

Продукты агентства INFOLine были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство INFOLine принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира ESOMAR. В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства INFOLine сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует получение качественного продукта и постпродажного обслуживания.



Крупнейшая информационная база данных мира включает продукты агентства INFOLine. Компания Lexis-Nexis с 1973 года интегрирует информацию от 9000 СМИ всего мира, в рамках работы по мониторингу данных о России и странах СНГ сбор информации осуществляет с помощью продуктов агентства INFOLine.



Информационное агентство INFOLine имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации ИА № ФС 77 – 37500.

Информационная услуга «Тематические новости»

Розничная торговля стран ЦА, Кавказа и Республики Беларусь

Демонстрационная версия

Периодичность: еженедельно

Информационные услуги для Вашего бизнеса

- Тематические новости
- Отраслевая лента новостей
- Готовые маркетинговые продукты
- Заказные исследования
- Доступ к базе данных 7000 СМИ

и многое другое





Содержание выпуска

Общие новости потребительского рынка	4
Общие новости экономик стран ЦА, Кавказа и Республики Беларусь	4
<i>Рост цен на продукты замедлился в июне – Нацбанк РК.....</i>	<i>4</i>
<i>Казахстан: Нацбанк РК уточнил среднесрочную цель по инфляции.....</i>	<i>4</i>
<i>Стало известно значение базовой ставки в Казахстане.....</i>	<i>4</i>
<i>Уровень инфляции в июне 2023 года посчитали в Северо-Казахстанской области.....</i>	<i>5</i>
<i>Дефляция в Армении в июне 2023 за год составила 0,5%, за месяц – 1,4%.....</i>	<i>5</i>
<i>Продовольственные товары в Армении в июне 2023 за год подешевели на 5,5%, а за месяц – на 3,6%.....</i>	<i>5</i>
<i>Неуправляемые притоки: как банки ближнего зарубежья "переварили" средства россиян. "Forbes". 8 июля 2023</i>	<i>6</i>
Государственное регулирование	9
<i>Шавкат Мирзиёев 3 июля подписал закон "О конкуренции" в новой редакции (Узбекистан).....</i>	<i>9</i>
Розничная торговля продуктами питания и торговые сети FMCG	10
Общие новости о товарах сегмента FMCG	10
<i>Маркировку воды и напитков в Узбекистане снова отложили.....</i>	<i>10</i>
<i>Цены на персик и нектарин в Узбекистане продолжают стремительно падать.....</i>	<i>10</i>
<i>В агропром и пищевую отрасль Узбекистана планируется привлечь \$1 млрд в год.....</i>	<i>10</i>
<i>Магазины Узбекистана предоставят информацию о товарах через мобильное приложение.....</i>	<i>11</i>
<i>Производители РК заявляют о критической ситуации со сбытом продукции. "Forbes (Казахстан)". 7 июля 2023</i>	<i>11</i>
<i>Сахарная отрасль Казахстана под угрозой: кто виноват и что делать? "Forbes (Казахстан)". 10 июля 2023</i>	<i>12</i>
<i>Взбодрись по утрам и... разорись: кофе вырос в цене сразу на 20%. "Energyprom.kz". 10 июля 2023</i>	<i>14</i>
Новости крупнейших поставщиков	18
<i>Меры госстимулирования позволили расширить ассортимент молочной продукции (Казахстан).....</i>	<i>18</i>
<i>Белковые сыворотки, быстрорастворимые смеси: Головченко рассказал о развитии молочной отрасли (Беларусь).....</i>	<i>18</i>
<i>Полуфабрикаты из картофеля Толочинского консервного завода востребованы в крупных сетях ресторанов Беларуси и России. "Витебские вестки". 4 июля 2023.....</i>	<i>19</i>
Рынок табачных изделий.....	21
<i>Беларусь: С 1 июля требуется лицензия для торговли нетабачными никотиносодержащими изделиями.....</i>	<i>21</i>
Новости крупнейших сетей FMCG	22
<i>В Беларуси открылся 900-й торговый объект ЗАО "Доброном".....</i>	<i>22</i>
<i>Сеть гипермаркетов Магнит присоединился к числу партнёров Solyu (Узбекистан).....</i>	<i>22</i>
<i>Узбекистан: "Корзинка" представила обновленный Telegram-бот.....</i>	<i>22</i>
<i>Зафар Хашимов стал членом Консультативного совета Charter Zero Uzbekistan.....</i>	<i>22</i>
<i>Узбекистан: Новая сеть продуктовых магазинов под брендом Eeeng ЯQH готовится к открытию.....</i>	<i>23</i>
Общественное питание.....	24
Фуд-холл	24
<i>FoodMall Tashkent — первое в Центральной Азии гастро-пространство, где собраны лучшие кухни со всего мира.....</i>	<i>24</i>
Casual Dining.....	25
<i>Из официантов в рестораны: как создавались "Подушечная" и Nice Joy. "Spot". 7 июля 2023.....</i>	<i>25</i>
Региональные новости общественного питания.....	29
<i>Вдоль канала Бурджар в Ташкенте планируется создать гастрономическую улицу (Узбекистан).....</i>	<i>29</i>
Прочие сегменты розничной торговли	30
Розничная торговля косметикой, парфюмерией и бытовой химией	30
<i>От приемки до отгрузки товаров: Balton Trading стал основным партнером одного из крупнейших ритейлеров M Cosmetic. "Spot". 6 июля 2023</i>	<i>30</i>
Travel retail.....	32
<i>ЕЭК упростила декларирование товаров, реализуемых в магазинах duty free (Беларусь).....</i>	<i>32</i>



Прочие сети	33
<i>Беларусь: В центре Гродно открылся новый магазин OZ.</i>	<i>33</i>
Интернет-торговля.....	34
Новости маркетплейсов.....	34
<i>Ozon запустил продажи для жителей Армении.....</i>	<i>34</i>
<i>Ozon запускает в Беларуси программу поддержки владельцев ПВЗ.....</i>	<i>34</i>
<i>По 2 в неделю: сеть пунктов выдачи Uzum Market преодолела отметку в 210 точек по всей стране.....</i>	<i>35</i>
<i>Uzum Market строит крупнейший в стране логистический комплекс для продавцов маркетплейса.....</i>	<i>35</i>
<i>Uzum Market расширяет автопарк (Узбекистан).....</i>	<i>36</i>
<i>В Wildberries стартовала программа поддержки владельцев партнерских пунктов выдачи из стран СНГ.....</i>	<i>36</i>
<i>Wildberries планирует расширять деятельность в Армении и запускает новый проект.....</i>	<i>37</i>
<i>Продажи продукции из Армении на Wildberries в первом полугодии 2023 года составили 672,6 млн руб.....</i>	<i>37</i>
<i>Ozon считает приоритетом развитие в Армении и намерен открыть в стране пункты выдачи и сортировочный центр (ЭКСКЛЮЗИВ). "ARKA". 7 июля 2023</i>	<i>38</i>
E-Grocery.....	39
<i>"Корзинка" запустила свой первый dark store (Узбекистан).....</i>	<i>39</i>
<i>Сервис быстрой доставки из ресторанов и магазинов Uzum Tezkor теперь доступен во всех районах Ташкента</i>	<i>39</i>
Новости о торговой недвижимости.....	41
Региональные новости торговой недвижимости	41
<i>Сколько стоит аренда торговых площадей на улицах Ташкента. "Spot". 5 июля 2023</i>	<i>41</i>
Новости логистики и складских комплексов	43
<i>Международный сервис доставки Vohette вышел на рынок Узбекистана.....</i>	<i>43</i>



Общие новости потребительского рынка

Общие новости экономик стран ЦА, Кавказа и Республики Беларусь

Рост цен на продукты замедлился в июне – Нацбанк РК.

В Национальном банке отмечают замедления роста цен на продукты питания, передает корреспондент МИА "Казинформ".

"Рост цен на продукты питания в июне существенно замедлился, составив 14,6%. Инфляция непродовольственных товаров снизилась до 15,8%. Рост стоимости услуг соответствует прогнозной траектории, составив 13,3%. Месячная инфляция замедлилась до 0,5%", - сообщил председатель Нацбанка РК Галымжан Пирматов во время пресс-конференции в Астане.

При это он отметил более слабое замедление в последние месяцы устойчивых компонентов роста цен. Высокие инфляционные ожидания остаются одним из факторов, сдерживающих снижение инфляции. Инфляционные ожидания также растут на фоне новостей о повышении цен на горюче-смазочные материалы и жилищно-коммунальные услуги.

Медианная оценка ожидаемой на год вперед инфляции повысилась в июне до 17,2%. Показатель воспринимаемой инфляции составил 18,8%, все еще оставаясь на повышенном уровне. (Казинформ 06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Казахстан: Нацбанк РК уточнил среднесрочную цель по инфляции.

Национальный банк Казахстана сменил формат цели по инфляции с интервальных значений на точечные. Соответствующие изменения были внесены в Стратегию денежно-кредитной политики РК до 2030 года.

"Предыдущие интервальные значения были в диапазоне 4-5% на 2023-2024 годы и 3-4% с 2025 года. Целевым ориентиром по инфляции на среднесрочную перспективу будет поддержание годовой инфляции вблизи 5%", - говорится в сообщении.

В регуляторе отмечают, что последовательность и однозначность в формулировании цели будут способствовать закреплению инфляционных ожиданий вблизи указанного целевого ориентира.

"Целесообразность уточнения цели по инфляции подтверждается международным опытом и исследованиями, проведенными Национальным банком с участием как собственных, так и внешних экспертов", - уточнили в Нацбанке.

Обновленная цель по инфляции, по данным регулятора, соответствует диапазону, который был получен по результатам исследований по оптимальности таргета в Казахстане. (Forbes (Казахстан) 05.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Стало известно значение базовой ставки в Казахстане.

Национальный банк Казахстана в среду, 5 июля, озвучил очередное решение по базовой ставке. Значение сохранено на текущем уровне – 16,75% с процентным коридором +/- 1 п.п.

Предыдущее решение было объявлено в мае 2023-го. Тогда Нацбанк также сохранил ставку на уровне 16,75% с процентным коридором +/- 1 п.п. Это значение установлено в декабре 2022 года и с тех пор не менялось.

"Глобальное инфляционное давление ослабевает, но в ряде стран инфляция все еще остается устойчивой. На этом фоне центральные банки развитых стран продолжают ужесточение монетарных условий. В Казахстане инфляция также замедляется как в годовом, так и в месячном выражении, - говорится в пресс-релизе Национального банка. - Совокупный баланс рисков сохраняется слабо смещенным в сторону дезинфляционных факторов преимущественно за счет ослабления давления со стороны внешнего сектора. Однако слабое замедление базовой инфляции и растущие инфляционные ожидания требуют осмотрительного подхода в реализации монетарной политики".

"Текущий уровень базовой ставки позволит поддержать замедление инфляционных процессов, частично нивелировать рост государственных расходов и предупредить закоренение инфляционных ожиданий на высоких уровнях", - поясняется в пресс-релизе.

НБК отмечает, что замедление инфляции начинает формировать пространство для постепенного снижения базовой ставки в будущем. В связи с этим в рамках следующего решения по результатам прогнозного раунда Национальный банк оценит целесообразность осмотрительного снижения базовой ставки. Решения Нацбанка будут направлены на поддержание базовой ставки на уровне, способствующем планомерному достижению цели по инфляции 5% в среднесрочной перспективе, отмечается в пресс-релизе.



По данным Нацбанка, годовая инфляция формируется в пределах прогнозного диапазона, в июне 2023 года она составила 14,6%. Месячная инфляция в мае возобновила понижательный тренд и в июне замедлилась до 0,5%. Косвенные эффекты от повышения цен на ГСМ пока не наблюдаются. Однако слабое замедление показателей базовой инфляции указывает на сохранение устойчивого спроса в экономике.

"Инфляционные ожидания продолжают ускоряться, несмотря на замедление инфляции. Ожидаемая инфляция через год в июне составила 17,2% (в мае – 17%). Воспринимаемая инфляция в июне составила 18,8%, по-прежнему оставаясь повышенной. Наблюдающийся рост инфляционных ожиданий является предсказуемой реакцией на повышение цен на ГСМ и жилищно-коммунальные услуги", – говорится в пресс-релизе.

Очередное плановое решение комитета по денежно-кредитной политике НБК по базовой ставке будет объявлено 25 августа 2023 года в 12:00 по времени Астаны. (Forbes (Казахстан) 05.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Уровень инфляции в июне 2023 года посчитали в Северо-Казахстанской области.

В Северо-Казахстанской области инфляция в июне составила 15,9%. В мае этот показатель был равен 17,3%, передает корреспондент МИА "Казинформ".

По информации департамента Бюро национальной статистики, за год цена на продовольственные товары возросли на 15,7%, непродовольственные – на 16,8%, платные услуги подорожали на 15,2%.

Заметно увеличилась стоимость риса – на 48%. Продукт входит в перечень социально значимых. В стабфонд его закупают в Кызылординской области. В этом году приобрели 204 тонны.

Булочные и мучные кондитерские изделия, по сравнению с июнем прошлого года, подросли в цене на 32%, кондитерские изделия – на 24%, молочные продукты – на 20%, колбасы – почти на 19%, фруктовые и овощные соки – на 14,5%, мясо и птица – на 12,5%. Дороже на 8% и 2%, соответственно, стали соль и сахар.

Ожидаемо снизилась в июне цена на свежие овощи – более чем на 9%. В том числе почти на треть стала дешевле белокочанная капуста, на 21% – помидоры.

В группе непродовольственных товаров моющие и чистящие средства подорожали на 37%, материалы для обслуживания и ремонта жилых помещений – на 18%, одежда и обувь – на 15,5%. Около 15% составил рост цен на фармацевтическую продукцию.

Стоимость услуг общественного питания за год увеличилась на 25%, по обслуживанию и ремонту жилых помещений – на 17,7%. Интернет подорожал почти на 16%. Поездка в санаторий обойдется на 8% дороже. Наибольший рост в группе платных услуг показали услуги по вывозу мусора – более чем на 71%. (Казинформ 05.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Дефляция в Армении в июне 2023 за год составила 0,5%, за месяц – 1,4%.

В Армении в июне 2023 года по сравнению с июнем 2022 года зарегистрирована дефляция в 0,5%, а за месяц – в 1,4%. Об этом свидетельствуют данные отчета Национального статистического комитета (НСК) Армении.

Согласно данным НСК, в июне 2023 года по сравнению с июнем 2022 года цены на продовольственные товары и безалкогольные напитки понизились на 5,5%, а за месяц – на 3,6%.

Алкогольная и табачная продукция в июне за год подорожала на 8,6%, а по сравнению с маем этого же года – на 1,6%. Цены на одежду и обувь в июне 2023 года выросли на 4,8% (за месяц – спад на 0,3%), а на коммунальные услуги – на 2,2% (за месяц – спад на 0,3%).

Товары домашнего пользования, бытовая техника и деятельность по ежедневному уходу за квартирами подорожали в июне к июню на 6,6%, а за месяц – подешевели на 0,2%.

Рост цен в сфере здравоохранения в июне составил 3,42% (по сравнению с маем 2023 года – спад на 0,3%), в сфере транспорта зарегистрирован спад на 3,91% (за месяц – рост на 0,5%), спад в сфере связи составил 0,2% (0%), по линии отдыха и культуры – рост на 3,4% (спад на 1,1%), образования – 4,7% (0%), в ресторанной и гостиничной сферах – 6,6% (рост на 0,7%), а по различным товарам и услугам – 6,8% (спад на 0,2%).

При этом, согласно статданным, инфляция на рынке непродовольственных товаров в июне 2023 года по сравнению с июнем прошлого года составила 0,3%, а по сравнению с маем этого же года зарегистрирована дефляция в 0,1%.

Кроме того, рост тарифов на услуги для населения в июне 2023 года по сравнению с июнем 2022 года составил 3,9%, а по сравнению с маем этого года спад составил 0,1%.

Экономический рост Армении в госбюджете на 2023 год предусмотрен в размере 7%, а инфляция заложена на уровне 4% ($\pm 1,5\%$). Показатель экономической активности Армении, по предварительным данным, за пять месяцев 2023 года зарегистрировал рост в 12,5% по сравнению с январем-маем 2022 года. Согласно июньскому прогнозу ЦБ, экономика Армении в текущем году вырастет на 6,9%, а 12-месячная инфляция будет несколько ниже целевого показателя в 4%. (ARKA 06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Продовольственные товары в Армении в июне 2023 за год подешевели на 5,5%, а за месяц – на 3,6%.



Цены на продовольственные товары и безалкогольные напитки в июне текущего года по отношению к июню 2022 года понизились на 5,5%, а за месяц – на 3,6%. Об этом свидетельствуют данные доклада Национального статистического комитета Армении.

Хлебобулочные изделия и крупы в июне за год понизились в цене на 6,3%, а за месяц – на 1,3%. При этом, гречка в июне в годовом разрезе подешевела на 23,1%, чечевица – на 20,7%, горох – на 12,6%, рис – на 7,9%, пшеничная крупа – на 4,2%, булгур – на 3%, лоби – на 2,6%, мука – на 16,3%, макаронные изделия – на 7,3%, хлеб – на 5,4%. При этом, в месячном разрезе цены на эти продукты понизились на 3,4%, 2,9%, 3,2%, 0,8%, 0,8%, 0,2%, 0,8%, 0,7%, 4,2%, 1,8% и 0,7%, соответственно.

Мясо в июне за год подорожало на 3,1%, а за месяц цены не изменились. При этом, говядина в июне в годовом разрезе повысилась в цене на 9%, а за месяц – понизилась на 0,6%. Свирина в отчетный период подешевела на 10,1% (за месяц – подорожала на 2,8%), баранина – на 1,6% (рост за месяц – 1%), а мясо птицы – на 0,1% (рост за месяц – 0,1%).

Цены на рыбу и морепродукты в июне 2023 года к маю 2022 года понизились на 3,7%, а к маю текущего года – на 1,6%. При этом форель в отчетный период подешевела на 4,6%, а за месяц – на 1,8%.

Цены в группе "Молочная продукция, сыр и яйца" в июне за год повысились на 5,3%, а за месяц – сократились на 0,6%. В то же время свежее молоко в июне за год подорожало на 4,7%, сыр – на 4,4% (спад за месяц – на 0,7% и 1,6%, соответственно). Яйца в июне в годовом разрезе подорожали на 21,7%, а в месячном – на 0,3%.

Товары в группе "Масла и жиры" подешевели в июне в годовом разрезе на 20,8%, а за месяц – на 3,8%. При этом, маргарин подешевел на 10,6%, сливочное масло – на 4,4%, а растительное подсолнечное масло – на 39,2% (за месяц – на 1,9%, 1,9% и 5,1%, соответственно).

Фрукты в июне за год подешевели на 6,5%, а за месяц – на 0,3%.

В группе "Овощи" цены в июне в годовом разрезе понизились на 28,1%, а за месяц – на 23,1%.

"В июне 2023 года по сравнению с апрелем средневзвешенная дефляция в группах "Овощи" и "Фрукты" составила 13,16%. Эти группы, удельный вес которых в потребительской корзине составляет 9,38%, в указанный период способствовали спаду общего уровня потребительских цен на 1,21 п.п.", - говорится в отчете.

В группе "Сахар, фруктовое пюре, мед, сиропы, шоколад и сахарные кондитерские изделия" в июне за год рост цен составил 2,4%, а за месяц – спад на 0,5%. При этом, сахар и сахарный песок в июне в годовом разрезе подешевели на 2,86%, а в месячном разрезе – подорожали на 1,3%.

Кофе чай и какао в июне текущего года по сравнению с июнем прошлого года подорожали на 2,5%, а по сравнению с маем этого же года – не изменились.

Цены на минеральную или родниковую воду, а также на бутилированную питьевую воду в июне за год повысились на 6,2%, а за месяц – на 0,3%.

Водка в июне к июню подорожала на 8,8% (за месяц – на 0,3%), вино – на 2,6% (за месяц – на 0,6%), пиво – на 3,74% (за месяц – на 0,7%), а табачные изделия – на 10,1% (за месяц – 3,1%).

Продукты питания, не включенные в другие группы, в июне 2023 года по сравнению с июнем 2022 года подешевели на 0,5%, а по сравнению с маем текущего года – на 1%.

При этом, согласно статданным, инфляция на рынке непродовольственных товаров в июне 2023 года по сравнению с июнем прошлого года составила 0,3%, а по сравнению с маем этого же года зарегистрирована дефляция в 0,1%.

В Армении в июне 2023 года по сравнению с июнем 2022 года зарегистрирована дефляция в 0,5%, а за месяц – 1,4%. (ARKA 06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Неуправляемые притоки: как банки ближнего зарубежья "переварили" средства россиян. "Forbes". 8 июля 2023

За последние полтора года россияне вывели из страны максимальный за всю историю наблюдений объем средств. По подсчетам ЦБ, только на депозитах в банках-нерезидентах в иностранной валюте граждане на 1 мая хранили около 5,8 трлн рублей — в два с половиной раза больше, чем до начала "спецоперации". Из статистики зарубежных регуляторов следует, что значительный объем этих денег ушел в страны Закавказья и Центральной Азии, которые приняли основную массу релокантов и российских "карточных туристов". По итогам года банки этих стран накопили беспрецедентный объем пассивов. Однако заставить эти деньги работать оказалось сложно: на притоки средств нерезидентов банки по-прежнему смотрят как на временное явление

Сколько денег Центральная Азия и Закавказье получили от россиян

В прошлом году банки стран Центральной Азии и Закавказья испытали беспрецедентный приток средств нерезидентов. Как сообщил Forbes Национальный банк Казахстана (НБК), на 1 января 2023 года на счетах и вкладах физлица-нерезиденты хранили 16,9 трлн тенге (\$36,5 млрд). Всего за год объем средств иностранцев подскочил на 3,5 трлн и продолжает увеличиваться. По состоянию на 1 июня, НБК оценил средства физлиц-нерезидентов в 17,4 трлн тенге (\$38,8 млрд). Хотя их доля в общем объеме обязательств банков сейчас невелика — всего 9%, полтора года назад речь шла о 1,5%.



Информацию в разрезе гражданства нерезидентов НБК не публикует, однако признает "увеличение спроса со стороны граждан России", говорится в ответе пресс-службы на запрос Forbes. То же подтверждает и статистика переводов из России в Казахстан. В прошлом году объем входящих из России средств вырос в семь раз — до 360 млрд тенге (более \$778 млн по курсу на 1 января 2023 года). Публичных данных о том, сколько казахстанцев сейчас работает в России, нет, однако два года назад министр труда и социальной защиты населения республики оценивал их число в 71 000 человек. В то же время число россиян, которые в прошлом году въехали в Казахстан, по подсчетам местного МВД, составило 2,9 млн человек, что позволяет сделать вывод о том, что выводили средства в республику в основном нерезиденты-россияне.

Еще одной гаванью для средств россиян стал Кыргызстан. По данным Национального банка Кыргызской республики (НБКР), в начале 2022 года нерезиденты держали в банках страны всего 13,4 млрд сомов (примерно \$158 млн по курсу на 1 января 2022 года), а к началу 2023 года — уже 54,23 млрд (более \$633 млн). В ответе на запрос Forbes НБКР также признал, что в прошлом году мигранты из России "оказывали влияние на экономику" страны, которое происходило "через каналы спроса и увеличение притока иностранной валюты".

"Карточный туризм" и релокация привели российские деньги и в Узбекистан. Глава Центробанка страны Мамаризо Нурмуратов докладывал, что по итогам 2022 года более 60 000 россиян открыли счета и вклады в банках республики, принеся в них около \$892 млн. Это в девять с половиной раз больше, чем они хранили до начала "специальной операции"*. Денежные переводы в Узбекистан выросли в 2,1 раза — до \$16,9 млрд, говорил Нурмуратов. По его словам, внутренний спрос отражает не вся эта сумма, а лишь \$11,5-12 млрд, поскольку в страну активно переводили деньги граждане сопредельных Кыргызстана и Таджикистана. На фоне дефицита наличной валюты на родине они использовали узбекские банки для обналичивания. Аналогичными переводами занимались и российские валютные спекулянты, что осложнило оценку денежного потока в страну.

Значительный объем российских денег был направлен в Армению. В 2022 году общий объем средств нерезидентов в армянских банках вырос более чем на 60% и составил 1,4 трлн драмов (\$3,6 млрд по курсу Центробанка республики на 1 января 2023 года). "По нашим оценкам, большая часть прироста связана с увеличением средств физических и юридических лиц — резидентов РФ", — сообщила Forbes пресс-служба регулятора. По данным ЦБ Армении, в январе — апреле

2023 года средства нерезидентов сократились

на 8% к началу года. Приток частных трансфертов в Армению в прошлом году поставил рекорд в \$5,2 млрд.

В Грузию в 2022 году россияне перевезли 2,4 млрд лари (около \$1 млрд), писало издание Business Media Georgia со ссылкой на данные Национального банка страны. За год общий объем средств вырос на 327%. Из статистики регулятора следует, что на 1 января текущего года общий объем средств иностранных граждан в грузинских банках достиг 6,6 млрд лари, а к маю еще немного подрос — до 6,7 млрд лари (\$2,4 млрд). По данным грузинского регулятора, денежные переводы из России в прошлом году били рекорды, в отдельные месяцы превышая \$300 млн.

Куда пошли эти деньги

Из материалов центробанков ближнего зарубежья следует, что поступившие в эти страны рекордные объемы средств не привели к буму кредитования населения и бизнеса ни в одной из стран притяжения релокантов и карточных туристов из России. Напротив, местные банки наращивали свои кредитные портфели достаточно осторожно, дозируя кредитование экономики.

Так, по данным НБК, на 1 января 2022 года совокупный кредитный портфель казахстанских банков составлял 20,5 трлн тенге, а через год он вырос на 20% — до 24,6 трлн (+20%). Для сравнения: в 2021 году казахстанские банки увеличили ссудный портфель почти на 28%. В Кыргызстане рост кредитования экономики в 2022 году держался на среднем уровне последних трех лет, сообщила Forbes пресс-служба НБКР. В Узбекистане кредитный портфель банков за прошедший год прирос на 19,5% — лишь немногим больше, чем в 2021-м (+17,8%). В Армении рост кредитования за счет средств нерезидентов пока не наблюдается, констатировала пресс-служба центробанка республики. По итогам года, кредитный портфель армянских банков вырос всего на 6%, до 4,2 трлн драм, и до 4,4 трлн — к апрелю 2023-го. В Грузии темпы роста кредитования в прошлом году даже снизились — до 3,2% с 13% в 2021 год.

В докладе "Перспективы развития региональной экономики" МВФ отмечает, что вместо того чтобы трансформировать полученные от нерезидентов средства в кредиты, банки стран Закавказья и Центральной Азии решили увеличить свои высоколиквидные активы — прежде всего объем денег на корсчетах и в ценных бумагах.

Это подтверждается и данными, которые предоставили Forbes регуляторы некоторых стран. Например, казахстанские банки за последние полтора года увеличили средства на корсчетах почти в два раза — до 1,55 трлн тенге, а в местных и иностранных ценных бумагах — в 1,3 раза, до 11,4 трлн тенге, сообщил НБК. Судя по опубликованным данным Центрального банка Узбекистана, высоколиквидные активы коммерческих банков страны за год приросли на 37%, до 104,47 трлн сум, а коэффициент покрытия ликвидности достиг рекордных 211,6%.

Поступающая от нерезидентов валюта оседала на зарубежных депозитах и корреспондентских счетах коммерческих банков, признал регулятор Кыргызстана. "Помимо этого, введение ограничения на вывоз наличной иностранной валюты из Кыргызской Республики с начала 2023 года способствовало увеличению объема



иностранной валюты в кассах коммерческих банков", — добавил представитель НБКР. Центробанк Грузии на запрос Forbes не ответил.

В Армении соотношение ликвидных активов коммерческих банков к обязательствам до востребования на конец 2022 года составил 102,5%, следует из статистики местного ЦБ. "Полученные от нерезидентов средства банки разместили в высоколиквидные активы. В них преобладают корреспондентские счета, кроме того, определенные средства были также вложены в государственные облигации Армении и иностранных государств", — сообщила его пресс-служба, не раскрывая точных цифр. Ранее глава Центробанка Армении Мартин Галстян полностью одобрил действия коммерческих банков страны, которые не стремятся трансформировать обязательства в кредиты. "Исходя из позиций управления рисками, мы считаем, что политика формирования долгосрочных активов против такого рода краткосрочных обязательств несет в себе определенные риски", — говорил глава ЦБ.

Релокация мигрантов обусловила приток иностранной валюты в страну, который привел к увеличению объемов поступившей иностранной валюты преимущественно на расчетных счетах и счетах до востребования в коммерческих банках, подчеркивает пресс-служба НБКР. "Это подразумевает, что валюта поступает на счета в банках на короткий срок, в основном, с целью дальнейшего обналличивания или перевода за рубеж", — скептически представитель регулятора.

Коммерческие банки стран Центральной Азии и Закавказья в основном понимают, что часть денег россиян к ним пришла скорее всего ненадолго, поэтому использовать эти средства для долгосрочного фондирования действительно нецелесообразно, говорит директор группы "Рейтинги финансовых институтов" S&P Сергей Вороненко. "Банки предпочитают сохранять высокий объем ликвидных активов, например размещают их в ценные бумаги и на корсчетах, и таким образом снижают свои риски на случай возможных оттоков", — добавляет он.

"Россияне выводили деньги из страны на панике, и к настоящему моменту большинство тех, кому это было необходимо, уже открыли счета и вклады за рубежом. Отток этих средств из банков Центральной Азии и Закавказья, очевидно, не произойдет одномоментно, а будет растянут во времени. В условиях растущих процентных ставок вложения в высоколиквидные ценные бумаги для банков выглядят очень привлекательно и разумно", — соглашается главный экономист "Эксперт РА" Антон Табах.

Статистика денежных переводов за 2023 год подтверждает опасения банкиров. Например, в Грузии объем трансфертов из России в 2023 году начал падать и по итогам мая уменьшился вдвое от прошлогодних пиков — до \$154,7 млн. В Армении с пиковых \$600,9 млн в феврале 2023 года показатель снизился до \$281,2 млн в мае. Объем трансфертов из России в Казахстан в мае также упал.

** Согласно требованию Роскомнадзора, при подготовке материалов о специальной операции на востоке Украины все российские СМИ обязаны пользоваться информацией только из официальных источников РФ. Мы не можем публиковать материалы, в которых проводимая операция называется "нападением", "вторжением" либо "объявлением войны", если это не прямая цитата (статья 57 ФЗ о СМИ). В случае нарушения требования со СМИ может быть взыскан штраф в размере 5 млн рублей, также может последовать блокировка издания. (Forbes 08.07.23)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Государственное регулирование

Шавкат Мирзиёев 3 июля подписал закон "О конкуренции" в новой редакции (Узбекистан).

Новый акт прошёл окончательное чтение в Законодательной палате в феврале, а 2 марта получил одобрение Сената. В законе устанавливаются основные направления государственной политики по защите конкуренции, в том числе: предупреждение и пресечение антиконкурентных действий;

обеспечение свободы экономической деятельности и перемещения товаров;

создание условий для эффективного функционирования товарных и финансовых рынков.

Вводится понятие **антимонопольного комплаенса**. Это система внутренних организационных процедур по обеспечению соответствия требованиям законодательства о конкуренции, выявлению рисков их нарушения и предотвращению этих рисков.

Её внедрение будет **обязательно** для компаний с доминирующей позицией на рынке и для объединений юрлиц.

Также комплаенс потребует ввести в компаниях с госдолей свыше 50%, реализовавших за последние 3 года товаров и услуг более чем на **100 тыс. БРВ (33 млрд сумов)** ежегодно, и для аффилированных с ними фирм.

Пересмотрены критерии доминирующего положения. Теперь к ним причисляют компании с долей на определённом рынке не менее **40%** и годовой выручкой более **30 тыс. БРВ (9,9 млрд сумов)**, а также субъекты **естественной монополии**.

Также вводится **институт превосходной переговорной силы**. Речь идёт о возможности компании или группы лиц без доминирующего положения односторонне влиять на определение условий сделки, территории и цены реализации товаров.

Участник антиконкурентного соглашения (картельного сговора), первым **добровольно** сообщивший антимонопольным органам о факте соглашения либо сговора, **освобождается** от ответственности.

Все виды господдержки (налоговые и таможенные льготы, субсидии, гранты, гарантии, льготные кредиты и т. д.) должны рассматриваться на предмет **влияния на конкуренцию**. Запрещается предоставлять помощь, которая негативно сказывается на конкурентной среде.

Также пересматриваются критерии сделок экономической концентрации (слияние, поглощение и т. д.), требующих **согласия** Комитета по развитию конкуренции:

общая балансовая стоимость активов или выручка от реализации товаров за последний год участников сделки — более **500 тыс. БРВ** или 165 млрд сумов (ранее 100 тыс. БРВ или 30 млрд сумов);

балансовая стоимость активов или годовая выручка от реализации товаров одного из участников — более **250 тыс. БРВ** или 82,5 млрд сумов.

Закон вступает в силу через три месяца со дня публикации — **с 4 октября**. (Spot 03.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Розничная торговля продуктами питания и торговые сети FMCG

Общие новости о товарах сегмента FMCG

Маркировку воды и напитков в Узбекистане снова отложили.

Правительство Узбекистана снова отложило обязательную маркировку воды и безалкогольных напитков. Её изначально планировалось начать в октябре 2022 года, но процесс был отложен до июля, а теперь — до марта 2024 года.

Премьер-министр Узбекистана Абдулла Арипов 30 июня подписал постановление о продлении срока начала обязательной маркировки газированной и негазированной воды и напитков.

Изначально маркировку планировалось начать в октябре 2022 года, потом её отложили до 1 июля 2023 года, а теперь — до 1 марта 2024 года.

Маркировка в системе Asl Belgisi, а также меры по её контролю будут вводиться поэтапно в 2023?2024 годах. При реализации проекта будет учтён опыт прошлогоднего пилотного проекта.

Требование маркировки вступит в силу как для местных производителей, так и для импортёров:

- для первой группы (газированной и негазированной воды, напитков, а также неферментированных подслащённых фруктовых и овощных соков, кроме виноградного) — с 1 марта 2024 года;

- для второй группы (воды и напитков в металлической таре) — с 1 августа 2024 года (не изменилось).

Введение цифровой маркировки товаров было анонсировано в декабре 2018 года. В 2019 году стал известен оператор системы — CRPT Turon, принадлежавший холдингу USM Алишера Усманова и "Ростеху" (ранее ему доверили эту же функцию в России). Сейчас учредителем является Digital Holding (100%), который принадлежит Агентству по управлению госактивами (49%), Digital Invest (46,1%) и Вадиму Киму (4,9%).

Летом 2021 года производители воды и напитков призвали приостановить пилотный проект по маркировке, поскольку, по их мнению, она экономически нецелесообразна. В компании CRPT Turon, которая занимается маркировкой, их опасения назвали "мифом".

С 15 апреля 2022 года началась обязательная маркировка бытовой техники. Один код стоит 68 сумов (без НДС), сообщил Spot.

Напомним, США ввели санкции против Digital Invest. При этом Минфин США сделал исключение и выдал бессрочную лицензию на любые сделки, включая продажу американских товаров и технологий, в пользу "МегаФона" или компании Digital Invest, если эти транзакции направлены на предоставление телекоммуникационных услуг в Таджикистане или Узбекистане. (UzDaily.uz 03.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Цены на персик и нектарин в Узбекистане продолжают стремительно падать.

В нынешнем сезоне первые крупные партии персика и нектарина появились на оптовых рынках столицы Узбекистана в конце мая – начале июня и в динамике оптовых цен на эту продукцию сразу же сформировался устойчивый понижающийся тренд. А за последние три недели наблюдается стремительное снижение цен на персик и нектарин. Почти за месяц с момента появления первых партий этой продукции на оптовых рынках, цены на нее упали в 2,5 раза, отмечают аналитики EastFruit.

По данным ценового мониторинга EastFruit, с 2 по 30 июня 2023 года, средняя оптовая цена на персик и нектарин в Узбекистане снизилась с 27 000 до 11 000 сум/кг (с \$2,37 до \$0,95), т.е. в 2,5 раза почти за один месяц. При этом, за последние три недели оптовые цены на эту продукцию отличаются от прошлогодних уровней не более, чем на 20%. Стремительное снижение цен на персик/нектарин в Узбекистане в свою очередь, способствует наращиванию объемов отгрузок этой продукции на внешние рынки. Отметим, что персик и нектарин — одна из важнейших позиций экспорта Узбекистана в сегменте свежей плодоовощной продукции. В 2022 году персик и нектарин заняли второе место по значимости в экспортной выручке Узбекистана в свежем фруктовом сегменте, уступив лишь свежему столовому винограду.

В нынешнем сезоне экспорт персиков и нектаринов из Узбекистана стартовал в третьей декаде мая, примерно в то же время, как и в прошлом году.

По предварительным данным торговой статистики, за май-июнь 2023 года, Узбекистан экспортировал 20,9 тыс. тонн персика и нектарина, что на 22% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. (UzDaily.uz 06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В агропром и пищевую отрасль Узбекистана планируется привлечь \$1 млрд в год.



До 2025 года в Ташкенте, Самарканде и Андижане построят три крупных агрологистических центра. Министр сельского хозяйства Азиз Воитов выступил на международной конференции по вопросам устойчивого обеспечения продовольствием. Об этом сообщили в Минсельхозе.

Встреча, посвящённая продовольственной безопасности и водоснабжению, прошла в Ташкенте 6 июля. Мероприятие стало частью недели международных партнёрских инициатив "Новый Узбекистан: развитие, инновации и просвещение".

Чиновник отметил заметный рост производства сельскохозяйственной продукции в последние годы. Так, занятые плодовоовощными культурами площади достигли 470 тыс. га, включая 75 тыс. га интенсивных садов, а их производство увеличилось до 22,5 млн тонн.

Урожайность зерновых сейчас составляет 70 центнеров с гектара, а размер урожая в нынешнем году ожидается на уровне 8,1 млн тонн. Производительность сельского хозяйства растёт в среднем на 5% в год.

Достичь этого помогла в том числе рекультивация 580 тыс. га выведенных из оборота земель. Налаживание ирригации на них обеспечило дополнительное производство 3,7 млн тонн аграрной продукции. В следующие пять лет в сельхозоборот введут ещё 0,5 млн га.

Хлопковая отрасль, в свою очередь, развивается за счёт внедрения кластерной модели. Из \$5,3 млрд инвестиций, которые привлекли хлопководческие кластеры, \$1,2 млрд направили в аграрный сектор. Благодаря этому урожайность хлопчатника достигла 34 центнеров с 1 га.

Фермеры и предприниматели агробизнеса получили от зарубежных организаций \$2,5 млрд. За счёт этих средств было реализовано 4 тыс. проектов, в первую очередь — в плодовоовощной сфере. В ближайшие три года планируется ежегодно привлекать в аграрную и пищевую отрасли по \$1 млрд.

Инвестиции привлекаются и в переработку сельхозпродукции. За последние годы заработали 13 тыс. предприятий в этой сфере, а также 66 агрологистических центров на 900 тыс. тонн. Общая вместимость складов и холодильников достигла 1,5 млн тонн.

До 2025 года планируется построить три крупных агрологистических центра на 1,7 млн тонн — в Ташкенте, Самарканде и Андижане. На эти проекты АБР выделит \$197 млн. (Spot 10.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Магазины Узбекистана предоставят информацию о товарах через мобильное приложение.

В соответствии с указом Президента, до 20 декабря 2023 года разработается информационная система и мобильное приложение под названием «Информация о товаре». Эти инновационные решения позволят потребителям получать онлайн-сведения о товарах, работах и услугах, доступных на потребительском рынке Узбекистана.

Запуск информационной системы будет осуществлен в рамках административных реформ, направленных на эффективное государственное управление в сфере развития конкуренции и защиты прав потребителей, как сообщает Минюст.

Документ также определяет Комитет по развитию конкуренции и защите прав потребителей как республиканский антимонопольный орган, подотчётный президенту и Сенату, ответственный за свою деятельность в этой области.

С 1 октября 2023 года в Узбекистане будут внедрены новые меры. В частности, будет создан реестр хозяйствующих субъектов, которым предоставлены эксклюзивные права. Комитет по конкуренции будет определять субъекты, имеющие превосходную переговорную силу и способность односторонне влиять на условия сделки, территории и цены товаров, и будет запрещать злоупотребление такой силой.

Лица, как юридические, так и физические, которые заключили антиконкурентное соглашение или осуществили взаимно скоординированные действия, смогут быть освобождены от ответственности в соответствии с законом, если они первыми и добровольно сообщат об этом Комитету по конкуренции. (web.telegram.org/k/#@uzbekretail) (10.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Производители РК заявляют о критической ситуации со сбытом продукции. "Forbes (Казахстан)". 7 июля 2023

В казахстанских торговых сетях до 80% продуктов составляет импорт

Отечественным производителям местные торговые сети создали невыносимые, противоречащие интересам потребителя и продовольственной безопасности страны условия. Об этом на встрече в мажилисе заявили представители отраслевых ассоциаций и объединений казахстанских производителей, пишет издание EIDala.kz.

"Наш отечественный производитель изначально поставлен в неравные условия, на несколько уровней ниже, чем иностранный. Такого нет больше нигде в мире. Во всех развитых странах на первое место поставлены интересы отечественных аграриев и переработчиков пищевой продукции. У нас же на первом месте всегда оказываются интересы торговых сетей, которые превращаются в монополии, диктующие свою волю всем участникам рынка", - заявил Владимир Кожевников, директор Молочного союза Казахстана.

Чем грозит Казахстану зависимость от российского сахара



В 2022 году Минсельхоз разработал план по развитию сахарной отрасли, но так... >По его словам, сейчас в казахстанских торговых сетях до 80% продуктов питания составляет импорт, а отечественным продуктам не остаётся места. При этом государство данный вопрос не регулирует. Также неравнозначные условия сложились со стороны контролирующих органов. В то время как продукция казахстанских производителей находится под жёстким контролем всех уполномоченных органов, импортное продовольствие проверяется лабораториями при первичном ввозе и затем завозится без проверок три года. Как подчеркнул Владимир Кожевников, необходимо установить справедливые правила.

На встрече также было отмечено, что торговые сети предпочитают принимать у производителей товары как можно дешевле, а иностранные компании зачастую поставляют в Казахстан продукты сомнительного качества по минимальным ценам. В результате из года в год доля отечественных товаров на торговых полках снижается. Вслед за этим сокращается внутреннее производство, мощности многих предприятий загружены лишь наполовину. Например, в Северо-Казахстанской области за последние годы 7 из 15 переработчиков мясной продукции обанкротились.

"Мы намерены добиваться исключения из закона о торговой деятельности понятия "вознаграждение", что предполагает выплату так называемых ретробонусов и прочих бонусов, дополнительных услуг со стороны поставщика в интересах торговой компании. Нужно запретить торговым сетям брать с отечественных производителей ретробонусы, требовать дополнительных услуг или скидок на поставляемый товар, скидок на закупочные цены от действующего прайс-листа", - заявила вице-президент Союза птицеводов Казахстана Бакыт Кушегулова.

По ее мнению, в качестве регулирования работы торговых сетей нужно оставить только понятие "торговая надбавка", как это сделано в развитых странах.

"Мы также считаем необходимым отменить практику оплаты в виде отсрочки платежа: в настоящее время торговые сети выставляют неприемлемые условия по постоплате. Производитель производит продукт, выплачивает налоги и заработную плату сотрудникам, сам доставляет продукты, а сеть может задерживать выплату денег за проданный товар до нескольких месяцев, лишая тем самым производителя оборотного капитала", - сказала она.

В свою очередь председатель Комитета по аграрным вопросам мажилиса Серик Егизбаев сообщил, что в парламенте создаётся специальная рабочая группа для разработки закона о продовольственной безопасности, в которую войдут и представители отраслевых производственных ассоциаций. Все вопросы, связанные с необоснованным доминированием импорта на казахстанских торговых полках, должны быть отрегулированы, подчеркнул глава комитета. (Forbes (Казахстан) 07.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Сахарная отрасль Казахстана под угрозой: кто виноват и что делать? "Forbes (Казахстан)". 10 июля

2023

Комплексный план развития сахарной отрасли страны, принятый осенью 2022 года, не работает

В 2022 году, когда Россия запретила экспорт сахара, Казахстан столкнулся с жестким дефицитом продукта, а цены на него ощутимо взлетели. Так, в марте 2022-го сахар в среднем по стране стоил около 395 тенге за килограмм, а уже к маю его продавали по 600-800 тенге, в зависимости от региона. И с ограничениями – не более 5 кг в одни руки. Тогда правительство Казахстана экстренно стало разрабатывать меры поддержки местных производителей. Так, в сентябре 2022 года был утвержден комплексный план по развитию сахарной отрасли на 2022-2026 годы. Этим планом предусмотрено расширение посевных площадей сахарной свеклы до 38 тыс. га (в 2022 году было засеяно 12,6 тыс. га); увеличение валового сбора сахарной свеклы до 1,8 млн тонн (в 2022 году свекловоды сдали 281 тыс. тонн); увеличение производства сахара из отечественного сырья до 250 тыс. тонн (в прошлые годы в среднем производили до 40 тыс. тонн); обеспечение страны сахаром за счет переработки отечественного сырья с 7% до 43% - и, соответственно, снижение доли импорта сахара белого с 58% до 17%.

Для реализации этих амбициозных планов правительство поставило 33 задачи, включая использование по максимуму потенциала подземных вод для полива полей, развитие транспортно-логистической системы, защиту рынка от импорта и многое другое.

Чем грозит Казахстану зависимость от российского сахара

- Многие из этих задач, согласно плану, должны были быть выполнены уже в первом квартале 2023 года, но ни один из прописанных пунктов до сих пор не реализован, хотя уже завершился второй квартал 2023-го, - констатировала в интервью Forbes.kz президент Ассоциации пищевой и сахарной промышленности Айжан Наурзгалиева.

Она уверена, что поставленные задачи и в текущем году не реализуются. А сахарные заводы уже оказались в сложной, если не тупиковой, ситуации.

Замкнутый круг

О сложном положении сахарных заводов Айжан Наурзгалиева может говорить долго. Проблемы, с которыми столкнулись производители сахара, завязаны одна на другой.



И основная - серый импорт, или ввоз сахара автомобилями из России. Продукт продается за наличные, оседает на базарах и никем не фиксируется. Эти поставки перекрывают кислород местным производителям сахара и ставят под сомнение развитие всей отрасли в целом.

Дело в том, что в России сахар продают по 62 рубля (эта цена установлена законом), что по текущему курсу составляет около 309 тенге. Когда российский продукт везут в Казахстан, то продают его тут по 360-375 тенге за килограмм. Себестоимость же казахстанского сахара – 460 тенге, и, конечно, продать его по такой цене в то время, когда рынок завален дешевым сахаром из России, весьма проблемно.

Но и продавать местный сахар дешевле невозможно - заводы разорятся.

- В 2022 году СПК (социально-предпринимательские корпорации - Ф) выделили деньги сахарным заводам на закуп сырья в виде сахара-сырца. Это здорово, но проблема в том, что когда 12 октября 2022 года производители подписывали с правительством меморандум о том, что цены на сахар зафиксируются на уровне 460 тенге в течение следующих 12 месяцев, цена на сырье была \$400 за тонну, а когда стали выделяться средства, то цена подскочила почти на \$100. Мы пытаемся "влезть" в эту цену, и заводы говорят, что готовы продавать по 460, но нашу продукцию никто не берет. Мы просили правительство закрыть ввоз сахара автомобильным транспортом, но там опасаются, что из-за этого производители начнут задираить цены. А мы не планируем их поднимать, нам бы по утвержденной цене продать товар, - завершила Айжан. - Например, Таразский сахарный завод для разгрузки складских запасов попытался реализовать сахар по 390 тенге, но, тем не менее, не смог продать ни одной тонны.

Теперь производители получают от СПК "письма счастья" с требованиями начать частичный возврат заемных средств, которые выделили заводам на закуп сахара-сырца. "Но как это сделать, если заводы не могут реализовать товар?" - задается вопросом Айжан.

- Склады заводов забиты сахаром, и если производители не реализуют товар, то они не смогут вернуть заемные средства и рассчитаться с фермерами осенью, когда придет свекла. Это значит, что текущий год будет для сахарников либо убыточным, либо вовсе приведет к развалу отрасли, - "вангует" Наурузгалиева.

Далекие от реальности цифры

В числе проблем, с которыми также сталкиваются производители сахара, – недостаток собственного сырья.

- В Жамбылской области, по данным Минсельхоза, посеяли 11 тысяч гектаров сахарной свеклы, но на самом деле хорошо, если там будет хотя бы семь. В Алматинской области, опять же по оценке МСХ, засеяли 8 тысяч гектаров, но эти цифры тоже не совсем соответствуют реальным. Если сравнивать с Кыргызстаном, который по площади значительно меньше Казахстана, то там посеяли 17 тысяч гектаров свеклы. При средней урожайности 350 центнеров с гектара они получают 595 тысяч тонн свеклы, из которой произведут примерно 71 тысячу тонн сахара. И полностью обеспечат сами себя. В то же время в Казахстане засеяно, по нашим оценкам, 15 тысяч гектаров, на которых, по самым оптимистичным прогнозам, должно вырасти 525 тысяч тонн свеклы, из которой произведут всего 63 тысячи тонн сахара, - подсчитала Айжан. - И даже это будет на грани фантастики, потому что в 2022 году, к примеру, мы произвели всего около 29 тысяч тонн сахара из казахстанской свеклы.

Ежегодное потребление сахара в Казахстане составляет около 500 тыс. тонн, а, согласно комплексному плану, производство сахара из отечественного сырья должно быть увеличено, напомним, до 250 тыс. тонн. Но еще раз отметим: в 2023 году из казахстанской свеклы произведут в лучшем случае только 63 тыс. тонн - в четыре раза меньше амбициозных планов правительства.

- Возможно, это обусловлено тем, что в комплексном плане мероприятий прописано ежегодное увеличение посевных площадей, но ничего не делается для того, чтобы их увеличивать, - вздыхает собеседница.

Бизнес и власть

Все эти проблемы должен был решить комплексный план мероприятий, принятый в 2022 году. Но почему ни одна из прописанных в плане мер до сих пор не реализована?

- Когда приняли комплексный план мероприятий, мы сразу подняли вопрос: кто его будет мониторить? Ведь в этом процессе задействовано не только МСХ, но и Министерство экологии, Министерство финансов и т.д. Один раз они провели с нами встречу по видеосвязи, где присутствовали все причастные к отрасли лица, и получился базар. Мы предложили Минсельхозу разбить встречи по темам и собирать по ним заинтересованных и ответственных лиц, но этого не произошло. На этом весь "мониторинг" и закончился, - говорит Айжан.

И дело здесь не только в мониторинге, но и в любимом казахстанском "футболе", когда для решения той или иной проблемы все пытаются найти крайнего, говорит собеседница. Бизнес ждет помощи от государства, а государство - действий от бизнеса.

- Например, завод "Аксу кант" в 2017 году провел модернизацию, вложил в это колоссальные деньги, а акимат обязался решить вопрос с газификацией завода и подвести к нему железную дорогу. Обещали все сделать к 2020-му. Но эти вопросы не решены до сих пор, и "Аксу кант" по сей день остается единственным заводом, который работает на мазуте и у которого нет подъездной железной дороги. Всё это увеличивает себестоимость производимого там сахара, - приводит пример Айжан Наурузгалиева. – Эти же вопросы прописали теперь уже в комплексном плане, но как они решатся – не понятно. Нам объясняют, что не могут решить вопрос с госэкспертизой по газификации. Что касается ж/д путей, их тоже включили в план, а теперь говорят, что это дорого и денег на это нет, - мол, решайте вопрос сами.



Чтобы как-то решить проблему обеспечения заводов местным сырьем, Ассоциация пищевой и сахарной промышленности обращалась к госорганам с просьбой выделить производителям орошаемые земли, чтобы они сами выращивали сахарную свеклу. Но и тут стороны не пришли к консенсусу.

- Нам говорят, что у того же "Аксу кант" есть земля, почему они не сеют? Да, у них есть около 3 тыс. га, из них поливной земли только 210 га, это меньше 10%. Мы уже молчим про то, что это не единая земля, а нарезанные небольшими лоскутами поля в сотне километров друг от друга, и гонять от поля к полю технику элементарно невыгодно. Но основная проблема - все же в орошении земель. Там есть водохранилище, в прошлом году в нем даже была вода, но оросительные сети от этого водохранилища не проложены. И кто должен их прокладывать – тоже непонятно. Нам говорят – пусть этим занимается бизнес, но невозможно все подряд повесить на бизнес! – восклицает Айжан. - Сахарные заводы и так сами обеспечивают фермеров семенами, дают деньги на весенне-полевые работы, платят за транспортировку сырья от поля до завода и т.д., и т.п.

Как разорвать замкнутый круг?

На вопрос о том, что необходимо сделать "здесь и сейчас", чтобы разорвать замкнутый круг проблем, Айжан Наурзгалиева говорит: в первую очередь дать земли заводам и решить вопрос с их орошением, чтобы фабрики могли обеспечивать себя сырьем самостоятельно. Либо же создать кластеры на базе заводов.

- Такие кластеры, с заводами во главе, объединяют фермеров, сеющих сахарную свеклу. Завод предоставляет технику, агрономов, закупает и устанавливает дождевальные установки, решает вопросы с уборкой и транспортировкой свеклы. Это реально сделать, но для этого требуется внесение изменений в правила субсидирования. Кроме того, необходимо участие науки для выведения семян собственной селекции. И чем оперативнее и мобильнее будет работать отраслевой госорган, тем лучше будет для отрасли, - уверена Айжан.

Во-вторых, принять срочные меры по ограничению ввоза белого сахара автомобильным транспортом из России, определив один пограничный переход с жестким контролем и мониторингом ввозимого продукта.

В-третьих, утвердить минимальные оптовые цены и организовать биржевую торговлю сахаром, в том числе ввозимого на территорию РК.

В-четвертых, пролонгировать договор с СПК по возврату денежных средств как минимум на три года.

Станут ли сладкие мечты производителей реальностью? Вопрос остается открытым. (Forbes (Казахстан) 10.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Взбодрись по утрам и... разорись: кофе вырос в цене сразу на 20%. "Energyprom.kz". 10 июля 2023

Чай подорожал на 14% за год

Производство переработанных чая и кофе за январь–май 2023 года составило 8,7 тыс. тонн, что сразу на 35,2% больше по сравнению с январём–маем 2022 года. Годом ранее производство, напротив, показывало спад на 18,2%.

В региональном разрезе более половины производства чая и кофе пришлось лишь на Алматы: 4,7 тыс. тонн, на 32,6% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. Значительные объёмы выпуска отмечены также в Шымкенте (2,2 тыс. тонн) и Алматинской области (1,5 тыс. тонн).



По итогам июня стоимость кофе выросла на 1,2% за месяц, в то время как чай подорожал лишь на 0,2%. За год кофе подорожал на 20%, а чай — на 14%.

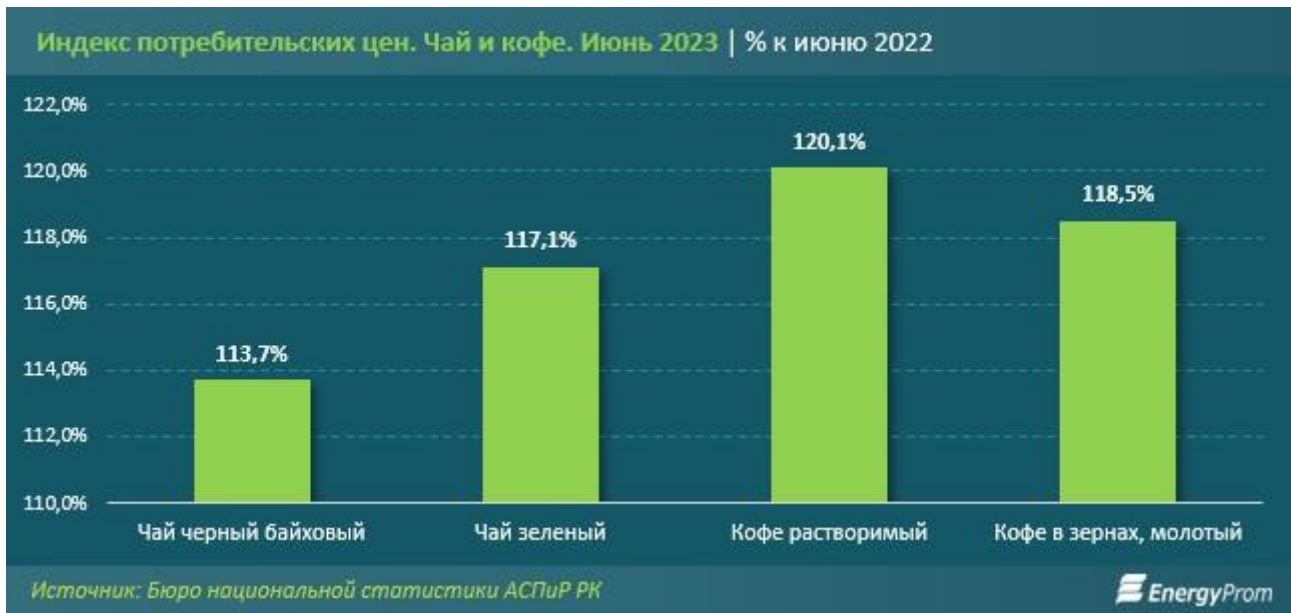
В региональном разрезе самый высокий годовой рост цен на кофе был отмечен в Туркестанской области — сразу на 40,5%, далее идут Акмолинская и Мангистауская области — плюс 38,5% и 36,1% за год соответственно.

Чай заметнее всего подорожал в Кызылординской области (на 28,7% за год), также среди антилидеров Шымкент (на 27,2%) и Абайская область (на 21,4%).



Самый большой рост в секторе этих тонизирующих напитков отмечен для растворимого кофе: сразу плюс 20,1% за год.

Кофе в зернах (молотый) вырос в цене на 18,5%, зеленый чай — на 17,1%, черный байховый чай — на 13,7% за год.



(10.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости крупнейших поставщиков

Меры госстимулирования позволили расширить ассортимент молочной продукции (Казахстан).

QazIndustry возместил затраты предприятия по усовершенствованию технологических процессов и приобретению специализированного оборудования, позволяющего выпускать кисломолочные продукты, передает DKNNews.kz.

Так, благодаря мерам государственного стимулирования ТОО "Бурненская молочная компания" расширила свой ассортимент по молочной продукции. Компании возместили часть затрат, направленных на повышение объемов производства молочной продукции, в частности на совершенствование технологических процессов.

К слову, мерами государственного стимулирования казахстанские предприятия могут воспользоваться неоднократно.

"За период с 2019-го по 2023 год наша компания четырежды воспользовалась мерами государственного стимулирования. Мы подавали заявки в QazIndustry на возмещение затрат в связи с повышением компетенции предприятия и разработкой комплексного плана индустриально-инновационного проекта, связанного с совершенствованием технологических процессов и повышением эффективности организации производства. Благодаря государственной поддержке на производстве были проведены монтажные и пусконаладочные работы. Еще мы приобрели оборудование для производства кисломолочной продукции и теперь выпускаем кефир и курт" Директор ТОО "Бурненская молочная компания" Свамбай Аринов

Технологи предприятия постоянно работают над расширением ассортимента молочной продукции. Продукция ТОО "Бурненская молочная компания" отмечена несколькими отраслевыми наградами за вклад в развитие отечественного молочного кластера. Сыры под маркой "Бурненские" признавались лучшими на выставках World Food Kazakhstan в 2014 и 2015 годах. Кроме того, предприятие заняло второе место на региональной выставке "Лучшие товары Казахстана". В 2019-2021 годах компания была удостоена звания "Лидер отрасли".

Напоминаем, что QazIndustry оказывает услуги по госстимулированию части затрат предприятий на повышение производительности труда и продвижение продукции на внутренний рынок. Казахстанский центр индустрии и экспорта проводит Дни открытых дверей каждый четверг по адресу г.Астана, проспект Кабанбай батыра, 17, блок Е. Также консультацию можно получить посредством ZOOM. (Деловой Казахстан 06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Белковые сыворотки, быстрорастворимые смеси: Головченко рассказал о развитии молочной отрасли (Беларусь).

В рамках рабочей поездки в Брест премьер-министр Беларуси Роман Головченко посетил ОАО "Савушкин продукт"

Премьер-министр Роман Головченко во время рабочей поездки в Брест 7 июля рассказал о развитии молочной отрасли в стране, передает корреспондент БЕЛТА.

Роман Головченко, оценивая ситуацию в перерабатывающей промышленности, вспомнил поговорку: пережили голод - переживем и изобилие. "То есть нам сейчас действительно нужно переживать изобилие, потому что раскочакали мы мощности очень прилично. Это, кстати, одно из достижений Беларуси за предыдущие годы. Мы сегодня это видели воочию. К примеру, руководитель молочного комбината (гендиректор ОАО "Савушкин продукт" Александр Савчиц. - Прим. БЕЛТА) сказал, что в 1998 году предприятие перерабатывало 70 т молока в сутки. Сегодня перерабатывает 2,4-2,5 тыс. т. Представьте, какой скачок произошел практически за 20 лет - в 30 раз увеличились объемы производства", - обратил внимание премьер-министр.

Он заметил, что есть определенные проблемы, в том числе подросли запасы. Но не это, по словам Романа Головченко, сейчас главное. "У нас выручка от продажи молочной продукции - Br12 млрд. Экспорт молочной продукции - около \$3 млрд. Чтобы не только не потерять, а нарастить эту выручку, надо понимать, что происходит на соседних рынках, какая ситуация складывается с точки зрения маркетинговой политики, вообще стратегию развития", - подчеркнул премьер-министр.

Он заметил, что долгое время у белорусских производителей были достаточно мягкие условия, которые позволяли им с высокой рентабельностью работать на российском рынке. Однако ситуация меняется, усиливается конкуренция. "Не зря глава государства призывал производителей уходить на рынки других стран, диверсифицироваться. Теперь понимаем, насколько это важно. Конечно, российский рынок для нас самый приемлемый, привычный, всегда будем на нем работать. Но конкуренция ужесточается, и нельзя рассчитывать, что десятилетиями будем править балом на российском рынке", - сказал Роман Головченко и добавил, что белорусы готовы к конкуренции с другими производителями.

В частности, белорусские предприятия являются практически монополями поставщиками в Россию сливочного масла, сыров в больших упаковках. "Но приходят другие производители, собственная промышленность развивается, объемы производства молока в России растут. Что мы делаем? Выходим на другие рынки, уходим в





производство новых продуктов, в углубленную переработку. Быстрорастворимые молочные смеси, лактоферрины, молочно-белковые сыворотки и так далее - это можно сказать хай-тек-продукты молокопереработки. Думаю, эти ниши еще очень долго можно будет осваивать. Всему тому молоку, которое будет производиться в стране, обязательно найдем применение и сбыт", - резюмировал Роман Головченко.-

Для справки: Название компании: Савушкин продукт, ОАО Адрес: 224028, Республика Беларусь, Брест, ул. Янки Купалы, 118 Телефоны: +10375(162)47062; +7(495)6680707; +7(495)6681268; +10375(162)470890 E-Mail: info@savushkin.by; bmks@savushkin.by Web: <https://www.savushkin.by> Руководитель: Савчиц Александр Васильевич, генеральный директор (БелТА 07.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Полуфабрикаты из картофеля Толочинского консервного завода востребованы в крупных сетях ресторанов Беларуси и России. "Витебские вести". 4 июля 2023

Всего полтора года прошло с момента открытия на Толочинском консервном заводе уникального для Беларуси цеха быстрого замораживания полуфабрикатов из картофеля, а его продукция уже разлетается в самые крупные сети ресторанов не только нашей страны, но и Российской Федерации.

Примечательно, что с декабря 2022 года толочинская золотистая соломка поставляется в заведения сети Mak.by, которые пришли на смену McDonald's. Подписана спецификация, согласно которой полуфабрикат должен соответствовать параметрам по длине, размеру, цвету, жесткости.

Безусловно, у таких крупных игроков на рынке фастфуда свои требования. Например, низкое содержание редуцирующих сахаров и жесткость ребер, которая позволяет держать форму соломки. Потому упор на Толочинском консервном заводе делают на сорт голландской селекции "инноватор". В этом году завезли еще 100 тонн его элиты. Соответственно, пересмотрели структуру посевных площадей. Если раньше значительные территории отводили под промышленный картофель, то сегодня из 1100 га большую часть занимают сорта, предназначенные для производства картофеля фри. Среди них – немало перспективных белорусской селекции.

– Нужно идти в ногу со временем, а иногда и опережать его. Смотреть на потребности рынка и трезво оценивать экономическую ситуацию, находить новые направления, – уверен руководитель Толочинского консервного завода Анатолий Ануховский. – Только тогда производство будет приносить прибыль. И в этом – залог благополучия всего коллектива, уверенность людей в завтрашнем дне.

Руководитель предприятия отметил, что в этом году очевиден недобор зерна и рапса из-за колоссальной засухи.

– Но нам дает возможность маневрировать в нынешней рыночной обстановке многопрофильность – на заводе производится 10 групп товаров. И ставку мы нынче делаем на картофель фри, – подчеркнул Анатолий Ануховский.

– Обстановка сложилась так, что продовольственный картофель в больших объемах не востребован. Поэтому, скажем, в прошлом году мы были вынуждены его остатки переработать на крахмал. Благо сохранили крахмальный цех. Основной потребитель – ОАО "Беларуськалий". Картофель сегодня мы не позволим внести в Красную книгу. Однако остается открытым вопрос строительства нового хранилища с газовой средой и камер хранения с морозильным оборудованием, а это требует больших вложений. Поэтому будем стараться максимально быстро перерабатывать урожай и реализовывать.

Известно, что путь картофеля начинается с поля. "Второй хлеб" на отведенных гектарах консервного завода возделывается по интенсивной технологии. Совместно с учеными РУП "Научно-практический центр НАН Беларуси по картофелеводству и плодоовощеводству" разработана программа по проведению испытаний новых сортов, лучшие из которых внедряются в производство. Ведь картофель для предприятия – это и товар, и сырье, и элитный семенной материал.

Кстати, покупателя-ресторатора интересует, что на поле росло до картофеля, как его обрабатывали и чем, сколько и каких удобрений внесли в почву. И, безусловно, качество, внешний вид продукта на выходе – он должен соответствовать запрашиваемым параметрам.

– На протяжении года экспериментировали: меняли режимы машин, настройки, способы обжарки, дегустировали ежедневно, – рассказала главный технолог предприятия Марина Алейникова. – Методом проб и ошибок разрабатывали технологию. Всё не так просто, как кажется на первый взгляд. Ведь прежде чем попасть в упаковку, картофель проходит мойку, затем щеточную машину, паровую чистку при 22 атмосферах. От высокого давления пара с картофеля полностью слетает кожура. На линии очищенные клубни дополнительно моются и подаются на гидрорезку, затем – на калибровку и бланшировку. Для каждого сорта картофеля и вида нарезки свои настройки бланширования. После он дополнительно сушится, чтобы ушла лишняя влага. Фритюрницу соломка проходит за 60 секунд при 180 градусах. Потом охлаждается до 30 градусов и только после этого идет на шоковую заморозку.

Если говорить о полуфабрикате "Дольки по-деревенски", то в его производстве успешно используют такие белорусские сорта, как "нара", "лад", "лель", "палац". Они себя хорошо зарекомендовали: держат корочку, а внутри – вкусная мякоть. Но для крупных рестораторов этого оказалось мало – они используют дольки в панировке. Поэтому технологи завода во главе с Мариной Алейниковой пошли дальше – заключили договор с одной из



российских компаний на поставку панировочных смесей. И, недолго думая, сделали пробную партию замороженных долек по-деревенски в панировке со специями. Они пришлись по вкусу KFC и Мак.бу. Сейчас рецептура панировки совершенствуется, и с начала осени новый полуфабрикат появится в сети ресторанов быстрого питания, на прилавках магазинов.

– Будем готовить дольки как без кожуры, так и в кожуре, – отметила Марина Алейникова. – С августа, когда получим новый урожай "второго хлеба", перейдем на четыре смены, чтобы максимально быстро перерабатывать его и отпускать потребителю. (Витебские вести 04.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Рынок табачных изделий

Беларусь: С 1 июля требуется лицензия для торговли нетабачными никотиносодержащими изделиями.

В Беларуси для торговли нетабачными никотиносодержащими изделиями и жидкостями для электронных систем курения с 1 июля требуется лицензия, сообщили БЕЛТА в Министерстве по налогам и сборам.

В соответствии с законом "О лицензировании" с 1 января 2023 года введено лицензирование розничной торговли нетабачными никотиносодержащими изделиями и жидкостями для электронных систем курения. Также предусмотрены переходные положения для возможности получения лицензии.

"Субъекты хозяйствования, которые на 1 января вели розничную торговлю такими товарами, были вправе до 1 июля продолжать деятельность без лицензии. Если они намерены торговать такими товарами и в дальнейшем, они должны были получить лицензию на розничную торговлю алкогольными напитками, табачными изделиями, нетабачными никотиносодержащими изделиями, жидкостями для электронных систем", - отметили в МНС.

Если такая лицензия на 1 января уже имелась (с указанием составляющей лицензируемую деятельность услуги "розничная торговля табачными изделиями") и торговля нетабачными никотиносодержащими изделиями, жидкостями для электронных систем курения на тот момент также шла, субъект хозяйствования был вправе продолжить осуществлять такую деятельность, однако нужно было направить в лицензирующий орган до 1 июля 2023 года уведомление по установленной МАРТ форме. Если же лицензии не было, необходимо было с 1 июля 2023 года обеспечить ее наличие.

"Субъекты хозяйствования, не выполнившие требования закона, с 1 июля не вправе вести розничную торговлю нетабачными никотиносодержащими изделиями, жидкостями для электронных систем курения", - подчеркнули в МНС. Если продолжать торговлю такими товарами не планировалось, нужно было до 1 июля реализовать остатки.

Розничная торговля нетабачными никотиносодержащими изделиями, жидкостями для электронных систем курения, осуществляемая без лицензии, влечет административную (ч.1 ст.13.3 КоАП) либо уголовную (ст.233 УК) ответственность. (БелТА 01.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости крупнейших сетей FMCG

В Беларуси открылся 900-й торговый объект ЗАО "Доброном".

Все рекламные возможности портала belretail.by Юбилейным стал магазин сети дискаунтеров "Копеечка" в г.п. Россоны Витебской области. Узнали, что сегодня представляет собой сеть торговых объектов ЗАО "Доброном", к которому и относится популярный магазин.

ЗАО "Доброном" — один из лидеров крупных розничных сетей в Беларуси и абсолютный лидер по количеству открытых торговых объектов в стране: в месяц появляется около 15 новых магазинов. Это известные покупателям магазины "Копеечка", "Маяк" и "Доброном". Именно "Копеечка" стала 900-м объектом ЗАО "Доброном", и открылась она 30 июня в Россонах.

"Компания ставит перед собой амбициозные задачи: до конца года мы планируем перешагнуть рубеж в 1000 торговых объектов. Магазины сети работают более чем в 200 населенных пунктах Беларуси, а это, кроме прочего, свыше 12 тысяч рабочих мест в разных уголках страны", — прокомментировал операционный директор ЗАО "Доброном" Александр Рябцев.

В торговых объектах ЗАО "Доброном" особое внимание уделяют ассортименту. В магазинах сети преобладают товары белорусских производителей, которым доверяют покупатели.

Среди торговых объектов розничной сети больше всего дискаунтеров "Копеечка" — магазины формата "у дома". В них можно купить не только разнообразные продукты питания, в том числе собственного производства, но и непродовольственные товары — от бытовой химии и игрушек, до одежды и обуви.

На сегодня ЗАО "Доброном" активно развивает формат "жестких дискаунтеров" "Маяк", а это значит, что цены здесь предельно низкие.

Первые магазины "Маяк" открылись в 2021 году. В них действует минимальная торговая надбавка, универсальный ассортимент качественных товаров повседневного спроса, широко представлены белорусские производители, а также продукция собственного производства.

Многие товары в "Маяке" расположены на паллетах прямо в упаковках — удобно и выгодно закупаться оптом. Площади магазинов достигают 1200 м кв., а количество товаров — порядка 4000 наименований.

Учитывая популярность в регионах, количество новых магазинов "Маяк" постоянно растет. На данный момент их число приближается к восьмидесяти. (belretail.by) (04.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Сеть гипермаркетов Magnum присоединился к числу партнёров Solfy (Узбекистан).

Magnum вышел на рынок Узбекистане в декабре 2021 года. Тогда компания открыла в Ташкенте два магазина: гипермаркет и супермаркет. Сеть стала новым партнёром карты рассрочки Solfy.

Срок рассрочки по карте Solfy на любые товары составляет 12 месяцев.

При покупке техники карта рассрочки Solfy работает как обычная дебетовая карта. Вы оплачиваете товар, магазин сразу получает всю стоимость от «Узнацбанка», а вы равными частями возвращаете банку стоимость покупки на протяжении всего срока рассрочки. (web.telegram.org/k/#@uzbekretail) (06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Узбекистан: "Корзинка" представила обновленный Telegram-бот.

Сеть супермаркетов обновила Telegram-бот для еще большего удобства пользователей.

«Корзинка», крупнейшая розничная сеть Узбекистана, представила обновленный Telegram-бот с множеством новых функций — t.me/korzinka_uzbot.

С его помощью пользователи смогут получать информацию о программе лояльности и бонусах, отслеживать баланс накопительной карты, быть в курсе действующих скидок и акций, а также узнавать о ближайших супермаркетах с помощью функции «Магазины рядом».

Также при помощи бота можно будет просматривать списки победителей по розыгрышам и акциям «Корзинки».

Кроме того, пользователь может оставить сообщение и получить ответ на интересующий вопрос от специалистов службы поддержки. Также компания закрепила ответы на часто задаваемые вопросы в разделе «Помощь».

«В январе 2017 года мы стали первыми среди ритейлеров Узбекистана, кто запустил телеграм-бот для удобства клиентов. С тех пор бот менялся, развивался и улучшился. Теперь, чтобы соответствовать новым требованиям по скорости, стабильности и многозадачности мы решили его полностью переписать. Все для удобства наших пользователей», — прокомментировал Малик Каримов, директор департамента маркетинга сети супермаркетов «Корзинка». (web.telegram.org/k/#@uzbekretail) (10.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Зафар Хашимов стал членом Консультативного совета Chapter Zero Uzbekistan.



Это первая инициатива в Центральной Азии, направленная на привлечение советов директоров компаний для принятия необходимых мер в ответ на изменение климата. "Корзинка", крупнейшая розничная сеть Узбекистана, поддерживает усилия, направленные на сохранение окружающей среды, уменьшение негативного воздействия на климат и повышение осведомленности в актуальных вопросах экологии. Так, Зафар Хашимов стал членом Консультативного совета совместного проекта Международного Вестминстерского университета в Ташкенте (МВУТ) с Европейским банком реконструкции и развития (ЕБРР) и компанией "Делойт" под названием Chapter Zero Uzbekistan. Это первая инициатива в Центральной Азии, направленная на привлечение советов директоров компаний для принятия необходимых мер в ответ на изменение климата. Запуск Chapter Zero Uzbekistan дает Узбекистану возможность присоединиться к глобальной Инициативе по управлению климатом. Также проект поощряет развитие бизнеса в синергии с приоритетными вопросами изменения климата.

Деятельность инициативы направлена на:— продвижение стандартов ответственного ведения бизнеса и устойчивого развития в Узбекистане;

— повышение осведомленности Советов директоров об изменении климата и их понимание рисков и возможностей, связанных с изменением климата;

— развитие компетенции, навыков и знаний Наблюдательных советов и Советов директоров компаний в Узбекистане в целях решения проблем изменения климата;

— понимание и реагирование на риски и возможности, связанные с изменением климата с одновременным обеспечением долгосрочной устойчивости и успеха своего бизнеса. 3 июля 2023 года в МВУТ прошло первое заседание Chapter Zero Uzbekistan, в котором приняли участие более 25 представителей частного сектора, поддержавших инициативу в качестве членов Консультативного совета, руководящего комитета, также проектных менеджеров. В ходе заседания их ознакомили с деятельностью программы и поставленными целями.

"Я был крайне рад, получив приглашение присоединиться к пректору Chapter Zero Uzbekistan в качестве члена Консультативного совета. Для меня, и как социально-ответственному гражданину, и как представителю компании Korzinka, всегда было важным понимать и поднимать актуальные вопросы экологии и развивать бизнес в соответствии с ними. Рад возможности поддерживать инициативы, направленные на повышение осознанности в вопросах окружающего нас мира", — *прокомментировал Зафар Хашимов, основатель и председатель наблюдательного совета сети супермаркетов "Корзинка"*. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Узбекистан: Новая сеть продуктовых магазинов под брендом Eeeng ЯQH готовится к открытию.

«Хочу поделиться отличной новостью! 16.07.2023 открываем 14 магазинов Eeeng ЯQH в один день. Из 14 магазинов, 4 открываются в формате франчайзинга. Как и обещали мы очень скоро будем самими близкими для вас!», — сообщил Азамат Шаисмаилов нашему ресурсу.

Напомним, бывший коммерческий директор сети Макго Азамат Шаисмаилов в конце апреля сообщил о запуске новой сети магазинов под брендом Eeeng ЯQH.

Основные моменты:

Проект будет называться Eeeng ЯQH («самый близкий»);

Маркеты будут работать в формате «магазины у дома»;

Сеть будет расширяться на условиях франчайзинга;

Магазины у дома будут компактными, с площадью от 40 до 70 кв метров;

Ассортимент около 1200 наименований товара;

Любой желающий может открыть магазин у себя дома или в махалле;

Первые 14 магазинов откроются в середине июля этого года и в один день. (web.telegram.org/k/#@uzbekretail) (10.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Общественное питание

Фуд-холл

FoodMall Tashkent — первое в Центральной Азии гастро-пространство, где собраны лучшие кухни со всего мира

Пространство, где каждый найдет для себя что-то уникальное и невероятно вкусное. Отличная кухня, быстрое и качественное обслуживание, а также великолепная локация в самом центре города — идеальное сочетание для жителей и гостей столицы.

15 самых вкусных кухонь из всех уголков планеты собраны в пространстве трёх ярусов с общей площадью ?1888 кв.м

На территории FoodMall предусмотрено 24 концепции — стритфуды, фастфуды, японский суши-бар, итальянская кухня, вьетнамская кухня, зона с кальяном, кофейня в европейском стиле, 2 торговые точки и большая терраса.

Основной стиль FoodMall — это современный лофт с открытой и максимально продуманной планировкой, созданный, чтобы подчеркнуть характерные черты и разнообразие самых ярких кухонь мира. В свою очередь, основной интерьер FoodMall разбавлен яркими вкраплениями корнеров, каждый из которых оформлен так, что хочется сфотографироваться на его фоне и, конечно же, задержаться в нём подольше.

А -1 и -2 этаж превращается в lounge bar, где каждый гость сможет максимально окунуться в атмосферу музыки и коктейлей.

Для гостей предусмотрено 520 посадочных мест. Для автомобилей — 16 мест собственной внутренней парковки, 70 мест на внешней городской парковке, а также идёт строительство подземной парковки на 100 мест.

Основатели обладают большим опытом в открытии и успешном продвижении современных кафе и ресторанов.

Ресторанная группа LeeVolk partners основана Максимом Волковым и его партнёром в 2021 году. Проекты рассчитаны таким образом, чтобы стать первым этапом в развитии крупной сети.

Таким образом, 20 проектов FoodMall — это, в перспективе, 20 сетей кафе, фастфудов и ресторанов со своей собственной специализацией и концепцией. (web.telegram.org/k/#@uzbekretail) (05.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Casual Dining

Из официантов в рестораторы: как создавались "Подушечная" и Nice Joy. "Spot". 7 июля 2023

Сооснователи заведения Ильхом Вафоев и Руслан Гемазудинов рассказали Spot, как запускали заведение в не самой удачной локации, уходили в минус на \$80 000, открыли и тут же закрыли, а затем переформатировали "Галереюшку" и почему у "Подушечной" всего один филиал.

Основатели "Подушечной" Ильхом Вафоев и Руслан Гемазудинов пришли в ресторанный бизнес ещё в студенческие годы. Пройдя карьерный путь от официантов до управленцев, два друга решились на открытие собственного заведения — такого, которое в последующем станет известным своим уютом и гостеприимством.

В интервью Spot они рассказали, как разрабатывали концепцию доступного, но качественного кафе, какие ошибки допустили при открытии и какую роль играют стандарты качества в успешности бизнеса.

От подработок до собственного бизнеса

В ресторанный бизнес мы пришли ещё в студенческие годы (Ильхом учился в ТГТУ, а Руслан — в железнодорожном институте). Тогда мы просто подрабатывали официантами, получали по началу по 15?20 тыс. сумов в день. Работали в разных заведениях на протяжении нескольких лет. После окончания вуза, пробовали работать по специальности, но не понравилось.

Однажды зайдя в ресторанный бизнес, не выйдешь. Если понравится, то затянет так, что потом ничто уже не понравится. Куда бы ты ни уходил, какие бы направления ни пробовал, все равно ты вернёшься в него.

Познакомились мы в ресторане Manas (входит в сеть заведений Smart Group — прим. Spot), когда оба устроились туда на работу в 2014 году. Можно сказать, там все и началось. Уже тогда у нас были большие планы — от того, чтобы стать старшими официантами, до открытия собственного заведения в будущем.

Со временем мы доросли до управляющих позиций. Работали в нескольких ресторанах сети Smart Group. Ильхом больше занимался набором персонала, а Руслан — его обучением. И одновременно мы стали из личного опыта разрабатывать стандарты для ресторана, налаживали систему работы, обучали сотрудников.

Общепит — это сильная школа жизни. Многие воспринимают эту сферу только как временную работу, но здесь получаешь многие полезные для жизни навыки. Например, хороший официант должен знать не только меню, но и характер и настроение гостя, обладать навыками продаж, коммуникаций, стрессоустойчивостью. Те, кто развил эти навыки в общепите, в дальнейшем могут применять их в любой сфере.

Однажды один из наших постоянных гостей предложил нам открыть кафе в помещении, которым он владел. Тогда мы уже не видели перспектив роста в Smart Group и поэтому согласились.

Появление "Подушечной"

В локации (заведение расположено на улице Осие, недалеко от Республиканского центра кардиологии — прим. Spot), где нам предложили открыть заведение, на тот момент практически ничего не было — только пара аптек, небольшие кофейни, даже уличное освещение было плохим. Но мы все же решили попробовать — делали из того, что было. Начинали втроём — с нами ещё был друг Абдуазиз Эгамбердиев, который занимался маркетингом.

Практики открытия своего заведения у нас не было, поэтому был страх прогореть. Не было и проекта "Подушечной", просто "какое-то кафе".

На тот момент было мало заведений в среднем ценовом сегменте, и чтобы нам, студентам, сходить в хорошее кафе нужны были "хорошие" деньги. Поэтому основная идея заключалась в том, чтобы открыть заведение с красивым интерьером и вкусным меню, но в то же время с демократичными ценами.

Мы стали разрабатывать концепцию, оставались допоздна, обдумывая разные идеи. Так, однажды, было уже около 4 утра, мы продолжали работать, все уже хотели спать, Ильхом обнял подушку и в шутку предложил такое же название — "Подушка". Азиз подхватил идею и переделал уже в "Подушечную". Все посмеялись, но в конечном счёте этот вариант нам понравился, и мы решили его оставить.

Общая сумма инвестиций для открытия составила около **\$95 тыс.** Из них около **\$5?6 тыс.** были наши собственные средства. Оставшуюся сумму вложил иностранный партнёр, по совместительству наш хороший друг и владелец помещения, в котором сейчас находится "Подушечная".

Получившаяся концепция и атмосфера — результат большого вклада энергии. Когда у нас закончились деньги во время ремонтных работ, мы позвали своих друзей и за две-три недели до открытия буквально своими руками устанавливали мебель и декорировали. Казалось бы, сейчас есть возможность заменить многое из этого, купить новое, но в то, что есть на данный момент, вложено столько энергии, а вместе с ней и ценности.

Ну и главная особенность — подушки. Их нам шьёт "Корпорация подушек". Идеи мы в основном даём сами или же делаем тематические заказы к определенным праздникам.

Кроме этого, при создании атмосферы мы, конечно, учитывали нашу целевую аудиторию. Мы ориентировались на то, что 70% посетителей будут девушки. Поначалу из-за атмосферы и уюта многие даже думали, что владелец "Подушечной" — девушка.



Другая наша фишка — креативная подача. Мы изначально решили брать юмором. Даже в общении с клиентами мы выбрали нестандартный, неформальный подход. Это помогло нам выгодно выделиться на фоне остальных. В этом есть большая заслуга Азиза.

С самого начала большое внимание мы уделяли деталям, вроде фраз "тыщ-тыдыдыщ" в меню и надписей на пакетиках с сахаром. Если этих деталей много, они складываются в концепцию, показывают отношение к бизнесу не просто как к заработку денег, отражают вклад души.

При создании меню мы ориентировались на базовые позиции — это паста, сэндвичи, мясные блюда. Проблема была в том, чтобы обеспечить хорошее качество продуктов и приготовить интересные блюда, при этом сохранив доступную цену.

В "Подушечной" любят стабильность. Мы пробовали добавлять в меню разные необычные блюда — брускетты, рыбу, ravioli и так далее, но люди просят картошечку по-домашнему. Мы проводили ABC-анализ и поняли, что больше всего продаются паста, сэндвичи и картошка с мясом. Это то, что нужно нашим гостям, и к чему мы прислушиваемся.

Но в первую очередь, мы ориентировались не на локацию или еду, а на персонал и подачу. Нам важно было показать гостеприимство. Поэтому с первых дней открытия у нас была полная посадка. Были моменты, когда появлялась очередь, и нам даже приходилось отправлять гостей ждать в соседнюю кофейню. Уже через год нам пришлось открыть второй зал. Многие удивлялись, за что к нам приходят люди. Мы считаем, что основой была любовь к нашим гостям. Важный момент, что все, кто к нам приходят, — не клиенты, а именно гости.

У нас нет алкоголя, музыки, танцев и так далее. Наше конкурентное преимущество — гостеприимство.

Ещё одно наше преимущество — доступность. Средний чек в "Подушечной" — **100?120 тыс. сумов**, а посещаемость — 150?200 человек в день. Месячная прибыль составляет **20?25%** от продаж.

Убытки "Подушечной"

За год-полтора наши вложения окупились, но это могло бы произойти и быстрее, если бы не ряд ошибок, который мы допустили во время открытия. В основном эти ошибки связаны с ремонтом и дизайном, на них мы могли бы потратить меньше на 30?40%. За полгода перед открытием нам дважды приходилось переделывать интерьер, до того вида, который есть сейчас.

Другие убытки были связаны с покупкой оборудования. "Скупой платит дважды" — на тот момент было про нас. Наше оборудование просто не справлялось с объемами, ломалось, поэтому приходилось докупать новое.

Ну, и одним из самых сложных периодов был карантин. Тогда мы работали на доставку — развозили не только еду, но и продукты питания. В какой-то момент заказов на последние стало даже больше, чем на наши блюда. Тогда нам это никак не окупалось, но зато была возможность помогать нашим сотрудникам — мы поддерживали их или деньгами, или продуктами.

Набор "подушечного" персонала

Каждого сотрудника мы берём по душевному подходу. Даже если он не профессионал, но хороший человек, из него можно сделать профессионала. Бывает, приходят люди с большим опытом, но в них не получается вложить то, что мы называем "подушечностью". Все наши сотрудники разные, но нас объединяют общие ценности — семья, любовь к людям и так далее. Поэтому в первую очередь мы обращаем внимание на личные качества, ведь работая с людьми, надо быть в первую очередь человеком.

Все сотрудники у нас проходят 3-дневную стажировку, обучающий период 2?3 недели и после этого переходят к самостоятельной работе. Кроме того, каждый месяц мы проводим тренинги по профессионализму и психологии. У нас есть собственная книга, созданная на базе нашего опыта, по которой мы проводим обучение. Например, мы проводим тренинги по продажам, навыкам выявления потребностей гостей, коммуникациям и так далее. Можно сказать, это базовый курс, который мы постоянно дополняем новыми знаниями.

Кроме этого, своих сотрудников мы воспитываем так, чтобы они понимали: что бы ни произошло, у всего есть решение. Если что-то случилось, мы просим не просто прийти и доложить нам, а сразу предложить хотя бы 1?2 решения и принимаем эти решения или немного их корректируем. В день, когда нас не будет на работе, такие сотрудники самостоятельно смогут справиться с проблемами.

О том, как найти "своего" гостя без рекламы

Маркетинг мы продумываем сейчас в основном сами. Тратим на него 3?4% от оборота. С первых дней мы поняли, что для нас сарафанное радио работает лучше, чем баннеры, СМИ и другая реклама, поэтому мы не пользуемся этими инструментами. Через соцсети и сарафанное радио мы точно получаем свою аудиторию, чего сложнее добиться с помощью рекламы.

Что касается ведения соцсетей, снимать креативные ролики была идея Азиза. Мы никогда не приглашали блогеров или каких-то известных личностей для этих роликов, но в них раньше часто снималась команда Go.uz, так как это наши хорошие друзья. Мы работали исключительно на энтузиазме и дружеской основе.

Но сейчас мы немного меняем это направление, стараемся делать ролики более информативными. Раньше они были в основном на праздники, сейчас мы решили их приостановить, чтобы поддерживать интерес аудитории, которая каждый раз ждёт большего.



Сейчас и наша целевая аудитория стала немного другой, говоря в том числе и о релокантах, которые составляют определенную часть наших посетителей. Им нужен более информативный контент, ведь они могут не понять некоторых наших шуток.

Целевая аудитория в "Подушечной" — девушки от 18 лет любого социального положения. Раньше возраст был условно ограничен 35 годами, но сейчас аудитория взрослеет вместе с нами. Есть клиенты, которые познакомились в нашем заведении, создали семьи и теперь уже приходят с детьми.

"Галлереюшка", она же Nice Joy

Идея Nice Joy возникла в период карантина. Тогда этот проект назывался "Галлереюшка". Наш шеф-повар предложил открыть кондитерскую, пообещав взять на себя руководство этим проектом. Мы согласились, составили бизнес-план, обратились к партнеру и выбрали помещение. В процессе запуска мы стали понимать, что меню шеф-повара не было до конца продумано, блюда, которые он предлагал, не подходили под нашу ценовую политику. Тогда мы осознали, что проект может вообще не стать успешным, но обратного пути не было.

На открытие "Галлереюшки" было потрачено около **\$150 тыс.** Тогда гораздо больше средств ушло на строительные работы, так как нам пришлось переделывать подвальное помещение, где сейчас находится детская площадка. И для этого проекта мы уже сразу купили хорошее оборудование, которое служит и по сей день. Помимо самого заведения, тогда мы открыли кондитерский цех, на который ушло около **\$60 тыс.** — 40% от суммы были наши средства, 60% — инвестора.

Открытие "Галлереюшки" прошло 12 апреля 2021 года, а через пару месяцев после этого объявили карантин, что также ударило по проекту. Кроме того, все ожидали вторую "Подушечную", но получилось по-иному. Проект просел и был закрыт на некоторое время.

Это был сложный период, так как тогда мы и сами заболели COVID и в итоге ушли в убыток. Долгов у нас накопилось примерно на \$80 тыс, включая задолженности поставщикам, зарплаты, налоги, аренду и так далее. Спустя полгода усердной работы нам буквально волшебным образом удалось расплатиться с ними.

В сентябре 2021 года мы решили нанять нового шеф-повара, поменять название, меню и направление. Решили остановиться на паназийской кухне, но название выбрали нейтральное. Мы не можем сразу поменять концепцию и поэтому постепенно добавляем суши и другие подобные блюда.

Вариант сделать из этого заведения вторую "Подушечную" не рассматривался. "Подушечная" одна, ее невозможно повторить. В нее вложены силы и энергия нас и наших друзей, то же самое воплотить уже не получится. Если рассматривать это исключительно как заработок, то открытие филиала было бы прибыльным, но в нем уже не будет той фишки, душевности.

Средний чек в Nice Joy такой же, как в "Подушечной" — **100?120 тыс. сумов**, а посещаемость — 80?100 человек, так как заведение в целом меньше. Целевая аудитория здесь — мамы. Это более семейное заведение, так как в нем есть детское меню и детская площадка.

План развития

В прошлом году перед нами стояла задача покрыть долги, в этом году — полностью стандартизировать и систематизировать нашу работу. Сейчас мы уделяем большое внимание операционной деятельности — от набора и обучения персонала до управления; от того, как продукт прибыл в цех, до того, как он дойдет до гостя. Мы нацелены тщательно отработать каждый процесс.

Мы поняли, что главная проблема в Узбекистане — контроль качества. Открываются новые рестораны, запускаются классные продукты, но со временем они скатываются. Мы пришли к выводу, что если ресторан работает полгода не в убыток — хорошо, если год — у него есть дальнейшая жизнь. Но часто бывают проекты, которые делают яркие, громкие открытия, работают пару месяцев и закрываются, потому что не могут поддерживать качество.

У нас тоже бывали моменты, где качество не было таким, как мы бы хотели: где-то забывают что-то положить в блюдо, где-то кладут больше ингредиентов, чем нужно и так далее. Чтобы избежать подобного, необходимо разработать стандарт: от того, как правильно нарезать продукт, и вплоть до того, в какой посуде его подать и как он в ней должен лежать. Чтобы та картинка, которая сохранилась у гостя после первого визита, постоянно оставалась такой же.

Это очень трудоёмкий, долгий и кропотливый процесс, но он даёт результат, от которого получаешь удовольствие и уверенность. Это если говорить только о кухне, а ещё есть документационные, финансовые, технические нюансы. Так что сейчас мы занимаемся налаживанием системы — разбираем каждый этап по полочкам.

В этом году мы планируем запустить ещё два проекта. Пока не можем раскрыть, какие именно, но это не будут рестораны, скорее — для ресторанов. Глобальная цель — перерасти в корпорацию, создать бренд, в который будут входить несколько разноформатных заведений, не только в Узбекистане, но и за рубежом.

Конкуренция и тренды на рынке Узбекистана

В целом, в Узбекистане рынок общепита будет расти, спрос в этом сегменте всегда есть. Особенность в том, что в Узбекистане многие люди пытаются открыть ресторан "для себя", не понимая, насколько дорого это обходится. "Для себя" — это убыточный проект, который придется просто содержать. Так не получится, в нем нужно всегда или быть самому, или нанимать людей для управления.



Растущим трендом сейчас являются турецкие заведения, но нам кажется, что через пару лет на их место придет паназийская кухня.

Кроме того, сейчас приходит много сильных игроков из-за рубежа, растет конкуренция. Будет выигрывать качество, но в нашем случае тяжело — с нами люди. Мы не конкурируем, мы просто хорошо делаем свою работу. Прежде, чем смотреть на конкурентов, лучше посмотреть на себя и постараться становиться лучше. Есть интересная фраза, которой мы придерживаемся — "ухаживай за своим садом, и бабочки сами прилетят". И так действительно работает.

Бизнес или дружба: принципы ведения дел

Мы друзья, но в работе мы придерживаемся поговорки "дружба дружбой, а служба службой" и относимся друг к другу как партнёры. Очень сложно держать этот баланс. В работе должны быть четко расписаны обязанности, даже у друзей. Если один из нас ошибётся, другой имеет полное право оштрафовать за это. Бывают спорные моменты, но мы стараемся донести наши мысли друг другу.

После карантина у нас произошли некоторые изменения в обязанностях: Ильхом стал отвечать за финансовые вопросы, Руслан — за операционные, хотя раньше было наоборот. Каждый словно начал заниматься своим делом, КПД резко возрос. И мы поняли, что ротация между партнёрами тоже необходима, хотя бы на какой-то период.

За все это время мы выработали свои принципы работы, к которым стараемся всегда обращаться:

1. Никогда не принимать поспешных решений.
2. Никогда не вносить большую предоплату, максимум 10%.
3. Объяснение любой задачи должно занимать не больше 1 минуты. Важно без воды, четко донести желаемое и сэкономить свое время.
4. Доводить каждое дело до конца, чтобы получить удовлетворенность от результата.
5. Не продавать в долг. (Spot 07.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Региональные новости общественного питания

Вдоль канала Бурджар в Ташкенте планируется создать гастрономическую улицу (Узбекистан).

В Чиланзарском районе планируется создать "Смарт-сити" и реализовать ещё 50 крупных проектов. Как ранее писал Spot, Шавкат Мирзиёев утвердил меры для развития Чиланзарского района Ташкента. Постановление доступно в базе Lex.uz.

Документом утверждается дорожная карта по повышению промышленных возможностей и инвестиционной привлекательности территории. В частности, она обозначает меры по созданию индустриальной зоны на 320 га земли на окраине столицы.

В карту входят шаги по развитию местной инфраструктуры. Например, на подстанциях "Рубойи" и "Чиланзар" планируется установить новые трансформаторы мощностью 40 МВт и 25 МВт соответственно, чтобы обеспечить стабильную подачу электроэнергии для населения и новых инвестпроектов.

Вдоль берегов канала Бурджар планируются работы по благоустройству стоимостью 40 млрд сумов. На этих территориях будет открыта гастрономически-парковая улица с заведениями общепита, торговли, зонами отдыха и спортивными площадками.

Также будут благоустроены берега каналов Анхор (за 17 млрд сумов) и Конкус (28 млрд сумов). На пустующих участках общей площадью минимум 10 соток планируется создать малые парки и скверы.

Кроме этого, обозначен адресный перечень инвестпроектов, которые планируется реализовать в районе до конца 2025 года. Их общая стоимость оценивается в 4,49 трлн сумов.

Например, из перечня следует, что компания World Maral намерена построить в районе комплекс "Смарт-сити" за 2,3 трлн сумов. В него войдут торговый центр, бизнес-центр, IT-центр, гостиница и жилой комплекс.

В список входят 12 проектов строительства жилья, предусматривающих сдачу 1485 квартир общей стоимостью 1,04 трлн сумов.

Планируется также построить 7 гостиниц (и расширить ещё одну), 7 бизнес-центров, 2 частные клиники, по одному коворкинг-центру и частному детсаду.

В промышленной сфере планируется наладить производство металлических профилей, вентиляционных систем, офисной мебели, веревок, а также пищевой продукции. (Spot 05.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Прочие сегменты розничной торговли

Розничная торговля косметикой, парфюмерией и бытовой химией

От приемки до отгрузки товаров: Balton Trading стал основным партнером одного из крупнейших ритейлеров M Cosmetic. "Spot". 6 июля 2023

Сеть магазинов косметики, парфюмерии и бытовой химии M Cosmetic, которая входит в группу компаний "Магнит", одного из крупнейших ритейлеров России с более чем 28 000 магазинов начала сотрудничество в сфере логистики с Balton Trading Asia.

В 2022 году компания Balton Trading Asia начала активно развивать новое логистическое направление бизнеса — 3PL-услуги. Сейчас же компания является основным поставщиком 3PL-услуг для одного из крупнейших ритейлеров в странах СНГ — M Cosmetic. На 1 июля 2023 года в Узбекистане работает 28 магазинов сети в Ташкенте и Ташкентской области, в Фергане и Андижане, а до конца года сеть M Cosmetic планирует увеличить сеть до более чем 60 торговых точек.

Представители Balton Trading Asia рассказали о работе с M Cosmetic, а также объяснили, что такое 3PL, кому будет полезно пользоваться услугами и в чем преимущество выбора компании в качестве логистического партнера.

Сотрудничество с M Cosmetic

Недавно M Cosmetic выбрал в качестве логистического партнера Balton Trading Asia. Опытный штат сотрудников компании работает в WMS Axelot X5 (Warehouse Management System), что помогло найти индивидуальный подход к крупному ритейлеру, исходя из всех потребностей.

Balton Trading Asia взяла на себя полный логистический цикл от приемки до отгрузки, осуществляя своими силами распечатку стикеров, маркировку и прочие внутрискладские операции. А отгрузка товаров в магазины M Cosmetic осуществляется напрямую через филиалы Balton Trading их же автотранспортом. Это помогло M Cosmetic снять задачу иметь свои склады, людские ресурсы и автопарк, тем самым уменьшить издержки. Особенно это немаловажно для региональной экспансии, которой сейчас активно занимается ритейлер. До конца июля свои двери откроют новые магазины в Ферганской и Андижанской областях в дополнение к существующим.

За последние полгода по заказам M Cosmetic количество обрабатываемых наименований продукции (SKU) выросло с 2000 до 8000, количество поставщиков доведено до 130. При этом неважно, в каком количестве и размере представлен SKU — будь то одна единица маленького товара или сотни больших паллет — Balton Trading с современными инструментами управления складом справляется с такими задачами быстро и качественно.

Большую часть заказов M Cosmetic составляют мелкие товары, и по этой причине Balton Trading внедрили услугу мелкоячеистого хранения — более 100 маленьких пластиковых ячеек для хранения почти 5000 наименований мелких товаров.

M Cosmetic и другие клиенты уже оценили профессионализм и качество предоставляемых услуг Balton Trading Asia. В компании утверждают, что это только начало долгосрочного партнерства и стабильного роста данного направления деятельности Balton.

Что такое 3PL и кому оно нужно

Third Party Logistics (3PL) — это комплекс логистических услуг, включающий в себя хранение, управление запасами, комплектацию заказов и доставку конечным потребителям.

При помощи 3PL-услуг компания-заказчик получает:

Качество и скорость исполнения. Для обеспечения качества предоставляемых услуг клиентам, у Balton Trading Asia уже сформированы собственные автопарки, призванные гарантировать сервис в независимости от внешних факторов.

Снижение затрат. Привлечение своего рода аутсорсера может обходиться дешевле содержания собственной структуры, занимающейся подобной деятельностью.

Возможность сосредоточиться на основном бизнесе благодаря поручению внешнему исполнителю операционных функций, что дает значительное преимущество перед конкурентами.

Balton Trading с 28-летним опытом дистрибуционного бизнеса, имеющий собственные склады, автопарк, и обрабатывающий 65 000 заказов в месяц для более чем 17 000 торговых точек по всему Узбекистану, может обеспечить оказание высококачественных услуг. Сегодня в направлении 3PL на складах компании обрабатываются около 11 000 наименований товаров.

Склады компании расположены в Ташкенте и областных центрах Узбекистана. Среди клиентов Balton Trading Asia из FMCG, e-commerce и fashion-секторов 3PL-услугами уже пользуются такие международные компании, как ZoodMall, Defacto и другие.



В чем преимущества 3PL-услуг

На сегодня 3PL-услуги являются новым развивающимся сегментом складской логистики в Узбекистане, что объясняет малое количество предложений на рынке. Несмотря на это, в силу своего многолетнего опыта Balton Trading Asia сумела выстроить всю цепочку поставки на должном уровне.

Компания предоставляет для партнеров такие удобства, как:

экономия времени и нервов;

сокращение капитальных расходов;

исключение поиска помещения для хранения продукции, а также водителей и автопарков;

полный контроль процесса поставки товаров от и до.

В свою очередь, использование 3PL-услуг удобно и довольно выгодно как и для крупных ритейлеров, так и для среднего бизнеса с большим количеством ассортимента.

Компания Balton Trading Asia ведет свою деятельность с 1994 года и на сегодняшний день является одним из ведущих дистрибьюторов FMCG-сектора по импорту и сбыту потребительских товаров на рынке Узбекистана.

Компания до настоящего времени установила сотрудничество с такими крупными компаниями, как Colgate, Bunge, "Макфа", Imperial Tea и другими. (Spot 06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Travel retail

ЕЭК упростила декларирование товаров, реализуемых в магазинах duty free (Беларусь).

Коллегия Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) приняла акт, дополняющий порядок заполнения декларации на товары новым разделом, определяющим особенности её заполнения при таможенном декларировании иностранных товаров в соответствии с таможенной процедурой выпуска для внутреннего потребления при завершении действия заявленной таможенной процедуры беспошлинной торговли. Об этом сообщает пресс-служба ЕЭК.

"Указанные особенности направлены на упрощение декларирования товаров, реализованных в duty free физическим лицам, перемещающимся между государствами-членами союза, сокращение количества подаваемых деклараций и, соответственно, сокращение издержек бизнеса", – отметил министр по таможенному сотрудничеству ЕЭК Эльдар Алишеров.

Также коллегия комиссии установила особенности указания в декларации сведений о местонахождении товаров, помещенных под таможенные процедуры таможенного склада и беспошлинной торговли, направленные на оптимизацию таможенного контроля. Ранее в декларации на товары содержались лишь сведения о местонахождении товаров на момент помещения их под таможенные процедуры таможенного склада и беспошлинной торговли, но не было сведений об их местонахождении после помещения под указанные процедуры, то есть о месте их дальнейшего размещения (конкретный таможенный склад или магазин беспошлинной торговли).

"Наличие предлагаемых сведений в декларации позволит в автоматическом режиме получать информацию о местонахождении товаров и избежать запросов дополнительных сведений, что существенно упростит работу как таможенных органов, так и участников ВЭД", – подчеркнул Алишеров. (ПраймПресс 05.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Прочие сети

Беларусь: В центре Гродно открылся новый магазин OZ.

В центре Гродно открылся новый магазин OZ, который расположен по адресу ул. Найдуса, 1, на втором этаже торгового центра "ABC". Он заменил закрытый торговый объект OZ, который находился по адресу ул. Советская, 18, в связи с реконструкцией ТД "Неман".

В торговом зале, на площади более 50 кв. м., предлагают широкий ассортимент товаров, включая книги, косметику, канцтовары, товары для творчества, дома и школы, а также многие другие. Покупатели могут насладиться разнообразием предложений и выбрать все необходимое в одном месте.

Одной из удобных особенностей — наличие пункта самовывоза. Покупатели могут заказывать товары на сайте и в приложении и затем забирать их лично. Для получения товара достаточно показать QR-код в приложении или назвать номер заказа на кассе.

Магазин OZ в центре города Гродно работает ежедневно с 10:00 до 20:00.

Приглашаем всех посетить наш новый магазин и насладиться широким выбором товаров, а также удобством пункта самовывоза! (INFOLine, ИА (по материалам компании) 06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Интернет-торговля

Новости маркетплейсов

Ozon запустил продажи для жителей Армении.

Маркетплейс открыл в стране продажи миллионов товаров из России со средним сроком доставки около 7 дней.

Жители Армении уже могут оформить покупки товаров из России на Ozon. Им доступен почти весь ассортимент российского маркетплейса – 196 миллионов товарных наименований в более чем 20 категориях: от книг и одежды до продуктов питания или товаров для здоровья.

На первом этапе покупатели в Армении могут получить товары через доставку Omni Logistics: через курьерскую службу и пункты выдачи заказов по всей стране. Средний срок доставки товаров составит около 7 дней. В перспективе Ozon планирует развивать свою логистическую инфраструктуру в Армении, в том числе собственную службу доставки и сеть пунктов приема и выдачи заказов.

"Ozon продолжает развиваться на международной арене, чтобы открывать для жителей соседних стран новые возможности удобного онлайн-шопинга. Большое преимущество маркетплейсов заключается в широком ассортименте, выбор товаров на виртуальной витрине значительно шире, чем в обычном розничном магазине. Мы хотим укрепить нашу инфраструктуру в стране, чтобы даже жители самых отдаленных уголков Армении могли заказывать онлайн и выбирать товары из многообразного ассортимента", – прокомментировал **директор по операциям и развитию Ozon в СНГ Алексей Сапон**.

Ozon развивает бизнес в СНГ с 2021 года, у компании уже есть своя логистическая инфраструктура в Беларуси, Казахстане и Кыргызстане.



Для справки: Название компании: *Интернет Решения, ООО (Торговая сеть OZON.ru)* Адрес: 123112, Россия, Москва, Пресненская наб., 10, блок С, комплекс «Башия на набережной» Телефоны: +7(495)2321000; +7(812)3371177; +7(495)7306767 Факсы: +7(495)2321033 E-Mail: pr@ozon.ru Web: <https://www.ozon.ru> Руководитель: Люке Бернар, президент Ozon Group; Геийль Александр Владимирович, генеральный директор, директор по логистике; Беляков Сергей Юрьевич, генеральный директор ООО "Озон Холдинг" – управляющий директор Ozon (INFOline, ИА (по материалам компании) 05.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Ozon запускает в Беларуси программу поддержки владельцев ПВЗ.

Ozon объявил о запуске программы финансовой и маркетинговой поддержки предпринимателей Беларуси по пунктам выдачи заказов

Ведущий маркетплейс с 37 млн покупателей анонсирует программу гарантированного дохода для франчайзи: финансовой и маркетинговой поддержки предпринимателей из Беларуси, желающих открыть свой бизнес с пунктов выдачи заказов (ПВЗ) Ozon.

Программа подразумевает фиксированные выплаты партнерам до 21730 BYN* за каждый новый пункт выдачи заказов, помимо процента от оборота пункта, а также простые требования к помещениям и локациям. Фактически ежемесячная фиксированная выплата может достигать 3930 BYN, и поддержит предпринимателей на период выхода на стабильный доход пункта. Размер выплаты зависит от региона, что справедливо учитывает широкую географию сети и разную стоимость затрат на содержание пункта в разных городах. При этом все пункты продолжают получать вознаграждение в виде процента от оборота, здесь условия не меняются.

Растет и число продавцов, которые отправляют товары через пункты выдачи — сейчас каждый второй продавец площадки пользуется этим сервисом. За прием товаров от них франчайзи также получают дополнительное вознаграждение. Помимо этого, Ozon не ограничивает принимать заказы от продавцов других логистических компаний, выдавать Ozon-Карты и выполнять курьерскую доставку.

В качестве маркетинговой поддержки маркетплейс проводит специальное обучение владельцев и персонала, а также предоставляет все материалы в фирменном стиле Ozon: рекламная вывеска и стартовый набор, где есть всё необходимое — от стикеров до табличек и плакатов. Чтобы клиенты могли узнать об открытии нового ПВЗ, компания сообщает клиентам на всех картах — Яндекс, Google, 2ГИС. Это позволит активнее развивать сеть и сделать её еще ближе и удобнее для клиентов.





Арутюн Габрелян, руководитель развития доставки до клиента Ozon в СНГ:

"Программа Ozon для предпринимателей из Беларуси предлагает отличную возможность для старта своего бизнеса, расширение новых ниш, дополнительной финансовой поддержки семьи или получения пассивного дохода с минимальными вложениями. Маркетплейс старается всячески поддерживать своих партнеров, оказывает финансовую и маркетинговую помощь, обучает их, помогает выстроить эффективный бизнес, который приносит бы доход и удовлетворял потребности заказчиков. Чтобы зарегистрироваться в программе, предпринимателю достаточно лишь оставить заявку на сайте и специалисты компании свяжутся с ним".

На сегодняшний день сеть фирменных пунктов Ozon насчитывает больше 30 тысяч точек на всех рынках присутствия компании: Россия, Белоруссия, Казахстан, Кыргызстан, Армения. Этот канал доставки остается самым востребованным среди клиентов - больше 80% клиентов считают его ключевым способом доставки для себя.

* По условиям, описанным в оферте, выплата осуществляется в российских рублях до 780 тыс. руб. РФ с конвертацией в белорусские рубли по курсу ЦБ.

Для справки: Название компании: *Интернет Решения, ООО (Торговая сеть OZON.ru)* Адрес: 123112, Россия, Москва, Пресненская наб., 10, блок С, комплекс «Башня на набережной» Телефоны: +7(495)2321000; +7(812)3371177; +7(495)7306767 Факсы: +7(495)2321033 E-Mail: pr@ozon.ru Web: <https://www.ozon.ru> Руководитель: *Гейль Александр Владимирович, генеральный директор, директор по логистике; Беляков Сергей Юрьевич, генеральный директор ООО "Озон Холдинг" – управляющий директор Ozon; Люке Бернар, президент Ozon Group (07.07.23)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

По 2 в неделю: сеть пунктов выдачи Uzum Market преодолела отметку в 210 точек по всей стране.

За 9 месяцев работы маркетплейс Uzum Market открыл 212 пунктов выдачи заказов в 60 населенных пунктах по всему Узбекистану. Юбилейный 200-й пункт выдачи открылся в Ташкенте на улице Коксарай.

Сегодня на платформе Uzum Market представлено более 400 тыс уникальных товаров с доставкой за 1 день, а с расширением географии сервиса широкий ассортимент товаров по выгодным ценам становится доступным для миллионов жителей даже отдаленных районов страны.

До конца года компания планирует расширить сеть пунктов выдачи до 500 по всему Узбекистану, привлекая не только покупателей но и продавцов — уже сегодня свои товары на платформе продают более 5000 предпринимателей и компаний со всей страны, и их число активно растет. (web.telegram.org/k/#@uzbekretail) (04.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Uzum Market строит крупнейший в стране логистический комплекс для продавцов маркетплейса.

Всего за 9 месяцев работы Uzum Market на платформе начали продавать свои товары более 5 тыс предпринимателей и компаний из Узбекистана.

Запуск нового логистического комплекса, который станет крупнейшим в стране, позволит компании расширить ассортимент и привлечь еще больше продавцов и покупателей со всей страны. Первая очередь складского комплекса Uzum Market будет запущена уже в феврале 2024 года, а на полную мощность крупнейший в Узбекистане логистический центр выйдет уже в июне будущего года, общая площадь хранения при этом составит более 112 тыс кв м. Всего же за несколько лет площадь логистической инфраструктуры Uzum Market превысит 500 000 м2.

Первая очередь нового фулфилмент-центра строится рядом с действующим складом Uzum Market, после ее запуска маркетплейс сможет хранить порядка 25 млн единиц товаров для продажи на рынке страны. Уже сейчас на маркетплейсе представлено более 500 000 уникальных товарных наименований от продавцов со всей страны, только за последний месяц Uzum Market зарегистрировал более 1000 заявок от компаний и предпринимателей, которые хотели бы продавать свои товары на маркетплейсе. Чтобы обеспечить качество сервиса для продавцов в условиях взрывного роста и увеличить логистические мощности, Uzum Market уже приступил к монтажу всех необходимых коммуникаций и мезонинной системы хранения в еще одном складском комплексе площадью 18 000 м2.

Этот склад будет запущен 1 октября 2023 года, поэтому до сентября компания приостановила регистрацию новых продавцов - это поможет оптимизировать работу существующих логистических комплексов, а также сэкономить ресурсы компании и ее партнеров, которые понадобились бы на транспортировку товаров между складами.

"Интерес узбекистанских предпринимателей к нашей платформе многократно превзошел даже самые смелые наши прогнозы. Запуск нового логистического центра, оборудованного по самым современным стандартам e-commerce - это масштабный и по объективным причинам долгий процесс, но мы стараемся сделать все, чтобы предприниматели, которые готовы развивать свой бизнес вместе с нами, получали качественный сервис. Поэтапный запуск новых складских мощностей позволит нам решить эту задачу максимально быстро", - говорит генеральный директор Uzum Market Ильшат Хаметов.



"Как вам известно, в 2022 году, в новой редакции был принят закон "Об электронной коммерции" (вступил в силу с 1 января 2023 г.), который обеспечил правовым полем деятельность в электронной коммерции, а также позволил улучшить сервисы доставки товаров и проведения взаиморасчетов между субъектами электронной коммерции. Министерству цифровых технологий, как регулятору в сфере электронной коммерции, отрадно отмечать успехи таких компаний, как Uzum в создании целостной экосистемы электронной торговли, которая, в свою очередь, придала сильный импульс для дальнейшего развития сферы электронной коммерции в Узбекистане. Таким образом, создание новых объектов логистической инфраструктуры в стране является своевременной мерой по улучшению инфраструктуры и позволяет субъектам электронной коммерции предоставлять качественные услуги своим клиентам",- прокомментировал Олег Пекось, первый заместитель Министра цифровых технологий Республики Узбекистан.

Экосистема Uzum активно инвестирует в создание высокотехнологичной инфраструктуры, которая станет стимулом для развития предпринимательства в стране, а также позволит создать тысячи рабочих мест в самой группе компаний. Так, на новом складе Uzum Market будут работать более 5000 сотрудников, запуск логистического хаба также способствует появлению новых рабочих мест у продавцов, которые смогут увеличить обороты бизнеса, предлагая больше товаров на платформе.

Сегодня на маркетплейсе Uzum Market продают свои товары более 5000 компаний и продавцов со всей страны, на площадке представлено более 500 000 уникальных товаров, а к концу года их число достигнет 800 000, при этом, заказать товары с быстрой доставкой за 1 день могут жители 60 населенных пунктов по всей стране. (Repost.uz 07.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Uzum Market расширяет автопарк (Узбекистан).

Число заказов на Uzum Market растет, и, чтобы сохранить качество сервиса и скорость доставки, платформа активно наращивает логистическую инфраструктуру. Так, в мае-июне автопарк Uzum Market пополнился 9 фургонами «Газ» и 3 фурами MAN — все авто уже активно задействованы в доставке заказов в 60 населенных пунктов по всей стране.

— За последние два месяца география доставки Uzum Market стала еще шире — мы запустили доставку заказов в еще 24 городах страны, — говорит Семен Пичугин, операционный директор Uzum Market. — Это означает и появление новых маршрутов, и новые рабочие места, и, конечно, расширение автопарка. До конца года вместе с развитием сети пунктов выдачи и курьерской доставки мы планируем расширить автопарк Uzum Market до более чем 180 авто различной вместимости. А это значит, что еще больше жителей страны смогут получить свои заказы всего за сутки, и еще больше предпринимателей смогут развивать свое дело вместе с нами. (web.telegram.org/k/#@uzbekretail) (06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В Wildberries стартовала программа поддержки владельцев партнерских пунктов выдачи из стран СНГ.

В ряде стран временно отменен гарантийный взнос при регистрации новых пунктов выдачи заказов, повышены тарифы от 1,3% и разработана программа обучения для владельцев новых точек.

Теперь при регистрации на онлайн-платформе гарантийный взнос для владельцев ПВЗ в странах СНГ составит 0 рублей, а предприниматели из Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана смогут получать повышенный доход в виде процента от оборота своей точки. В рамках же новой программы обучения эксперты Wildberries проводят регулярные вебинары для владельцев точек выдачи по работе с программным обеспечением онлайн-платформы и клиентскому сервису.

Новые тарифы актуальны как для действующих, так и для новых партнерских пунктов выдачи. В приоритетной, фиолетовой зоне в Казахстане они составят 4,27%, в Кыргызстане – 4,04%, а в Узбекистане – 4,04%. В качестве бонуса все партнеры, открывающие точки в приоритетной фиолетовой зоне, получают вывеску для оформления нового пункта выдачи в подарок. В зеленой, стандартной, зоне тарифы также значительно увеличены: в Казахстане они составят 3,81%, в Кыргызстане – 3,61%, Узбекистане – 3,61%. Наиболее удобную локацию можно подобрать на специальной тепловой карте по ссылке: point-promo.wb.ru

В соответствии с планами компании, программа поддержки позволит создать для предпринимателей наиболее привлекательные условия для открытия новых пунктов самовывоза в приоритетных локациях, а также поможет им быстрее окупить их инвестиции и продолжить развитие бизнеса для покупателей.

Также в Wildberries представили рейтинг наиболее прибыльных локаций для открытия новых точек. По итогам 1 полугодия 2023г., наиболее динамичными темпами росли доходы владельцев партнерских пунктов в следующих населенных пунктах:

Беларусь, г. Могилёв, ул. Кутепова (+505% год к году)

Беларусь, г. Гомель, ул. Головацкого (+415%)

Армения, г. Аштарак, ул. Тиграна Меца (+469%)



Казахстан, г. Темиртау, пр-т Металлургов (+432%)
Армения, г. Чамбарак, ул. Тиграна Меца (+420%)
Беларусь, г. Минск, ул. Ольшевского (+408%)
Казахстан, г. Алматы, ул. Навои (+386%)
Армения, с. Арарат, ул. Араратян (+374%)
Узбекистан, г. Ташкент, ул. Фергана Йули (+345%)
Узбекистан, г. Ташкент, 6-й Квартал (+249%)

Наиболее перспективные локации для открытия новых точек в странах СНГ:

Казахстан: Тараз, Караганда и Шымкент.

Кыргызстан: северная часть г. Бишкек, Ош, Каракол и Джалал-Абад

Узбекистан: Самарканд, Бухара, Фергана, Наманган, Андижан, Нукус, Коканд

Армения: Арарат, Степанаван, Раздан, южная часть г. Гюмри

Беларусь: Борисов, Могилев, восток и запад Гомеля, а также окраины Витебска.

"Видим растущий интерес предпринимателей к развитию бизнеса вместе с Wildberries и хотим дополнительно поддержать открытие новых партнерских пунктов выдачи заказов в локациях, где более всего отмечается их нехватка для покупателей. Надеемся, что наша новая комплексная программа позволит владельцем точек не только наиболее гибко планировать свои инвестиции и ускорить окупаемость их бизнеса, но и получить новые знания и навыки для развития уровня клиентского сервиса", – комментирует пресс-служба Wildberries. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 07.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Wildberries планирует расширять деятельность в Армении и запускает новый проект.

Wildberries планирует расширять деятельность в Армении и запускает новый проект, заявила журналистам в пятницу основатель и генеральный директор онлайн-ритейлера Wildberries Татьяна Бакальчук, находящаяся с визитом в Ереване.

"У нас неплохой рост идет сейчас, большое количество пунктов выдачи, которое составляет высокий показатель в расчете на одного человека", - сказала Бакальчук, затруднившись назвать точную цифру.

Она сообщила, что маркетплейс в основном представлен в Ереване и близлежащих локациях, но есть желание развиваться дальше.

"На встрече в Министерстве индустрии высоких технологий мы обновили наши стратегические договоренности с почтой Армении ("Айпост" - ред.). Мы хотим запустить с ними проект, который поможет усилить проникновение во все населенные пункты страны, а предпринимателям из отдаленных населенных пунктов выйти на нашу площадку. Почта будет играть в этом ключевую роль", - сказала Бакальчук.

Она рассказала, что цель визита в Армению посмотреть, что здесь происходит.

"Мы видим, что сейчас есть сложности с логистикой, потому что спрос на товары с нашей площадки вырос в несколько раз. Мы не справляемся с нашими текущими возможностями, и соответственно это вызывает недовольство со стороны покупателей. Для нас это тоже не очень хорошо, когда показатели по стране с большим потенциалом нарушают общую статистику. Политика компании такая, что мы хотим больше укреплять наше сотрудничество со странами, в которых мы оперируем, в частности, начали набирать локальные команды", - сказала Бакальчук.

Она также прокомментировала проблемы с доставкой некоторых продуктов из России в Армению, в частности, продовольствия.

"Мы работаем над этим, постоянно решаем вопросы. Думаю, что в ближайшее время, если какие-то были сложности в этом, они будут улажены", - сказала Бакальчук.

По ее словам, проблемы больше связаны не с логистикой, а с оформлением документации.

"Мы всегда выступаем за гармонизацию стандартов внутри Таможенного союза (ЕАЭС - ред.), потому что несмотря на то, что у нас союз, тем не менее у каждой страны есть свои особенности, и не всегда получается все делать гладко и бесшовно, особенно это проявляется в онлайн-торговле, когда клиент ждет своего заказа в определенные сроки", - сказала Бакальчук.

Она сообщила, что каждый 6-7-й житель Армении пользуется услугами маркетплейса, а продажи по сравнению с прошлым годом выросли в 4 раза. Из Армении на площадку поступают уникальные товары - от сладостей до детской одежды и обуви. На данный момент на маркетплейсе зарегистрировано порядка 2 тысяч компаний из Армении, из которых активно действуют приблизительно 300, но наблюдается рост.

Ранее сообщалось, что по данным на конец мая 2023 года общее количество партнерских и собственных пунктов выдачи заказов Wildberries в Армении выросло до 271. (ARKA 07.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Продажи продукции из Армении на Wildberries в первом полугодии 2023 года составили 672,6 млн руб.



Продажи продукции из Армении на онлайн-ритейлере Wildberries в первом полугодии 2023 года составили 672,6 млн руб. Об этом агентству "АРКА" сообщили в Wildberries.

При этом в ответ на запрос агентства в маркетплейсе ответили, что продажи продукции из Армении на Wildberries в 2022 году составили 1,1 млрд руб. (+72% год к году).

Согласно статистике компании, топ-5 самых популярных местных товаров: продукты питания, обувь, одежда, белье и одежда для новорожденных. В Армении зарегистрировано 1 878 продавцов (+42% с начала 2023 г.). Число покупателей из Армении на маркетплейсе составило почти 415 тыс. покупателей - 3-е место среди всех стран.

В Армении платформа Wildberries работает с 2018 года, в 2021 году уже открылись партнерские пункты выдачи заказов, прямые продажи стартовали в конце 2022 года с открытием первого распределительного центра в стране.

В 2023 году впервые в стране стал доступен прием поставок в пунктах выдачи заказов Wildberries, что позволило локальному бизнесу сократить свои логистические расходы и ускорить доставку заказов до покупателей.

На конец первого полугодия 2023 года для покупателей из Армении открыт 271 пункт выдачи заказов Wildberries (66 собственных, 206 открыты в партнерстве с малым бизнесом страны). (АРКА 07.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Ozon считает приоритетом развитие в Армении и намерен открыть в стране пункты выдачи и сортировочный центр (ЭКСКЛЮЗИВ). "АРКА". 7 июля 2023

Ozon считает приоритетом развитие в Армении, заявил агентству "АРКА" заместитель управляющего директора ООО "Интернет Решения", заместитель управляющего директора Ozon Алексей Минаев.

"Рынок (Армении) интересен, безусловно. У нас первый опыт был в 2021 году - это Беларусь, Казахстан, потом Кыргызстан, и вот сейчас мы считаем приоритетом развитие в Армении. Видим, что здесь братский народ, понятный, очень прогрессивный, который заказывает товары в интернете, готов делать свой выбор в интернете, поэтому мы считаем, что рынок перспективный", - сказал он.

Минаев пояснил, что сейчас с точки зрения покупателей можно заказать любой товар на Озоне, который доступен гражданам России.

"Пока работаем через партнера, в будущем будем работать со своей логистикой. Забрать товар можно пока через партнеров, в будущем будут наши брендированные пункты выдачи заказов Озона", - сказал он.

Минаев отметил, что собственные пункты выдачи в Армении компания планирует иметь уже в этом году. Он отметил, что пункты будут агентскими: они будут открыты под брендом и правилам Озона, а владельцами станут армянские предприниматели.

"С точки зрения продавцов, армянским предприятиям сейчас можно уже продавать товары на Озоне. Пока это только витрина, т.е. можно продать, получить деньги, доставка пока самостоятельно осуществляется тем предприятием, которое продает. Но в будущем мы планируем, что у нас будет здесь свой сортировочный центр, через который мы уже сами будем доставлять товары", - рассказал он.

По его словам, в ближайшем будущем будет открыт один центр, в дальнейшем будет идти ориентировка на объем.

В начале июля стало известно, что жители Армении уже могут оформить покупки товаров из России на Ozon - им доступен почти весь ассортимент российского маркетплейса – 196 миллионов товарных наименований в более чем 20 категориях: от книг и одежды до продуктов питания или товаров для здоровья.

Ozon СНГ

Ozon — ведущий мультикатегорийный маркетплейс и одна из крупнейших интернет-компаний в России. На площадке представлено более 196 млн товарных наименований в более чем 20 категориях: от книг и одежды до продуктов питания и товаров для здоровья. Ozon активно развивается как интернет-платформа — уже более 90% ассортимента площадки формируют партнеры маркетплейса. Ozon развивает бизнес и строит свою логистическую инфраструктуру в Беларуси, Казахстане, Кыргызстане и Армении. (АРКА 07.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



E-Grocery

"Корзинка" запустила свой первый dark store (Узбекистан).

Магазин-склад рассчитан на 15 тысяч товаров, что является самым большим в Узбекистане предложением в продуктах питания и товаров для дома. "Корзинка", крупнейшая розничная сеть Узбекистана, объявляет об открытии своего первого магазина-склада полного цикла. **korzinka**

Этот шаг стал продолжением работ по созданию и развитию онлайн-супермаркета Korzinka Go, который был запущен в Ташкенте в конце июня.

Dark store представляет собой такой же супермаркет, только не для покупателей, а для курьеров.

Его использование позволяет оптимизировать сбор продуктов, ускорить доставку заказов, свести к минимуму риски ошибок.

Новый магазин-склад расположен на юге Ташкента и отличается оптимальной локацией, которая позволяет доставлять продукты в любую точку города за 2 часа и быстрее.

Dark store тесно интегрирован в сеть "Корзинки", благодаря чему объединяется процесс поставки с распределительным центром и оптимизируется работа со скоропортящимися товарами.

Одна из особенностей таких магазинов — складская организация пространства. Это позволяет оптимизировать маршрут сборки (от тяжелых товаров к хрупким), упрощает "подбор с полки", снижает риск образования "пробок" на пути сборщика заказа.

Помимо этого, в dark store "Корзинки" используются складские технологии — вакуумирование мяса и курицы, предфасовка фруктов и овощей.

Выкладка товаров проводится на основе сроков годности, что обеспечивает контроль работы и предотвращает просрочку продуктов.

Для сборщиков Korzinka Go разработано отдельное приложение, которое синхронизировано с клиентским.

Используемая в магазине складская система же позволяет оптимизировать загрузку сборщиков заказов, предотвращать проблемы недостачи и пересортировки.

"Сегодня мы рады представить жителям Узбекистана наш первый dark store. Он направлен на то, чтобы сделать Korzinka Go удобным онлайн-супермаркетом, который упростит процесс покупки в каждой семье. Этот шаг — часть нашей концепции "все лучше и лучше", где экономия времени наших покупателей является одним из важнейших приоритетов", — прокомментировал Зафар Хашимов, основатель и председатель наблюдательного совета сети супермаркетов "Корзинка".

"Наша команда много месяцев трудилась над тем, чтобы dark store соответствовал международным стандартам e-grocery. Это не просто помещение, а важный механизм онлайн-супермаркета. В том числе за счет него мы планируем довести долю идеальных заказов до 90% уже в этом году", — добавил CEO Korzinka Go Константин Нечаев.

Первый dark store "Корзинки" рассчитан на 15 тысяч товаров, что является самым большим в Узбекистане предложением в продуктах питания и товаров для дома.

Для справки: Название компании: *Korzinka (Anglesey Food, ИП ООО)* Адрес: *100015, Узбекистан, Ташкент, ул. Кичик халка йули, 120* Телефоны: *+998781401414* E-Mail: info@korzinka.uz Web: <https://korzinka.uz/> (INFOLine, ИА (по материалам компании) 04.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Сервис быстрой доставки из ресторанов и магазинов Uzum Tezkor теперь доступен во всех районах Ташкента

После успешного тестового запуска Uzum Tezkor расширил зону доставки и теперь доступен для большинства жителей города. Сервис начал работу в мае этого года в нескольких районах столицы. Жители Ташкента оценили удобство и качество сервиса: большая часть новых пользователей делает повторные заказы, а среди ресторанов-партнеров Uzum Tezkor уже более 300 самых популярных заведений Ташкента.

Сегодня партнерами Uzum Tezkor являются более 300 заведений Ташкента, среди которых KFC, Bon!, Oqtera Lavash, Yaronamama, Feed Up, Farsh, Aksu, «Сыроварня», Dodo Pizza и др. Как отмечают в компании, чаще всего жители Ташкента предпочитают заказывать блюда национальной кухни и fast-food. Среднее время ожидания заказа составляет менее 30 минут, обеспечить скорость доставки позволяют алгоритмы платформы, которые оптимальным образом распределяют нагрузку на курьеров и планируют маршрут для каждого курьера с учетом загруженности магистралей.

Также Uzum Tezkor запустил собственный центр подготовки и аттестации курьеров. Еще до того, как приступить к работе, все курьеры проходят специальную программу подготовки, включающую изучение стандартов сервиса, правила общения с клиентами, а также регламент обработки и доставки заказов.



Постоянные пользователи Uzum Tezkor делают более 2-х заказов в неделю, причем среди них множество покупателей Uzum Market, пользователей Uzum Bank и других сервисов экосистемы Uzum.

В течение года Uzum Tezkor планирует начать работу еще в нескольких крупных городах страны.

Заказать любимые блюда с бесплатной доставкой очень просто: достаточно скачать приложение, указать адрес доставки, выбрать нужное заведение и разместить заказ, далее отслеживать статус доставки в приложении. Оплатить заказ можно с помощью карт Humo, Uzcard, Visa и Mastercard, в ближайшее время в приложении также появится возможность оплаты наличными. (web.telegram.org/k/#@uzbekretail) (06.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости о торговой недвижимости

Региональные новости торговой недвижимости

Сколько стоит аренда торговых площадей на улицах Ташкента. "Spot". 5 июля 2023

После завершения строительства **Tashkent City** может стать успешным местом уличной торговли.

Улица Тараса Шевченко, Шота Руставели, проспект Амира Темура и **Tashkent City** — наиболее востребованные и популярные локации уличной торговли в Ташкенте, следует из исследования Commonwealth Partnership.

В отчете отмечается, что уличная торговля набирает популярность среди жителей столицы. Об этом в частности говорит экстенсивный рост коммерческих помещений как в специализированных, так и переоборудованных первых этажах зданий.

Более того, реальные доходы населения Ташкента демонстрируют положительную динамику, что подтверждается высоким уровнем посадки в ресторанах и кафе разных ценовых категорий в вечернее время. В свою очередь, это увеличивает количество предлагаемых лотов и интерес инвесторов к данному сегменту рынка.

Отчет CMWP включает три основных и один потенциальный торговый коридор в Ташкенте, которые были отобраны в результате электронного опроса жителей города.

Эксперты выбрали **Tashkent City** в качестве потенциально успешного места развития уличного ритейла, который обладает большим объемом лотов торговой недвижимости на первом этаже зданий.

Без учета **Tashkent City** вакантные лоты на выбранных участках составляют до 6% от всей недвижимости. Средняя ставка аренды в месяц — \$21,3 за кв. м.

Tashkent City

Tashkent City обладает большим потенциалом с точки зрения транспортной доступности из-за близкого расположения жилых комплексов Boulevard и Gardens Residence к метро "Дружба Народов". Центральное расположение обеспечивает доступность на личном транспорте.

На территории Boulevard основными арендаторами являются рестораны, магазины одежды и компании, представляющие различные услуги, а в Gardens Residence — крупные автодилеры.

На данный момент 68% лотов не заняты арендаторами. По мнению экспертов, высокий уровень вакантности будет сохраняться до окончания строительства основных объектов в **Tashkent City**.

Ценовой сегмент магазинов и ресторанов в **Tashkent City** варьируется от среднего до высокого. Главные арендаторы: Bon!, Kosebasi, Li-Ning, Safia, Mercedes Benz. Средняя ставка ежемесячной аренды составляет **\$28,1** за кв. м.

Проспект Амира Темура

В рамках отчета рассматривается проспект Амира Темура от улицы Абдуллы Кадыри до Малой Кольцевой дороги. Расположенный в середине улицы метрополитен обеспечивает высокую транспортную доступность для пешеходов.

В будние дни основной спрос исходит со стороны сотрудников ближайших бизнес-центров, жителей и студентов Финансового университета, а в выходные дни — от людей, посещающих эту улицу для покупок одежды и проведения досуга.

Несмотря на большую протяженность участка в 1,2 км, на котором располагаются 139 лотов, улица физически разделена магистралью, что затрудняет связанность между обеими частями, поэтому люди используют лишь одну часть улицы.

Один из основных направлений торговли — продажа одежды и обуви. Ключевыми арендаторами в сегменте являются такие магазины, как Timberland, Urban store, Nike, Adidas, DI sport, Ramsey.

Ценовой сегмент магазинов и ресторанов варьируется от низкого до среднего. Свободных лотов насчитывается 6%, а средняя аренда в месяц обойдется в **\$19,3** за кв. м.

Улица Тараса Шевченко

Улица Тараса Шевченко располагается неподалеку от метро "Мингурик" и центрального железнодорожного вокзала Ташкента. Улица располагает лишь одной активной стороной с обустроенным тротуаром и местами отдыха, а перемещение между сторонами осложнено из-за малого количества пешеходных переходов.

Днем работники офисов и студенты создают основной спрос на объекты, а вечером и в выходные дни улица привлекает остальных жителей города из-за большого количества мест общественного питания.

Ценовая категория ресторанов и кафе колеблется от низкого до среднего, а также существует несколько ресторанов премиум-класса. На улице располагается до 8% свободных лотов при среднемесячной ставке аренды в **\$25,4** за кв. м.

Ключевые арендаторы — сетевые рестораны и кафе средней площади: "Тануки", Bamboo Dimsum, Pratio, Yарона Mama, Socials, Wendy's. Также магазины косметики и парфюма занимают существенную долю площадей.

Брендовые магазины встречаются довольно редко, однако среди них можно выделить Urban Store и Stock Centre.



Улица Шота Руставели

В отчете улица Шота Руставели берется от парка "Дружбы" и улицы Шахрисабзская до метро "Айбек". Из-за интенсивного движения улицу нельзя рассматривать в качестве стандартной локации для уличной торговли, однако место пользуется популярностью жителей города и обладает достаточной плотностью торговых объектов — 119 на километр.

Постояльцы района, туристы и посетители парка "Дружбы" формируют главный спрос на торговую недвижимость. Средняя ежемесячная ставка аренды на улице Шота Руставели составляет **\$22,2** за кв. м. Однако на улице наименьшее количество свободных площадей — всего 5%.

Более того, на данной улице отсутствует преобладающий сегмент, так как наблюдается существенно большее разнообразие арендаторов. Среди ключевых арендаторов можно отметить Dolce Italia, B&B, ЧайКоф и BrandStore. Отличие улицы Шота Руставели от остальных локаций — меньшая средняя площадь лота. (Spot 05.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости логистики и складских комплексов

Международный сервис доставки Vohette вышел на рынок Узбекистана.

Теперь узбекистанцы смогут заказывать товары мировых брендов напрямую из США. Vohette бесплатно предоставляет жителям Узбекистана персональные адреса для онлайн-шопинга в Америке.

Логистическая компания Vohette запустила доставку товаров из США в Узбекистан. Компания уже более 10 лет оказывает услуги перевозок и отправки посылок в Грузию, Украине, США, Турции, Китае и Европе.

С 2023 года сервис Vohette стал доступен уже и жителям Узбекистана. Примечательно, что за последние годы все больше крупных международных компаний с грузинскими корнями заходят на рынок Узбекистана.

Сервис поможет жителям Узбекистана совершать покупки на крупных американских маркетплейсах и магазинах, таких как Ebay, Amazon, Nike, Walmart и т.д.

Чтобы оформить заказ, необходимо пройти регистрацию на сайте vohette.uz и получить персональный адрес в США. Используя его, пользователи могут самостоятельно совершать покупки в любых онлайн-магазинах. Доставка займет до 10 рабочих дней, а стоимость одного килограмма обойдется всего в 12\$. При этом вес не округляется и можно заказывать посылки от 300 грамм, которые будут стоить всего 3.60\$.

Компания берет на себя все процедуры, связанные с таможней. Помимо этого, клиенты могут воспользоваться дополнительными опциями: гарантированием, проверкой и фото содержимого, дополнительной упаковкой, доставкой на дом и другими услугами. Партнерами почтовой службы являются крупные международные компании, среди которых DHL, FedEx, UPS, USPS.

"Мы наблюдали, как растет экономика в Узбекистане, а страна открывается миру. Спрос на наши услуги в стране будет только повышаться, и нам предстоит работа по обучению и популяризации этого сервиса среди населения. На первом этапе мы запустили одно из самых востребованных направлений – доставку из США. Оттуда чаще всего заказывают брендовую одежду и обувь из первых рук, гаджеты и мелкую бытовую технику, витамины, детскую одежду, игрушки и многое другое. В ближайших планах — открытие новых направлений доставки из Турции, Китая и других стран. Простыми словами, наша компания намерена стать не просто поставщиком, а гидом по услугам международного онлайн-шопинга и доставки", – сообщила Марина Гвилава, руководитель Vohette Uzbekistan.

Vohette позиционирует себя новатором в логистическом бизнесе и делает упор на цифровизацию бизнес-процессов. Это позволяет упростить и одновременно ускорить доставку.

"Внедрение современных технологий в логистические системы, а также максимальное адаптивное изменение процессов под потребности клиентов являются нашими главными задачами", — отметил соучредитель компании Михаил Мурадхваладзе.

Компания предоставляет периодические акции и кешбэки пользователям сервиса. На данный момент каждый зарегистрировавшийся клиент получает подарок в виде 50 000 сумов на свою первую доставку.

На официальных страницах Vohette потребители могут найти информацию о самых актуальных скидках и предложениях онлайн-магазинов США. Компания предлагает совершать выгодные покупки без переплат посредникам и импортерам. (uznews.uz) (07.07.23)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)