой деятельностью. Так, Сузуки разработала собственный комплекс спортивных упражнений, которые помогли ей из тучной необщительной женщины превратиться в молодую, активную и успешную девушку.

Чтобы уверенно двигаться к намеченной цели, нам порой нужно топливо – общение с теми людьми, которые смогли изменить себя, и их энергии достаточно для того, чтобы изменить весь мир.

Биометрия может быть полезна не только банкам

Анна Видянова

В 2017 году пятеро друзей решили сменить белые воротнички на толстовки. Один из первых проектов, над которым они стали работать, – создание биометрической системы.

«Два года назад в мире наблюдался активный всплеск стартапов в области искусственного интеллекта. На тот момент мы с друзьями работали в одной из крупных компаний, и к нам постепенно стало приходить понимание, что у нас достаточно экспертизы и опыта, для того чтобы развивать проекты, касающиеся искусственного интеллекта. Кстати, тогда в Казахстане не было еще технологичных компаний, которые бы представляли биометрические продукты», – отмечает один из основателей компании Verigram Адлет Мукашев.

Изначально команда разработала систему, которая считывала лица с фотографий документов. «Наш первый заказ был именно по распознаванию удостоверяющих личность документов, на тот момент мы уже стали задумываться о запуске проекта по распознаванию лиц», – отмечает собеседник.

«На создание биометрической системы и закупку тестового оборудования было потрачено около $200 тыс.»

Он рассказывает, что в 2016 году биометрическая система по распознаванию лиц работала только в одном банке. И, по его словам, до сих пор ситуация не изменилась. «В 2016 году законодательства по удаленной идентификации клиентов банков не было. В СМИ даже не проходила информация о его разработке. И поэтому у банков были определенные законодательные ограничения по таким проектам. Между тем в прошлом году Нацбанк заявил о запуске биометрического проекта. Мы также связались с ответственным ведомством и предложили наши услуги по биометрии. Сейчас наш сервис тестируется этой структурой», – уточняет он.

Как это работает

Систему идентификации лиц можно использовать через специальную библиотеку, которая встраивается непосредственно в приложение банка.

«Для начала при регистрации в приложении банка пользователю нужно будет сделать селфи. После наша система будет сверять селфи клиента с эталонной фотографией, которая ранее была размещена в фотобазе банка. И после система будет верифицировать человека путем сравнения селфи лица с его эталонной фотографией. Есть второй вариант: идентификация селфи пользователя с государственной фотобазой, к примеру, Нацбанка», – отмечает один из разработчиков проекта Уахат Бастимиев.

Разработчики поясняют, что на создание биометрической системы и закупку тестового оборудования было потрачено около $200 тыс. Кстати, в настоящее время команда завершает разработку технологии, с помощью которой может определить «живость» объекта. «Эта технология позволяет выявлять, что перед камерой не фото заемщика, а живой человек: он моргает, улыбается, обладает мимикой», – отмечает Адлет Мукашев.

Стоимость сервиса начинается с $35 тыс.

«По нашей информации, в России биометрические технологии банкам и финтех-компаниям могут обходиться в сумму от $500 тыс. до $5-7 млн. Мы встречались с участниками казахстанского финрынка – для них этот ценник оказался слишком высок. Наш сервис по распознаванию лиц стоит от $35 тыс. и выше, цена зависит от количества опций. Также мы предлагаем годовые лицензии, которые стоят еще дешевле», – подчеркивает Адлет Мукашев.

Разработчики биометрического сервиса рассказывают, что финтех-компании по сравнению с банками более восприимчивы к новым технологиям. «В последние время активно растет спрос на микрокредиты, их обычно предоставляют финтех-компании. С каждым годом на рынке появляется все больше таких игроков, средний чек по таким займам составляет 40-50 тыс. тенге. В этом бизнесе очень важна скорость. Финтех-платформы должны за считанные секунды принимать решение о выдаче таких займов. Если время ожидания будет выше, то компания потеряет клиента, и, скорее всего, навсегда. По нашим наблюдениям, большинство финтех-компаний идентифицирует клиента в течение 2-3 минут. С помощью нашей системы время идентификации заемщиков можно сократить до 30-35 секунд. Сейчас мы уже заключили договоры с 2-3 финтех-игроками. Кстати, российский рынок более восприимчив к технологиям, чем казахстанский. Мы это почувствовали, когда продвигали свою биометрическую систему», – делится Уахат Бастимиев.

Где можно применять биометрию

Кроме финансовой сферы, биометрию можно использовать в производственных компаниях. «В промышленных организациях зачастую биометрия нужна для обеспечения безопасности того или иного участка, ограничения доступа на определенную локацию. Особенно доступ ограничивается в локации с какими-то реагентами, каким-то сырьем. Зачастую сотрудники таких производств передают друг другу карточки с идентификационными данными, и в результате если на предприятии будет зафиксирован случай воровства какого-то сырья или утечка информации, то виновных тяжело будет найти. Мы предлагаем внедрить у входной группы каждой локации двухфакторную идентификацию личности: считывание данных с пластиковой карты пропуска и распознавание лица по живой мимике человека», – делится Адлет Мукашев.

«Мы хотим, чтобы наша технология была доступна даже для небольших магазинчиков, поэтому намерены довести наш ценник за технологию до 15 тыс. тенге в месяц»

Он подробно рассказал, как работает эта система. У входной группы локации, к которой ограничен доступ, устанавливаются камера и устройство для считывания данных карты. Заходя в помещение, сотрудник компании должен будет поднести карту к считывающему устройству и посмотреть в камеру. «Информация с карты и кадр лица с камеры снимается менее чем за секунду. Эти данные сверяются и сохраняются в базе. В конце смены эта информация представляется руководству. На ее основе можно сказать, была ли подмена карт между сотрудниками: совпали ли данные владельца карты и биометрия лица человека, который посещал ту или иную локацию. Стоимость этой опции будет зависеть от масштабности базы, которую захочет сформировать компания, и объема функционала. Например, если система зафиксировала, что какой-то сотрудник совершил правонарушение, то наша система может определить, в каких локациях он также побывал. Мы наблюдаем огромный спрос на эту услугу со стороны недропользователей, добывающих компаний», – отмечает Уахат Бастимиев.

Еще одна сфера, где биометрия особенно востребована, – розница. «Торговые центры, небольшие бутики, супермаркеты всегда нацелены на маркетинговые исследования и анализ. К примеру, с помощью биометрии можно определить трафик посетителей. К тому же можно подсчитать конверсию посетителей и покупок – допустим, сколько человек приобрело товар из пришедших в магазин. Эта информация показывает уровень KPI продавца. Также мы стали прорабатывать вопрос более глубокой аналитики. Так, установив биометрическую систему на входе в магазин, можно определить долю постоянных и новых клиентов. За счет этого можно выявить, насколько эффективно срабатывают рекламные кампании. Мы хотим, чтобы наша технология была доступна даже для небольших магазинчиков, поэтому намерены довести наш ценник за технологию до 15 тыс. тенге в месяц. Кстати, фотографии лиц в базе сохраняются в виде кода, то есть все фото обезличены. Мы предусмотрели этот шаг, чтобы соблюдался «Генеральный регламент о защите персональных данных», который действует в ЕС. Пока в Казахстане не введена эта инициатива, но мы ее ожидаем», – подчеркивает Адлет Мукашев.

КАПИТАЛ.KZ

ЦЕНТР ДЕЛОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

популярное за неделю

KAZTUBE ВЫСТАВЛЕН НА ПРОДАЖУ

Видеопортал www.kaztube.kz выставлен на продажу через сайт gosreestr.kz. Стартовая цена, с которой планируется начать проведение торгов, – более 99,9 млн тенге. Для того чтобы принять участие в торгах, нужно внести гарантийный взнос в размере 4,9 млн тенге. Торги будут проводиться на понижение. При этом указана минимальная цена, которая может быть достигнута в процессе аукциона, – 33,3 млн тенге. Торги по продаже портала планируется провести 6 июня 2019 года. В настоящее время собственником сайта является АО «Казконтент». «Видеопортал www.kaztube.kz – это один из самых посещаемых на сегодняшний день казахстанских интернет-ресурсов. Ежедневно пользователи разных возрастов из разных стран смотрят, слушают и читают видео-, аудиоконтент, кроме того, загружают свои собственные ролики на портал. Главным преимуществом является то, что портал позиционирует себя как ресурс, который поддерживает эксклюзивный отечественный контент, а также оказывает содействие в развитии государственного языка в интернете. В год портал посещают более 5 млн пользователей», – говорится в отчете об оценке. Напомним, портал www.kaztube.kz был создан в апреле 2009 года. **(kapital.kz)**

КРЕДИТОВАНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ УПРОСТЯТ

Заместитель премьер-министра Женис Касымбек рассказал об изменениях в программе льготного кредитования проектов «экономики простых вещей». По его словам, Миннацэкономики необходимо в двухнедельный срок разработать и внести проект постановления правительства, предусматривающий установление процентной ставки для конечного заемщика в размере 6%, внедрение льготного периода на срок не более 1/3 от срока кредита и расширение перечня объектов для кредитования. «Это позволит в 2025 году снизить долю импорта по кредитуемым в рамках программы товарам с 59% до 37%, создать около 16 тыс. рабочих мест, увеличить налоговые поступления на 1,1 трлн тенге», – сказал Женис Касымбек. Заместитель премьер-министра отметил, что на усиление финансовой и нефинансовой поддержки отечественных предприятий в ближайшие 3 года будут направлены 500 млрд тенге, в том числе 470 млрд тенге через инструменты холдинга «Байтерек». Из них: 80 млрд тенге – для стимулирования преджэкспортного и экспортного финансирования. Еще 95 млрд тенге будет выделено для финансирования экспортеров по программе «Нұрлы жол» по линии Банка развития. 125 млрд тенге предусмотрены в рамках перераспределения средств Национального фонда, ранее предоставленных на поддержку обрабатывающей промышленности. «Объем финансирования экспорта по линии БРК и «Даму» в течение 3 лет составит 300 млрд тенге», - сказал Женис Касымбек. **(kapital.kz)**

ДЛЯ БИЗНЕСА ВНЕДРЯТ «ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД»

Частная инициатива и свободное предпринимательство стали основными факторами экономического развития Казахстана. Но наряду с достижениями есть и проблемы. Это вопросы делового климата, рынков сбыта, доступного финансирования. Об этом на заседании Совета национальных инвесторов сказал президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев. «Прошлый год был успешным для нашего бизнеса. Число действующих субъектов малого и среднего бизнеса выросло на 11% и составило 1,3 млн. Объем продукции МСБ вырос на 14% и составил 26,5 трлн тенге. Доля МСБ в экономике увеличилась за прошедший год с 25,6% до 28,3%. Это неплохой показатель. Начат выпуск более 500 видов продукции, ранее не производимой в Казахстане. Расширяется география экспорта – отечественная продукция поставляется на рынки 120 стран мира», – сказал Касым-Жомарт Токаев. Он отметил, что в последние годы решен ряд вопросов, которые волновали бизнес. Был принят комплекс мер по совершенствованию регулирования, контрольно-надзорных механизмов. Наводится порядок в отношении проверок со стороны госорганов. Этому способствовали новые Налоговый и Таможенный кодексы, поправки в Предпринимательский кодекс, другие законодательные и практические меры. Еще одна проблема – частые изменения в нормах, регулирующих ведение бизнеса. «Поэтому надо законодательно внедрить практику «переходного периода». Мы хотим, чтобы предприниматели ответственно и добросовестно исполняли предписания регуляторов. Следовательно, необходимо дать им время для ознакомления и перенастройки своей работы», – сказал Касым-Жомарт Токаев. **(kapital.kz)**

116 ПРОЕКТОВ ГЧП РЕАЛИЗУЮТ В КЫЗЫЛОРДЕ

В Кызылординской области в 2019 году планируется инвестировать свыше 34 млрд тенге в реализацию 116 проектов государственно-частного партнерства (ГЧП). Данные средства запланированы на 2019 год. Проекты ГЧП реализуются во всех сферах экономики. «В строительство новой поликлиники в Кызылорде планируют вложить порядка 827 млн тенге. Она позволит внедрить новые методы диагностики и лечения для 43 тыс. человек. Данный проект реализован взамен концессионного проекта по строительству поликлиники на 500 посещений в смену. Тем самым регион сэкономил бюджетные средства в сумме порядка 3,6 млрд тенге и ускорил реализацию проекта на 2 года», – рассказали в акимате. Между тем в подведение электропитания железной дороги к индустриальной зоне Шиелийского района планируется вложить 2,3 млрд тенге. **(interfax.kz)**

НОВОСТИ НЕДЕЛИ

КАЗАХСТАН

НА «БАЙКОНУРЕ» ПОЯВИТСЯ СЭЗ

На территории комплекса «Байконур» планируется создать специальную экономическую зону. Об этом на заседании правительства сообщил аким Кызылординской области Крамбек Кушербаев. Он презентовал комплексный план развития области до 2022 года. «Создание специальной экономической зоны на комплексе «Байконур» станет локомотивом роста экономики как города Байконур, так и региона в целом, благодаря развитию многоотраслевой промышленности и космического туризма возрастут притоки инвестиций и будут созданы новые рабочие места», – подчеркнул глава региона. Создание СЭЗ «Байконур» предусматривает развитие дорожно-транспортной инфраструктуры, космической промышленности и космического туризма. Также комплексный план развития области включает мероприятия, направленные на развитие предпринимательства. По государственной программе «Дорожная карта бизнеса-2025» планируется реализовать 6 мероприятий по поддержке МСБ. Ожидается, что в следующие 2 года доля малого и среднего бизнеса в валовом региональном продукте составит 20%. **(kapital.kz)**

ЗАПУЩЕНО ПРОИЗВОДСТВО СТРОИТЕЛЬНЫХ СМЕСЕЙ

В Индерском районе Атырауской области запустили завод по производству сухих строительных смесей, на предприятии будут трудиться 82 человека. Пять лет назад из-за финансовых трудностей это производство было приостановлено. «Сегодня для всех нас это большая радость. Завод простоял пять лет, и вот сейчас он вновь приступил к своей прямой деятельности. Вся необходимая техника была обновлена. Постоянными рабочими местами обеспечено более 80 человек. Надеемся, что их опыт и квалификация помогут заводу набрать интенсивный темп работ. Уверен, что данное производство внесет значительный вклад в экономику Индерского района», – сказал заместитель акима Атырауской области Нурлан Таубаев. В сентябре прошлого года «АзияКредитБанк» и акционерное общество «Fincraft Resources» заключили договор об аренде, и с начала года дочерние предприятия АО «Fincraft Resources» ТОО «Актау Битум» приступило к реабилитации завода. Старая техника была обновлена. На работу были приглашены высококлассные специалисты. В результате на заводе будет производиться 120 тыс. тонн гипса. «Комплекс по производству гипса работает в 30 километрах от производственной площадки. Здесь можно получить до 300 фракций гипса. **(kapital.kz)**

ООН ГОТОВА ПОКУПАТЬ ВОЕННУЮ ТЕХНИКУ ИЗ РК

ООН готова закупать казахстанскую военную технику и вооружение для миротворческих миссий, об этом сообщили в пресс-службе министерства цифрового развития, оборонной и аэрокосмической промышленности. «В Казахстане сегодня работает достаточное количество предприятий, выпускающих военную технику и оборудование, в том числе бронированные автомобили, вертолеты, тепловизионное оборудование, вооружение и боеприпасы. И мы, разумеется, заинтересованы в том, чтобы этот военный потенциал служил делу сохранения мира», – сказал во время встречи с заместителем Генерального секретаря ООН по полевой поддержке Атулом Харе министр цифрового развития, оборонной и аэрокосмической промышленности Аскар Жумагалиев. Он отметил, что сбалансированная внешняя политика Казахстана, значительный миротворческий опыт как в формате военных миссий, так и в качестве диалоговой площадки международного уровня в ООН высоко оценивают. Потому и намерены усиливать сотрудничество с Казахстаном по многим аспектам, в том числе на уровне бизнеса. Атул Харе отметил, что или запланировано проведение бизнес-семинаров для повышения осведомленности предпринимателей о возможностях участия в программах закупок, проводимых Организацией Объединенных Наций. **(kapital.kz)**

E-TRADING НАБИРАЕТ ОБОРОТЫ

По итогам 2018 года объем торгов на внутреннем рынке через интернет составил 259,5 млрд тенге — на 33,6% больше, чем за предыдущий год (194,2 млрд тг). Доля электронной торговли в общем объеме оптовой торговли составила 1,9%. Из них 144,6 млрд тенге приходится на розничную торговлю через интернет (годом ранее — 106,9 млрд тг) и 114,9 млрд тенге — на оптовую торговлю (годом ранее — 87,2 млрд тг). За 2018 год объем реализации услуг через интернет составил 136,1 млрд тенге — на 93,5% больше, чем в 2017-м. Согласно прогнозам, к 2025 году объем покупок на казахстанских интернет-площадках увеличится до 2 трлн тенге и составит 25% от общей розничной торговли. Ожидаемый доход логистических компаний от транзита в рамках электронной коммерции вырастет до 1,3 трлн тенге. С учетом развитой инфраструктуры наращивание объемов электронной торговли позволит создать новые рабочие места. На сегодняшний в смежной отраслях заняты 33 тыс. человек. К 2025 году показатель планируется довести до 314 тыс. человек. Количество онлайн-покупателей в 2018 году составило 2,32 млн человек. Соответственно, к 2025 году этот показатель достигнет 15 млн человек. В 2018 году в электронной торговле было создано 43 тыс. рабочих мест. На рынке функционирует более 1,7 тыс. самостоятельных интернет-магазинов, порядка 20 электронных торговых площадок (маркетплейсов), которые дают возможность более 1 млн субъектам МСБ продавать свой товар. **(ranking.kz)**

Наталья Новикова – директор по маркетингу LGEAK и Сунмин Пак (Sungmin Park) – глава Департамента продаж и маркетинга по стиральным машинам в странах СНГ компании LG Electronics Home Appliances & Air Solution

Умные инновации от LG

Путешествие на родину передовых технологий

Качество, функциональность, экономичность и, конечно, цена – при выборе бытовой техники мы в первую очередь обращаем внимание на эти показатели. К этим плюсам компания LG Electronics добавляет еще инновационные технологии и дизайн. В штаб-квартире LG в Сеуле – LG Home Appliances & Air Solution Company – подразделении, которое занимается производством бытовой техники всех направлений, журналисты и блогеры из Казахстана познакомились с новинками и самыми современными технологиями

Знакомство с Южной Кореей началось в самом атмосферном месте Сеула – гостевом доме Moon Guest House. Журналистам и блогерам рассказали о традициях страны, а также дали возможность поучаствовать в чайной церемонии и примерить традиционные наряды. Интересным стала посещение дворца Кенбоккун, самого красивого из «Пяти больших дворцов» Южной Кореи, и дегустация корейской храмовой кухни.

В переводе с корейского «Кенбоккун» означает «Дворец лучезарного счастья». Он считается крупнейшим из комплекса «Пяти больших дворцов», возведенных в Сеуле более 500 лет назад. В эпоху правления династии Чосон дворец считался главной королевской резиденцией. Именно после его возведения столица Кореи была официально перенесена в Сеул. Комплекс занимает огромную территорию: 410 тыс. квадратных метров. На его территории расположено 330 зданий с 5792 комнатами. Во время японского вторжения в конце 16 века некоторые здания были разрушены, и восстановлены только спустя 2,5 столетия.

В головном офисе LG Electronics участники пресс-тура пообщались с руководителями подразделений, а также с топ-менеджерами LG Home Appliances & Air Solution Company. В планах компании дальнейшее расширение интеллектуальных функций всей бытовой техники для внедрения в единую экосистему умных домов.

Журналисты также посетили LG Best Shop – сеть магазинов с товарами бренда, в которых представлена вся техника компании. Одна из интересных новинок LG – паровая система по уходу за одеждой LG Styler, которая может заменить утюг, паровую станцию, отпариватель и даже услуги химчистки. Поток горячего влажного воздуха в комбинации с подвижными плечиками расправляет легкие неровности, высушивает одежду, убирает пыль, а самое главное – уничтожает посторонние запахи, патогенные микроорганизмы и аллергены. Ключевой особенностью микроволновой печи NeoChef стало антибактериальное и легко очищающееся покрытие. Это инверторная печь, поэтому приготовление блюд происходит очень равномерно и быстрее, чем в других микроволновках. Еще одно полезное решение: подставка под поворотным столом имеет 6 вращающихся опор, поэтому на нее можно ставить продукты массой до 2 кг. В компании уверяют, что NeoChef может заменить духовку гриль и даже жарку на углях. В Казахстане, к слову, недавно была выпущена кулинарная книга с рецептами, которую дарят каждому покупателю LG NeoChef.

В 2018 году суммарный объем продаж продукции LG Home Appliances & Air Solution составил $17,17 млрд и составляет 32% от общего объема продаж LG Electronics за год.

Для настоящих эстетов и поклонников техники LG Electronics компания предлагает ультрапремиальную линейку продуктов LG SIGNATURE. Эта бытовая техника совмещает лаконичный дизайн, эксклюзивность, удобство и, конечно, все технологические достижения LG для идеального дома. «Над каждым продуктом LG SIGNATURE работали лучшие специалисты, доводя до совершенства каждую деталь», – уточняет представитель компании.

Ультрапремиальный бренд включает в себя стиральную машину TwinWash с двумя барабанами для одновременного запуска двух циклов стирки, холодильник InstaView Door-in-Door с автоматическим открыванием двери, климатический комплекс и тончайший телевизор в дизайн-формате «изображение на стене» LG SIGNATURE OLED TV серии W.

В LG SIGNATURE внедрены очень удобные инновационные решения. К примеру, круглый сенсорный интерфейс стиральной машины TwinWash встроен в дверцу из закаленного стекла. Специальная функция стирки паром TrueSteam эффективно удаляет аллергены с любых типов тканей. Благодаря регулярной подаче пара в барабане поддерживается постоянная температура на уровне 50-60°С, это позволяет уничтожить до 99% всех известных аллергенов, включая шерсть животных и пыльцу растений. Весь процесс стирки занимает 20 минут.

OLED TV серии W является телевизором с самым тонким экраном в мире – 2,57 мм, он может крепиться к стене специальными магнитами. В холодильнике Door-in-Door дверь дополнительного отсека сделана из стекла с зеркальной поверхностью. Если по стеклу постучать дважды, то в камере включается свет и становится видно содержимое полок. А для экономии энергии в двойных дверях холодильника расположены полки для тех продуктов, которыми мы пользуемся чаще всего. Климатический комплекс LG SIGNATURE очищает, увлажняет и ионизирует воздух в помещении, а также проводит детальный анализ его состава.

Управлять линейкой LG SIGNATURE можно через специальное приложение LG SmartThinQ, объединив технику в систему для умного дома.

Забегая вперед, расскажем, что потребителей ждет еще много интересных решений – например, революционная линейка умных стиральных машин 2019 года с системой искусственного интеллекта и прямым приводом нового поколения AI DD. Благодаря усовершенствованной технологии TurboWash360 цикл стирки длится всего 39 минут, экономя при этом целых 20 минут, соответственно, уменьшая расход электроэнергии и воды. При этом даже самое деликатное белье не потеряет своего качества, так как стиральная машина сама точно определяет тип и вес ткани и стирает в наиболее подходящем режиме.

«Компания LG Electronics Home Appliances & Air Solution в ближайшее время представит на казахстанском рынке новую линейку стиральных машин с искусственным интеллектом. Благодаря прямому приводу нового поколения мы снизили уровень шума и вибрации и увеличили размер внутреннего барабана, сохранив при этом размеры стиральных машин. Уверен, казахстанцы высоко оценят нашу новинку», – отметил Сунмин Пак, глава департамента продаж и маркетинга по стиральным машинам в странах СНГ компании LG Electronics Home Appliances & Air Solution.

Еще в ноябре 2014 года LG установила мировой рекорд на рынке, продавая одну стиральную машину каждые 8 секунд в более 160 странах. Об этом участники пресс-тура узнали на территории высокотехнологичного завода компании в городе Чангвон. Журналисты и блогеры увидели процесс изготовления и сборки техники. Свою продукцию предприятие экспортирует в 170 стран мира. Приведем несколько интересных фактов: за 1 день производственной линии завода по выпуску стиральных машин выходит 2,5 тыс. товаров, за один час собирают 300 единиц техники, а раз в 10 секунд выходит готовая стиральная машина. При этом на предприятии выявляют всего 0,5% производственного брака. Таких заводов в мире 12. На сбор одного холодильника уходит немного больше времени – 2 часа 30 минут, однако один раз в 16 секунд с производственной линии выходит готовый холодильник. При этом на одной линии собирают сразу две модели. За день на линии выпускают около 2 тыс. товаров.

Стиральная машина LG TwinWash получила сертификат BAF (Британский фонд по борьбе с астмой) – это значит, что она действительно рекомендована для людей, страдающих от аллергии или астмы, а также для стирки детских вещей.

Участники пресс-тура познакомились с традициями Южной Кореи и совершили интересное путешествие в мир современных технологий вместе с LG Electronics, а главное – увидели «закулисье» огромной корпорации, которая каждый день проводит под девизом Life's Good!

От зубной пасты до современной техники

История компании LG началась в 1947 году: 5 января корейский бизнесмен Ку Ин Хой создал компанию Lak Chemical Co по производству зубных щеток и зубной пасты под торговой маркой Lucky. Постепенно компания расширила свой ассортимент и стала производить косметические средства, бытовую химию и химические материалы.

Новый этап в развитии Lak Chemical Co начался в 1958 году. 1 октября была создана компания GoldStar, которая уже в 1959 году представила первый транзисторный радиоприемник на рынке Кореи. Дальше – больше. В 1960 году вышел электрический вентилятор, в 1965-м – холодильник, в 1966 году – черно-белый телевизор, в 1968 году – стиральная машина, в 1969-м – кондиционер, в 1970-м – автоматический стационарный телефон, а в 1973 году – первый корейский кассетный магнитофон. Уже в 1974 году произошел ребрендинг и появилась Lucky Chemical Ind, а сама корпорация, включавшая в себя дочерние компании, в том числе и GoldStar, стала называться Lucky Group. Корпорация расширялась, развивалась и инвестировала в новые технологии. Так, в 1975 году в городе Гуми открылся завод по производству цветных телевизоров.

С 1980 года компания начала активно осваивать международный рынок и открывать новые производства. В 1982 году запущено предприятие по производству телевизоров в Алабаме, в 1986-м в Германии – завод по выпуску видеомагнитофонов, затем появились производственные мощности в Египте, Великобритании, Индонезии и т.д.

Еще одним важным периодом в развитии компании стал 1995 год. Именно тогда руководством было принято решение о реструктуризации. Lucky Group, GoldStar и еще около 50 предприятий объединились под общим брендом LG, а компания GoldStar стала LG Electronics. За свою историю LG первой выпустила телевизор, кондиционер и стиральную машину в Южной Корее, а в 2014 году компания выпустила первый в мире OLED-телевизор 4K.

Головной офис LG Electronics находится в Сеуле.

Участники пресс-тура с руководителями подразделений LG Home Appliances & Air Solution в штаб-квартире LG Electronics в Сеуле

Динара Сатжан

Назыма Гадильбек

Алишер Еликбаев

Weiss Ratings – инвесторам: Ждите, Bitcoin скоро упадет

Дмитрий Чепелев

За прошедший семидневный период криптовалютный рынок существенно увеличил свою капитализацию. Практически все основные криптовалюты продемонстрировали значительный рост на фоне укрепления «цифрового золота». Все больше экспертов отрасли транслируют мнение о наступлении криптовалютного «ренессанса», при этом, однако, многие аналитики все еще настороженно смотрят на события, происходящие на рынке. К лагерю первых относится Йони Ассия, генеральный директор инновационной инвестиционной площадки eToro. Он считает, что текущая рыночная ситуация является явным предвестником криптовалютной весны. «Быки» все еще находятся с нами, злые «медведи» так и не смогли их уничтожить. Так что мы вскоре будем наблюдать что-то вроде возрождения, – высказался он. – Я являюсь сторонником позиции, что мы скоро узрим значительно более высокую стоимость биткоина в среднесрочной перспективе. Однако, если честно, биткоин не очень хорошо подходит для трейдинга, так как крайне сложно предугадать поведение рынка».

Аналитики Weiss Ratings вторят Йони Ассие в части того, что в среднесрочной перспективе рынок ждет стремительный рост, однако они убеждены, что инвесторам, желающим войти в рынок, стоит дождаться коррекции «первой криптовалюты». «Историческая сложилась ситуация, что первый откат стоимости после начала «бычьей» фазы является одной из лучших точек входа для людей, желающих вернуться на криптовалютный рынок», – поделился мнением главный криптовалютный аналитик рейтингового агентства Weiss Ratings Хуан Вилларедж.

Судя по информации издания Cointelegraph, компания Yahoo! пытается войти в индустрию как раз накануне прогнозируемого увеличения желающих купить криптовалюты и намеревается на 30 мая запуск собственной криптовалютной биржи. На начальном этапе на бирже интернет-гиганта будут доступны Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), Ripple (XRP), Litecoin (LTC) и Bitcoin Cash (BCH).

Тем временем компания Bitspark выпустила доклад, в котором сравнила пригодность различного рода криптовалют для проведения трансграничных платежей. Интересен факт того, что Ripple, созданный специально для этих целей, получил далеко не самый благосклонный отзыв. При этом «цифровое золото» было названо гораздо более практичным из-за того, что большое количество компаний принимают его к оплате. В отчете исследователи попытались проанализировать плюсы и минусы основных криптовалют в области перевода денег и выставить им оценки. Bitcoin и Ethereum получили «среднюю» оценку. В то же время Stellar, созданный сооснователем Ripple, получил более высокую оценку. Преимуществами Stellar были названы встроенная децентрализованная биржа и удобство создания «стейблкоинов». Что касается Ripple, то основным его недостатком аналитики назвали низкую ликвидность в парах с фиатными валютами. «Количество платежных шлюзов Ripple не изменялось в течение четырех лет. Эти платежные шлюзы зачастую включают лишь биткоин-биржи, где трейдеры спекулируют ценой XRP по отношению к BTC. Эти «конторы» не являются платежными компаниями, они не используют XRP по прямому назначению», – заявил Джордж Харап, основатель Bitspark. – Единственный рынок с достаточной ликвидностью, где люди согласны обменивать фиат на криптовалюту, – это биткоин».

За прошедший семидневный период общая капитализация криптовалютного рынка увеличилась на 7,04%. На утро среды, 28 мая 2019 года, она составила $272,4 млрд против $249,3 млрд на конец прошлой недели.

1. Bitcoin (BTC). Очередной семидневный период закончился для «цифрового золота» на позитивной ноте. Bitcoin вплотную приблизился к отметке $9000 и с большой вероятностью в ближайшее время сможет закрепиться выше нее. Победой же на прошедшей неделе можно считать очередное преодоление $8000 рубежа, который являлся своеобразной психологической отметкой. Важно также то, что «первая криптовалюта» продемонстрировала существование достаточно стабильной линии поддержки на уровне $7800, которая является одним из основных индикаторов наличия перспективы взятия очередных максимумов.

На утро среды, 27 мая 2019 года, цена BTC составила $8661. За неделю «цифровое золото» прибавило в цене 8,86%. Рыночная капитализация «цифрового золота» достигла новых высот и составила $153,5 млрд. При этом за счет роста стоимости остальных криптовалют доля Bitcoin в общей рыночной капитализации снизилась на 0,1 процентных пункта и составила 56,4%.

2. Ethereum (ETH). «Цифровая нефть» также не отстала от старшего брата и продемонстрировала недельный рост в размере более 7%. На текущей момент, однако, для эфира будет гораздо важнее сломать линии сопротивления в паре с Bitcoin нежели с долларом США. В перспективе возможен рост стоимости Ethereum по отношению к Bitcoin до прошлых максимумов, что может обеспечить трехкратный рост эфира.

На утро среды, 27 мая 2019 года, стоимость Ethereum составила $271. За прошедшую неделю «цифровая нефть» прибавила в стоимости 7,11%. Доля ETH в общей капитализации криптовалютного рынка за неделю уменьшилась на 0,3 процентных пункта и составила 10,5%.

3. Ripple (XRP). За прошедший семидневный период рипл прибавил чуть более 14% и тем самым продемонстрировал рост, практически в два раза превышающий средний рост его товарищей по топ-3 криптовалют. Принимая во внимание факт того, что недельный рост не был обусловлен новой положительной информацией касательно криптовалюты, можно сделать вывод, что Ripple двигается с некоторой задержкой по отношению к Bitcoin и Ethereum. Неделей ранее рост «банковской» криптовалюты составил лишь 2,3%, в то время как, например, Ethereum нарастил более 24%.

На утро среды, 27 мая 2019 года, стоимость Ripple составила $0,4528. За прошедший семидневный период токен XRP прибавил в стоимости 14,06%. Доля рипла в общей капитализации криптовалютного рынка выросла на 0,2 процентных пункта до 6,9%.

Общая рыночная капитализация криптовалют
(с 21 по 28 мая 2019 г.)

Сравнение изменения **стоимости топ-3 криптовалют** за неделю
(с 21 по 28 мая 2019 г.)

Топ-3 криптовалют	21 мая 2019 г.	28 мая 2019 г.	Изменение в %
1. Bitcoin (BTC)	$7956	$8661	+8,86%
2. Ethereum (ETH)	$253	$271	+7,11%
3. Ripple (XRP)	$0,397	$0,452	+14,06%
Общая кап-ция (млрд)	$249,3	$272,4	+7,04%

С прицелом на будущее

Как получить британское среднее образование в Казахстане

Алан Байкадамов

«Все лучшее – детям!» – такого принципа придерживается большинство казахстанцев. Пока одни радуют своих чад дорогостоящими гаджетами, другие – вкладывают в их образование: отдавая своих детей на языковые курсы, в центры дополнительного образования или отправляют на обучение за рубеж. Дальновидные родители прекрасно понимают, что от того какую основу и какой трамплин в виде зарубежного высшего образования они дадут своим детям сегодня, зависит их обеспеченное завтра. Ведь инвестиции в образование детей – это не просто очередная статья расходов, а финансовый инструмент пролонгированного действия.

К сожалению, сегодня в системе среднего образования Казахстана существует ряд нерешенных системных проблем, таких как: устаревшие методики обучения, основывающиеся, в большей части, на заучивании/запоминании материала (а не его анализе), направленные на подготовку к тестам: ЕНТ и др. (а не на развитие критического мышления и прочих навыков, необходимых в вузе и в будущей карьере); некачественные учебники, содержание которых часто подвергается критике, низкий уровень заработной платы учителей госшкол. Как следствие – страдает качественный состав учителей; а перегруженность классов (более 20 человек) не дает возможности учителю уделять должное внимание каждому ученику.

Именно поэтому тренд на обучение в международных школах, а после окончания школы и в зарубежных вузах не теряет актуальности уже долгие годы. И на то есть ряд причин. Во-первых, диплом престижного зарубежного вуза признается во всех странах мира. Во-вторых, современные методики обучения направлены в том числе и на развитие неспециализированных навыков или так называемых soft skills. И наконец – учеба по международным стандартам – отличное подспорье для дальнейшего карьерного роста как внутри Казахстана, так и за его пределами.

Подтянуть английский язык, получить британский аттестат о среднем образовании, пройти адаптацию для успешного обучения на англоязычных зарубежных программах бакалавриата сегодня можно даже не выезжая из страны. Такую возможность казахстанским школьникам обычных общеобразовательных школ и их родителям предоставляет международный центр дополнительного образования EdAccess. Центр аккредитован британской экзаменационной комиссией Pearson Edexcel на подготовку учеников и прием экзаменов на получение сертификатов государственного образца Великобритании. В их числе: General Certificate of Secondary Education (GCSE) – это аттестат о неполном среднем образовании, то есть аналог 9 классов казахстанской школы и A-Level – аттестат о полном среднем образовании, аналог аттестата об окончании 11 классов. К слову, при наличии в аттестате высоких оценок с этим документом можно поступить в самые престижные университеты Англии, США, Канады, Новой Зеландии, Австралии и многих других стран.

Создание британского учебного центра дополнительного образования EdAccess в Алматы поддержали АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» и АО «Нурбанк». Как рассказал корреспонденту «Капитал.kz» Эльдар Сарсенов, председатель правления АО «Нурбанк», поддержка проектов, направленных на развитие образования в Казахстане, имеет приоритетное значение для их финансового института.

«Имея четкий и убедительный бизнес-план, этот центр открывает перед собой хорошие перспективы для дальнейшего развития, роста и преобразования в международную школу. Директор центра и его идейный вдохновитель Зауре Увалиева – фанат своего дела. Такому руководителю можно смело доверить своего ребенка, потому что она подходит к делу с позиции родителя и заинтересована в том, чтобы ученики ее центра получили такие навыки и знания, которые помогут им стать успешными именно на международной арене!

«Желаю дальнейшего развития центру, а его ученикам стремления и свершения самых грандиозных планов! Пусть EdAccess откроет перед вами новые перспективы и двери самых престижных вузов мира!» – пожелал Эльдар Сарсенов.

Чему учат в EdAccess?

Британский центр дополнительного образования EdAccess ориентирован на школьников от 10 до 16 лет. Стоит отметить, что обучение ведется по оригинальным британским методикам и учебникам, и только на английском языке. В зависимости от возраста учащихся в центре предусмотрено 3 программы обучения. Первая –подготовительный курс, рассчитанный на школьников с 5 по 7 классы. Он включает изучение 5 предметов: английский язык, математика, физика, химия и биология.

Вторая – базовый курс британской средней школы для восьми и девятиклассников (GCSE). По этой программе школьники учатся 2 года и изучают около 10 дисциплин. Среди них: математика, физика, химия, биология, география, история, английская литература, информационные технологии, экономика и бизнес.

И третья – программа предвузовской подготовки – A-Level. Она предназначена для школьников старших классов, планирующих поступать в топовые вузы мира или в Назарбаев Университет. По этой программе старшеклассники в углубленном формате изучают 3-4 дисциплины по будущей специальности. Это могут быть: медицина, информационные технологии, инженерия, туризм, энергетика, строительство, экономика, бизнес или финансы. Такой подход позволяет получить фундаментальные знания и навыки, которые пригодятся в конкретном вузе. Это и отличает британскую систему обучения от общеобразовательных школ Казахстана, где ученики вынуждены изучать все предметы согласно школьной программе вне зависимости от того, на гуманитарную или техническую специальность будет поступать школьник.

Уникальность EdAccess состоит еще и в том, что обучение в центре может проходить и в формате дополнительного образования, то есть ребенок учится в своей казахстанской школе и параллельно обучается в EdAccess, посещая уроки 2-3 раза в неделю. То есть ребенок постепенно и естественно адаптируется к британской образовательной системе в привычных для него условиях без отрыва от семьи. А по завершению 11 классов, сдав необходимые экзамены в своей школе и в центре EdAccess, школьник получит сразу два аттестата: казахстанский и британский. При этом ему не придется тратить еще один год на программу Foundation/Pathway при стандартном поступлении в зарубежный вуз.

Цена вопроса

Стоимость обучения в британском центре дополнительного образования EdAccess существенно ниже, чем обучение за границей и варьируется от 93 до 7 тыс. в год в зависимости от выбранной программы. Для сравнения: стоимость обучения по программе A-level в Великобритании составляет более 6 млн тенге в год. Добавьте к этому расходы на проживание в студенческом общежитии – это еще порядка 200 тыс. тенге в месяц, а также затраты на питание, авиаперелет, визу, медицинскую страховку.

Таким образом, получая британский аттестат A-level в Казахстане, родители экономят более 6 млн тенге в год. Более того, для учеников с отличной и хорошей успеваемостью в казахстанской школе предусмотрена скидка в размере 10% от стоимости обучения. Кстати, сейчас в центре идет отбор учащихся на 2019-2020 учебный год. Подать заявку на обучение и получить детальную информацию по программам можно на сайте http://edaccess.kz

НОВОСТИ НЕДЕЛИ

КАЗАХСТАН

«КАЗАГРО» ЗАКРЫЛ СВОИ ВНЕШНИЕ ДОЛГИ

Холдинг «КазАгро» своевременно погасил остаток долга по еврооблигациям в размере 179,6 млн евро и избавился от возможных валютных рисков. Об этом сообщили в пресс-службе холдинга. «Исключение подверженности валютным рискам является важной составляющей финансовой стабильности «КазАгро». Холдинг как основной оператор государственных программ в аграрном секторе сам должен быть финансово устойчивым. Без понимания этого фактора невозможна успешная реализация поставленных государством задач», – сказал председатель правления АО «Национальный управляющий холдинг «КазАгро» Ербол Кабашукеев. Своевременное погашение долгов положительно влияет на рейтинги холдинга. В настоящий момент долгосрочный кредитный рейтинг «КазАгро» представлен оценкой «BBB» с прогнозом «Позитивный» по шкале Fitch Ratings и оценкой «Ba1» с прогнозом «Стабильный» по шкале Moody's Investors Service. **(kapital.kz)**

У БАНКОВ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЙ ЗАПАС СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА

Ситуация в банковском секторе Казахстана стабильная, зафиксированы умеренный рост кредитования, высокий уровень свободной ликвидности и значительный запас собственного капитала. Об этом говорится в сообщении Национального банка по итогам апреля 2019 года. Совокупный собственный (регуляторный) капитал банковского сектора на 1 мая 2019 года составил 3,8 трлн тенге. Коэффициенты достаточности капитала банковского сектора находятся существенно выше нормативных значений и составляют: нормативы достаточности совокупного регуляторного капитала (к2) – 22,7% при минимальном значении – 8%, норматив достаточности основного капитала (к1) – 17,3% при минимуме – 5,5%. Совокупные активы банковского сектора с начала 2019 года снизились на 2,7% и составили на 1 мая 2019 года 24,6 трлн тенге. Снижение объясняется продажей портфеля сельхоззайственных кредитов АО «Цеснабанк» в АО «Фонд проблемных кредитов» на сумму 604 млрд тенге. В структуре активов преимущественную долю занимают кредиты – 48,7%, портфель ценных бумаг – 23,3%, наличные деньги, аффинированные драгоценные металлы и корреспондентские счета – 12,4%. **(kapital.kz)**

КАЗАХСТАНЦЫ ВЫСЫЛАЮТ ДРУГ ДРУГУ ВСЕ МЕНЬШЕ ДЕНЕГ

Объем денежных переводов через международные системы на территории Казахстана за январь-апрель 2019 года составил 11,3 млрд тенге — на 55,8% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Количество транзакций сократилось на 53,4%, до 48,6 тыс. Заметим, 2018 год был рекордным по объему переводов на территории РК: за 12 месяцев сумма переводов составила 72,9 млрд тенге, количество транзакций — 294,5 тыс. По сравнению с 2017 годом отмечен прирост в 3,1 раза по объему и на 31,9% — по количеству транзакций. Чуть менее половины объема переводов на территории РК приходится на систему «Золотая корона»: 5,3 млрд тенге — на 29,2% меньше, чем за январь-апрель 2018 года. На втором месте Faster: 942,9 млн тенге (-25,8%). На третьем — Contact: 506 млн тенге, единственный из лидеров, кто показал рост — на 67,3%. Наибольшая доля от общего объема отправленных переводов в разрезе валют — у тенге: на национальную валюту в апреле 2019 года приходится 58,8%. Второе место занимает американский доллар: 34,3%. При этом в марте доллар преобладал над тенге — 46,9% против 41,5%. Удельный вес российского рубля за месяц сократился с 10,1% до 5,8%, евро — с 1,5% до 1,2%. **(finprom.kz)**

ДОХОДНОСТЬ АКТИВОВ ЕНПФ СОСТАВИЛА 5,8%

Доходность активов Единого накопительного пенсионного фонда (ЕНПФ) за последние 12 месяцев составила 10,7% при инфляции в 4,9%. Реальная доходность накоплений вкладчиков достигла 5,8%. По состоянию на 1 мая 2019 года объем портфеля пенсионных активов ЕНПФ составил 9 761,9 млрд тенге. Денежные средства и финансовые инструменты, номинированные в тенге, составили 6 613,1 млрд тенге, или 67,7%, номинированные в иностранной валюте – 3 148,8 млрд тенге, или 32,3%. В апреле 2019 года объем инвестирования пенсионных активов, номинированных в тенге, составил 76,00 млрд тенге. Объем инвестирования пенсионных активов, номинированных в иностранной валюте, составил 168,7 млрд тенге. Также в апреле 2019 года в соответствии со сроками, установленными в проспектах эмиссии ценных бумаг, произошло погашение основного долга по госбумагам Правительства США и АО «НК «КазМунайГаз» на сумму 94,6 млрд тенге и 3,9 млрд тенге соответственно. В отчетном периоде были реализованы следующие ценные бумаги: госбумаги Правительства США на сумму 38,1 млрд тенге; госбумаги Правительства Республики Азербайджан на сумму 54,4 млрд тенге ($143,5 млн). Доход за период владения по облигациям МБА, рассчитанный в долларах США, составил порядка $27,5 млн, или 11,0% (3,7% годовых), в тенге – порядка 45,6 млрд тенге, или 100,4% (23,5% годовых). **(kapital.kz)**

Галим Хусаинов: оснований для девальвации нет

Анна Видянова

В мае некоторые аналитики стали активно муссировать тему о предстоящей девальвации тенге. Между тем пока курс нацвалюты ведет себя достаточно спокойно – он не превышает 382 тенге за доллар. Председатель правления «Банка ЦентрКредит» Галим Хусаинов объяснил, почему доводы о резком ослаблении нацвалюты безосновательны.

«В I квартале 2019 года платежный баланс Казахстана впервые стал положительным, и цена на нефть сейчас достаточно комфортная для нашей страны, инфляция низкая. Поэтому уверен, что пока арбитража, для того чтобы проводить обесценение тенге, нет», – считает Галим Хусаинов.

Он считает, что прогнозы некоторых аналитиков касательно ослабления тенге после выборов «не имеют под собой никакой основы».

«Нужно знать, что из себя представляет девальвация. Резкое ослабление нацвалюты возможно в том случае, если бы в Казахстане был фиксированный курс тенге. А когда фиксированного курса нет, то в принципе резкого однодневного ослабления тенге в принципе не может быть», – заметил Галим Хусаинов.

Он привел в пример Россию, где ослабление рубля не было одномоментным.

«В 2014 году, когда было резкое падение цен на нефть и российский рубль с 30 за доллар упал до 60, потом до 80, то ослабление рубля не произошло. Становилось. Поясню, однодневного ослабления рубля не было – процесс произошел в течение полугодия. Повторюсь, что понятия «девальвация» при текущей политике (плавающего курса. – Ред.) не может быть. Если же Нацбанк объявит о том, что будет фиксированный курс, то, чтобы произошла девальвация, нужно, чтобы прошло минимум 2-3 года, для того чтобы появились диспропорции в экономике. А этого пока нет», – заметил Галим Хусаинов.

Собеседник отмечает, что ослабевание тенге в пределах 5-6% – это в принципе нормальное явление, которое соответствует макроэкономическим показателям экономики РК.

«Дело в том, что в Казахстане инфляция находится в коридоре 5-6%, а арбитраж процентных ставок, например, между ставкой ФРС и базовой ставкой Нацбанка составляет около 6-7%. К примеру, 5% от текущего курса (от 382 тенге за доллар) – это почти 20 тенге. Если же в течение года курс дойдет до 400 тенге, многие эксперты начнут говорить, что в Казахстане произошла девальвация. На самом деле это не девальвация – это корректировка курса, которая поддержана макроэкономикой страны, и она никак не влияет на благосостояние населения, потому что на сегодня арбитраж ставок покрывает любые возможные убытки», – считает он.

Банкир уверен, что слухи о предстоящей девальвации связаны «с разогреванием общества перед выборами». «К чему могут привести слухи о девальвации? Люди на ожиданиях о девальвации начинают менять тенге на валюту. Это приводит к тому, что курс доллара повышается под прессингом эмоциональных ожиданий. Если, например, курс доллара достигнет какой-то максимальной отметки (условно 390 тенге) и население поймет, что в принципе дальше курс не может двигаться, то все снова начнут менять доллары на тенге. Ведь населению нужно покупать продукты, обеспечивать ежедневные потребности в тенге – то есть понадобятся тенге. В результате произойдет укрепление нацвалюты. И потом все, кто менял тенге на доллары, начнут получать убытки. Это мы уже проходили за последние 3 года несколько раз. И наше население опять может наступить на те же грабли. А заработать на этом изменении курса будет практически невозможно», – полагает Галим Хусаинов.

В Нацбанке объяснили снижение международных резервов

Мадина Касымова

Почему снизились международные резервы Нацбанка, проводит ли регулятор интервенции и когда начнут продавать слитки золота за границу. Об этом в беседе с корреспондентом «Капитал.kz» рассказал заместитель директора департамента монетарных операций Национального банка РК Иван Сердюк

– В последнее время повились публикации о снижении международных резервов Национального банка. Согласно последним данным, объем резервов увеличился на 0,2% за месяц и составил $27,1 млрд на 1 мая, однако с начала года резервы снизились на 12%. Что стало причиной такой динамики? Каковы дальнейшие тенденции?

– Золотовалютные резервы Национального банка Казахстана на 1 мая 2019 года составили 27,1 млрд, увеличившись на 0,2% за месяц. Условия на внешнем рынке для экономики складываются преимущественно благоприятные. С начала года наблюдается рост цен на нефть, укрепление валюты основного торгового партнера – России, что также отражается на улучшении показателей внешних счетов страны. Платежный баланс второй квартал подряд находится в профиците. Сохранение позитивной конъюнктуры мировых цен на нефть не создает давления на международные резервы. Вместе с тем снижение активов с начала года связано с погашением внешних обязательств субъектов экономики.

– Некоторые эксперты говорят, что падение резервов связано с проводимыми интервенциями на валютном рынке. Прокомментируйте ситуацию, пожалуйста.

– Объем нетто-интервенций Национального банка на валютном рынке с начала 2019 года равен нулю. А уменьшение резервов в I квартале 2019 года, как было отмечено мной ранее, объясняется другими причинами: преимущественно снижением средств в иностранной валюте на корреспондентских счетах в Нацбанке, погашением внешних обязательств, в том числе обслуживанием внешнего долга правительства.

Как пример – в феврале 2019 года АО «КазАгро» были досрочно погашены евробиллиарции на сумму порядка $1 млрд с целью сокращения внешнего долга и снижения подверженности организации валютным рискам.

– Чем вызвано снижение остатков на корреспондентских счетах банков в Национальном банке?

– Размер корреспондентских счетов, учитываемых в составе золотовалютных резервов, может варьироваться, поскольку банки и другие клиенты осуществляют переводы между счетами Национального банка и другими зарубежными банками. При этом данный фактор находится вне контроля Нацбанка. Снижение средств в иностранной валюте на корреспондентских счетах в Национальном банке также может происходить из-за дедолларизации вкладов клиентов банков.

– В какие инструменты инвестируются резервные активы?

– Золотовалютные активы инвестируются в инструменты денежного рынка, облигации развитых и развивающихся стран, корпоративные ценные бумаги инвестиционного уровня, альтернативные инструменты и золото. Исходя из целей, стратегии, требуемого уровня доходности и принятия риска, активы распределяются по 6 портфелям: портфель золота, портфель ликвидности, инвестиционный портфель, стратегический портфель, портфель альтернативных инструментов и портфель развивающихся рынков.

Например, портфель ликвидности используется для реализации денежно-кредитной политики, поддержания высокого уровня ликвидности и сохранности резервов, удовлетворения краткосрочного спроса на валюту и обслуживания внешнего государственного долга. Портфель ликвидности также включает остатки на корреспондентских счетах банков и клиентов, включая правительство, в Национальном банке. Основной валютой портфеля является доллар США, а средства инвестированы преимущественно в государственные облигации казначейства Соединенных Штатов со сроком погашения до года.

– Большую долю резервов занимает золото. Национальный банк продолжает активную скупку золота у местных производителей. Какие дальнейшие планы у Нацбанка по реализации приоритетного права?

– Все верно, с 2011 года Национальный банк реализует право преимущественной покупки золота у отечественных производителей. За этот период золотые запасы увеличились более чем в три раза. Национальным банком было выкуплено около 254 тонн аффинированного золота, только с начала года порядка 19,2 тонны. По запасам золота Казахстан занимает 15-е место в мире.

– Как наращивание активов в золоте повлияет на резервы?

– Если говорить в целом, то покупка физических объемов золота мировыми центральными банками берет свое начало в послекризисный 2009 год. За последние 5 лет рост резервов в золоте наблюдается во многих развивающихся странах. Наиболее активными покупателями золота в данный период были центральные банки России, Турции, Китая и Казахстана.

В условиях турбулентности на сырьевых рынках, в частности, цен на нефть, геополитической неопределенности и волатильности на мировых финансовых рынках возрастает роль золота как безопасного средства сбережения в долгосрочной перспективе. Кроме того, активы в золоте диверсифицируют портфель, снижая влияние коррекционных явлений на финансовом рынке, смены мировых экономических циклов из-за слабой корреляции ценного металла с динамикой валютного, долгового и фондового рынков.

На конец апреля портфель золота достиг $15,1 млрд, что составляет около 56% от международных резервов. В мировой практике нет определенного комфортного уровня доли резервов в золоте. Страны Европы (Германия, Франция, Италия) и США традиционно имеют высокие запасы золота, их доля составляет около 60-75%. Япония, Корея, Австралия обладают золотом, доля которого менее 10% в ЗВР.

Национальный банк не таргетирует долю золота в резервах, она может меняться.

– Нацбанк планировал продажу золота за границу, сколько тонн намечено вывезти, каковы сроки?

– Для повышения узнаваемости отечественных слитков на мировых рынках Национальный банк планирует реализацию слитков за рубеж. В настоящее время ведется анализ ценовых предложений иностранных контрпартнеров. По мере выработки оптимального сценария будет произведена поставка. Ориентировочные сроки начала реализации – второй-третий квартал 2019 года. Объем продажи слитков составит до 4% от объема аффинированного золота, приобретенного в 2018 году (около 2 тонн). Значительно запасы золота Казахстана не изменятся.

Спекулятивные сделки: как не прогадать

Дмитрий Сочин,
эксперт компании Exante в Казахстане

Тайны мировых финансовых рынков пытаются постичь многие, но успешных историй мы слышим мало. А еще, стоит зажечься сверхновой звезде на трейдерском небосклоне, как она очень быстро гаснет. Здесь речь пойдет, прежде всего, о спекулятивных сделках.

Мы попытаемся разобраться, почему процент успеха на этом поприще настолько мал. Тайна кроется в человеческом мозге, его стереотипной модели мышления, описанной еще академиком Павловым в начале 20 века, точнее, объясняется ее побочным действием, которое можно назвать излишней уверенностью в собственных утверждениях. Разница между профессиональным управляющим с опытом в десятки лет и начинающим инвестором заключается лишь в наборе «правильных» стереотипов, которые приводили к отдельным успешным результатам, и степени упорядоченности вызовов определенных стереотипов из памяти. Последнее можно свести к рациональному и нерациональному поведению. Рациональность сводится к уменьшению эмоциональной составляющей и максимальному приближению к теоретическим основам.

Экономика и все имущественные отношения между людьми не являются строгой наукой, как математика или физика. Можно заметить, как со временем начинают доминировать одни экономические теории, а на второй план уходят другие. Стабильность успеха профессионалов с большим опытом в значительной степени связана со способностью обновлять стереотипы и контролировать эмоции.

Для капитала нет опаснее людей, чем те, которые познали незаслуженный успех. Рынок заманивает большую часть инвесторов в ловушку, где их ждут боль и страдания. Новое поколение инвесторов попадает в определенный вектор, где оно

получает хорошую прибыль, думая, что это продукт исключительно его интеллекта, однако это не так. Процент прибыльных сделок остается высоким, инвесторам кажется, что они финансовые боги, все их модели и системы работают как швейцарские часы и самоуверенность растет в логарифмической прогрессии. Вера в бесконечный рост рынков или перманентное ожидание обвалов –точные симптомы этого. Однако потом наступает катастрофа, за которой следуют банкротства и человеческие трагедии. Часть инвесторов навсегда уходит с рынка, другая перекладывается в консервативные инструменты и лишь небольшая часть не сдается и идет дальше. В англоязычной литературе, посвященной поведенческой экономике, все это укладывается в емкий термин – overprecision, то есть «излишняя самоуверенность», основанная на ограниченном наборе простых шаблонов. Простой способ, позволяющий избежать такого исхода, – быть осторожным, то есть контролировать риски, всегда иметь запасной парашют на случай, если оказался не прав.

В обычном мире, то есть вне мира акций и производных инструментов, эмоции или трезвый расчет проявляются в виде, условно, покупки соли, спичек и макарон. Среди жителей Казахстана популярна игра «Поймай девальвацию», что является, пожалуй, самым ярким примером иррационального поведения. Люди легко ввязываются в нее после какой-нибудь резонансной статьи с сомнительным смыслом, начинают будоражить валютный рынок, он начинает двигаться. А с другой стороны находятся игроки, обладающие более полной информацией и действующие рационально. «Девальвация» захлебывается, и люди остаются с дорого купленной валютой. Со временем они приобретают новый стереотип, что такие колебания норма, и теряют бдительность, в большинстве случаев пропускают истинное движение курса, в итоге постоянно оставаясь в проигрыше. Особенность поведения людей в таких ситуациях – это признание единичных прибыльных сделок и полное игнорирование факта общего негативного результата. Думаю, здесь можно узнать себя или знакомых. Большинство склонно хвастаться успехом и замалчивать о неудачах.

Интересно, что на финансовых рынках можно тоже наблюдать круг бедности. Инвесторы с маленьким капиталом в большинстве своем являются самой иррациональной категорией. Именно они склонны участвовать в операциях с высоким риском, будь то торговля с сумасшедшими кредитными плечами через дилинговые центры, покупка сильно подешевевших акций «плохих» компаний, инвестиции в shitcoins на рынке криптовалют или первичное размещение акций компаний с раздутой оценкой. Все это до определенного момента может приносить многократную прибыль, но в более растянутой перспективе приводит к потере денег и даже долговой яме.

В итоге может показаться, что финансовые рынки – это некая непостижимая вселенная. Но есть хорошая новость: постоянная тренировка мозга, здравый смысл и дисциплина в любом случае приведут к успешным результатам. И здесь речь идет не только об изучении специализированной информации: мозг – интересная штука, он может соединить совсем разные шаблоны из разных областей знаний. Например, Рэй Далио, Джеймс Саймонс или тот же Уоррен Баффет обладают глубокими познаниями в различных сферах деятельности человека.

Четыре способа увеличить продажи во время спада сезона покупок

Автор перевода Мария Галушко

В США пик продаж приходится на «черную» пятницу и киберпонедельник. Для потребителей это возможность приобрести товары по конкурентным скидкам, а для ретейлеров – генерировать огромную выручку, чтобы компенсировать спад продаж в более спокойные месяцы. В остальное время магазины пытаются поддерживать постоянный приток клиентов, придумывая для этого различные стратегии.

О том, как защитить бизнес от сезонных колебаний продаж, увеличить доход в течение года, а не полагаться на выходные для поддержания финансовой стабильности, а также о других способах, которые помогут увеличить заказы клиентов в несезон – рассказал сайт Inc.com на примере компании Amerisleep. Чтобы свести к минимуму зависимость от периодов покупок, компания инвестирует в прямой маркетинг бренда. Это позволяет повысить осведомленность потребителей о продукте и дает им возможность делать быстрые покупки, не дожидаясь дней скидок.

1. Улучшение органического SEO для продвижения сайта в поисковиках

Данные опроса, проведенного Moz в 2014 году, показывают, что лучший результат для бизнеса дает более 30% всех кликов через поисковик Google. Это же исследование показывает, что более 71% пользователей поисковика не переходят на вторую страницу, принимая решение на первой.

Для завоевания большей доли рынка нужно расставить приоритеты в своей стратегии SEO. Чтобы привлечь аудиторию, которая уже о вас знает, а также новых клиентов, которые только собираются искать информацию о вашей компании, включайте в продающие тексты термины с вашей торговой маркой. Настройте общие условия поиска для привлечения клиентов, которые еще не слышали о вас. Осведомленность о бренде влияет на конкурентоспособность продукта и возможность долгосрочного роста.

В течение всего года потребители стремятся узнать больше о бренде и товарах, которые он производит. Необходимо создать контент, отвечающий на их вопросы, и контент, который займет видное место в результатах поиска. Это поможет обеспечить новые продажи.

2. Проведите аудит конверсии и обновите «узкие места»

В сегодняшнем мире, где покупки все больше совершаются с помощью цифровой техники, предполагается, что большинство брендов электронной коммерции уже имеют оптимизированный веб-сайт. Но мы все еще сталкиваемся со странницами магазинов, которые создают больше препятствий, чем возможностей для покупок.

Случайные потребители, непростимулированные большими скидками, не станут терпеть то, что усложняет процесс оформления заказа. Чаще всего люди готовы ждать несколько дней, чтобы получить свой заказ, но не готовы ждать несколько минут для его оформления. Чтобы преодолеть это, вы должны проанализировать каждый шаг онлайн-шопинга, убедиться, что все страницы, изображения, модули и строки кода слаженно работают для обеспечения более высокой конверсии. Каждый элемент процесса маркетинга, поиска продукта и процесса обучения должен быть логичным, быстрым и актуальным. По мере того, как клиенты приближаются к завершению своей покупки, веб-сайт должен помочь им свести к минимуму отказ от этой покупки и повысить ценность каждого этапа воронки.

3. Стратегически объединяйте продукты вместе

Пакеты продуктов – эффективный способ для торговли в интернете, который помогает увеличить среднюю стоимость заказа и предложить стратегические скидки клиентам в периоды, не связанные с распродажами. Заказывая несколько товаров одновременно, нужно сформировать выгодное предложение, чтобы покупателю не нужно было ждать сезона скидок.

Один из способов, благодаря которому потребитель остается в плюсе, это когда в комплект входят товары, дополняющие друг друга. Например, продавая кровати, можно предложить матрасы на выбор. Персонал компании должен знать о товаре все, чтобы рекомендовать лучшую комбинацию для покупателя, помочь ему выбрать цвет, размер, умело приближая к принятию решения.

4. Реализуйте единую стратегию ретаргетинга.

Чтобы привлекать клиентов вне сезонов продаж, необходимо инвестировать в развитие узнаваемости бренда и привлечение новых клиентов. Поскольку это может быть дорогостоящим процессом, нужно быть уверенным, что каждый доллар, потраченный на маркетинговое продвижение, обеспечит долгосрочный и ощутимый возврат инвестиций.

Проведенные исследования показывают, что 92% новых посетителей сайта не собираются совершать покупки. Таким образом, если вы не готовы привлекать их после того, как они уйдут, вы автоматически теряете 92% своих маркетинговых инвестиций. Чтобы максимизировать доход от маркетингового бюджета и получать больший доход в течение года, разверните ретаргетинг объявлений для розничной торговли. Привлеките покупателей, которые слышали о вас в прошлом, но нуждаются в дополнительной информации, прежде чем они будут готовы сделать заказ. Так на протяжении всего сезона вы сможете увеличивать продажи.

Цвет налогообложения выцветший синий или зеленый

Владимир Фесенко,
эксперт ЕУ в Казахстане

Итак, у вас в кармане есть грин-карта – идентификационная карта, которая в 2010 году вернулась к своему привычному зеленому цвету, или американский паспорт, выцветший синий, но наполненный светлыми и демократичными мыслями (в прошлых статьях мы рассмотрели варианты получения этих документов). Теперь вы избавлены от административной волокиты – подсчитывать дни пребывания в США, по часам следить время пересечения границы больше нет необходимости – отныне вы каждый год налоговый резидент Соединенных Штатов. И теперь самое время разобраться с налоговой системой страны, которая согласилась вас приютить и взамен обязала пожизненно уплачивать налоги в свою казну с доходов, полученных в любой точке мира.

В США есть семь ступеней налоговой шкалы (в отличие от привычной нам одной ставки) – 10%, 12%, 22%, 24%, 32%, 35% и 37%. Прогрессивная налоговая система означает: чем выше доход, тем выше применимая эффективная налоговая ставка. Рассмотрим на простом примере – вы заработали в год $50 000 налогооблагаемого дохода (если часть дохода заработана в валюте отличной от доллара – нужно использовать один из предложенных обменных курсов для пересчета в доллары (OANDA или IRS)). Первые $9 525 облагаются по ставке 10%, сумма свыше этих $9 525 до $38 700 - по ставке 12%, оставшаяся сумма – по 22%. Что в итоге дает $6 939,5 налога, или 13,9% эффективной налоговой ставки. Таким образом, чтобы прикинуть, какая будет итоговая налоговая ставка, нужно смотреть на так называемые налоговые категории (tax brackets), а также ваш статус – single, married filing jointly, married filing separately, head of household или qualifying widow. Рассмотренный пример актуален для налогоплательщиков со статусом single или married filing separately. Статус нельзя выбрать просто по желанию – если вы не замужем/не женаты, автоматически статусы married недоступны. Если у вас нет иждивенца на попечении (супруги не в счет) – статус head of household отпадает.

Все полученные проценты, дивиденды, зарплата, пенсия, доход от сдачи имущества в аренду (уменьшенный на понесенные расходы, такие как ремонт, страховка, коммунальные платежи, амортизация), доход от участия в партнерстве и все прочие доходы в совокупности составляют скорректированный валовый доход (adjusted gross income). Но это еще не тот доход, на который рассчитывается налог. У налогоплательщика есть возможность уменьшить налогооблагаемый доход на сумму понесенных расходов, таких как медицинские услуги, суммы уплаченного подоходного налога в штатах, проценты по ипотеке, взносы на благотворительность. Если таковых расходов в отчетном году не было – не беда, можно вычесть стандартные $12,000 (или $24,000 для замужних/женатых и $18,000 для глав домохозяйств). Теперь у нас есть налогооблагаемый доход (taxable income), налог на который рассчитывается по маржинальным ставкам. Сумма полученного налога может быть не финальной – в дополнение к этой цифре в некоторых случаях нужно будет доплатить, например, налог на чистые инвестиции (net investment income tax) по ставке 3,8% или 0,9% дополнительного медицинского налога (additional medicare tax), а также налог на дарение или наследство. Если налог на часть дохода был уплачен в иностранном государстве и оно имеет преимущественное право налогообложения этого дохода в соответствии с договором об избежании двойного налогообложения между США и страной получения дохода (если такой договор вообще существует) – этот налог можно полностью зачесть в Соединенных Штатах.

Как же все эти цифры переложить на бумагу? Для этого есть американская налоговая декларация, форма 1040, которая внешне теперь действительно похожа на открытку, как и обещал в ходе предвыборной кампании Дональд Трамп. Однако в дополнение к двухстраничной форме 1040 есть еще сотни различных форм, которые нужно заполнять в тех или иных случаях. Все это необходимо подать в налоговую службу США до 15 апреля года, следующего за отчетным. Предусмотрена автоматическая отсрочка подачи отчетности до 15 октября. Но налог надо обязательно заплатить до 15 апреля, за позднюю уплату предусмотрены штрафы. К этой же дате необходимо оплатить ¼ предполагаемого налога на доход за текущий год (estimated tax). Такой налог платится четырьмя платежами и корректируется по итогам года на основании налоговой декларации, любая переплата будет подлежать возврату, любая недоплата – опять же будет причиной штрафов. Есть ли случаи, когда декларацию подавать не надо? Да, если за год заработать меньше установленного порога ($12,000). Именно поэтому на детей, рожденных в США, не свалится налоговое бремя до того, как они начнут зарабатывать.

Помимо самой налоговой декларации предусмотрены и другие формы отчетности – отчет об иностранных счетах (FBAR, или FinCEN 114), который необходимо подавать при превышении максимального совокупного баланса по неамериканским счетам $10,000 за год; форма 3520 – для отражения подарков, полученных от американских нерезидентов; форма 709 – для отражения сделанных подарков, превышающих ежегодный лимит ($15,000 для 2018 года); форма 8854 для тех, кто решил отказаться от американского гражданства, но не освободился от уплаты expatriation tax и последующей подачи отчетности, а также многие другие формы. И это только отчетность на федеральном уровне. Для штатов есть собственная отчетность… При этом такие формы необходимо подавать, даже если обязанности подавать саму декларацию нет (например, ввиду отсутствия дохода) вне зависимости от возраста.

Налоговая система США построена на принципе добропорядочности налогоплательщика – в год менее 1% всех поданных налоговых деклараций попадают под тщательный налоговый аудит, в ходе которого запрашиваются любые подтверждающие документы (для личного спокойствия все бумажки, подтверждающие каждую цифру, указанную в декларации, стоит бережно хранить). Даже одна налоговая оплошность может очень дорого обойтись (за нарушение налогового законодательства предусмотрены не только большие денежные штрафы, но и уголовная ответственность в виде лишения свободы).

Каждая налоговая ситуация отдельного физического лица уникальна и состоит из множества мелких деталей, которые порой сложно самостоятельно собрать в единую картину, правильно используя Налоговый кодекс США, множество инструкций к формам, различные публикации. Именно поэтому у каждого американца в дополнение к собственному юристу, психоаналитику и дантисту обязательно имеется и бухгалтер-консультант, который поможет разобраться в тонкостях американского налогового законодательства и даже эффективно спланировать и уменьшить налоговую нагрузку до момента получения грин-карты или паспорта США. С его помощью вам не грозит прочувствовать на себе гнев налоговой службы Соединенных Штатов за недоплаченные доллары в американский бюджет.

НОВОСТИ НЕДЕЛИ

МИРОВЫЕ

SPACEX ЗАПУСТИЛА 60 СПУТНИКОВ

SpaceX запустила первых 60 телекоммуникационных спутников своего проекта Starlink. В случае полноценной реализации проект может обеспечивать доступ в интернет из космоса практически в любой точке планеты. Спутники были доставлены на орбиту высотой около 440 км ракетой Falcon 9. Суммарный вес аппаратов составил 13 620 кг — рекорд выводимой на орбиту массы для SpaceX. 60 спутников — ничтожно малая часть от необходимых для обеспечения минимального покрытия всей планеты 1800 штук, всего же для обеспечения нормальной пропускной способности и скоростей потребуется около 12 тыс. спутников. По мнению разработчиков проекта, интернет от Starlink будет востребован не только жителями труднодоступных районов, куда невыгодно тянуть наземные линии связи. Мобильные спутники Starlink расположены гораздо ближе к поверхности Земли, чем традиционные геостационарные спутники. Это позволяет сигналу передаваться гораздо быстрее и избегать задержки, которая в случае с геостационарными спутниками может достигать нескольких секунд. Низкая задержка важна не только при общении по Skype или в сетевых играх, но и, например, для финансовых компаний. Илон Маск утверждает, что в случае полной реализации Starlink сможет приносить SpaceX до $30 млрд выручки в год, что позволит финансировать разработку более продвинутых ракет-носителей и космических аппаратов для реализации главной мечты предпринимателя — колонизации Марса. **(hitech.vesti.ru)**

В КНР ПОКАЗАЛИ САМЫЙ БЫСТРЫЙ МАГЛЕВ

Китайская корпорация CRRC представила прототип поезда на магнитной подушке, который после введения в строй станет самым быстрым маглевом в мире. Как сообщает CNN, новый поезд будет курсировать на скорости в 600 километров в час. Маглевы удерживаются над дорогой, двигаются и управляются с помощью электромагнитного поля. Во время движения поезда не касаются пути и единственной силой, вызывающей торможение маглева, является аэродинамическое сопротивление. Прототип нового маглева CRRC собрала на предприятии в Цинтао. В ближайшее время разработчики планируют провести испытания поезда. Штатная эксплуатация нового маглева, как ожидается, начнется в 2021 году. Технические подробности о китайском поезде на магнитной подушке не уточняются. В настоящее время самой быстрой электромагнитной дорогой в мире является путь между международным аэропортом Пудун и станцией метро Лунъян в Шанхае. Длина линии составляет около 30 километров. По ней маглев проезжает за 7 минут на скорости в 431 километр в час. Рекорд скорости среди поездов на магнитной подушке принадлежит японскому маглеву, испытанному в 2015 году на экспериментальном участке пути между Токио и Нагоя. **(nplus1.ru)**

GLOBALCOIN ПОЯВИТСЯ В 2020 ГОДУ

Сетевые источники сообщают о планах компании Facebook по запуску собственной криптовалюты в следующем году. Также известно о том, что тестирование криптовалюты под названием GlobalCoin начнется в конце 2019 года. Ожидается, что более детальная информация о планах Facebook появится летом. В настоящее время представители компании консультируются с чиновниками из Министерства финансов США и Банка Англии, обсуждая вопросы регулирования. Также ведутся переговоры с компаниями, занимающимися денежными переводами, в том числе с Western Union. Это говорит о том, что компания ищет доступные и быстрые способы отправки денежных средств, которые могут использоваться клиентами, не имеющими банковских счетов. Проект по созданию платежной сети и запуску собственной криптовалюты носит кодовое имя Libra. О его реализации впервые было объявлено в декабре прошлого года. Новая платежная система позволит людям обменивать международные валюты на криптовалюту. **(3dnews.ru)**

HUAWEI ОТЛУЧИЛИ ОТ WI-FI

Компанию Huawei существенно ограничили в правах в организации Wi-Fi Alliance, занимающейся разработкой новых и продвижением существующих стандартов технологии Wi-Fi. Однако, в отличие от SD Association, изгнавшей Huawei 24 мая, Wi-Fi Alliance решила временно не прибегать к наиболее жестким ограничениям. Если ассоциация SD Association лишила Huawei возможности использовать в своей технике карты памяти SD и microSD, то Wi-Fi Alliance, по данным ресурса Android Authority, пока ограничился отстранением китайского вендора от участия в разработке стандартов. Другими словами, Huawei потерял влияние в этой сфере и теперь не может предлагать свои идеи и решения по стандартизации Wi-Fi. При этом за компанией пока сохранено право производства и использования модулей Wi-Fi в своей технике. Официальное заявление организации в отношении отстранения Huawei звучит так: «Wi-Fi Alliance действует в соответствии с приказом Министерства торговли США. Членство Huawei Technologies не отменено – альянс временно ограничил ее участие в действиях организации, охватываемых приказом». Одновременно с временным прекращением своей деятельности в составе разработчиков стандартов Wi-Fi компания Huawei покинула, по информации Nikkei Asian Review, еще одну организацию – Сообщество инженеров, специализирующихся в области электронных устройств. Прекращение членства в сообществе означает для Huawei то же, что и исключение из Wi-Fi Alliance – компания больше не может принимать участие в разработке новых стандартов, продвигаемых JEDEC. **(cnews.ru)**

Успешны ли монобрендовые магазины спортивного питания

Ксения Бондал

Рынок спортивного питания в Алматы, хотя и насыщен игроками и товаром, в немалой доле заполнен магазинами-однодневками, поэтому обмануться на неработающей продукции легко. Но даже на эффективных БАДах для спортсменов и поклонников активных видов спорта состояние не сделать, поэтому узкоспециализированная продукция имеет все шансы увеличить прибыльность магазинов по продаже спортпита. Об этом в разговоре с корреспондентом «Капитал.kz» рассказала владелица магазина «Алтын Арыстан» Екатерина Гагарина

– Екатерина, вы профессиональная спортсменка, и поэтому решили зарабатывать деньги на том, в чем разбираетесь, – на спортивном питании?

– Не совсем так. Сначала мы с мужем открыли магазин, а потом приняли решение попробовать себя в профессиональном бодибилдинге. Мы поняли, что это будет хорошим способом продвижения нашего товара. Согласитесь, одно дело, когда вас в магазине спортпита консультирует человек, далекий от спорта, и другое – когда это делает спортсмен, который сам его принимает, знает и ощутил результат на себе. Такое консультирование вызывает больше доверия.

– Ваш маркетинговый ход сработал?

– После того, как мы вышли на сцену первый раз, появился новый поток клиентов в магазине. У нас же 80% людей не знают, что такое спортивное питание, и путают его со стероидами. Вообще, важно пояснить, что на момент открытия наш магазин был монобрендовым, то есть мы единственные в Алматы продавали всю продуктовую линейку только одного производителя – это была компания из Польши.

– Почему вы пошли этим путем?

– Когда стали задумываться о спортивном питании, мой супруг участвовал в проекте одного популярного российского спортсмена, который на тот момент был бренд-амбассадором того самого бренда. В процессе он познакомился с интересными людьми, и одним из них был известный биохимик – научный консультант некоторых компаний спортивного питания, который давал очень хорошие рекомендации по этому бренду в соотношении качества и цены. Мы решили рискнуть и стать представителями в Казахстане.

– А почему не стали еще что-то ставить на полки?

– Договор франшизы это запрещал.

– Но потом вы отказались от этого формата?

– Товар имеет свойство заканчиваться (смеется). Поскольку мы только начинали свой бизнес, то не знали, какая продукция будет самой востребованной, покупали наугад. Продажи пошли, все было отлично, но в какой-то момент продукция закончилась, и наш партнер в России, через которого мы покупали продукцию, «обрадовал» нас тем, что начались проблемы с поставками из-за сложной ситуации с непорядочными конкурентами. Мы попали впросак, потому что сначала у партнера не было товара, потом у него начались финансовые трудности. Пришлось сидеть почти с пустыми полками, начались убытки, потому что клиенты приходили, а нам нечего было им предложить, и они уходили. В результате мы разорвали договор франшизы, это был долгий и сложный процесс. Потом стали покупать помимо польского бренда продукцию других компаний, но только по рекомендации нашего научного консультанта.

– Как изменилась доходность вашего бизнеса после перехода от моно- к полиформату?

– Мы открыли наш магазин 3 года назад на пике развития рынка, это первое. Второе – у нас был широкий ассортимент, поэтому продажи были гораздо выше, чем потом. После расторжения договора удалось удержаться на плаву, потому что магазин – это не единственный наш бизнес. У мужа уже 12 лет работает бойцовский клуб «Алтын Арыстан», также у нас есть небольшой тренажерный зал. Как раз доходы от клуба позволяют нам делать ребрендинг и расширять магазин. Я больше не хочу завозить протеин, гейнеры – это есть везде. Планирую развивать бизнес в узких направлениях: большой ассортимент витаминов, препаратов для суставов, изотонических напитков, гелей и других добавок для улучшения и поддержки нашего организма. Это специфичный товар, который в широком ассортименте не завозят крупные сетевые магазины. При этом сейчас в Алматы развиваются разные направления активных видов спорта, в которых принимают участие непрофессиональные спортсмены. Люди, которые этим адекватно занимаются, понимают, что, например, бегуну не обязательно пить протеин, но ему необходимы препараты для здоровья связок и суставов, что ему необходим хороший витаминный комплекс, а также грамотный консультант, который поможет правильно подобрать спортпит.

– Высока конкуренция в вашем сегменте?

– На тот момент, когда мы открывали магазин, в городе работали пара крупных сетей и несколько магазинов в закутках, в крупных тренажерных залах продавались ходовые позиции. Но стоило нам открыть магазин, начался бум (смеется), и за три последних года число магазинов, условно говоря, выросло с 20 до 70-80. И что самое интересное, у всех одинаковый ассортимент: протеиновые коктейли, гейнеры, аминокислоты, жиросжигатели. А популярностью пользуется ограниченное число брендов, просто потому что они давно присутствуют на рынке, и народ покупает их по старой памяти или потому что у кого-то друг употребляет их продукцию. Но это не показатель того, что они самые качественные.

– Ваши коллеги рассказывают, что много поддельного товара.

– Сейчас нет смысла этим заниматься. Любой из нас может зайти на сайт и заказать все что душе угодно из Америки, Европы, России и оформить доставку, никаких проблем – это легальные покупки. Какой-то товар может не сработать, потому что «пустой», но это не подделка. Да, вначале 2000-х привозили протеин в мешках, похожих на те, в которых продают муку, потом расфасовывали по целлофановым пакетам и так продавали. Вот там действительно нужно было задумываться, что это за корм. Сейчас можно подобрать оригинальный товар для любого кошелька. К тому же сейчас люди перестали стесняться спрашивать сертификат на спортивное питание.

– У вас просили?

– Да, был даже случай, когда носили наш продукт в лабораторию на анализ. Человек увидел видео о том, что сывороточный протеин во время кипячения должен вести себя определенным образом, и это вызвало у него сомнения в качестве нашего товара. Он отнес его в лабораторию, и я ожидала, что после этого он пропадет. Но, на удивление, человек честно позвонил, извинился и сказал, что результат анализа полностью совпал с показателями по содержанию белков, жиров, углеводов на банке.

– Продажа БАДов для спортсменов – прибыльный бизнес?

– Он был бы прибыльным, если бы не несколько факторов. Первый: у нас магазины часто открываются для кратковременной прибыли, поэтому они начинают демпинговать на рынке. Второй: многие люди, изначально не сведущие в этой теме, я сейчас говорю о потребителях, не понимают, что и зачем принимать, а их еще больше запутывают некомпетентные консультанты в магазинах. А потом, разочаровавшись в каком-то продукте или не получив желаемого эффекта, уже не возвращаются в магазины спортивного питания.

– Какой у вас денежный оборот в год?

– Сейчас где-то 4 млн тенге, когда мы были монобрендовым магазином – 20 млн тенге.

– Собираясь развивать узкие направления в торговле, вы ведь рискуете?

– Очень сильно рискуем, но есть внутреннее чутье, что это должно выстрелить, не может не выстрелить. Элементарно, я столкнулась с тем, что в Алматы нет действительно работающего для спортсменов коллагена, потому что нам нужна гораздо более высокая суточная доза для здоровья связок, чем среднестатистическому человеку.

То есть мы хотим не только деньги зарабатывать, но и приносить людям пользу. Ну и нам нужно развиваться, потому что в наш магазин инвестировали на стадии открытия.

– Кстати, сколько пришлось вложить в магазин?

– Чтобы открыться, потребовалось 5 млн тенге.

– А потом сколько еще?

– Инвестиции до сих пор продолжаются. За три года в общей сложности вложено более 10 млн тенге.

– Вы сказали, мифы о том, что спортпит – это «химия», мешают бизнесу. В последние годы посетители залов все чаще и смелее стали экспериментировать с анаболическими стероидами для наращивания мышечной массы, роста человек показателей. Это не лишило вас части прибыли?

– Человек, который не спортсмен и который долго верил в миф, что протеин – это «химия», очень нескоро станет экспериментировать со стероидными препаратами.

Я знаю, что некоторые тренеры пичкают своих клиентов ими для достижения быстрого результата, хотя часть из них, может, даже и не знает, что именно они принимают, и думает, что вот эти таблеточки, которые им тренер в руку выдает, и есть спортпит. Ко мне в магазин приходили люди и просили такие «волшебные таблеточки», но, узнав, что это не спортпит, были весьма удивлены.

– А почему вы не продаете?

– Я не специалист по спортивной фармакологии. И, самое главное, это нелегально.

– По вашему мнению, как будет развиваться рынок спортивного питания в следующие 2-3 года?

– Мне кажется, что очень стремительно, ведь спортивный образ жизни изо дня в день становится все более популярным. И это значит, что увеличивается число людей, которые заинтересованы в спортивном питании.

Айдын Керімбек: Стаффонд работает, и работает неплохо

Дархан Нурумбетова

Три года назад алматинскому стабилизационному фонду выделили 1 млрд тенге на закупку бакалейной продукции и овощей. С тех пор дополнительные средства из бюджета не запрашивались, сообщил зампредседателя АО «НК «СПК «Алматы» Айдын Керімбек. Он рассказал корреспонденту «Капитал.kz», что хранится в стаффонде и ожидается ли рост цен на продукты в ближайшее время.

В 2011 году при СПК создали ТОО «Алматы азык» – оператора, который формирует стаффонд и использует его запасы. ТОО на сегодняшний день располагает продовольственными запасами на 811 млн тенге.

– Айдын, что сейчас хранится в стаффонде и на какое время хватит этих запасов?

– Стаффонд – это оперативный запас продовольственных товаров. Он оказывает регулирующее воздействие на агропродовольственный рынок и обеспечивает продбезопасность на территории Алматы. Учитывая опыт, который был у СПК, закуплены менее рискованные товары бакалейного кластера: белый сахар-песок на 352,5 млн тенге, мука первого сортана на 32,98 млн тенге, масло растительное на 265, 63 млн тенге, гречневая крупа на 104,43 млн тенге и макаронные изделия на 55,45 млн тенге. Еще 188, 99 млн тенге законтрактовано по фьючерсному контракту на сахар, итого 1 млрд тенге. Запасы стабилизационного фонда на 27 мая этого года составляли 3 240 тонн бакалейной продукции. Для овощей: картофеля, моркови, лука и капусты мы запустили альтернативный проект закладки, так как эти овощи входят в перечень 19 социально значимых продуктов питания, их удельный вес в продовольственной корзине превышает 40%. Практика показала, что покупать овощи очень рискованно: они гниют, сохнут и заменить их на свежие невозможно, потому что сезон сбора урожая у нас один.

Чтобы посчитать, на какое время хватит запасов стаффонда, нужно учитывать норму потребления населением того или иного продукта. Стаффонд нельзя ассоциировать с «до» или «после» военному режиму. У него другая задача – реализация продукции для сдерживания и сглаживания цен на рынке.

К примеру, запасов сахара у нас хватит на два месяца, если по статистике в Алматы живут 1,8 млн человек, а их объем потребления 700 млн кг сахара в месяц. Сахар – это социально значимый продукт, который занимает 15% в продовольственной корзине. Если вдруг в июле-августе цены резко вырастут, то мы можем осуществить товарную интервенцию, которая позволит стабилизировать его стоимость до урегулирования ситуации на рынке. Но это касается только потребителей, а не производителей, у которых свои объемы и свои поставщики.

– Кто ваши поставщики?

– 100% продукции стаффонда поставляют внутренние производители. Это, к примеру, ТОО «Маслодел», ТОО « Таразский сахарный завод», ТОО «Зерноград» и другие. Основные наши поставщики из Алматинской, Жамбылской и Туркестанской областей, а также из Восточно-Казахстанской области.

– Ожидается ли повышение цен на продукты в Алматы?

– Ежегодно на рынке имеется тенденция изменения цен на сахар в сезон заготовки варенья. Это будет происходить в июле–августе. Но резкого скачка цен не будет, потому что на рынке большая конкуренция – сахар поставляется из Беларуси, Кыргызстана и России. Они насыщают рынок, и повода для беспокойства нет.

Вместе с тем практика показывает, что цены на овощи пойдут вниз, так как наши производители на юге Казахстана собирают урожай. К примеру, снизились цены на капусту, сейчас она стоит 180 тенге за килограмм. Также дешевеют томаты, если в марте они стояли 900-1100 тенге за килограмм, то на «Зеленом базаре» их можно купить за 500-620 тенге за кило.

По сравнению с прошлым годом незначительно изменились цены на говядину: с 1643 до 1767 тенге, примерно на 4%. По остальным видам мяса изменений в цене не было, согласно официальной статистике.

На хлеб цены у нас конкурентные, я здесь хочу подчеркнуть – мы не являемся зерносеющим регионом, но у нас есть крупные игроки – производители хлеба, и очень жесткая конкуренция, которая сдерживает цены на социальный хлеб, которые не менялись с 2016 года.

– Какая сейчас цена на хлеб?

– Департамент статистики фиксирует цену 63 тенге за булку. Это отпускная цена на заводе. На полках магазинов хлеб стоит не больше 82 тенге. У нас производят более 160 видов хлеба в разных ценовых сегментах. Здесь нужно понять, что социальный хлеб – это «кирпич» в постранордье, производимый из муки первого сорта, и около 15 компаний в этом сегменте друг с другом сильно конкурируют. У нас нет предпосылок для того, чтобы поднимались цены на социальный хлеб. Остальные виды мучных изделий не регулируются.

– Как часто запускался механизм стаффонда по сдерживанию цен?

– Мы использовали его в прошлом году по сахару, когда произошел резкий скачок. Сначала он стоил 230 тенге за килограмм и дошел до 250 тенге, и нам нужно было активно подключаться. Мы выдавали на рынок продукцию, которая у нас была в резерве. В этом году механизм пока не использовался, потому что нет предпосылок и рисков.

– Насколько ваши цены ниже рыночных, и где можно купить продукты из этого запаса?

– К примеру, макароны из стаффонда стоят 163 тенге, на рынке – 173 тенге. Мука 1 сорта – 95 тенге, на рынке – 110 тенге. Продукты мы поставляем в крупные супермаркеты города.

– Сколько средств уходит на хранение и логистику?

– Из выделенного миллиарда ни копейки не ушло на хранение. В договоре закупа прописано, что хранение осуществляется за счет поставщика. То есть поставщики информируют нас, что через определенное время они будут обновлять и на сегодняшний день бесплатно освежают и хранят продукцию. Что касается логистики, то продукция доставляется поставщиком на ярмарки или в супермаркеты, где товар расфасовывается и под маркой стаффонда выставляется на полках.

Проблемы со складскими помещениями существуют не только в Алматы. Склады давно устарели, большинство из них построены в 90-е годы. Новые современные овощехранилища можно сосчитать по пальцам, потому что как бизнес они среднерентабельны и ими нужно заниматься сегментированно, иметь распределительный центр и склады. Сейчас мы ведем переговоры с инвесторами по строительству крупного отлово-распределительного центра, но пока рано об этом говорить, и я не могу раскрыть детали переговоров.

– В начале года в мажилисе предложили отстранить СПК от программы формирования стаффонда. Есть мнение, что работа стаффонда несовершенна. Как вы к этому относитесь и как решаете имеющиеся проблемы?

– Депутаты имеют право предлагать, а профильное министерство имеет право обжаловать или оспорить эти предложения. Стаффонд работает, и работает неплохо. Да, где-то были погрешности, минусы со скоропортящимися овощами, но стаффонд необходимо подкреплять дополнительными альтернативными инструментами. Он нуждается в новом подходе и один из таких подходов – проект закладки, который стал дополнительным рычагом для сдерживания цен на социально значимые товары – картофель, морковь, лук и капусту. Проект был разработан при акимате Алматы и реализован СПК.

СПК заключает договор с крупными игроками, и на основании банковской гарантии выделяется определенная сумма. На предстоящий сезон закупается картофель, морковь, лук, капуста. Мы фиксируем цену, допустим на январь, а в следующие месяцы по фиксированным ценам поставляем супермаркетам. В этом году, когда были скачки цен на капусту, в апреле мы закрепили цены совместно с нашими партнерами на отметке 193 тенге за килограмм, когда на рынке она уже стояла 240-250 тенге. Это эффективные меры.

Проект закладки в 2018 году был реализован на 750 млн тенге из собственных средств СПК. В будущем планируем работать только по данной программе и хотим увеличить корзину, добавив в овощная сахар-песок белый и мясо кур (бедренная часть).

Сегодня инструмент обеспечивает нам безопасность реализуемых товаров и снимает многие риски, связанные с хранением, реализацией и денежными потерями. Аналогичное решение в скором времени будет использоваться в стаффондах по всей стране.

СПРАВКА ПО СТАБИЛИЗАЦИОННОМУ ФОНДУ НА 27 МАЯ 2019 ГОДА

ЗАПАСЫ СТАБИЛИЗАЦИОННОГО ФОНДА НА 27 МАЯ 2019 ГОДА СОСТАВЛЯЮТ 3 240,95 ТОННЫ ПРОДУКЦИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ:

№	Наименование продукции	Остаток продукции в кг	Остаток продукции в тг.
1	Сахар-песок	1 500 000	352 500 000
2	Мука 1 сорта	347 200	32 984 000
3	Масло растительное	699 030	265 631 400
4	Крупа гречневая	348 100	104 430 000
5	Макаронные изделия	346 620	55 459 200
	ИТОГО	3 240 950	811 004 600

Онлайн-туризм в Казахстане: когда его доля начнет расти?

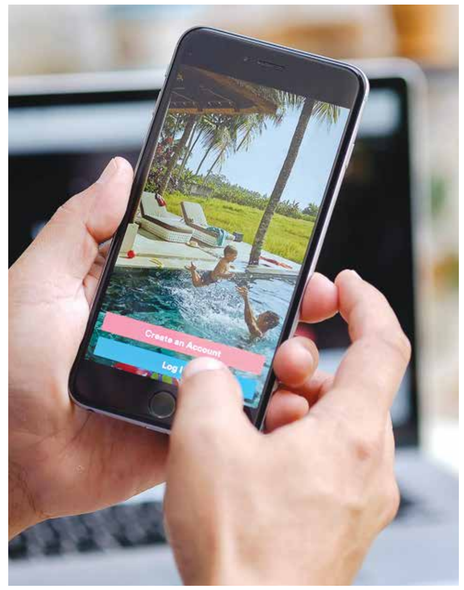
Еркин Тикенов,
директор по развитию бизнеса Pillowz.kz

В апреле этого года Международный исследовательский институт Market Research Future опубликовал результаты своего исследования (Online Travel Market Report), посвященного рынку онлайн-туризма, которые показали, что мировой рынок онлайн-путешествий вырастет с $570,25 млрд в 2017 году до $1 134,55 млрд к 2023 году при совокупном годовом темпе роста (CAGR) в 13,16% в год. По расчетам APAC (Азиатско-Тихоокеанский регион), доля онлайн-туризма занимает уже около 40-45% в сегменте travel во всем мире. В некоторых развитых странах данный показатель составляет 60-70%.

С географической точки зрения, на рынке онлайн-туризма самую большую долю занимает регион Северной Америки – 33,75%, с объемом рынка в $192,46 млрд. Ожидается, что в прогнозируемый период рынок Северной Америки будет расти среднегодовыми темпами в 11,8%. Европа является вторым по величине рынком онлайн-туризма, оцененным по итогам 2017 года в $178,72 млрд, а самым быстрорастущим регионом стал Азиатско-Тихоокеанский, с темпом роста в 15,9%.

Рост объема индустрии онлайн-туризма связан в мире в основном с применением технологических достижений. Новые онлайн-технологии, распространение глобальных систем дистрибуции (GDS) и растущее проникновение интернета сделали процесс бронирования и покупки билетов, гостиниц, туристических продуктов очень доступным и быстрым. К этому процессу нужно добавить и тот нюанс, что поставщики туристических услуг с помощью новых технологий смогли разработать единые платформы, через которые турагентства предоставляют несколько услуг. Благодаря этому процесс путешествий значительно перешел от физических заказов к веб-бронированиям, а далее и в мобильным платформам. Онлайн-турагентства интегрировали все виды транспорта и варианты размещения, которые поощряются пользователями.

Среди основных факторов, влияющих на рост онлайн-туризма, отмечают и влияние социальных сетей. Широкое распространение социальных сетей, а также возможность давать отзывы и комментарии на сайте электронной коммерции помогают людям делиться своим опытом, оставлять рецензии и работе отелей. Ярким примером этого является платформа TripAdvisor. Возможность рассказывать и оценивать качество гостиницы, хостела или бутик-отеля помогает пользователям выбирать самый лучший продукт и грамотно планировать путешествие. К этому процессу прибавляется еще тот факт, что расширение применения мобильных приложений и онлайн-решений способствует дальнейшему продвижению рынка онлайн-туризма. Растущая потребность на услуги хостелов, арендных домов и альтернативного размещения, бюджетные поездки, характерные для миллениалов, формирование услуг на основе отзывов от других пользователей-незнакомцев также обеспечивают доверие к тревел-платформам и дают прирост количества покупателей онлайн-услуг. Наиболее активно в этом процессе участвуют такие сайты и игроки, как Booking Holding, Expedia Group, Airbnb, Ctrip и многие другие, что значительно повышает привлекательность рынка онлайн-путешествий и делает его доступным для большего количества людей по всему миру.



Все вышеперечисленные тенденции привели к тому, что на сегодняшний день пользователи в развитых странах сами могут составить поездку как за рубеж, так и внутри своей страны, выбирая как люкс, так и бюджетные варианты. В отличие от мировых тенденций, в Казахстане рынок онлайн-туризма в процентном соотношении отстает от офлайн-туризма. По некоторым расчетам, доля онлайн-туризма, а именно авиабилеты в Казахстане только сейчас дотянулись до доли в 20-25% в общей структуре покупок в туризме. Связано это как с относительно низким проникновением интернета по сравнению с развитыми странами, так и спецификой рынка Центральной Азии.

По словам сооснователя казахстанского проекта Pillowz.kz (аналог модели Booking или Airbnb в Казахстане) Асылбека Кошкарова, на относительно медленный рост сектора онлайн-туризма в РК влияют несколько факторов. Во-первых, это операционная модель самих турагентств, которые привыкли работать в ручном формате, либо те, кто строит бизнес, системно используют различные решения по автоматизации от GDS (системы бронирования). У турагентств в зависимости от сегмента – авиаагентства, чартер-подрядчики, агентства, работающие на выезд, или инкаминговые туроператоры во въездном туризме, как правило, очень ограниченные кадровые и финансовые ресурсы, что не позволяет им работать, используя современные каналы продвижения, создавать платформы, мобильные приложения для бронирования билетов и отелей.

«Мы на своем опыте убедились, насколько это сложный процесс – запустить платформу по бронированию краткосрочной аренды жилья – и сколько технических и финансовых трудностей возникает при этом», – отмечает Асылбек Кошкаров.

Во-вторых, возраст и привычки клиентов. Клиенты от 25 до 35 лет сами покупают билеты, бронируют отели и планируют путешествие, а путешественники более старшего поколения не доверяют сервисам, им проще купить билет или забронировать гостиницу через турагентство, чем оплачивать банковской картой, используя онлайн-сервисы. Те, кто младше, еще практически не путешествуют самостоятельно, вне организованных групп, или не могут себе позволить затраты, потому нет стабильных источников доходов. В-третьих, отсутствие интегрированных онлайн-продуктов, доступных в интернете. По словам Асылбека Кошкарова, казахстанские туристские сервисы, к сожалению, не предоставляют все услуги на одной платформе, через одну систему, и путешественник вынужден бронировать на одном сервисе билеты, на другом – автомобиль, на третьем – отель/гостиницу, что создает дополнительные сложности и неудобства. Создание единой платформы сделало бы процесс более легким и комфортным для пользователей, сэкономив их время.

Переборать существующую ситуацию и увеличить долю онлайн-туризма, по мнению Асылбека Кошкарова, можно несколькими способами.

«В качестве некого драйвера роста онлайн-туризма могут выс-тупить несколько факторов. Первый – рост грамотности среди населения в вопросах онлайн-бронирования. Стремительное распространение банковских карточек и мобильных приложений банков доказывает, что казахстанцы открыты к технологическим новинкам, и в случае, если будет хороший продукт, отвечающий их потребностям, они легко перейдут на новую платформу. Большую роль играет и переход самих агентств из офлайн-модели в онлайн-модель. Наконец, вопрос поколений. Рост поколения Z и превращение их в путешественников однозначно заставит рынок идти в сторону онлайн-технологий», – подытожил он.

Как видно из краткого обзора, рынок онлайн-туризма в Казахстане обречен на рост. Несмотря на нынешние трудности, будущее за онлайн-туризмом и теми игроками, которые смогут предложить удобные сервисы и решения для путешественников.

Подарок с умом: аналитика помогает радовать друзей и близких

Максим Цуканов,
руководитель направления клиентской аналитики и CRM компании SAS Россия/СНГ

Ситуацией выбора подарка практически каждый сталкивается регулярно – перед Новым годом, в феврале-марте, когда мужчины и женщины совершают поздравительные рокировки, в преддверии дней рождения наших родных и близких, к выпускному, на свадьбы, ко всевозможным юбилеям и годовщинам – и на этом список далеко не заканчивается. И каким бы ни был бюджет – солидным или скромным – найти удачный подарок всегда непросто, даже если речь идет о близком человеке, не говоря уже о новых знакомых или коллегах, чьи вкусы и предпочтения часто неизвестны. Могут ли в этом помочь новые технологии и современные аналитические инструменты? Об этом рассуждает Максим Цуканов, руководитель направления клиентской аналитики и CRM компании SAS Россия/СНГ.

Данные как ценность

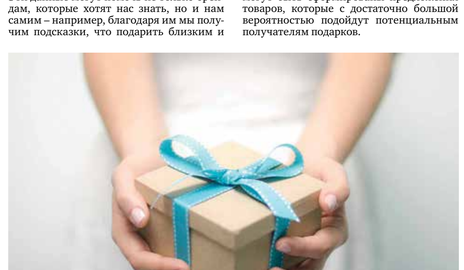
Данные в наше время превратились в материальную ценность – их нельзя потерять, но их можно передавать, продавать и покупать. Как результат – многие стали бояться, что к ним получит доступ злоумышленник, чтобы воспользоваться информацией себе на пользу и в ущерб нам. То и дело появляются новости о том, что мобильный оператор или соцсеть продали данные своих пользователей сторонним коммерческим компаниям, и такие сообщения нас пугают. Возникает впечатление, что если сведения о нас попали в руки тем, кто хочет извлечь из них прибыль, то на нас тут же обрушится поток спама и мошеннических писем, а наш телефон будет разрываться от рекламных звонков.

На самом деле картина далеко не такая страшная. Данные – это не только имя, фамилия или номер телефона: многие даже не подозревают, какой информационный шлейф ежедневно оставляет за собой обычный владелец обычного смартфона. Согласно статистике SAS, в США средний пользователь мобильного гаджета смотрит на его экран 1500 раз в день, проводя с ним 177 минут в сутки. Он просматривает интернет-страницы, общается в мессенджерах и соцсетях, совершает покупки, перемещается в пространстве вместе с телефоном, который оснащен геолокацией – и история таких действий отнюдь не уходит в никуда.

Данные обо всех этих событиях позволяют понять, что интересует человека, каковы его вкусы, где он бывает, с кем общается. Вы обращали внимание, что сейчас на подавляющем большинстве сайтов всплывает предупреждение о том, что на странице используются куки? Нажимая кнопку «ок», мы автоматически соглашаемся с тем, что наши данные будут собраны. То же самое происходит при установке аппликаций на мобильный телефон – прежде чем поставить приложение, мы должны согласиться с рядом его действий и открыть необходимые доступы – например, к фотографиям или списку контактов. Еще один пример – заполнение анкеты при получении дисконтной карты в магазине, где всегда есть пункт о согласии на использовании данных. Поэтому эти данные у нас не крадут, не стоит расценивать это как вмешательство в частную жизнь – мы сами дали множество отдельных разрешений, устанавливая приложения, заходя на сайты и совершая ряд других не менее повседневных действий.

Знать потребителя, чтобы ему угодить

Эти данные могут помочь не только брендам, которые хотят нас знать, но и нам самим – например, благодаря им мы получим подсказки, что подарить близким и друзьям. На основе этой информации ретейлеры могут получить представление, что именно для нас актуально, что нам предложить, когда, в каком месте, с какой скидкой и так далее. Такое предложение может быть проигнорировано, если оно не подходит, но может стать и ценной идеей для подарка, которую мы никак не могли найти.



Раньше ретейлеры просто заваливали своих пользователей всевозможными рассылками – с помощью СМС, по электронной почте и так далее. Это больше раздражало покупателей, чем помогало завоевать их доверие. К счастью для всех, эта эпоха практически ушла в прошлое – сейчас существуют аналитические инструменты, умеющие работать с большими данными. Благодаря им на смену массовым рассылкам приходят индивидуальные релевантные предложения, которые делаются в зависимости от конкретного потребителя, его местоположения, истории его покупок и многих других факторов.

Современные инструменты анализируют данные о клиентах и их действиях в режиме реального времени и создают персональные маркетинговые акции – сегодня, например, возможна скидка на конкретный товар для конкретного покупателя на основе его предыдущего потребительского опыта. И, естественно, что эти инструменты «знают» о приближении праздников, в которые принято делать подарки, имеют представление о круге общения потребителя, могут проанализировать, кому он теоретически может сделать подарок. В свою очередь, для анализа доступны и данные его круга общения, и на их основе могут быть сформированы предложения товаров, которые с достаточно большой вероятностью подойдут потенциальным получателям подарков.

Например, есть пользователь, чья жена часто ходит в фитнес-клуб. Если у заинтересованного бренда, допустим, косметического, стоит современные аналитические инструменты, то этот человек может получить в преддверии Восьмого марта или дня рождения супруги сообщение о скидке на набор средств по уходу для тех, кто ведет активный образ жизни. Тот же фитнес-клуб может послать предложение о семейном абонементе по выгодной цене – словом, система подбирает оптимальные варианты, при этом анализируются запросы женщин того же возраста и с такими же увлечениями, как у жены этого гипотетического потребителя.

Подарки – лишь частный случай: это может быть любое предложение, потенциально интересное для потребителя. Например, в Гонконге и Китае сеть известных пиццерий, опираясь на данные геолокации, присылает сообщение с предложением о скидке в 20%, когда потенциальный клиент проходит мимо их ресторана. Но такой ход быстро скопировали конкуренты. Если этот же человек проходит мимо ресторана конкурирующей сети, то он получает еще более агрессивное предложение.

Или, скажем, аналитика помогает отелям поддерживать свою репутацию – на стойке ресепшн клиент вполне может услышать вопрос, как поживает его собака Джек, хочет ли он номер с джакузи, как обычно, и забронировать ли ему столик в ресторане у окна, как он любит. И сотрудник отеля вовсе не читает мысли – просто аналитические решения собирают данные из разных систем бронирования, которые раньше были разрознены, и рисуют портрет конкретного посетителя со всеми его вкусами и предпочтениями.

Точно по размеру!

Благодаря аналитике ретейлеры могут не только привлечь потребителя в магазин, в том числе идеями для подарков к праздникам, но и сделать так, чтобы нужный товар всегда был в наличии в нужном объеме. Согласитесь, нет ничего досаднее, когда на полке стоят туфли мечты, но вашего размера нет в наличии.

Ретейлеры постоянно лавируют между затовариванием и недостаточным количеством товара – им важно найти золотую середину. Если самого товара или нужного размера слишком мало, то магазин сначала разово не получит деньги покупателей, а постепенно потеряет и их лояльность. Если же товара слишком много, то компания теряет деньги, поскольку вынуждена платить за складские площади, ей приходится устраивать распродажи, чтобы избавиться от излишков и остатков, возвращать или списывать товар и т.д. Спрогнозировать нужное количество товара невозможно только на основе статистики прошлых продаж – нужны аналитические инструменты, которые позволят увидеть, какие размеры какой модели в каком количестве будут востребованы в каждом конкретном магазине сети.

Словом, аналитика позволяет создать ситуацию, когда в выигрыше остаются все. Ретейлер видит точный портрет своего покупателя и на его основе может эффективно с ним взаимодействовать. Покупатель вместо потока ненавистного спама получает действительно интересные предложения, в том числе и по поводу подарков. Поэтому не стоит бояться того, что коммерческие компании используют наши данные – да, они делают это для своей выгоды, но в современном мире она невозможна без лояльности потребителя, а значит, эти данные работают и на нашу пользу, создавая комфортную, неагрессивную, привлекательную потребительскую среду.

НОВОСТИ НЕДЕЛИ

МИРОВЫЕ

ALIBABA ПЛАНИРУЕТ ПРИВЛЕЧЬ $20 МЛРД

Китайский интернет-гигант Alibaba Group Holding Ltd. рассматривает возможность привлечения $20 млрд за счет размещения акций в Гонконге после рекордного IPO в Нью-Йорке, состоявшегося в 2014 году, сообщает агентство Bloomberg со ссылкой на осведомленные источники. По их словам, Alibaba работает с финансовыми консультантами, обсуждая возможные условия размещения. Компания может подать заявку на проведение IPO в Гонконге конфиденциально уже во втором полугодии 2019 года, отметили источники. Как сообщалось, Alibaba привлекла $25 млрд за счет размещения акций в Нью-Йорке в 2014 году, что стало крупнейшим IPO в мировой истории. Акции компании на NYSE подешевели на 22% за последний год. Компания рассматривает второй листинг, стремясь диверсифицировать источники привлечения финансирования и повысить ликвидность акций, говорят источники. По их словам, план получения листинга в Гонконге является предварительным и может измениться. Alibaba Group является крупнейшей интернет-компанией Китая и работает в сфере электронной коммерции. Была основана Джеком Ма в 1999 году. Группе также принадлежат несколько дочерних компаний и интернет-площадок: Alibaba Pictures, Alibaba.com, AliExpress.com, Taobao.com, Tmall.com. **(interfax.kz)**

GENERAL ELECTRIC СОКРАТИТ РАБОЧИЕ МЕСТА

General Electric (GE) собирается сократить около 1 тыс. рабочих мест во Франции, сообщает Reuters со ссылкой на собственный источник в профсоюзе. Если компания сделает это, у нее могут начаться разногласия с французскими властями, неоднократно призывавшими GE не делать этого. По информации агентства, запланированное сокращение рабочих мест GE будет происходить главным образом на ее площадке в Бельфоре, на востоке Франции. Там сокращение уже стало систематическим, отмечает Reuters. Американский гигант пытается экономить за счет этого. При этом ранее в мае министр финансов Франции Бруно Ле Мэр заявил, что он просил GE не уменьшать число рабочих мест во Франции. В апреле GE, отчитываясь о финансовых результатах 1 квартала, отметила, что получила больше прибыли и повесила меньше убытки, чем ожидала. Тем не менее ранее главный исполнительный директор GE Лоренс Калп заявил о том, что в текущем году денежный поток компании будет отрицательным. **(vestifinance.ru)**

THE BORING COMPANY ПОЛУЧИЛА КОММЕРЧЕСКИЙ ЗАКАЗ

The Boring Company Илона Маска построит систему тоннелей для подземного транспорта в Лас-Вегасе за $48,7 млн. Это первый коммерческий контракт компании, пишет Bloomberg. Заказчиком выступает комплекс для проведения массовых мероприятий Las Vegas Convention Center (LVCC). По планам, к выставке CES 2021 его площадь настолько увеличится, что расстояние между залами превысит 3 км. По этой причине LVCC и искала подрядчика, который решит проблему транспортировки посетителей. Перевозить пассажиров будут беспилотники, в основу которых ляжет платформа Tesla Model 3 и Model X. В каждый из них будет помещаться по 16 человек. The Boring Company также оборудует три станции, лифты и пешеходный тоннель в парковке. Посетители LVCC смогут передвигаться внутри комплекса бесплатно. The Boring Company будет получать деньги за проект поэтапно. Всю оплату заказчик перечислит, когда пропускная способность тоннелей достигнет 4400 пассажиров в час. Bloomberg отмечает, что LVCC обезопасил себя на случай неудачи The Boring Company. По условиям контракта, при провале компания Илона Маска должна отдать $1,6 млн, а также вернуть все деньги, вложенные в проект. А если во время CES 2021 система не будет работать на полную мощность, то The Boring Company обяжут платить по $300 тыс. за каждое мероприятие (всего их может быть до 15). Начало строительства запланировано на сентябрь этого года. Завершится оно должно к декабрю 2020 года. **(rb.ru)**

НАЧАЛОСЬ РАССЛЕДОВАНИЕ В ОТНОШЕНИИ ГЛАВЫ PORSCHE

Прокуратура Штутгарта ведет расследование в отношении председателя совета правления компании Porsche Оливера Блюме по подозрению в злоупотреблении служебными полномочиями и уклонении от уплаты налогов, сообщила газета Stuttgarter Nachrichten со ссылкой на свои источники. Как отметило издание, подозрения связаны с завышенными выплатами бывшему главе производственного совета компании Уве Хоку. Прокуратура предполагает, что Блюме и другие члены правления посредством выплаты злоупотребили своим положением в компании. Хюк в начале февраля внезапно оставил свою должность в компании. Во вторник 186 сотрудников полиции, налоговой инспекции и прокуратуры провели обыски в помещениях офисов Porsche AG в Цуффенхаузене и Вайсахе, а также в нескольких частных квартирах. Обыски проводились на основании подозрения, что сотрудник штутгартского ведомства, занимающегося надзором за предприятиями, во время проверки выдал тайную информацию налоговому консультанту Porsche и получил за это вознаграждение. Отмечается, что обыски также проводились в офисе главы правления Блюме и в квартире Хюка, который проходит в деле как свидетель. Представители Porsche заявили, что не хотят «раскрывать детали на фоне текущего расследования». **(vestifinance.ru)**

Что надо знать, организуя велоклуб

Мария Галушко

Четыре года назад алматинский велоэнтузиаст Александр Габченко решил показать, что при помощи велосипеда можно экологично путешествовать не только по Алматы и области, но и по всему миру. Организованный в 2015 году «Клуб велосипедных приключений» сразу же привлек к себе внимание любителей активного отдыха. Тем не менее Александр отмечает, что велотуризм не имеет в Казахстане такой же значимости, как, например, в Европе, и пока еще не является полноценным направлением индустрии туризма. Сейчас немногие люди готовы платить за такой вид отдыха, предпочитая больше короткие, пешие туры выходного дня или пляжный отдых. Своим опытом организации велоклуба Александр Габченко поделился с корреспондентом «Капитал.kz».

Бизнес на энтузиазме

Я ездил на велосипеде много и долго, прежде чем мне пришла в голову идея организовать клуб. В сравнении с другими городами Казахстана, в Алматы велосипед достаточно популярное средство передвижения. Когда мы начинали, никто не рынке не предлагал сервис подобного уровня. Мы же сделали поездку максимально комфортной, включив в нее проживание, проезд, питание, услуги гида. Идея сработала. К нам потянулись люди, которые накатались на велосипеде по городу, но им хотелось большего – расширить границы. При этом они никогда не жили в палатке и не пробовали полевой кухни. Это люди, нацеленные на открытие и познание нового.

Насколько сегодня в Алматы развит велотуризм, сказать не могу, так как это очень емкое понятие. Велопутешествия, которые предлагаем мы в клубе, это всего лишь один из вариантов, а их может быть тысячи. Я бы назвал это не бизнесом, а больше занятием для энтузиастов, так как много на этом деле не заработаешь.

Составление маршрутов – это творческий процесс

На то, чтобы тщательно продумать маршрут, обычно уходит один-три дня, в зависимости от сложности и творческого вдохновения. Не каждое путешествие одинаково планируется по времени. В первую очередь мы, как организаторы, продумываем техническую часть, какие достопримечательности увидим, смотрим на рельеф местности, предугадываем трудности на пути, обдумываем, какое снаряжение необходимо с собой брать, как добраться до места и т.д. Чаще всего используем автотранспорт, но если локация далеко, то это поезд или самолет. Иногда в составлении велотуров мне помогает напарник – Володя Степанов. Он тоже опытный турист и некоторые места знает лучше, чем я. Когда все детали ясны, можно с идеей выходить к людям.

У нас в клубе существует шкала трудностей от одного до трех. Но она весьма условна, так как даже при самом высоком балле поездка все равно будет комфортной.

Экономически нам целесообразней выезжать с местными жителями в новые места, а иностранных гостей возить по хорошо известным локациям города и области. Это идеальная схема, но, к сожалению, она не работает. Не так много людей в Казахстане готовы тратиться на подобный вид отдыха. Если говорить про местных велолюбителей, большой популярностью пользуются походы выходного дня. Поскольку клиенты – это местные люди, то такие же цены, как для иностранцев, установить не получится. А иностранцы на велотуры на один-два дня просто не приезд т, поэтому исходим из того, что есть. За границу пока удавалось выезжать только в Кыргызстан и Монголию, и основной состав алматинцы. Бывают гости из Нур-Султана, чуть реже из Шымкента.

Во что вкладываются организаторы

Мы инвестируем в покупку специального оборудования для перевозки велосипедов, оборудование для организации бивака (палатки, кухня), арендуем автотранспорт, предоставляем инструмент. Если опыта достаточно, как в моем случае, то не так часто приходится выезжать на разведку новых маршрутов, можно обойтись планированием в домашних условиях. Но бывают нюансы, которые нельзя спрогнозировать, сидя дома, лучше приехать на местность, изучить его более детально. Тогда маршрут получается насыщенным, но требует дополнительных затрат, как, например, время, автотранспорт, топливо.

Чтобы добраться до точки, в первую очередь понадобится микроавтобус. Стоимость нового минивэна с колесной формулой 4Х4 с пониженной передачей будет неподъемной. Подержанный обойдется в 2-4 млн тенге. Дальше багажники на велосипеды, они в среднем стоят $100, чтобы купить десять таких, понадобится тысяча долларов. Багажники считаются расходным материалом, они недолговечны и их периодически нужно менять.

Средняя стоимость нормальной палатки, которая выдержит непогоду – $150. Таких палаток нужно пять – это $750. Обязательный элемент – организация бивака, газовые горелки, стулья, столы, газ для готовки – еще около тысячи долларов. Эти вещи тоже необходимо постоянно обновлять.

Велосипеды. Мы ориентируемся на людей, которые приходят к нам со своими велосипедами. Но если вдруг оказалось, что у вас нет велосипеда, можем предоставить в аренду. Это отдельные сложности и проще отправить человека в сторонюю организацию. Но на всякий случай у нас есть несколько своих великов. Стоимость каждого из них в районе 100 тыс. тенге. Это обыкновенный горный велосипед базовой комплектации. Хорошим велосипедом нужно еще уметь пользоваться. Чем проще будет модель, тем дольше она проживет. К тому же на нем дешевле и легче менять запчасти.

Велосипедисты – не бедные люди

Велотурист тратит на путешествия денег выше среднего. К примеру, чтобы одному человеку собраться в велопутешествие, понадобится купить велосипед (от 100 тыс. до 1 млн тенге), спальный мешок (от 10 тыс. тенге и выше), коврик теплоизоляционный (около 5 тыс. тенге), при желании собственная палатка ($100-150).

При организации тура по Алматинской области все расходы включаем в наше предложение. Если место удаленное, то дополнительно оплачиваются расходы на авиаперелет и ж/д билеты. Стоимость приключений выходных дней – от 15 до 35 тыс. тенге, а длительных – в зависимости от логистики и других внешних факторов. Самое дорогое путешествие у нас получилось в Монголию – 250 тыс. тенге, не считая ж/д билетов. В сравнении с европейскими ценами это копейки. Там ценность велотуризма намного выше, и соответственно предложения, аналогичные нашим, стоят намного дороже. Экспаты, которые часто ездят с нами, понимают ценность этой работы, поэтому очень рады нашим ценам, ориентированным на местный рынок.

Не клиенты, а друзья

Наша целевая аудитория – это человек старше 25 лет, который засиделся в офисе и желает развеяться. Обычная езда на велосипеде по городу ему наскучила, поэтому он ищет нас. Иногда приходят любители азарта и приключений. Набирая команду в велотур, ориентируемся по количеству посадочных мест в автомобиле сопровождения, обычно это 14-местный автобус. Если в приключение выходного дня набирается менее шести человек, то мы просто не едем. При пяти заявках я буду вынужден отказать в поездке.

Есть люди, которые ездят с нами уже на протяжении нескольких лет. Они попробовали однажды и возвращаются вновь. Сезонность в этом деле есть, но весьма условная. На весну и осень в основном приходятся короткие туры выходного дня, а летом стараемся ездить в поездки на семьдесять дней. Зимой также можно поехать в теплые страны на велосипеде. Такое предложение мы делали. Пока люди к нему не очень готовы.

Сложности выхода на зарубежный рынок

Сейчас я вижу, что весь рынок велотуров в Алматы наш, и дальше развиваться внутри города особо не получится. Но есть перспективы в случае выхода на зарубежного клиента. Идеальная схема, как я говорил, выезжать с местными велолюбителями в новые места, а иностранцам показывать местные достопримечательности. Пока на зарубежный рынок выйти трудно. Это не пакетный тур, и чтобы о нас узнавали за границей, необходимы такие же энтузиасты, как мы, которые могли бы порекомендовать путешествия подобного рода в Казахстане. В других странах это работает именно так. Пока же Казахстан на международном рынке не очень известен и не особо интересен в плане туризма, и динамики развития в этом направлении не чувствуется. Да, государство делает шаги, пытаясь развивать Казахстан как туристически привлекательную страну, но в этой работе больше внимания уделяется пакетным турам с автобусными экскурсиями.

Кроме того, мы сталкиваемся с тем, что не все национальные парки понимают необходимость оборудования велосипедных маршрутов у себя. Из всего опыта общения хороший был только в природном парке Алтын-Эмель. Пока они не пришли к абсолютной организации велосипедных маршрутов, но адаптировали для велопередвижений те, что у них есть. Сейчас это единственный пример на весь Казахстан, который я могу привести. Остальные не понимают потребности или запроса со стороны велолюбителей и развития экологичного вида путешествий. Велосипед же оказывает минимальное воздействие на окружающую среду, оставляя следов даже меньше, чем пешеходы. Тут хотелось бы больше понимания со стороны Комитета лесного и охотничьего хозяйства Министерства сельского хозяйства Казахстана.

Реклама важна

Вложения в рекламу я считаю обязательными. Ежемесячно тратим часть денег на продвижение, в зависимости от дохода, обычно от 15 до 30 тыс. тенге. Сейчас продвигаем себя через сайт и социальные сети. Первый год продавали только через Facebook и «Вконтакте», сайта не было. Теперь добавились Instagram, почтовая рассылка и сайт. Сайт дал возможность собирать фитбек, заявки и ориентироваться в календаре поездок. Важно не только наличие сайта, но и то, чтобы он хорошо ранжировался в поисковых системах, потому что ниша специфичная. Внешняя реклама себя никак не показала, оттуда пришли единицы, а деньги это приличные. Это несоизмеримые затраты.

Восточная Венеция, город источников и деревня на воде

Владимир Третьяков

Китай обычно ассоциируется у туристов с морскими курортами и шопингом. Но иногда полезно свернуть с уже протоптанных путешественниками маршрутов хотя бы для того, чтобы увидеть настоящий Китай, а не заскавленные виды стран путеводителей и открыток. В поездке по не самым популярным, с точки зрения европейского туриста городам, вас ждут любопытные открытия. Как, например то, насколько развит здесь внутренний туризм. Или как просто и с комфортом можно путешествовать по стране на высокоскоростных поездах. Но самым удивительным кажется любовь китайцев к тому, чтобы проводить досуг у воды. Причем им не обязательно ехать на морские пляжи. Для гармоничного отдыха вполне подходят реки и озера, окруженные ухоженными парками.

Цзинань – город источников

Цзинань – столица провинции Шаньдун и крупный логистический центр на востоке Китая. Но при этом город вполне мог бы стать пунктом маршрута в альтернативном путешествии. Его абсолютно справедливо называют городом источников. Здесь и в ближайших окрестностях насчитывается более 800 родников. Это грунтовые воды, пробивающиеся сквозь известняковые карстовые породы. Большинство источников, сосредоточенных в центре города, образуя множество ручьев, питают озеро Даминху. Этот водоем, как сердце старого города, одна из главных достопримечательностей и настоящий центр притяжения для людей. В озере расположены острова, соединенные между собой живописными мостиками. Их девять, что, по мнению китайцев очень символично и благоприятно.

Прямо у входа в парк Байхуадюку, что в переводе означает «озеро цветов», вас встречает громкое выступление народного театра. Никаких специальных костюмов и декораций. Простые инструменты и мощный голос актера с яркими интонациями. Для нашего слуха необычно и даже забавно. Но местные жители не особо требовательны и поддерживают артистов. В основном это пожилые люди, сидящие на древних каменных лавках. А если прогуляться вглубь парка, можно увидеть, как на площадке между старинными домами и каналами выступают молодые музыканты со вполне современным репертуаром.

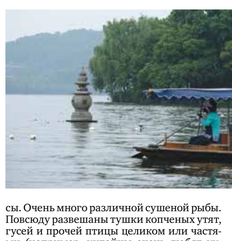
Мальчик кормит разноцветных карпов кои в пруду. Пара черных лебедей, проплывая мимо, разгоняет стайку рыб, но привлекает еще больше внимания отдыхающих. Здесь на каждом углу прилавочки, где продаются всевозможные сувениры: от художественных композиций, филигранно вырезанных из цветной бумаги и наклеенных на шелковые полотна, до национальной одежды. Но торговля тут совсем ненавязчивая, и если вы хотите набить чемодан памятными сувенирами, то ваша дорога лежит в другой город, тоже, впрочем, расположенный на воде.

Аньчан – деревня на воде

Назвать Аньчан городом было бы неверно. Скорее это поселок, расположенный в пределах городского округа Шаосин, провинции Чжэцзян. Но зато в отличие от новоделов, искусственно состаренных для большей аутентичности, история Аньчана действительно насчитывает более тысячи лет. Говорят, что лучшее время для посещения этого места дни, когда Китай празднует Новый год по восточному календарю.

Гуляя вдоль канала, можно увидеть множество мостиков и небольшие двухэтажные домики. Это не просто магазины и мастерские. Не особенно стесняясь многочисленных туристов, тут живут люди, решившие не менять старые устои на бешеный ритм мегаполисов. В основном это пенсионеры.

Аньчан похож на большой рынок на воде. Главная улица – это сплошной ряд магазинов, в которых продается все на свете. Тут полно всевозможныхтрадиционных ремесленных товаров, но по большей части это съедобные или не очень деликатесы, которые здесь можно попробовать.



Озеро Сиху –такая же известная визитная карточка Китая, как Великая стена или ворота Запретного города. Обратите внимание на обратную сторону банкноты в 1 юань: на ней изображен один из десяти традиционных видов на Западное озеро – три пруда, завлекающие луну. Эта улица – одна из самых дорогих в мире по аренде и покупке жилья. На ней же находится несколько престижных отелей.

Святилище Ньюгрейндж (1)

Ньюгрейндж находится в 50 километрах к северо-западу от ирландской столицы и в 15 километрах к западу от городка Дрогеда, в живописном сельском графстве Мит, где все покрыто яркой зеленью. Это старейшее культовое каменное строение старше Стоунхенджа и пирамид Гизы. Мегалитическое культовое сооружение датируется 3020 г. до н. э.

На протяжении нескольких тысячелетий люди не обращали внимания на круглый холм, возвышавшийся над излучиной небольшой речки Войн. В 1699 году дорожный рабочий Эдвард Лвид случайно наткнулся на неожиданное препятствие. В скором времени это незначительное открытие станет сенсацией.

В качестве стройматериала использовались только камни, земля, глина и лес. Несмотря на то, что строение выполнено из простых, вполне обычных материалов, оно

Изумрудный остров

Мария Галушко

Небольшой остров Ирландия можно объехать за полторы-две недели. Познакомиться с красивыми историческими местами будет интересно не только любителям этой страны. На ее территории сохранилось большое количество древних достопримечательностей. Ирландия покоряет роскошными парками, руинами старинных замков, музеями и современными сооружениями. Это одна из самых популярных стран для экскурсионного туризма. Ирландию часто называют изумрудным островом из-за пышной растительности.

Дублин

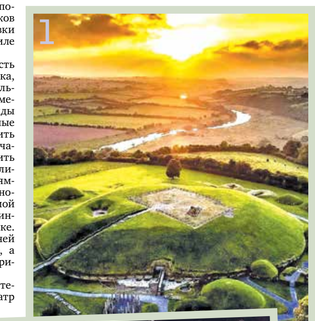
Дублин – это столица Ирландии, имеющая статус не просто города, а города-графства. Он является крупнейшим портом в акватории Ирландского моря. Дублин не только наполнен достопримечательностями, но также является центром экономической, культурной и политической жизни. Этот город впечатляет богатой историей, многообразием архитектурных памятников и развлечений. Южный регион города для отдыхающих наиболее интересен. Тут можно увидеть несколько старинных церквей, посетить исторический музей и прогуляться по старым кварталам вдоль берега реки.

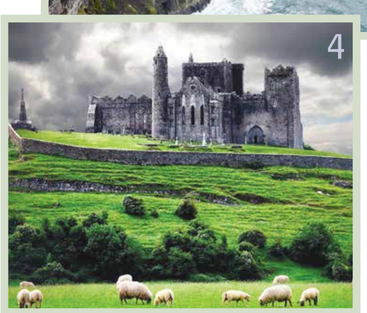
На центральной улице под названием О'Коннол-стрит расположены популярные рестораны, казино, бары и клубы. Самым старым районом считается Тэмпл-Бар, где можно прогуляться по уютным улочкам и рассмотреть непривычные постройки. Среди причудливых домиков можно обнаружить сувенирные лавки и пабы, также оформленные в стиле прошлых столетий.

Главная достопримечательность Дублина – собор Святого Патрика, который можно увидеть на центральной площади. Когда-то на этом месте Святой Патрик проводил обряды крещения, здесь собирались местные жители, чтобы помолиться и освятить иконы. Среди интересных и примечательных мест стоит также выделить площади: Пятнадцать акров, Эли-Плейс, Мэрриот-Сквэ и Фитцуильям-Сквэ, на которых установлено множество памятных обелисков. Самой старой постройкой является Дублинский замок, построенный в 12 веке. Долгое время он оставался летней резиденцией ирландских королей, а позднее в здании располагалась британская администрация.

Из культурных заведений интересно посетить национальный театр Ирландии «Эбби». Дублинский гражданский музей, Государственный концертный холл, Национальную галерею, а также несколько библиотек, возраст которых насчитывает более ста лет. Непременно стоит посетить Триниттикколледж, который был основан по приказу королевы Елизаветы в конце 16 века. Это красивый архитектурный комплекс, окруженный деревьями и прекрасными цветочными клумбами.

Самое оживленное туристическое место в городе – улица Графтон-стрит. На ней сохранилось много красивых исторических зданий, выстроенных в традиционном стиле. Здесь расположены самые популярные сувенирные магазины города, а еще много отличных национальных ресторанчиков и баров. Эта улица – одна из самых дорогих в мире по аренде и покупке жилья. На ней же находится несколько престижных отелей.





по всей поверхности остается водонепроницаемым. С виду Ньюгрейндж представляет собой обычную насыпь огромного размера. Строение в высоту достигает приблизительно 11 метров, а его диаметр – почти 80 метров. Ученые подсчитали, что для сооружения такой конструкции понадобилось не менее 2000 тонн земли и около ста каменных глыб.

Историки и археологи предполагают, что это место использовалось как могила. Но это утверждение остается под большим вопросом, так как внутри не было найдено костей. Эзотерики выдвигают свою версию о создании подобных сооружений: их считают дольменами, в которых представители более развитых рас уединялись, чтобы войти в состояние вечной медитации. Цель подобных пожертвований своим телом – передача знаний следующему поколению людей. Как утверждают местные, в этих местах очень часто происходят странные, неординарные явления. Однако, возможно, это лишь предположения и выдумки, на самом деле это место по сей день остается практически неизученным. Ничего больше ни о предназначении, ни о происхождении сооружения ученые сказать не могут, и большинство вопросов остается без ответа.

Национальный музей лепреконов (2)

Национальный музей лепреконов открылся в Дублине всего несколько лет назад и уже стал пользоваться большой популярностью среди жителей и гостей города. Музей посвящен причудливым сказочным персонажам из ирландского фольклора, славящимся беззаветной любовью к золоту и невероятной жадностью. Издавна они стали любимыми персонажами фильмов и книжек, рассказывающих о приключениях.

Музей был открыт в 2010 году Томом О'Грейди. Он самостоятельно спроектировал его при содействии двух талантливых итальянских дизайнеров, создав не только коммерческое предприятие культурного характера, но и воплотив в жизнь своеобразный аттракцион в стиле «сторителлинг». Оказавшись внутри на первый взгляд ничем не примечательного здания, посетители попадают в настоящий сказочный мир, где могут увидеть маленькую комнату с гигантской мебелью и другими предметами интерьера. Они могут посидеть на маленьких стульчиках лепреконов, познакомиться с их образом жизни, посетить лепреконовый лес, спуститься в колодец и совершить незабываемое путешествие, в конце которого перед ними открывается возможность найти мешки с золотом.

В Национальном музее лепреконов раскрывается тема ирландского фольклора. Посетители могут познакомиться с историей возникновения лепреконов в ирландской культуре, увидеть знакомые книги, кино и мультфильмы, где зеленые волшебники представляют наиболее полно и также выучить наизусть несколько фраз с заклинаниями. Музей лепреконов в Дублине служит превосходным местом для семейного досуга и очень нравится детям.

Утесы Мохер (3)

Одна из главных достопримечательностей Ирландии – утесы Мохер. Они находятся в местности Бурен графства Клэр. Геологи считают, что скалы образовались за 6000 лет до нашей эры. Прямоугольные утесы Мохер, покрытые сверху ковром из трав и цветов, тянутся вдоль побережья на 8 километров. Свое название скалы получили в честь форта Мохер, который находился на побережье и был разрушен во время войны с Наполеоном для возведения здесь сигнальной башни.

Утесы Мохер стали невольным участником эпизода, случившегося в истории Ирландии. В древности эти территории населяли друиды – кельтские жрецы, обладавшие тайными знаниями. Когда они почувствовали, что их религии подходит конец из-за нашествия новых поселенцев, многие решили покончить жизнь самоубийством и бросились в море с самой высокой скалы.

С южной точкой гряды утесов Мохер тоже связана печальная легенда. Когда-то ведьма Мал полюбила мужественного воина Кухулина и постоянно преследовала его. В надежде отстать от своей обожательницы Кухулин легко перепрыгивал с камня на камень, удаляясь от нее, а Мал оказалась не такой ловкой, и, упав с утеса, утонула в морской пучине. Эта скала получила название Голова Ведьмы. Высота этого утеса – 120 м, далее на север она увеличивается, и самая высокая точка насчитывает 214 м. Здесь находится смотровая башня, выстроенная местным помещиком Корнелиусом О'Брайеном в начале 19 века, действующая поныне. Всего за несколько евро туристы могут подняться на башню и полюбоваться открывающимся видом. Если погода хорошая, можно увидеть вдалеке Аранские острова, залив Голуэй, насладиться видом бесконечной Атлантики.

Уникальность утесов Мохер не раз использовалась в кино. Самый знаменитый фильм со сценами на утесах – «Гарри Поттер и принц-полукровка» – снялся в 2007 году, где в одной из пещер Волан-де-Морт спрятал часть своей души.

Замок-скала Кашел (4)

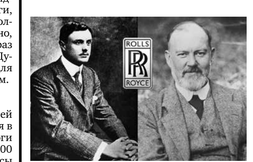
Скала Кашел в Ирландии входит в список самых популярных и посещаемых туристических мест в стране. Она также известна как скала Святого Патрика. Еще это место называют скалой королей. Тут расположен древний кельтский собор в ирландском графстве Типперэри. Замок, возведенный в 4 веке, был монаршей резиденцией провинций южной Ирландии, через 100 лет в нем обосновался Святой Патрик. После нападения армии Кромвеля замковый комплекс стал символом стойкости и отваги ирландских жителей. На территории замка сохранились жилые постройки, сооружения хозяйственного назначения и руины собора.

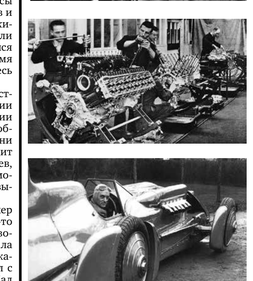
Городок Кашел – интересное историческое место в Ирландии, с которым связано много мифов и легенд. Здесь проживает около 3 тыс. человек. Местное поселение – отличный пример традиционного ирландского городка.

Скала Кашел привлекает непростой историей, богатой различными событиями. Со скалой связано много мифов, самый популярный повествует о появлении Святого Патрика, а также об обряде крещения короля Эогана. Во время религиозного обряда дьявол кружил над Ирландией, стараясь помешать обряду. Долетев до гор, он отксул большой камень и выплонул его над мечом, где проходило крещения, – так появилась скала Кашел.

ИСТОРИЯ ОДНОГО БРЕНДА

«Дух экстаза» для Rolls-Royce





Ксения Бондал

Компания Rolls-Royce появилась благодаря союзу двух бизнесменов – Чарльза Роллса и Генри Ройса. Первый родился в семье потомственных аристократов из Уэльса, получил два высших образования и с самого детства интересовался автомобилями. После окончания Кембриджского университета он создал собственную фирму, которая занималась импортом автомобилей и получила название C.S.Rolls & Co. Но продаж чужих автомобилей ему казалось недостаточно, Чарльз мечтал создать собственный автомобиль.

Генри Ройс с десяти лет работал разносчиком газет и почтальоном, но при этом он понимал, что без образования не сможет ничего добиться в жизни. Поэтому в свободное время изучал французский и немецкий языки, электротехнику и математику. В 16 лет, несмотря на отсутствие диплома, Генри Ройс устроился в компанию Массима Хайрема на должность инженера. Эта работа помогла ему накопить начальный капитал и основать собственное дело – механическую мастерскую Royce&Co. Но для него этого было мало, он, как и Роллс, хотел создать свой автомобиль.

Они познакомились в 1904 году. К тому времени мастерская Генри Ройса уже выпустила три автомобиля, в которых с технической точки зрения ничего особенного не было, но они хорошо выглядели. Вскоре после знаменательной встречи Роллс и Ройс подписали договор о создании компании Rolls-Royce и решили, что изготавлять автомобили будут по самому высокому стандарту.

Свой первый автомобиль компания представила публике в 1906 году во время международной транспортной выставки: он имел очень мощную стальную раму, 7-литровый мотор и шесть цилиндров в ряд, мощность двигателя не называлась. Авто получило название Rolls-Royce 40/50 HP и позиционировалось как самое надежное в мире.

В 1910 году в истории компании появилась первая черная строка. Во время показательного выступления самолет Чарльза Роллса рухнул на поле и разбился – так погиб один из основателей Rolls-Royce. В память о его увлечении Генри Ройс основал авиационное подразделение Rolls-Royce, которое позднее стало полностью независимым от материнской компании.

В начале создания компании логотипом стали две большие красные буквы RR, но довольно скоро цвет сменили на черный, чтобы «подчеркнуть престижность и роскошь». Однако символом бренда стали не они, а знаменитая фигурка на капоте под названием «Дух экстаза». В 1909 году лорд Джон Монтегю купил себе один из автомобилей компании. Чтобы сделать свою машину не похожей на другие, он заказал у скульптора Чарльза Сайкса фигурку-талисман. Художник создал скульптуру «Дух экстаза» – устремленную вперед девушку. Фигурка так понравилась Чарльзу Роллсу, что он добился разрешения использовать ее на всех автомобилях бренда. Статуэтку стали устанавливать на каждый Rolls-Royce, начиная с 1911 года, отливая из бронзы, бронзы, стали, а также серебра или чистого золота по специальному заказу клиента.

1922 год ознаменовался для Rolls-Royce появлением автомобиля под названием Phantom. Это был первый Rolls-Royce, оснащенный электрическим стартером. Кроме того, применение в нем верхнего расположения клапанов позволило сделать силовой агрегат более мощным, стабильным и в то же время компактным. В 1929 году свет увидело второе поколение Phantom, у которого двигатель был объединен в цельный блок с коробкой передач и имел большую мощность. Кроме того, на шасси Rolls-Royce больше не применялись устаревшие схемы подвешивания рессор.

Несмотря на то, что многие компании в 30-х годах страдали от пагубных последствий Великой депрессии, компания Rolls-Royce процветала. В 1931 году она приобрела компанию Bentley, которая была ее единственным конкурентом. Но в 1933 году умер второй основатель Rolls-Royce – Генри Ройс, и логотип, который был красным, стал черным. Во время начавшейся войны компания Rolls-Royce также процветала, получая огромные заказы, и жила не столько за счет производства автомобилей, сколько благодаря выпуску двигателей, включая авиационные.

Однако в 60-х годах компания столкнулась с финансовым кризисом, но руководство компании, помня об успехе во время Великой депрессии, игнорировало экономический спад. Компания начала работать одновременно над двумя значительными проектами: разработкой реактивного двигателя для авиации и выпуском модели Corniche. В результате Rolls-Royce потеряла финансовую устойчивость и в 1971 году была официально признана неплатежеспособной.

Под давлением общественности британское правительство спасло Rolls-Royce, выделив ей $250 млн для погашения займов и завершение этих проектов. Взамен руководство компании взяло на себя обязательство разделить Rolls-Royce на две части: автомобильную фабрику и предприятие по производству реактивных двигателей. После девятилетних попыток восстановить прибыльность компании британское правительство продало ее за 38 млн фунтов авиационному концерну Vickers.

Несмотря на то, что собственниками машин Rolls-Royce становились в основном аристократы и люди с огромными доходами, англичане все равно поддерживали идею о сохранении компании. Для них она была неким отечественным символом, как и конституционная монархия, которой так гордится Великобритания.

Интересные и важные события авторынка за неделю

Сегодня мы рассказываем о потенциальном «слиянии века» в автоиндустрии, подводим европейские итоги продаж электромобилей за апрель, а также говорим о новинках BMW 1 серии и Land Rover Discovery Sport, чтим память скончавшегося недавно легендарного пилота «Формулы-1» Ники Лауды

Discovery Sport: рестайлинг? Новая платформа!

Казалось бы, обновленный кроссовер Land Rover Discovery Sport получил легкий рестайли нг, но на самом деле это технически другой автомобиль, базирующийся на новой платформе.

Внешне новинку можно опознать по иным оптике, передней решетке и бамперам. Размеры практически не изменились, но клиренс увеличился до 212 мм. В интерьере – новая центральная консоль с одной или двумя сенсорными панелями, опционная электронная панель приборов и рычаг АКП вместо шайбы.

А платформа теперь от нового Range Rover Evoque! Она жестче, что позволило снизить шумы и вибрации, сделать салон и багажник вместительнее (по-прежнему доступны варианты на 5 или 7 мест), а также обеспечить размещение тяговых батарей для гибридной версии под полом салона.

В следующем году появится подзаряжаемый гибрид, а в этом будет доступно гибридное исполнение P250 MHEV суммарной мощностью 250 л.с. Базовый дизель (150 л.с.) идет на «механике» и с передним приводом. Все остальные модификации полноприводные с отключаемым при ненадобности карданным валом, 9-скоростным «автоматом» и вспомогательным электромотором. Это дизели мощностью 180 и 240 л.с., а также 200-сильный бензиновый вариант.

Discovery Sport получил улучшенную «внедорожную» систему Terrain Response 2, стандартную мультимедийную систему с дисплеем на 10,25 дюйма и поддержкой сервисов Apple CarPlay и Android Auto, функцию «прозрачный капот», а также опционные амортизаторы с электронным управлением, проекцию приборов и электронное зеркало заднего вида (картинка выводится со специальной камеры).

В Великобритании цены на новинку – от 31 575 фунтов стерлингов. В Казахстане начало продаж стоит ждать осенью.

«Единица» BMW: третье пришествие

Встречаем новый BMW 1 серии – третье поколение под индексом F40. Оно построено на новой платформе принципиально иной компоновки. «Классика» уступила место расположенному поперек двигателю и базовому переднему приводу. Передняя подвеска – McPherson, задняя – многорычажная. Кроме того, платформа подразумевает более эффективные драйверские электронные системы нового поколения.

Кузов – только пятидверный хэтчбек (трехдверку отправили в отставку). Длина сократилась на 5 мм (до 4319 мм), а колесная база на 20 мм (2670 мм), ширина увеличилась на 34 мм (1799 мм), а высота – на 13 мм (1434 мм). Новая компоновка позволила увеличить салон и багажник. Его объем прибавил 20 литров (до 380 л). Кроме того, масса новинки снизилась на 30 кг, в том числе благодаря алюминиевым капоту и крышке багажника.

Интерьер, как и внешность, получил новый дизайн, как на всех свежих моделях BMW. Выделяются опционные виртуальные приборы и система мультимедиа с экраном диагональю 10,25 дюйма и управлением жестами. Из других опций отметим: проекцию приборов на лобовое стекло, панорамную крышу, сервопривод багажной двери, адаптивные диодные фары, активный круиз-контроль, автопарковщик и адаптивные амортизаторы.

Если у предыдущей «единицы» в гамме были даже 6-цилиндровые моторы, то у новой – только 3- и 4-цилиндровые турбодвигатели: бензиновые 1.5 (140 л.с.) и 2.0 «заряженной» версии M135i xDrive (306 л.с.), а также дизели 1.5 (116 л.с.) и 2.0 (150 и 190 л.с.). Коробки передач в зависимости от модификации – 6-ступенчатая «механика», 7-скоростной «робот» или 8-диапазонный «автомат». Как вы уже догадались, кроме M135i xDrive есть и другие полноприводные исполнения. «Сто тридцать пятая» же, помимо прочего, имеет передний самоблокирующийся дифференциал, заниженную на 10 мм спортивную подвеску, М-тормоза, доработанное рулевое управление и launch control. Разгон до 100 км/ч хотхэтч выполняет за 4,8 сек. или 4,7 сек. с пакетом M Performance, максимальная скорость – 250 км/ч (хотя прежний топовый BMW M140i xDrive имел 340 л.с. и разгонялся до «сотни» за 4,4 сек.).

Премьера новой «единицы» запланирована на конец июня, а начало продаж – на сентябрь.

Грядет «слияние века»?

Горячая новость пришла от Fiat Chrysler Automobiles (FCA): итало-американский концерн предложил объединиться Группе Renault, в которую помимо французского автопроизводителя входят японские Nissan и Mitsubishi, а также российский АвтоВАЗ.

Пока же совет директоров Renault сообщает, что «с интересом рассмотрит дружественное предложение» FCA, сулящее выгодные перспективы для потенциального альянса. В свою очередь, представительница правительства Франции Сибет Ндиайе заявила, что французское государство, владеющее 15% акций Группы Renault, одобряет такое слияние.

Если оно состоится, то объединенная мегакомпания, акции которой будут распределены между партнерами поровну, достигнет суммарного производства в 15 млн автомобилей в год, что сделает ее недосягаемым лидером мирового автопрома (в 2018 году альянс Renault-Nissan-Mitsubishi и так стал первым с результатом в 10,757 млн легковых и легких коммерческих авто, на втором месте был концерн Volkswagen с 10,597 млн машин, на третьем – корпорация Toyota с 10,22 млн авто).

К очевидным выгодам FCA и Renault от объединения относят перекрестное усиление позиций на рынках, где сильны потенциальные партнеры (у FCA это Северная Америка, у Renault – Европа), а также экономию на совместной разработке моделей и закупке комплектующих, которая может составить 5 млрд евро.

Европа: итоги продаж электрокаров за апрель

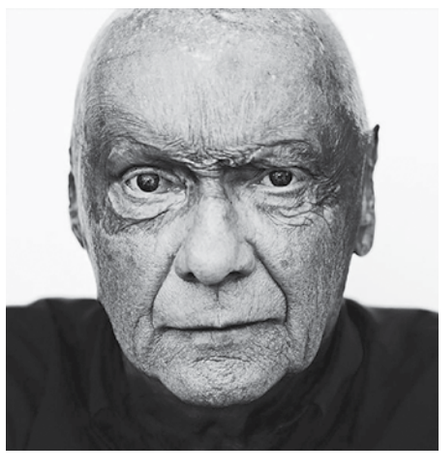
Интересно посмотреть на апрельские результаты продаж новых электромобилей и гибридов в Европе.

После мощного выхода на европейский рынок американской Tesla Model 3, которая благодаря накопившемуся отложенному спросу захватила лидерство не только среди электромобилей, но и среди обычных «одноклассников» (средний сегмент D премиум), в апреле на первую строчку вышел французский компактный электрокар Renault Zoe, сместив куда более дорогую Model 3 на второе место. На третьей позиции немецкий BMW i3. Прошлогодний лидер, японский Nissan Leaf, опустился на шестое место.

В целом европейский рынок электромобилей/гибридов по итогам апреля вырос на внушительные 31%, до 35 800 единиц.

ТОП-20 ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ/ГИБРИДОВ В ЕВРОПЕ ЗА АПРЕЛЬ 2019 Г.

№	Модель	Единиц	+/-
1	Renault Zoe	3993	+63%
2	Tesla Model 3	3601	новая модель
3	BMW i3	2427	+64%
4	Mitsubishi Outlander	2338	+103%
5	Volkswagen Golf	2190	-4%
6	Nissan Leaf	2080	-38%
7	Kia Niro	1907	+131%
8	Hyundai Kona	1810	новая модель
9	Mini Countryman	1173	+861%
10	Jaguar I-Pace	1161	новая модель
11	BMW 5 серии	1105	+12%
12	Volvo XC60	1090	-9%
13	BMW 2 Active Tourer	1081	+321%
14	Hyundai Ioniq	1034	-19%
15	Audi E-Tron	940	новая модель
16	Smart Fortwo	820	+51%
17	Mercedes E-класса	792	+84%
18	Porsche Panamera	723	+13%
19	Volvo V60	591	+52%
20	Range Rover Sport	572	новая модель



Памяти Ники Лауды

20 мая ушел Ники Лауда, легенда «Формулы 1».

Австрийский автогонщик трижды становился чемпионом Ф1, но в «королевской формуле» были и куда более титулованные пилоты. Что же особенного было в Ники Лауде?

Он был из богатой семьи, но родные не поддерживали его страсть к автоспорту. В 1971 году Лауда взял большой кредит в банке и купил себе место пилота в команде March, выступавшей в «Формуле-2». После успехов в Ф2 талант Ники был замечен владельцем команды, и Лауду пригласили выступать в «Формуле-1». В итоге в 1974 году он подписал контракт с лучшей командой – Ferrari. А уже в 1975-м выиграл со «Скудерией» свой первый чемпионский титул. Но в 76-м Ники попал в страшную аварию на Гран-при Германии на трассе Нюрбургринг, оказавшись зажатым в горящей машине. Тогда он получил обширные ожоги головы третьей степени, потеряв кожу на лбу, затылке, веко и половину уха, а также повредил легкое ядовитыми продуктами горения топлива. Врачи сомневались, что он сможет выжить. Но Лауда не только не умер, но вернулся в гонки спустя всего шесть недель после катастрофы и занял 2-е место по итогам сезона!

Затем Ники дважды выигрывал чемпионат мира – в 1977-м с Ferrari и в 1984-м с McLaren.

В судьбе Ники Лауды было много больших «НО». Но… он был настоящим мужиком и не сдавался.

Лауда имел репутацию одного из самых расчетливых гонщиков «Формулы-1», а также считался очень честным человеком, который всегда говорит то, что думает. Во время тестов перед сезоном 1974 года он заявил самому Энцо Феррари, что построенная его командой машина – «кусок дерьма», но он попробует довести ее до ума в тестах (и это ему удалось).

При заключении контракта с McLaren на 1982 год Ники потребовал астрономический по тем временам гонорар в 5 миллионов долларов в год, пояснив, что за пилотирование машины возьмет 1 доллар, а остальное – за свое громкое имя.

С иронией Лауда относился и к многочисленным трофеям. Все кубки Гран-при, выигранные в первом чемпионском сезоне 1975 года, он отдал хозяину гаража рядом с домом в обмен на то, чтобы его машину мыли бесплатно.

Примерно так же он относился к произошедшей с ним катастрофе, сказав однажды, что после потери половины уха ему стало удобнее пользоваться телефоном.

Полосу подготовил Диаз Абылкасов

КАПИТАЛ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Свидетельство о постановке на учет N 12031-Г, выдано Комитетом информации и архивов, Министерства связи и информации Республики Казахстан от 03.10.2011 г. Собственник и издатель газеты: ТОО «Издательский дом Капитал» Газета является членом организации “Project Syndicate”.

Асия Агибаева, генеральный директор, главный редактор, assya@kapital.kz
Гульнара Джаныбекова, коммерческий директор, gulnara@musan.kz
Ксения Бондал, выпускающий редактор делового еженедельника «Капитал.kz»
Евгения Емельянова, выпускающий редактор центра деловой информации Kapital.kz

Журналисты: **Анна Видянова, Мария Галушко, Дархан Нурумбетова, Арсен Аскаров, Дмитрий Чепелев, Гаухар Ануарбек, Айнагуль Елюбаева, Диаз Абылкасов**
Литературный редактор: **Елена Ким**
Корректор: **Владимир Плошай**
Верстка: **Рустем Еспаев**
Фотографы: **Владимир Третьяков**
Бильд-редактор: **Абдулхан Назымбеков**

Мнение авторов публикаций не обязательно отражает мнение редакции.
Коммерческий департамент – 224-91-44, 224-91-33
Адрес редакции: Казахстан, 050057, г. Алматы, ул. Мынбаева, 53/116 (уг. Клочкова), офис 401. Тел.: +7 (727) 224-91-31
Подписной индекс 65009 в каталогах АО «Казпочта», ТОО «Евразия пресс», ТОО «Эврика-пресс»

Ответственность за содержание рекламы и объявлений несут рекламодатели.
Рукописи не возвращаются и не рецензируются.
При перепечатке ссылка на «Капитал.kz» обязательна. Официальный сайт: **www.kapital.kz**
Подписано в печать 29.05.2019 г. Заказ N 24983.
Общий тираж 40000 экз. Разовый тираж 10000 экз.
Газета отпечатана в типографии: ТОО «РПИК «Дәуір», г. Алматы, ул. Калдаякова, 17, тел.: 273-12-04