

# ДАЙДЖЕСТ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Казахстана и стран СНГ

№15 / МАРТ 2025

TSPM.

Technological.

Smart.

Professional.

Major.



# Уважаемые читатели,

Представляем вашему вниманию новый выпуск Дайджеста коммерческой недвижимости Казахстана и стран СНГ, в котором подведены итоги первого квартала 2025 года. Начало года ознаменовалось высокой деловой активностью и рядом значимых событий, формирующих новые векторы развития рынка.



## Развитие торговой недвижимости

По итогам 2024 года объём рынка розничной электронной коммерции в Казахстане достиг 1,45 трлн тенге — на 61% больше, чем в 2023 году. Это подтверждает устойчивый тренд на рост онлайн-продаж и усиливающееся влияние цифровых каналов на структуру традиционной торговли, включая торгово-развлекательные центры (ТРЦ). Несмотря на это, в начале 2025 года наблюдается активное развитие формата ТРЦ как ключевого элемента городской инфраструктуры как в крупных городах, так и в регионах.

ТРЦ становятся центрами общественной жизни, где люди проводят свободное время, посещают мероприятия и участвуют в образовательных и культурных инициативах. Всё чаще в новых проектах появляются зоны досуга, спортивные и детские площадки, гастрономические кластеры и креативные пространства. Именно поэтому рынок торговых центров продолжает уверенно развиваться. Среди последних знаковых событий — открытие ТРЦ Infinity Mall в Атырау и ожидаемый запуск Maxi Mall в Усть-Каменогорске во втором квартале 2025 года.

## Модернизация рынков и развитие инфраструктуры

В 2025 году в рамках государственной программы запланирована модернизация около 100 рынков по всей стране. На эти цели выделено 5,27 млрд тенге. Основные задачи — повышение санитарных и противопожарных стандартов, улучшение условий торговли, а также создание комфортной и безопасной среды для покупателей и арендаторов.

## Реконструкция Promenade в Алматы

Яркий пример редевелопмента — реконструкция бывшего ТРЦ Promenade в Алматы, завершённая в феврале 2025 года. Объект преобразован в современный бизнес-парк с коворкингами, гибкими офисами, гастрозонами и площадками для мероприятий. Новый формат оказался особенно привлекательным для малого и среднего бизнеса, креативных индустрий и технологических компаний.

## Инвестиционные инструменты нового уровня

В апреле 2025 года предприниматель Серик Толбасы, владелец Dostyk Plaza и Shymkent Plaza, провёл первую продажу привилегированных акций инвестиционного фонда недвижимости REIT TSPG. Это событие стало важной вехой в развитии инвестиционной инфраструктуры рынка. Внедрение REIT способствует диверсификации капитала, повышению прозрачности и приближает рынок к международным стандартам.

## Складская недвижимость: рост спроса

Сегмент логистики остаётся ключевым драйвером рынка. Основной объём качественных складов сосредоточен в Алматинской агломерации. В ближайшие годы ожидается сохранение высокого спроса, так как это самый активно развивающийся субрынок. В то же время регионы испытывают дефицит складской инфраструктуры, что тормозит развитие розничной и электронной торговли.

## Офисная недвижимость: гибкость и комфорт

Рынок офисной недвижимости стабилен. Набирают популярность гибкие форматы и коворкинги, особенно среди стартапов и креативных специалистов. В Алматы и Астане активно развиваются бизнес-центры класса «А», предлагающие современные инженерные решения, удобное расположение и развитую инфраструктуру. Высокий уровень заполняемости (более 97%) говорит о стабильности и зрелости сегмента.

## Перспективы

Ожидается, что рынок коммерческой недвижимости Казахстана и стран СНГ продолжит рост. Основными направлениями развития станут региональные ТРЦ, складская и офисная недвижимость — особенно в регионах с дефицитом качественных объектов.

Благодарим вас за интерес к нашему изданию и надеемся, что представленные материалы окажутся для вас полезными и своевременными.

С уважением,  
Алексей Хегай, партнер TSPM.





## АЛИ ОРЫНБАЕВ

Аналитик отдела консалтинга и оценки Colliers Kazakhstan.

Окончил Simon Fraser University со степенью бакалавра в области экономики.

До присоединения к Colliers Kazakhstan работал в одной из ведущих аудиторских компаний «Большой четверки».



Источник: colliers.kz



## ОБЗОР РЫНКА ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В КАЗАХСТАНЕ

## Рынок торговых центров в Казахстане переживает трансформацию

под влиянием макроэкономических факторов, технологического прогресса и изменения потребительских предпочтений. Рост урбанизации, увеличение доходов населения и изменение привычек покупателей определяют динамику развития этого сегмента. В данной статье мы рассмотрим основные факторы, влияющие на рынок торговых центров, а также дадим краткосрочный и долгосрочный прогноз его развития.

Казахстан продолжает демонстрировать рост численности населения, причем основная часть увеличения приходится на крупные города. По данным Бюро национальной статистики, численность населения страны в 2024 году достигла 20 млн человек, а урбанизация продолжает расти, что способствует увеличению спроса на качественные торговые площади.

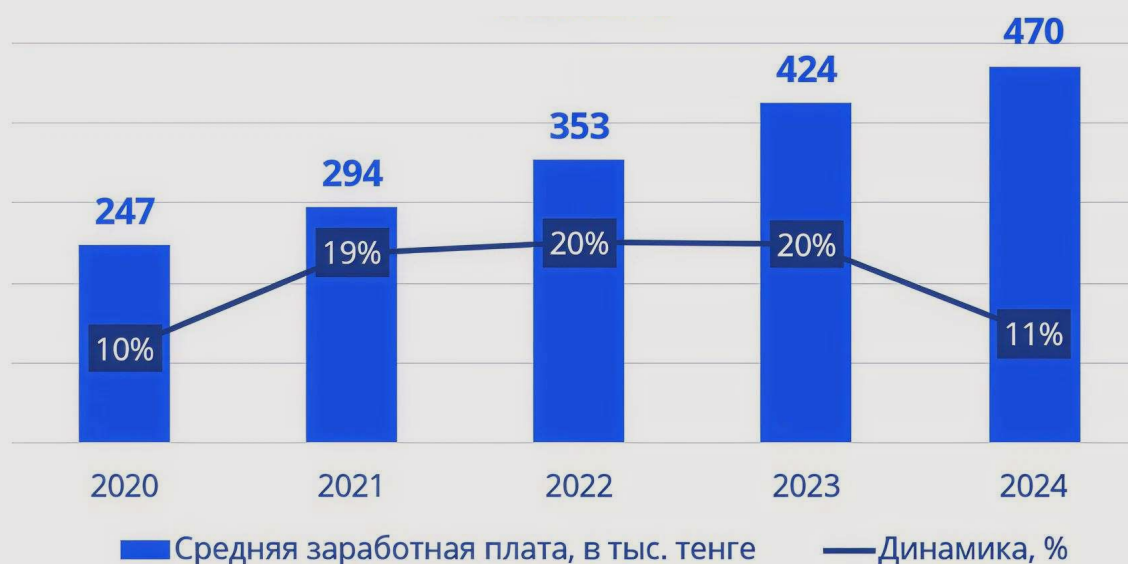
Исследования показывают, что более 30% городского населения посещает торговые центры чаще двух-трех раз в месяц. Основная аудитория – это люди до 44 лет, преимущественно с детьми, которые приходят за покупками или для отдыха и развлечений.

В третьем квартале 2024 года потребительские расходы составили 299 549 тенге на человека, что на 8,5% выше, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Это свидетельствует о росте платёжеспособного спроса, что позитивно сказывается на торговой недвижимости.

### ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАЗАХСТАНА



### СРЕДНЯЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА, АЛМАТЫ





## ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Инфляция остается одним из ключевых факторов, определяющих развитие рынка ТЦ. В последние годы она колебалась в пределах 8 -14%. Стабилизация инфляции и снижение ключевой ставки Национального банка Казахстана могут создать благоприятные условия для дальнейшего роста рынка торговых центров.

Современный покупатель становится более избирательным. Соотношение развлекательных и торговых объектов изменяется нестабильно, а покупательские предпочтения демонстрируют высокую вариативность. Согласно маркетинговым исследованиям, доля посетителей, приходящих за развлечениями, постепенно снижается, а доля покупателей – растет. Это требует от владельцев ТЦ адаптации tenant - mix и развития дополнительных сервисов.

Обеспеченность торговыми центрами в Казахстане остается ниже, чем в развитых странах. В Алматы на 1 000 человек приходится 362 кв. м торговых площадей, в Астане – 280 кв. м, тогда как в Москве этот показатель составляет 493 кв. м, а в Сингапуре – 1 019 кв. м. Это говорит о наличии потенциала для роста данного сегмента.

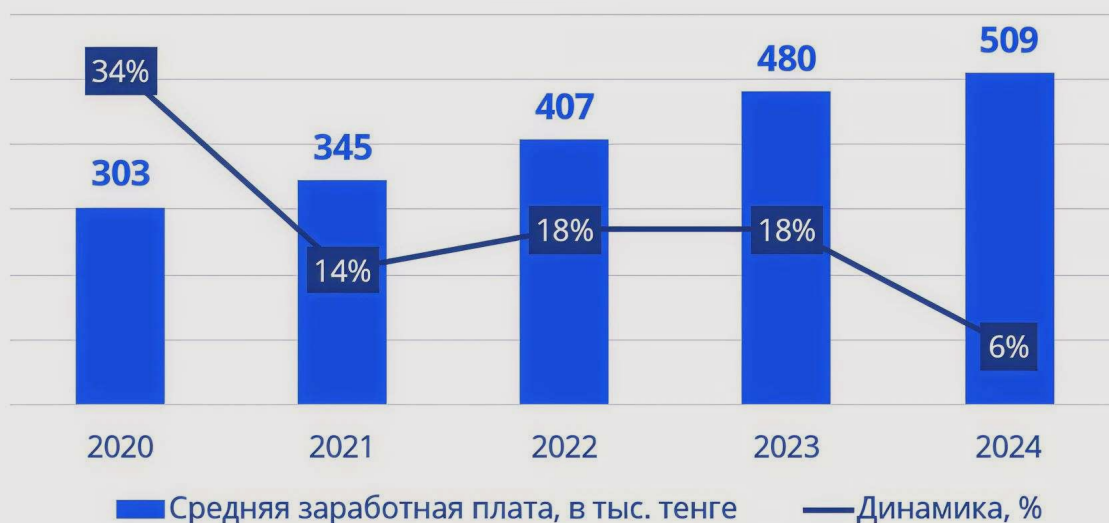
В ближайшей перспективе ожидается умеренный рост потребления в торговых центрах. Одним из движущих факторов является необходимость адаптации к электронной коммерции. Ожидается более активное внедрение омниканальных стратегий, разработка мобильных приложений, программ лояльности и взаимодействие с маркетплейсами, чтобы соответствовать новым требованиям покупателей. Также необходимо учитывать влияние макроэкономических прогнозов, а именно возможная волатильность арендных ставок в связи с колебанием инфляции и курсом валюты, что может повлиять на состав арендаторов.

В ближайшее время ожидается рост инвестиций в региональные торговые центры, поскольку девелоперы всё чаще рассматривают города с меньшей численностью населения, где растущий спрос на качественные торговые площади ещё не полностью удовлетворен.

В долгосрочной перспективе рынок торговых центров Казахстана будет развиваться в нескольких направлениях. Новые проекты вероятно будут представлять собой многофункциональные комплексы, включающие не только торговые зоны, но и офисные пространства, жилые апартаменты и рекреационные зоны. Такой формат позволяет повысить посещаемость и экономическую эффективность объектов. Все большее внимание будет уделяться внедрению принципов устойчивого развития, включая «зеленые» технологии, энергоэффективные системы управления зданиями и использование экологически чистых строительных материалов.

Цифровизация также может стать важной частью трансформации торговых центров. Внедрение технологий дополненной реальности (AR), персонализированных рекомендаций, искусственного интеллекта и интернета вещей (IoT) может позволить оптимизировать использование торговых площадей и улучшить взаимодействие с

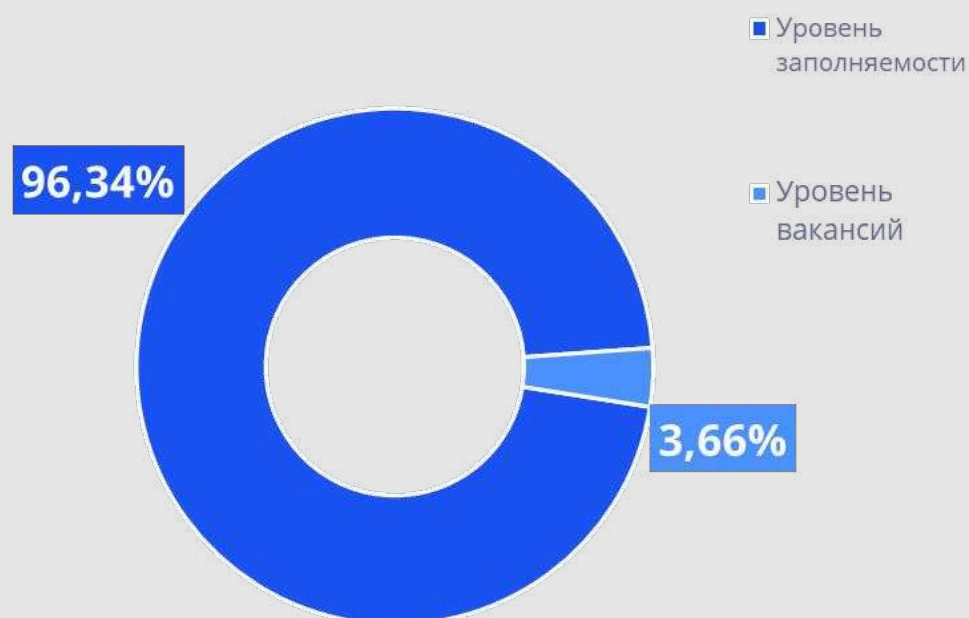
### СРЕДНЯЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА, АСТАНЫ



### СРЕДНЯЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА, ШЫМКЕНТА



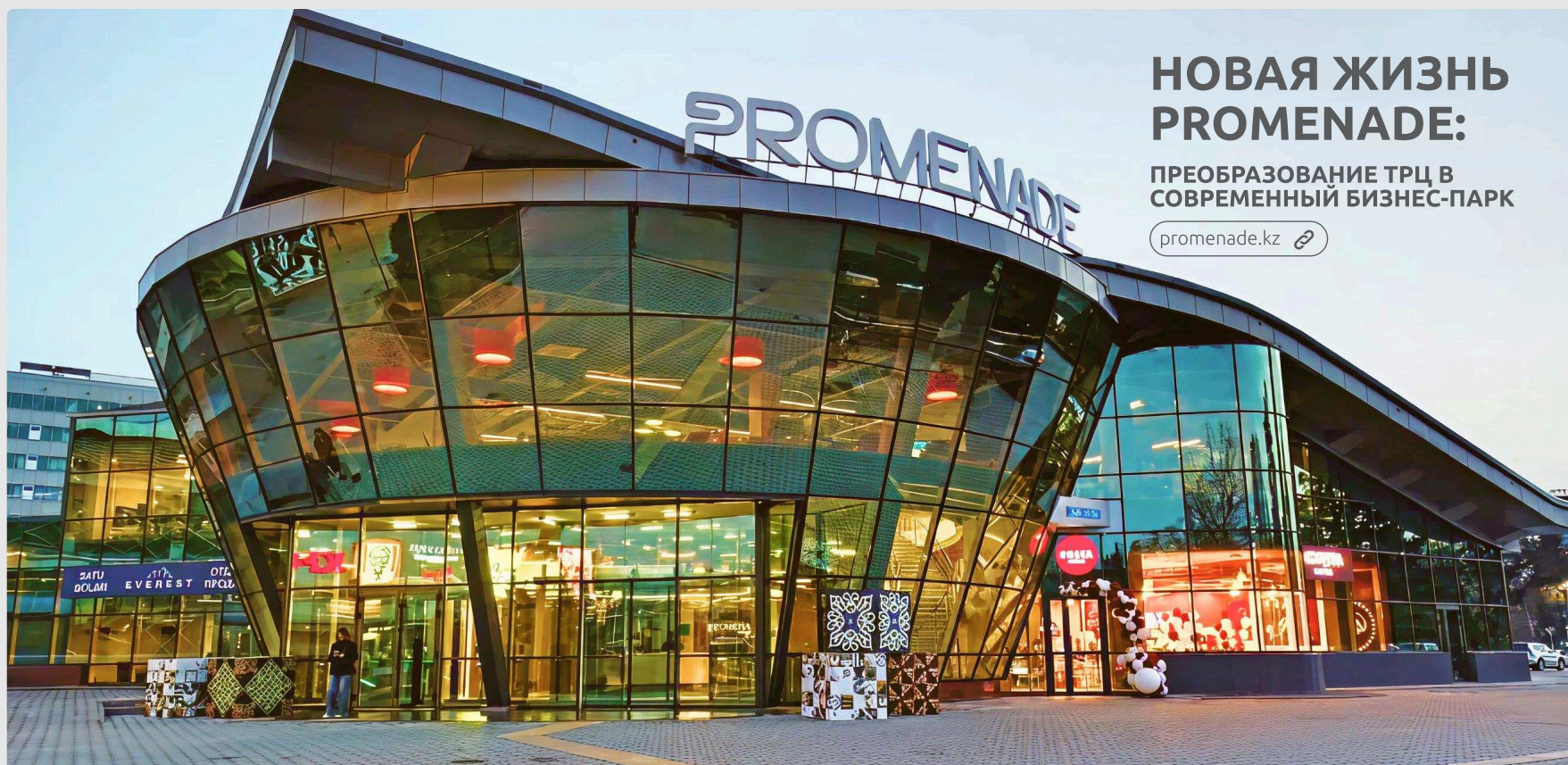
### УРОВЕНЬ ЗАПОЛНЯЕМОСТИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В АЛМАТЫ



покупателями. Такие решения уже находят применение на глобальном рынке и, вероятно, в долгосрочной перспективе могут стать стандартом для крупнейших торговых центров Казахстана. Помимо технологических инноваций, ожидается дальнейший тренд на перераспределение потребительского спроса. Все больше покупателей предпочитают современные торговые центры, предлагающие не только широкий выбор товаров и услуг, но и высокий уровень комфорта и безопасности. Таким образом, рынок торговых центров Казахстана переживает активную трансформацию. Несмотря на

макроэкономические вызовы, этот сектор сохраняет значительный потенциал роста, особенно в сегменте качественных торговых площадей. В краткосрочной перспективе основными тенденциями станут цифровизация, развитие региональных объектов и адаптация к изменяющимся потребительским привычкам. В долгосрочной перспективе рынок будет двигаться в сторону интеграции устойчивых технологий, расширения функциональности торговых центров и создания конкурентоспособных объектов, соответствующих мировым стандартам.





## НОВАЯ ЖИЗНЬ PROMENADE:

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ТРЦ В  
СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС-ПАРК

[promenade.kz](https://promenade.kz)

## Открытие обновленного Promenade в Алматы

20 марта 2025 года в Алматы состоялось официальное открытие обновлённого бизнес-парка Promenade, который стал уникальным примером превращения старого торгово-развлекательного центра в современный мультифункциональный комплекс для бизнеса и креативных индустрий.

### История и реконструкция

Promenade, открытый в 2004 году, был одним из первых крупных торговых объектов в Алматы, привлекавших жителей и туристов благодаря выгодному расположению и разнообразию магазинов. Однако с развитием городской инфраструктуры формат традиционного ТРЦ стал утрачивать актуальность. На рубеже 2022 года торговый центр пострадал во время трагических событий: здания были повреждены, магазины разграблены, а некоторые участки объекта разрушены в результате пожара.

В ответ на эти вызовы владельцы Promenade приняли решение о масштабной реконструкции и смене формата. За два года были проверены несущие конструкции, и здание было преобразовано в современный бизнес-парк, отвечающий всем мировым стандартам.

### Современный бизнес-парк для малого и среднего бизнеса

Новый Promenade стал важным элементом бизнес-инфраструктуры Алматы. Бизнес-парк площадью 14 тыс. кв. м включает коворкинг-пространства, гибкие офисы, конференц-залы и гастрономические зоны, создавая оптимальные условия для предпринимателей и стартапов. Преимущество расположения — исторический центр города с удобным доступом к университетам, учебным центрам и транспортным развязкам — делает этот проект уникальным и востребованным.

### Создание удобных условий для развития бизнеса

Как отметил Ельдос Джалбагаев, руководитель отдела по развитию предпринимательства и промышленности акимата Бостандыкского района, Promenade играет ключевую роль в поддержке локальной экономики и предпринимательской активности. Благодаря удобной локации и гибким условиям аренды, малые и средние компании могут стартовать без значительных затрат, что способствует росту деловой активности и привлечению инвесторов.

### Архитектура и удобства для работы и креативности

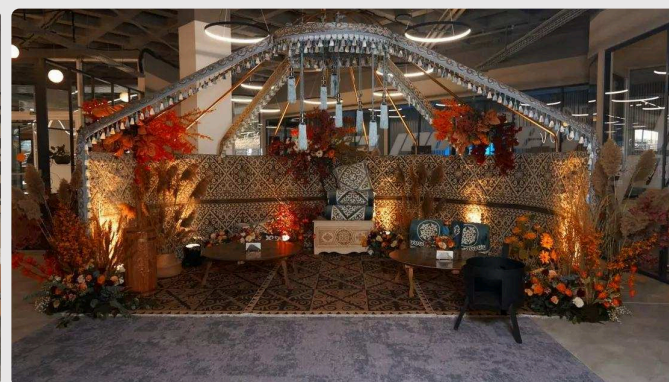
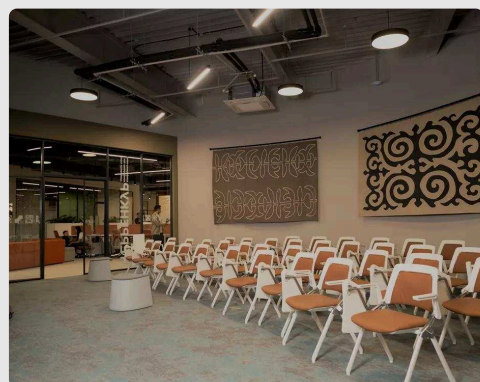
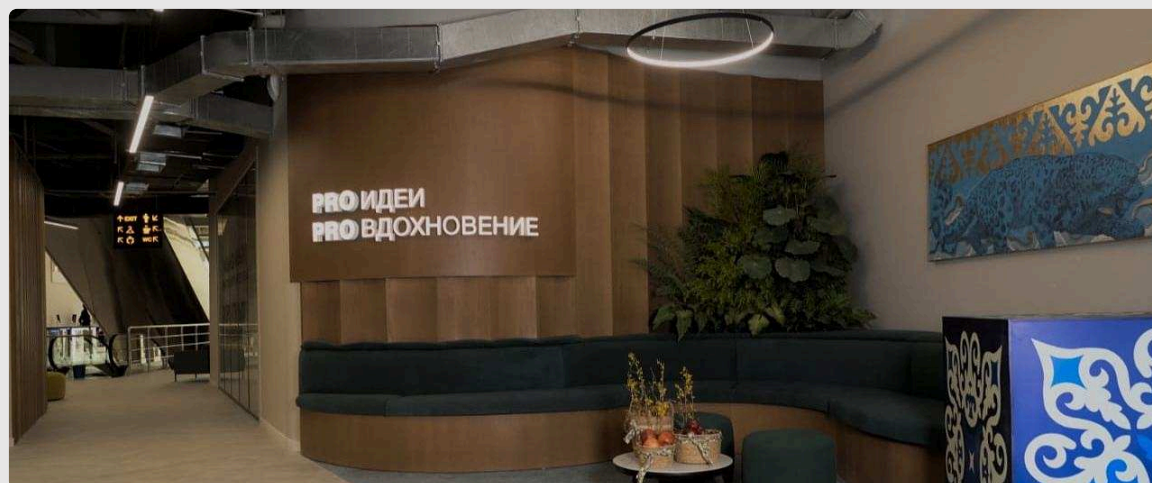
Архитектурные решения бизнес-парка вдохновлены культурным наследием Казахстана. Зоны с интересными названиями, такие как «Шёлковый путь», «Льдинка» и «Арбат», создают уникальную атмосферу для работы и отдыха. Обновлённый Promenade включает в себя:

- 6 переговорных комнат;
- 2 конференц-зала;
- более 46 гибких сервисных офисов;
- Zoom-кабинки;
- комнату для подкастов;
- зоны для проектных работ и отдыха;
- библиотеку и игровые пространства.

Кроме того, Promenade создаёт около 1600 новых рабочих мест, что способствует росту городской экономики. Это также важный вклад в развитие местной бизнес-среды и повышение качества жизни в Алматы.

Таким образом, бизнес-парк Promenade представляет собой современное и эффективное пространство, которое будет стимулировать развитие бизнеса, поддерживать креативные инициативы и создавать новые возможности для предпринимателей в Алматы.

\*материал сформирован из различных открытых источников и материалов средств массовой информации (СМИ)







## ДМИТРИЙ КОЗЛОВ

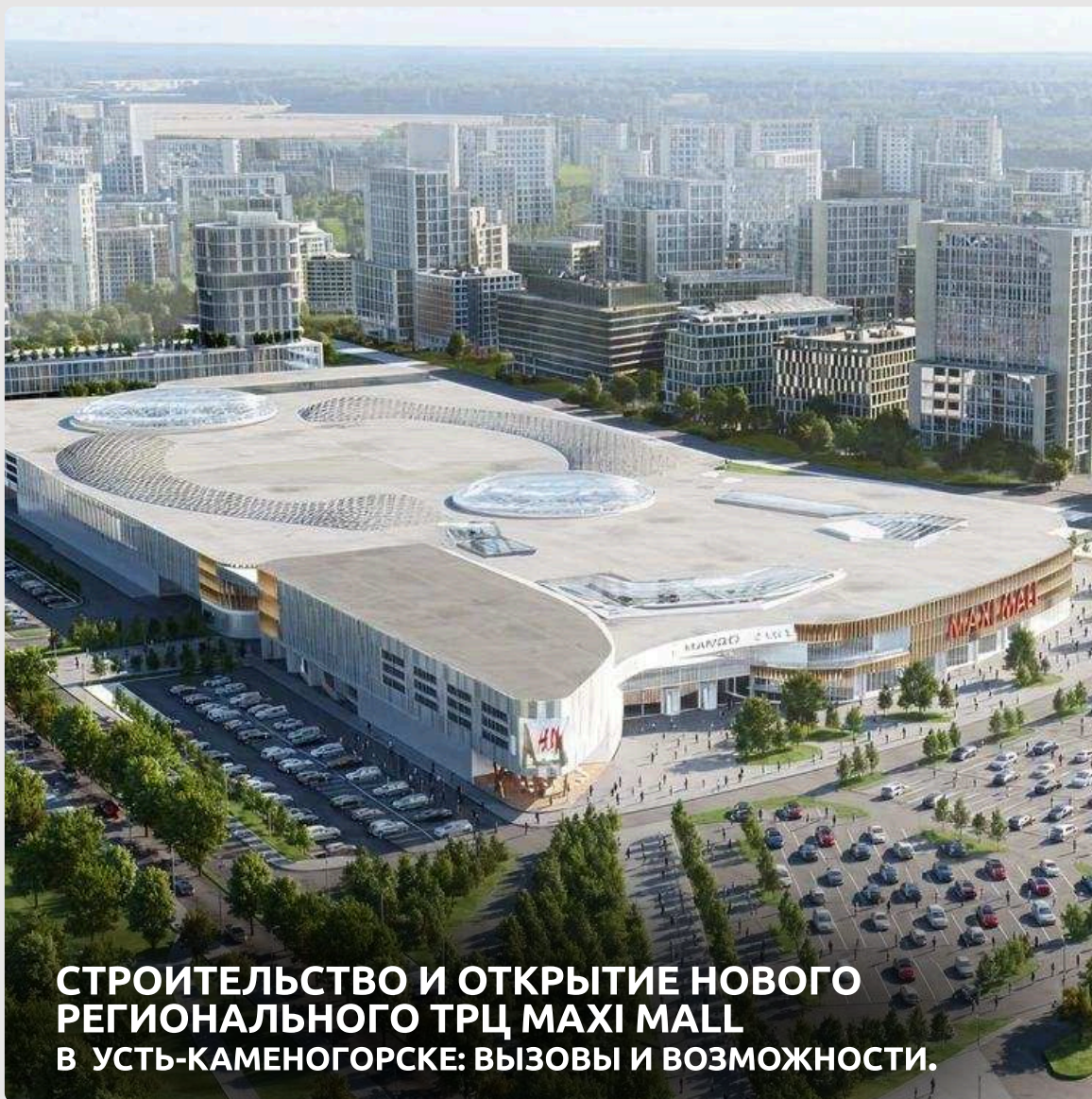
Коммерческий директор проектов торгово-развлекательных центров Maxi Mall.

Имеет более 12 лет опыта в сфере девелопмента, включая управление коммерческими департаментами, реконструкцию и восстановление объектов недвижимости.

В настоящее время получает степень Master of Business Administration (MBA) в университете AlmaU, что позволяет ему внедрять передовые управленческие практики в развитии торговых пространств.



Источник: [maximall.kz](https://maximall.kz)



## СТРОИТЕЛЬСТВО И ОТКРЫТИЕ НОВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ТРЦ MAXI MALL В УСТЬ-КАМЕНОГОРСКЕ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ.

## Усть-Каменогорск: регион с потенциалом

Усть-Каменогорск — крупнейший город на востоке Казахстана и административный центр Восточно-Казахстанской области. Он расположен в живописных предгорьях Рудного Алтая, в месте слияния рек Ульба и Иртыш.

В состав области входят 9 районов и 2 города областного подчинения:

- Усть-Каменогорск — 377 373 человек
- Риддер (бывший Лениногорск) — 50 911 человек
- Прочие районы — 295 826 ч.

Общая численность населения ВКО составляет 724 110 человек.

Современный Усть-Каменогорск — это не только центр цветной металлургии Казахстана, где расположены такие флагманские предприятия, как:

- ТОО «Казцинк»
- Актогайский ГОК
- ТОО «Востокцветмет»
- Белоусовская и Николаевская обогатительные фабрики
- Жезкентский ГОК
- ТОО «Казахцемент»
- АО «Усть-Каменогорский титаномагнетитовый комбинат»
- АО «Ульбинский металлургический завод»

...но и один из главных туристических центров страны.

Среди ключевых достопримечательностей региона:

- Национальный природный парк «Катон-Карагай»
- Оздоровительный комплекс

«Рахмановские ключи»

- Горнолыжный кластер Алтая
- Бухтарминское водохранилище

За последние два года в сферу туризма было инвестировано около 20 млрд тенге, что уже дало ощутимый результат. Так, по итогам первого полугодия 2024 года регион принял более 154 тысяч туристов, что на 20,8% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

### Развитие проекта: от Экибастуза до Усть-Каменогорска

Наша компания уже реализовала успешный проект — ТРЦ "Maxi Mall" в городе Экибастуз, с общей площадью 28 000 м². Торговый центр был полностью реконструирован с увеличением арендуемой площади (GLA), и его концепция доказала свою эффективность.

Мы убеждены, что будущее торговых центров — за масштабными, инновационными проектами, сочетающими в себе:

- архитектурную выразительность,
- функциональность,
- комфортную атмосферу для покупок, отдыха и развлечений.

На основе анализа ключевых показателей региона:

- обеспеченность торговыми площадями - 255 м² на 1000 человек (ниже среднего по стране),
- средний уровень заработной платы - 360 098 тенге (5-е место по РК),
- высокий демографический и экономический потенциал,
- в 2021 году было принято стратегическое решение о строительстве регионального ТРЦ площадью 100 000 м² в Усть-Каменогорске.

### Архитектура и проектирование

Как театр начинается с вешалки, так и качественный девелоперский проект начинается с архитектурной концепции. Для разработки визуального и функционального решения мы привлекли наших партнёров — московское архитектурное бюро BLANK ARCHITECTS, имеющее более 20 лет опыта и участвовавшее в создании таких объектов, как:

- ТРЦ «Авиапарк»,
- «Афимолл Сити»,
- «Мега Химки»,
- Район «Москва-Сити».

### Этапы реализации проекта

Проект прошёл через все стадии комплексной подготовки и строительства. Мы придерживались системного подхода и контролировали каждый этап:

- Разработка рабочего проекта: февраль – декабрь 2021 г.
- Прохождение государственной экспертизы: март – май 2021 г.
- Фундаментные работы: старт 29 апреля 2021 г.
- Монтаж металлоконструкций: февраль 2022 г.
- Основные строительные работы: 2023–2024 гг.
- Внутренние отделочные работы: с января 2025 г.
- Открытие ТРЦ: 3-й квартал 2025 года.

### Характеристики первой очереди ТРЦ

- Общая площадь (GBA): 50 000 м²
- Арендуемая площадь (GLA): 33 200 м²
- Количество арендаторов: более 160
- Парковочные места: 1 400
- Инвестиции в проект: 15 млрд тенге (из них 9 млрд — собственные средства).





### Вызовы и решения

На всех этапах строительства мы сталкивались с множеством вызовов:

- Погодные условия: суровый климат Восточного Казахстана с 9-месячным холодным сезоном ограничивал возможность выполнения ряда технологических работ.
- Кадровый и подрядный дефицит: в регионе не хватало строительно-подрядных организаций, способных реализовать проект на высоком уровне. Поэтому было принято решение привлечь опытные компании из Алматы и Астаны. Это повлияло на бюджет и сроки, но качество было для нас приоритетом.

Мы использовали только лучшие инженерные и отделочные решения, опираясь на мировой опыт. Наша команда изучала передовые практики и внедряла их на стадии проектирования: инженерные сети, системы отопления и охлаждения (чиллер–фанкойл), остекление, лифты и эскалаторы, напольные покрытия и многое другое.

### Брокеридж: от стандартов до стратегических партнёров

Одним из ключевых этапов в запуске ТРЦ стал брокеридж - наполнение объекта арендаторами. Мы понимали: именно состав арендаторов определяет привлекательность ТРЦ, генерирует стабильный трафик и формирует его коммерческий успех.

На момент запуска в регионе уже работали многие известные ритейлеры:

- LC Waikiki, FLO, Kari,
- Детский мир, O'stin, DeFacto,
- Koton, Marwin, Sportmaster,
- парфюмерные сети Beautymania и MonAmie,
- магазины электроники и проекты Melon Fashion Group.

Однако наша цель была амбициознее - привнести в регион новые бренды, которые ранее здесь не были представлены.

### Стратегия: привлечение Inditex

Одним из главных вызовов стало сотрудничество с Inditex — мировым лидером fashion-ритейла. Учитывая

осторожное отношение крупных международных игроков к региональным рынкам, задача была непростой. Компании важно было понимать:

- каков будет трафик и покупательская способность,
- насколько лояльны местные покупатели к бренду,
- каковы затраты на строительство и окупаемость,
- и можно ли обеспечить качественную логистику и персонал.

Тем не менее, после тщательного изучения проекта и трёх визитов представителей Inditex в Усть-Каменогорск, мы получили положительный отклик. Переговоры были сложными, особенно в части технических параметров и коммерческих условий.

Для соответствия стандартам Inditex мы провели масштабную корректировку инженерных решений — от вентиляции и электрики до систем безопасности. Эти изменения стали серьёзным шагом вперёд и усилили доверие со стороны рынка.

**Итог:** ТРЦ "Maxi Mall" в Усть-Каменогорске стал первым региональным проектом в Казахстане, где будет представлен бренд Bershka от Inditex. Также рассматривались к открытию магазины Pull&Bear, Stradivarius и OYSHO, но на финальном этапе последний был исключён.

### Расширение пула арендаторов

Параллельно мы вели переговоры с другими арендаторами, включая партнёров по Экибастузскому проекту и новых участников рынка. Основные акценты встреч:

- увеличение форматов магазинов,
- открытые витрины и широкие входные группы,
- новые концепции, приближающие магазины к покупателю.

### Среди наших ключевых партнёров:

- Nike, Adidas, Puma, Li-Ning,
- LPP Group: Reserved, Cropp, Sinsay, Madame Coco, Gaissina,
- Union Space: Colins, Jack & Jones, Mexx,
- а также: Sulpak, Funky Town, A-Store, Котофей, Karika и др.

На сегодня заполняемость проекта составляет 80%.

### F&B и развлечения: ТРЦ как центр городского досуга

Современные торгово-развлекательные центры перестали быть просто местами для шопинга. Это уже многофункциональные пространства, где люди проводят время, назначают встречи, отдыхают с семьёй и друзьями. И в этой новой реальности категория F&B (еда и напитки) стала одним из драйверов трафика. Если раньше F&B занимала всего 5–7% арендуемой площади GLA, то сегодня этот показатель достиг 15–20%. Это — не просто тенденция, а новая норма.

### Мы выделили под фуд-корт:

- Пространство на 1 200 посадочных мест
- Возможность размещения 17 операторов общественного питания
- Плюс: 4 ресторана общей площадью более 1 100 м².

### Гастрономия: локальные идеи вместо типовых франшиз

Один из главных вызовов, с которым мы столкнулись при формировании F&B-зоны, - отсутствие в регионе сетевых ресторанных операторов. Многие из них не готовы открываться вне Алматы или Астаны из-за логистики, кадрового вопроса и высокой стоимости запуска.

Проведя серию переговоров, мы поняли: стандартный путь через франшизы — неэффективен. Их условия, окупаемость и стоимость запуска не соответствуют реалиям регионального рынка.

Поэтому мы сделали ставку на местных рестораторов. И не ошиблись. Предложенные концепции по дизайну, качеству интерьеров и продукту оказались на уровне, а порой — и выше. Местные команды подошли к задаче с душой, креативом и полной вовлечённостью.

### Это позволило нам:

- создать уникальную гастрономическую атмосферу,
- поддержать локальный бизнес,
- и обеспечить высокий уровень качества и сервиса.

### Инновационный киноцентр: новый взгляд на развлечение

Мы понимали, что стандартный кинотеатр - это уже не то, что привлечёт посетителей в





современный ТРЦ. Поэтому мы решили разработать совершенно новую концепцию киноцентра, которая будет соответствовать духу времени и интересам различных групп зрителей.

Для этого мы обратились в архитектурное бюро The Big Picture, которое предложило совершенно новый взгляд на кинотеатральный бизнес. Вместо стандартных 6-ти залов мы предложили 8 залов с разнообразной концепцией.

## Особенности нового киноцентра:

1. Презентационный зал — идеальное место для stand-up артистов, встреч, семинаров и других мероприятий, которые привлекут не только кинозрителей, но и людей, интересующихся культурными событиями.
2. VIP-залы (2-3) — для тех, кто ищет уединение и комфорт. С закрытым лаундж-баром, эксклюзивными удобными креслами и премиальным обслуживанием.
3. Детские залы (4-5) — с мягкими мебельными посадочными местами для создания уютной атмосферы, а также party goom, где можно проводить дни рождения и другие детские мероприятия.
4. Классические залы (6-8) — для традиционных киносеансов, но с меньшими размерами залов и улучшенной акустикой, что обеспечит высокую заполняемость и максимальный комфорт для зрителей.

Этот киноцентр не просто здание с несколькими экранами — это полноценный многофункциональный развлекательный центр, включающий в себя всё: от киносеансов до культурных мероприятий.

## Цель кинотеатра: не только фильмы, но и новые возможности

Концепция киноцентра направлена на создание многоуровневого пространства, которое будет привлекать людей не только для просмотра фильмов, но и для различных культурных и развлекательных мероприятий. Мы уверены, что это пространство станет центром притяжения для всех, кто ищет качественное времяпрепровождение в Усть-Каменогорске.

## Итоги: ТРЦ как драйвер развития региона

Открытие нового торгово-развлекательного центра в Усть-Каменогорске - это не просто завершение строительного проекта, а стратегический вклад в развитие региона. На всех этапах - от проектирования до брокериджа - команда столкнулась с множеством вызовов: строительные сложности, климатические особенности, нехватка квалифицированных подрядчиков, консервативность арендаторов по отношению к регионам.

Но, несмотря на все препятствия, нам удалось:

- Реализовать уникальный архитектурный проект, адаптированный под местный ландшафт и климат.
- Привлечь крупнейших международных и локальных арендаторов.
- Сформировать современное пространство досуга и покупок, соответствующее международным стандартам.

ТРЦ станет местом притяжения для жителей города и области, важным туристическим и социальным центром, а также мощным катализатором для локальной экономики.

## Коммерческая стратегия: tenant mix и устойчивый рост

Как коммерческий директор, моя главная задача — обеспечить эффективный и устойчивый tenant mix, в котором каждый арендатор не просто занимает площадь, а приносит пользу и проекту, и посетителям. Это:

- Повышает общий трафик
- Увеличивает продажи арендаторов
- Сокращает срок окупаемости
- Повышает капитализацию актива

Мы стремимся создать сбалансированную экосистему арендаторов — от фэшн-ритейла и электроники до гастрономии и развлечений. Такой подход позволит не только удовлетворить широкий спектр потребностей посетителей, но и создать устойчивую модель развития на долгосрочную перспективу.

## Планы на будущее

Мы не останавливаемся на достигнутом. В настоящий момент:

- Планируется вторая очередь ТРЦ в Усть-Каменогорске, концепция которой будет расширена за счёт новых форматов бизнеса, офисных пространств, сервисов и, возможно, жилого блока.
- Ведётся поиск площадок в других регионах Казахстана для строительства многофункциональных комплексов, включающих торговлю, жильё, досуг и креативные индустрии.
- Мы также рассматриваем партнёрства с государственными институтами для совместной реализации проектов, способствующих развитию городской инфраструктуры и предпринимательства.





**ИЛЬЯС  
ДЖУМАШЕВ**

Старший аналитик отдела консалтинга и оценки Colliers Kazakhstan.

Обладает степенью магистра по направлению «Финансовый менеджмент» Международной бизнес-школы НАРХОЗ, а также дипломом Executive Business Program SolBridge International School of Business (Woosong University, Тэджон, Южная Корея).

Имеет более 10 лет опыта работы в различных финансовых организациях и крупнейших банках страны.



Источник: colliers.kz



**ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА  
ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В ТАШКЕНТЕ**

**Рынок ТРЦ Ташкента:  
динамика и развитие**

Узбекистан за последние несколько лет стал центром притяжения иностранных инвестиций и одним из главных туристических направлений в Центральной Азии. Данный фактор активно способствует количественному росту и развитию торгово-развлекательной индустрии. Оптовая и розничная торговля в Узбекистане демонстрируют стабильное развитие и значительный вклад в экономику.

Так, оборот розничной и оптовой торговли увеличился с 14,7 млрд. долларов США в 2020 году до 23,08 млрд. долларов США в 2024 году. Несмотря на небольшой спад в 2022 году (-2%), рынок восстановил положительную тенденцию в последующие годы.

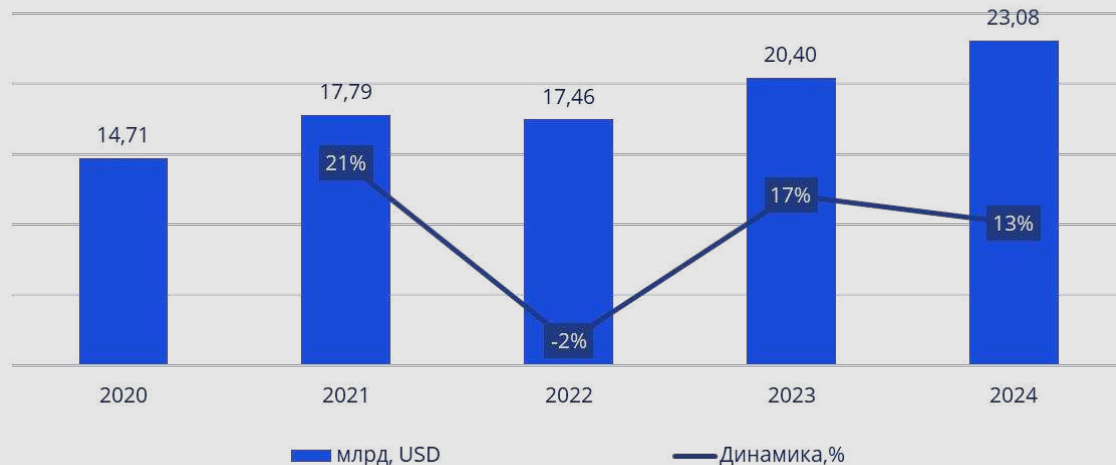
Объем торговли электронной коммерции показывает существенный рост в период с 2021 по 2023 годы. Показатели розничной торговли незначительно снизились в 2022 году, однако с 2023 года наблюдается положительная динамика.

Среди наиболее качественных торговых площадей можно выделить такие торгово-развлекательные центры Ташкента, как: «Tashkent City Mall», «Riviera Mall», «Compass», «Samarqand Darvoza», «Alfraganus», «ДЕПО Mall». Стоит отметить, что перечисленные игроки открылись сравнительно недавно (с 2013 по 2024 годы), при этом, техническое оснащение и эстетический облик данных объектов требует модернизации. Исключением является флагман на рынке торговых площадей города - «Tashkent City Mall».

**ОБЪЕМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН ЗА ЗК 2024 ГОДА**



**ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**





Это новый суперрегиональный молл, оснащённый современными технологиями и сопутствующей инфраструктурой. Арендопригодная площадь объекта порядка 100 000 кв.м., что позволяет вместить практически всех основных представителей ритейла, присутствующих на рынке Центральной Азии, в том числе из числа мировых брендов.

Необычным архитектурным решением отличается «Alfraganus», представляющий собой торговый центр под открытым небом, разделенный на множество отдельно стоящих двухэтажных торговых секций в восточном стиле. ТРЦ на данный момент только частично введен в эксплуатацию.

Из числа строящихся проектов в городе, можно отметить такие моллы как: «Pygamit Mall», «Central Plaza Mall», «High Town Plaza», «Park in Mall», открытие которых запланировано на 2025 год. Тенденция открытия новых качественных торговых площадей также говорит о туристическом потенциале Ташкента.

Говоря о будущих игроках на рынке города, можно отметить следующие заявленные параметры. «Pygamit Mall» - объект, который будет включать в себя не только ТРЦ, но и офисные и жилые пространства, обещает стать проектом по принципу «город в городе». «Central Plaza Mall» планирует вместить до 178 магазинов, супермаркет, 25 кафе и ресторанов, четырёхзальный зальный кинотеатр. «High Town Plaza» - тематический развлекательный торговый центр, расположится в Юнусабадском районе города. «Park in Mall» - само название говорит о концепции «парка в молле» и обещает создать уникальную атмосферу для посетителей.

Что касается текущих трендов, то из основных можно подчеркнуть то, что большая часть потока посетителей сосредоточена на фуд-кортах и развлекательных площадках (ледовый каток, кинотеатр, детские игровые площадки). Это свидетельствует о том, что население города отдает предпочтение времяпровождению с семьей, нежели шоппину. Проведенный анализ отзывов посетителей торгово-развлекательных центров г. Ташкента показал, что большинство негативных отзывов связано с высокой стоимостью товаров в бутиках. Учитывая, что основными арендаторами являются представители mass-market брендов, можно сделать вывод об относительно невысокой покупательской способности основной части населения города. Если смотреть на количественный показатель отзывов посетителей ТРЦ, то значительная часть как положительных, так и отрицательных отзывов касается детских игровых площадок, развлечений и фуд-корта, что позволяет сделать вывод о высокой посещаемости данного сегмента.

Торгово-развлекательная индустрия имеет значительный потенциал не только за счет потока туристов, но и учитывая относительно высокие темпы роста населения города и его молодой возраст. За последние несколько лет темп роста населения сохраняется на отметке от 80 000 до 100 000 человек в год. Это является одним из важнейших факторов при принятии решения о строительстве нового торгово-развлекательного центра.

С активным приростом населения снижается его обеспеченность качественными торговыми площадями.

Поэтому эти два показателя должны синхронизироваться в современном мегаполисе.

Указанная статистика свидетельствует о превалировании молодого населения над возрастным. Эта положительная тенденция также является стимулом для дальнейшего развития рынка торговой недвижимости в Ташкенте и указывает на значительную долю работоспособного населения.

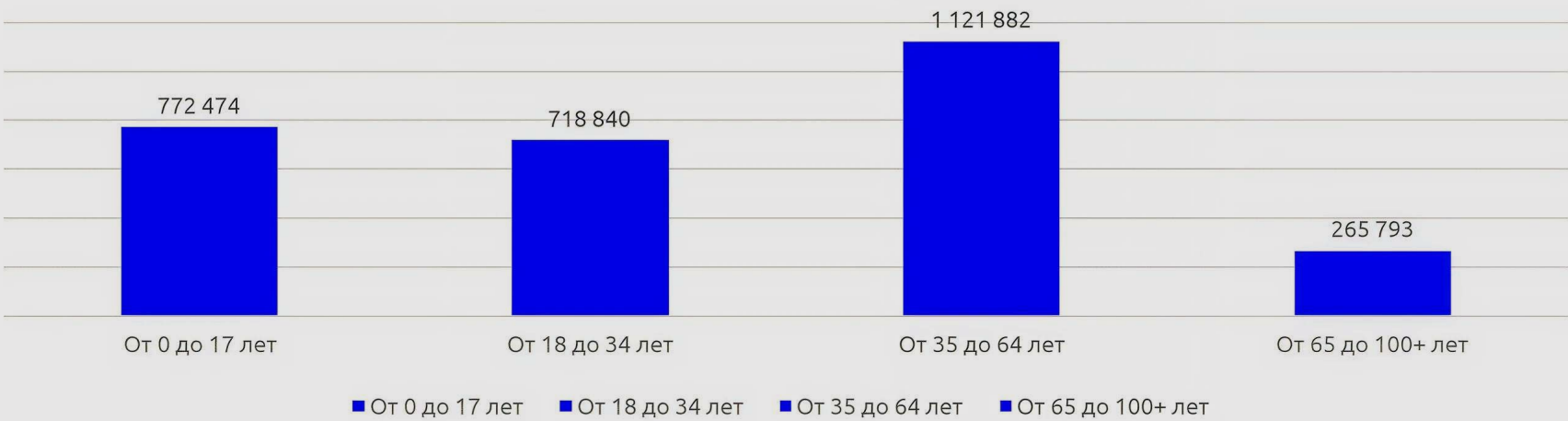
Таким образом, рынок торговой недвижимости в Ташкенте имеет огромный потенциал для развития. Это обозначено в том числе строительством Нового Ташкента, тогда как основная часть игроков из числа торговых центров сосредоточена в центре старого Ташкента. Основным трендом для новых игроков на данном рынке возможно станет сегмент Entertainment. Отсутствие разнообразия развлекательного сегмента в ТРЦ города, обозначает низкий уровень конкуренции в данном направлении, при относительно высоком спросе посетителей.

Выбор и подготовка концепции торгово-развлекательного центра является ключевым фактором успешности проекта. Соотношение якорных арендаторов и торговой галереи, схема расположения бутиков и атриумов – такие детали позволяют сделать проект эффективным. Команда Colliers Kazakhstan обладает соответствующей экспертизой в составлении подобной концепции проекта торговой недвижимости.

## НАСЕЛЕНИЕ ТАШКЕНТА



## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ ПО ВОЗРАСТНЫМ КАТЕГОРИЯМ НА НАЧАЛО 2024 ГОДА







## ИВАН ФЕДЯКОВ

Основатель аналитического агентства INFOLine

Руководитель компании INFOLine - одного из ведущих аналитических агентств с офисами в России, Казахстане, Сербии и ОАЭ.

В 1999 году запустил сервис деловой информации, который лег в основу агентства.

В 2003 году реализовал для МТС один из первых в России SMS- и WAP-сервисов. Участвовал в более 300 отраслевых исследованиях.

Более 25 лет предоставляет аналитику для 1000+ клиентов: компаний, инвесторов и госструктур.

**INFO***Line*

Источник: info2b.kz



## РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ И СКЛАДСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КАЗАХСТАНА: ИТОГИ 2024 ГОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

## Розничная торговля в Казахстане демонстрирует уверенный рост

По данным INFOLine, к началу 2025 года общее количество торговых точек в стране увеличилось на 14%, превысив отметку в 200 тысяч. Из них более 70 тысяч приходится на продовольственные магазины, свыше 45 тысяч - на магазины одежды, обуви и аксессуаров, а более 85 тысяч - на прочие непродовольственные объекты. Особенно активно развиваются сегменты аптек (7 тысяч точек), косметики (8 тысяч), детских товаров (10 тысяч), а также магазинов бытовой химии, товаров для дома, цветочных и автозаправочных станций.

Однако для устойчивого развития современной розницы всё более критическим становится состояние складской инфраструктуры, дефицит которой сдерживает потенциал рынка.

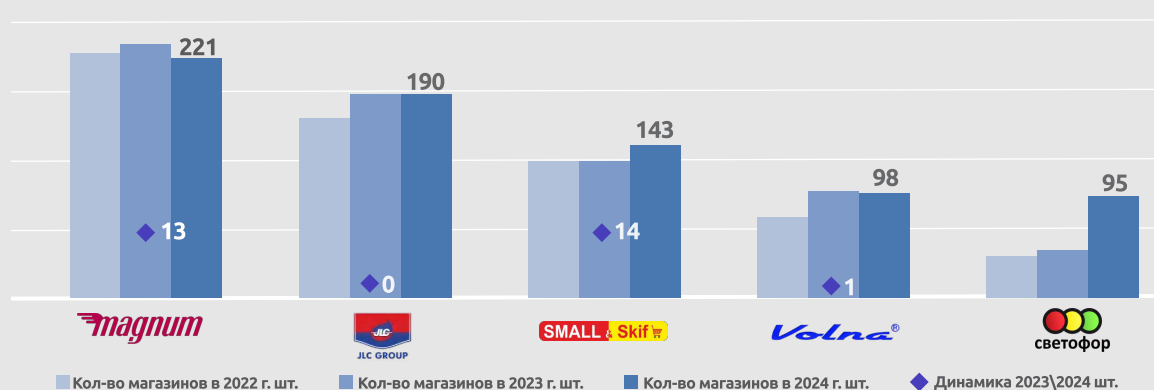
Для эффективной работы ритейла необходимо от 3 до 4 квадратных метров качественных складских помещений на каждый квадратный метр торговой площади. По данным INFOLine, на 200 крупнейших торговых сетей Казахстана приходится 3,2 млн м² торговых площадей. Это означает, что только этим игрокам требуется около 9,6 млн м² складской инфраструктуры.

Однако, как показало исследование IBC Global, на март 2025 года общее предложение по складским площадям составляет всего 1,7 млн м², из которых

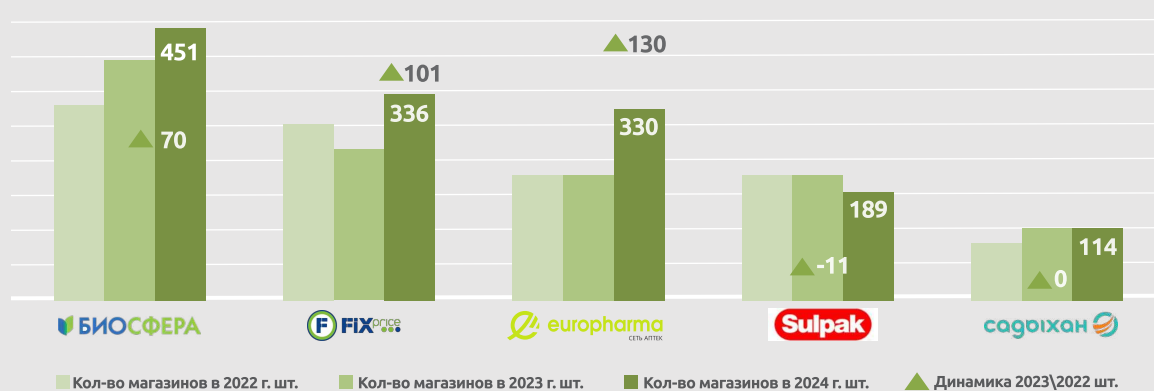
лишь 375 тыс. м² - класс А, 1,2 млн м² - класс В, а 117 тыс. м² не соответствуют современным стандартам. Таким образом, рынок розничной торговли в Казахстане остро нуждается в развитии складской базы. В продовольственном сегменте лидерство сохраняет сеть MAGNUM, которую INFOLine называет крупнейшей по выручке в Центральной Азии. Несмотря на сокращение числа магазинов в 2024–2025 годах, компания делает ставку на модернизацию и развитие

е-гросегу: доля онлайн-продаж в обороте сети достигла 16% в 2024 году, а к концу 2025 года, по прогнозам, составит 20–25%. По мнению IBC Global, развитие данной модели требует не только мультитемпературных, но и традиционных распределительных центров, а также сети внутригородских складов. В непродовольственной торговле особенно выделяются фармритейлеры: сеть «Биосфера» расширилась на 70 аптек, Europharma — на 130, укрепляя позиции

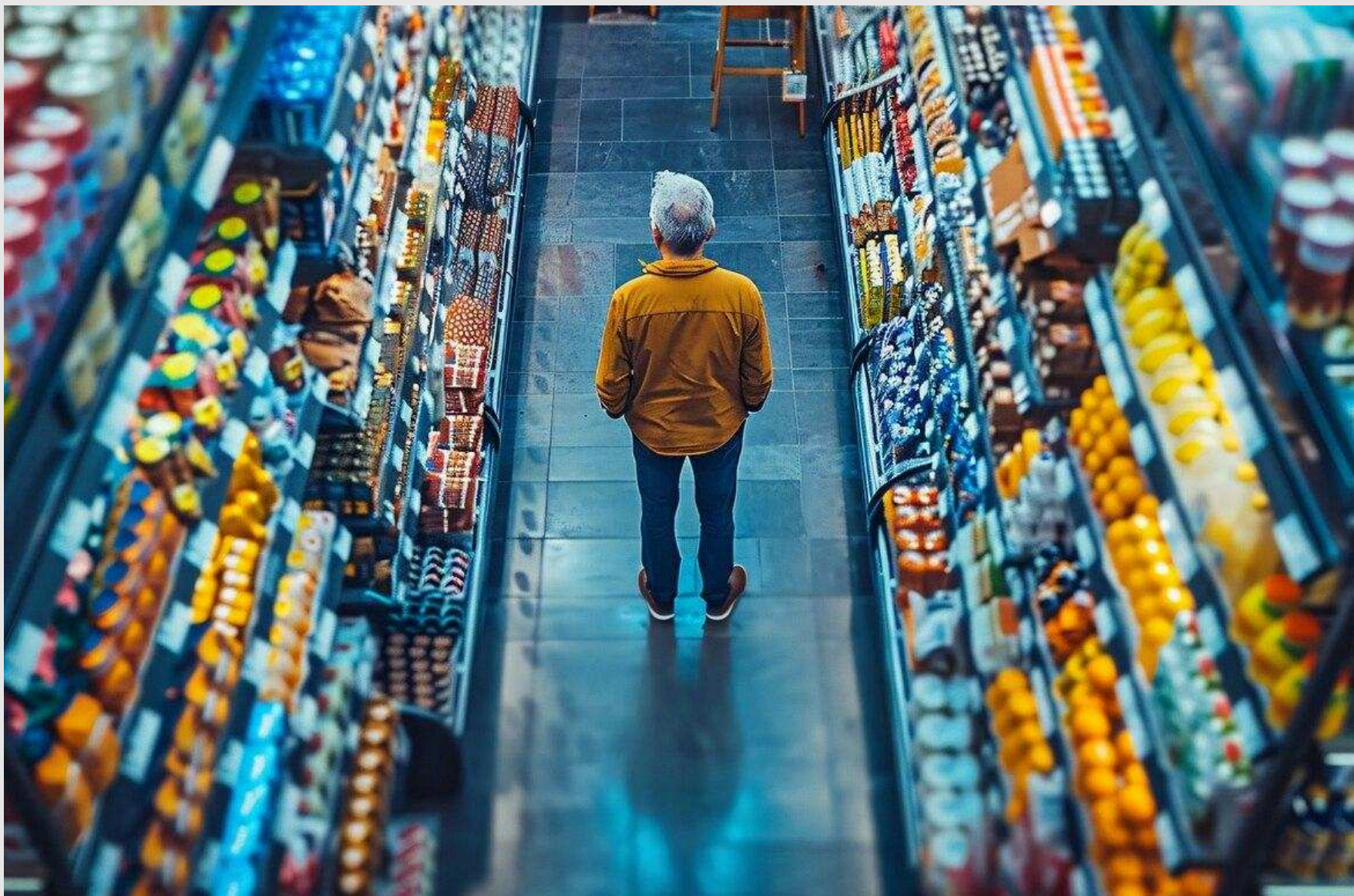
### РЕЙТИНГ INFOLINE FMCG RETAIL KAZAKHSTAN TOP-10 ПО КОЛ-ВУ МАГАЗИНОВ



### РЕЙТИНГ INFOLINE NON-FOOD RETAIL KAZAKHSTAN TOP-10 ПО КОЛ-ВУ МАГАЗИНОВ







в крупных городах и регионах. Сеть Fix Price увеличила число магазинов на треть, превысив 330 торговых точек, во многом благодаря инвестициям в логистику и адаптацию ассортимента к локальным рынкам. Среди лидеров в сегменте электроники выделяются Sulpak (189 магазинов в Казахстане и Кыргызстане), активно внедряющий новые форматы, и Mechta, где объём экспресс-заказов вырос на 30% за счёт развития региональной складской сети.

«Наш рейтинг INFOLine FMCG и Non-Food Retail Kazakhstan за 2024 год, основанный на анализе сотен тысяч торговых точек и более 200 крупнейших сетей, показывает замедление темпов роста лидеров на фоне общей рыночной динамики. Это свидетельствует о насыщении отдельных сегментов и возрастающих ограничениях», - отмечает Иван Федяков, основатель INFOLine.

«Развитие складской инфраструктуры - это не просто поддержка ритейла, а инвестиция в будущее экономики Казахстана. Соответствие международным стандартам и увеличение объёма качественных складов повысят эффективность цепочек поставок и создадут условия для роста бизнеса», - подчёркивает Станислав Ахмедзянов, управляющий партнёр IBC Global.

Совмещение розничной, оптовой и дистрибуционной деятельности ведущими сетями делает наличие современных складов критически важным. Развитие логистических центров видится ключевым драйвером устойчивого роста розничных форматов в ближайшие годы.

Таким образом, 2024 год стал для Казахстана временем активного роста розничной торговли и одновременно выявил ключевые вызовы. Наибольшая концентрация складских площадей наблюдается в Алматы и Алматинской области - почти 60% от общего объёма, включая 38,8% всех складов класса А в стране. В Астане насчитывается около 272 тыс. м<sup>2</sup> складов классов А и В, в Шымкенте - около 106 тыс. м<sup>2</sup>, из которых 62 тыс. м<sup>2</sup> - класс А. Остальные города Казахстана располагают примерно 250 тыс. м<sup>2</sup> складских площадей, включая 66 тыс. м<sup>2</sup> класса А.

Средняя обеспеченность складскими площадями класса А в стране составляет 0,02 м<sup>2</sup> на жителя. Если учитывать всё качественное предложение (классы А и В), показатель составляет 0,06 кв. м. Самый высокий уровень обеспеченности — в Алматы (0,21 м<sup>2</sup> на жителя), самый низкий — в Шымкенте (0,01 м<sup>2</sup>).

Ещё одним важным показателем эффективности складской логистики

является соотношение торговых и складских площадей. По данным INFOLine, в среднем на 1 м<sup>2</sup> склада приходится 3–4 м<sup>2</sup> торговой площади. Однако это соотношение варьируется в зависимости от формата магазина:

- Супермаркеты: из-за широкого ассортимента требуют значительных складских ресурсов — на 1 м<sup>2</sup> склада приходится менее 2 м<sup>2</sup> торговой площади.
- Гипермаркеты: зачастую хранят запасы непосредственно в торговом зале — на 1 м<sup>2</sup> склада может приходиться 6–8 м<sup>2</sup> торговой площади.
- Магазины у дома: из-за ограниченного количества товарных позиций (SKU — stock keeping unit), но высокой оборачиваемости, требуют частых поставок — до 5 м<sup>2</sup> торговой площади на 1 м<sup>2</sup> склада.





# ВРЕМЯ ИНВЕСТИРОВАТЬ: СЕРИК ТОЛБАСЫ О ПЕРВОЙ ПРОДАЖЕ ПРИВИЛЕГИРОВАННЫХ АКЦИЙ REIT TSPG

Запуск инвестиционного фонда недвижимости REIT TSPG в мае 2024 года стал значимым событием для рынка коммерческой недвижимости Казахстана, открывая новые возможности для инвесторов. Фонд располагает качественным портфелем объектов и предлагает привлекательные условия для вложений. Якорный инвестор фонда и предприниматель Серик Толбасы выставил на продажу часть своих привилегированных акций в REIT TSPG Umbrella Fund с минимальной суммой сделки, эквивалентной 50 000 долларов США. Это существенно снижает порог входа для инвесторов, поскольку ранее для участия в рынке недвижимости такого класса и масштаба требовался значительный капитал. Теперь более широкому кругу инвесторов становится доступен новый финансовый инструмент — акции REIT, что позволяет диверсифицировать вложения без необходимости приобретать объекты недвижимости напрямую.

## История возникновения REIT

Модель REIT, возникшая в США в 1960-х годах для привлечения частных и институциональных инвесторов в недвижимость, завоевала популярность по всему миру, включая США, Великобританию и страны Юго-Восточной Азии. Сегодня REIT активно используются на развитых рынках как эффективный инструмент привлечения капитала. По данным Nareit, рыночная капитализация всех REIT в США на 2024 год составила \$1,542 триллиона, а капитализация фондов недвижимости — \$1,483 триллиона.

В Казахстане REIT только начинают развиваться, но их потенциал уже очевиден. На площадке Международного Финансового Центра Астана (МФЦА) зарегистрировано несколько REIT, среди которых TSPG — крупнейший по капитализации и единственный «зонтичный» REIT (Umbrella Partnership Real Estate Investment Trust),

специализирующийся на коммерческой недвижимости.

Зонтичные REIT объединяют несколько специализированных субфондов, предоставляя инвесторам доступ к различным типам недвижимости и стратегиям. Это обеспечивает диверсификацию, снижая риски и улучшая управление ими за счет сочетания разных секторов рынка. Зонтичные REIT также обеспечивают регулярные дивиденды, что делает их привлекательными для инвесторов, ищущих стабильный доход. Благодаря гибкости в адаптации стратегии и возможности эффективных сделок по слиянию, такие REIT могут привлекать институциональных инвесторов и ускорять капитализацию фонда.

"Зонтичная структура REIT уже давно и успешно используется на международных рынках, и в Казахстане мы стремимся первыми использовать все преимущества этой модели", - отмечает г-н Толбасы.

## Мировые стандарты и здоровая конкуренция

Передача активов в REIT TSPG стала логичным и стратегически важным шагом для предпринимателя Серики Толбасы, который стал якорным инвестором фонда. В активы фонда вошли ключевые объекты бизнесмена — торгово-развлекательные центры класса «А» — Dostyk Plaza в Алматы и Shymkent Plaza в Шымкенте, ставшие основой для формирования качественного и перспективного портфеля.

Серик Толбасы более 30 лет в бизнесе и за это время стал одним из наиболее уважаемых предпринимателей Казахстана. Он известен своим уникальным стратегическим подходом, который базируется на высоких этических стандартах, прозрачности и социальной ответственности. Бизнесмен — настоящий патриот своей страны. С 2002 по 2020 год его группа компаний TS Development построила в Казахстане 480 тыс. кв. м коммерческой и жилой недвижимости, а

общий объем инвестиций в его проекты составил более 640 млн долларов США. Ежегодные налоговые выплаты от его компаний превышают 4 млрд тенге. Вдохновленный вызовом Президента РК Касым-Жомарта Токаева удвоить ВВП страны в ближайшие пять лет, Толбасы поставил себе цель удвоить капитализацию своей компании к 2030 году.

«Развитие бизнеса — важный вклад в решение стратегических задач Казахстана. Проекты, такие как REIT TSPG, играют ключевую роль в экономическом развитии страны и повышении ее конкурентоспособности на международной арене», — уверен бизнесмен.

Внедрение новых инвестиционных инструментов на рынок недвижимости Казахстана не только открывает эффективные способы привлечения капитала, но и способствует созданию здоровой конкуренции, соответствующей мировым стандартам.

Структура REIT TSPG идеально подходит для привлечения акционерного капитала благодаря справедливым требованиям МФЦА. Фонду запрещено использовать заемные средства, превышающие 60% от стоимости собственных активов, и он обязуется выплачивать не менее 80% своей годовой прибыли в виде дивидендов, что гарантирует стабильную доходность для инвесторов. Такая модель делает вложения в фонд надежными и высоколиквидными.

«Я принял решение в ближайшие дни продать небольшой объем своих привилегированных акций гражданам Казахстана. Это будет прямая продажа акций через клуб инвесторов TSPG. Создаваемый клуб REIT TSPG — это сообщество инвесторов, которые становятся потенциальными партнерами нашего Фонда, верят в его финансовый успех и стремятся следить за дальнейшим развитием бизнеса.



Привлеченные средства будут направлены на развитие новых перспективных проектов, включая строительство крупных торгово-развлекательных центров, гостиниц и бизнес-центров в Астане, Алматы и Шымкенте», — делится бизнесмен своими планами.

### Стратегия REIT TSPG и возможности для инвесторов

На рынке Казахстана существует ограниченное количество локальных инструментов для розничных инвесторов, которые обеспечивают доходность в твердой валюте с приемлемым порогом вложений. На сегодняшний день самым распространенным продуктом являются банковские долларовые депозиты, однако из-за регуляторных ограничений процентная ставка не может превышать 1%, независимо от срока. Чем больше на рынке появится инвестиционных инструментов, которые позволят розничным инвесторам выбирать долларовую доходность в зависимости от их уровня риска, тем быстрее будет развиваться экономика Казахстана. Это связано с тем, что частный капитал физических лиц будет перераспределен между банками и бизнесом, так как в настоящее время он в значительной степени сконцентрирован в финансовом секторе. Новые инвестиционные инструменты, такие как акции REIT TSPG,

ориентированы на стабильный доход, состоящий из ежемесячных дивидендов (фиксируемый показатель) плюс доход от ежегодного прироста стоимости акций (переменный показатель), индексируемые к курсу доллара США. Это представляет собой значительное преимущество в условиях волатильности тенге, так как модель фонда делает его защитным активом, минимизируя риски, связанные с колебаниями курса и инфляцией. Приобретение привилегированных акций предоставляет собой уникальную возможность для инвесторов стать частью динамично развивающегося фонда недвижимости, обеспечивающего стабильный доход от аренды высококачественных коммерческих объектов. Заявки на покупку привилегированных акций можно будет подать на официальном сайте Фонда [www.tspgreit.com](http://www.tspgreit.com).

### Стратегия Triple Win: выгода для людей, государства и бизнеса

Стратегия REIT TSPG - Triple Win (Тройной выигрыш) предполагает, что выгоды получают сразу три стороны: граждане, государство и бизнес. В контексте создания и развития таких фондов, как REIT TSPG, это означает следующее:

Для граждан — доступ к новым инвестиционным инструментам, которые

обеспечивают стабильный доход в виде дивидендов и помогают увеличить финансовую устойчивость. Граждане становятся инвесторами, получая возможность вкладывать свои средства в высококачественные коммерческие объекты и получать доход, индексируемый к курсу доллара США.

Для государства — правительство Республики Казахстан, создавая благоприятные условия для развития бизнеса, способствует укреплению экономики страны, созданию новых рабочих мест, увеличению налоговых поступлений и стимулированию инвестиций в национальные проекты.

Для бизнеса — дополнительный инструмент привлечения акционерного капитала и его эффективного использования для развития новых проектов, а также создание устойчивых и высоколиквидных активов, что способствует росту и укреплению бизнес-сектора.

Стратегия Triple Win создаёт взаимовыгодные условия для всех участников, способствуя росту и развитию всей экосистемы. Это идеальная ситуация, когда выигрыш от инвестиций, роста экономики и благосостояния граждан происходит одновременно для всех сторон.

Источник: [kz.kursiv.media](http://kz.kursiv.media)





**КУАНЫШ  
ГАБДУЛЛИН**

Главный менеджер, Департамент анализа данных и отраслей  
Международный финансовый центр «Астана» (МФЦА).



Источник: aifc.kz



**РАЗВИТИЕ РЫНКА REIT В КАЗАХСТАНЕ:  
ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**МФЦА и инвестиции  
в недвижимость  
Казахстана**

Международный финансовый центр «Астана» (МФЦА) играет важную роль в улучшении инвестиционного климата и развитии финансового рынка Казахстана, создавая благоприятные условия для привлечения капитала в сектор недвижимости.

По состоянию на февраль 2025 года в МФЦА зарегистрировано 51 компания, деятельность которой связана с сектором недвижимости. В рамках своей юрисдикции МФЦА предлагает инвесторам и девелоперам широкий спектр финансовых инструментов и правовых механизмов, способствующих

эффективному управлению активами и капиталовложениями в недвижимость.

Одним из ключевых инструментов привлечения институциональных и частных инвесторов является возможность создания Инвестиционных фондов недвижимости (REIT) в рамках юрисдикции МФЦА.

REIT — это механизм коллективных инвестиций в коммерческую недвижимость, предоставляющий инвесторам доход от арендных поступлений и прироста стоимости активов. В Казахстане этот инструмент находится на ранней стадии развития, однако обладает значительным потенциалом для роста. Формирование полноценного рынка REIT способно повысить прозрачность сектора

недвижимости, улучшить инвестиционный климат и привлечь долгосрочный капитал.

**Состояние рынка REIT в Казахстане**

В Казахстане наблюдается положительная динамика роста количества управляющих акционерными инвестиционными фондами недвижимости (АИФН) и фондами REIT. На конец 2024 года в Казахстане осуществляли деятельность 7 управляющих компаний, специализирующихся на инвестициях в сектор недвижимости. Совокупное количество фондов, зарегистрированных в форме АИФН и REIT, достигло 16, из которых 5 фондов действовали в юрисдикции МФЦА.

В последние годы в Казахстане наблюдается устойчивое снижение чистых активов АИФН, регулируемых в рамках

**Кол-во компаний**  
**51**  
из 3518

**Активы REIT**  
**\$38 млн**  
из \$900 млн

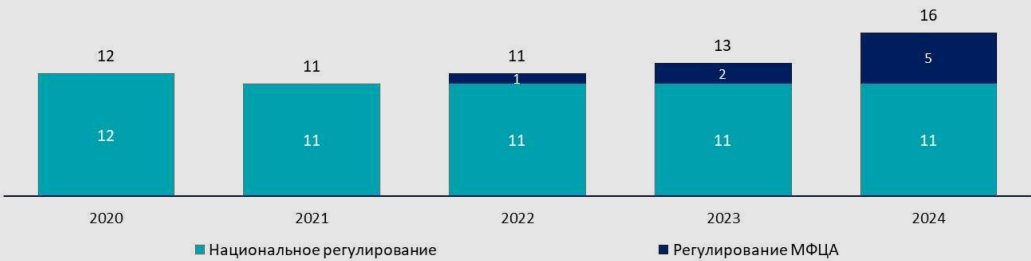
**Управляющие компании (с REIT)**  
**3**  
из 50

**Фонды REIT**  
**5**  
из 88

КОЛИЧЕСТВО УПРАВЛЯЮЩИХ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ФОНДАМИ НЕДВИЖИМОСТИ (АИФН И REIT)



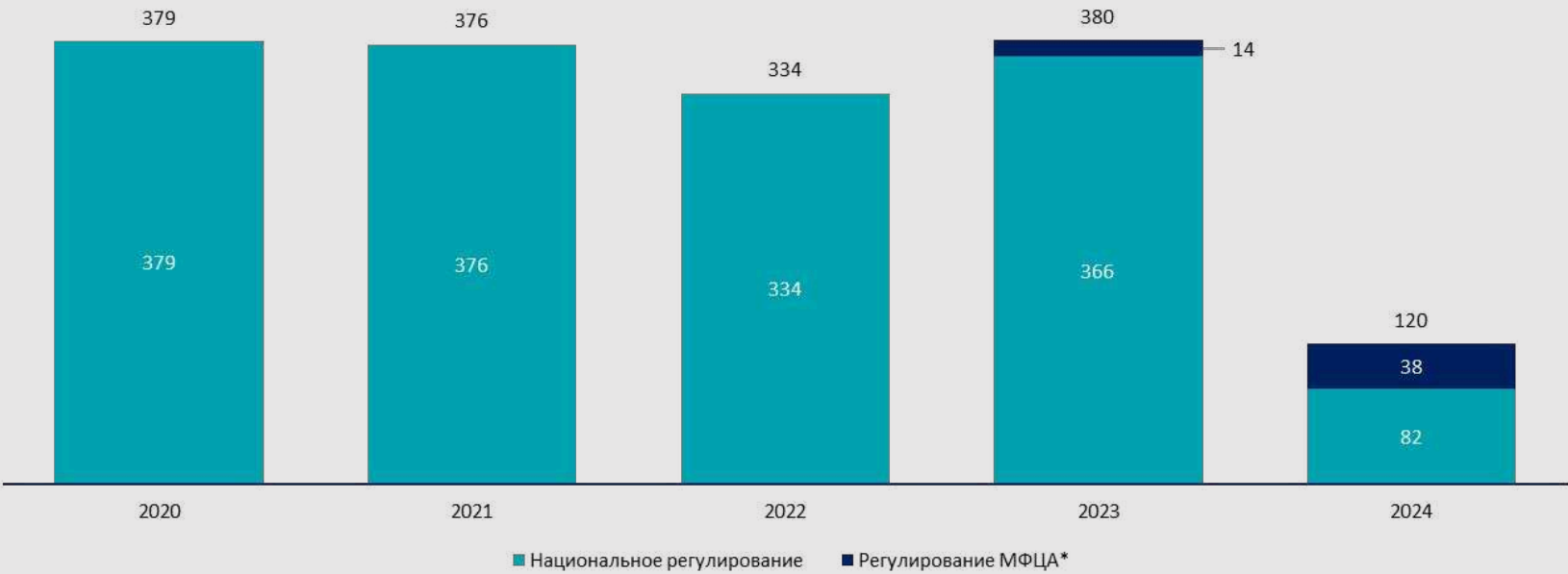
КОЛИЧЕСТВО ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ НЕДВИЖИМОСТИ (АИФН И REIT)



Источник: АРПФР, AFSA



ЧИСТЫЕ АКТИВЫ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ НЕДВИЖИМОСТИ (АИФН И REIT), МЛН \$



\* Данные приведены не по всем фондам REIT в МФЦА | Источник: НБРК, расчеты МФЦА

национального законодательства, составили \$82 млн. Чистые активы фондов REIT в МФЦА превысили \$38 млн.

Начиная с 2020 года, объем чистых активов АИФН, находящихся под регулированием национального законодательства, демонстрирует устойчивую нисходящую динамику в долларовом выражении. Так, в 2022 году снижение составило 4,8% в тенговом эквиваленте, что сопровождалось ослаблением курса тенге к доллару США, оказавшим дополнительное давление на стоимость активов в иностранной валюте (снижение на 11,1% в долларах США).

В 2023 году наблюдалось частичное восстановление чистых активов в тенговом выражении, однако в долларовом выражении объем остался ниже уровня предыдущих лет, что продолжает отражать влияние валютных рисков на сектор недвижимости. По итогам 2024 года динамика усилилась: объем чистых активов сократился на 78%, составив \$82 млн. Среди ключевых факторов этого снижения можно выделить ослабление национальной валюты, а также реструктуризацию отдельных АИФН, повлекшую перераспределение активов.

В то же время сегмент фондов REIT, действующих в юрисдикции МФЦА, демонстрирует обратный тренд. За два последних года их чистые активы выросли почти в три раза — с \$14 млн в 2023 году до более \$38 млн в 2024 году. Такой рост обусловлен как появлением новых фондов, так и увеличением активов в уже функционирующих структурах, что может свидетельствовать о возрастающем интересе инвесторов к инструментам, реализуемым в рамках регулирования МФЦА.

Основные вызовы и барьеры для развития REIT в Казахстане

Развитие REIT в Казахстане может сыграть важную роль в структурировании рынка коммерческой недвижимости, обеспечивая инвесторам ликвидные инструменты с диверсифицированным портфелем. Внедрение этого механизма способствует:

- Привлечению институциональных и частных инвесторов, включая международных игроков, что увеличивает общий объем вложений в сектор недвижимости.

- Повышению прозрачности рынка за счет требований к раскрытию информации, что снижает инвестиционные риски и повышает доверие участников рынка.
- Развитию девелоперских проектов через механизм выкупа активов – REIT, как правило, не участвуют в строительстве объектов, но могут приобретать завершённую или находящуюся на завершающей стадии недвижимость у девелоперов. Это позволяет последним возвращать вложенный капитал и направлять его на новые проекты, тем самым ускоряя инвестиционный цикл и повышая общую динамику развития сектора недвижимости.

Несмотря на значительный потенциал, рынок REIT в Казахстане сталкивается с рядом структурных препятствий:

1. **Ограниченная прозрачность рынка недвижимости** - отсутствие единой системы оценки стоимости активов, непрозрачность сделок и недостаточная статистика по сектору недвижимости снижают доверие инвесторов.
2. **Ограниченный доступ к финансированию** – инвестиционные фонды испытывают трудности с привлечением капитала из-за низкой ликвидности рынка и недостаточного интереса институциональных инвесторов.
3. **Низкая инвестиционная осведомленность** – отсутствие широкого понимания механизма работы REIT среди розничных инвесторов сдерживает спрос на инструмент.
4. **Ограниченная глубина фондового рынка** – при наличии необходимой инфраструктуры казахстанский рынок по-прежнему характеризуется невысокими объёмами торгов и ограниченной активностью инвесторов. Отсутствие листингованных REIT сдерживает формирование ликвидного вторичного рынка, что, в свою очередь, снижает интерес инвесторов и замедляет интеграцию недвижимости в публичный рынок капитала.

Перспективы развития REIT в Казахстане

Для реализации раскрытия потенциала рынка REIT в Казахстане необходим

комплексный подход, включающий правовую поддержку, повышение финансовой грамотности инвесторов и создание благоприятных условий для привлечения капитала.

Внедрение REIT может принести следующие преимущества:

- **Долгосрочное финансирование недвижимости** – REIT могут стать стабильным источником капитала для девелоперов и управляющих компаний.
- **Увеличение ликвидности рынка** – появление ликвидных инвестиционных инструментов повысит привлекательность сектора недвижимости для частных и институциональных инвесторов.
- **Рост доверия к сектору недвижимости** – стандартизированные механизмы управления активами и прозрачность финансовых потоков улучшат восприятие рынка среди международных инвесторов.
- **Укрепление и расширение фондового рынка** – на сегодняшний день в Казахстане отсутствуют листингованные REIT, запуск REIT как новых долевого инвестиционных инструментов расширит спектр доступных активов на бирже, что привлечёт как розничных, так и институциональных инвесторов. Это способствует увеличению объёмов торгов, улучшению рыночной ликвидности и стимулирует дальнейшее развитие инфраструктуры фондового рынка. Кроме того, REIT обеспечивают более тесную связь между реальным сектором экономики и рынком капитала, способствуя его глубине и устойчивости.

Заключение

Рынок REIT в Казахстане находится на этапе становления, и его дальнейшее развитие потребует устранения существующих барьеров и создания благоприятных условий для привлечения капитала. Международный опыт подтверждает, что REIT могут стать эффективным инструментом для финансирования коммерческой недвижимости, обеспечивая устойчивый рост сектора и улучшая инвестиционный климат. Казахстан имеет значительный потенциал для развития этого сегмента, и своевременные реформы позволят ему занять достойное место на глобальной инвестиционной карте.





**ДАНИЛ  
ХАЛИЛОВ**

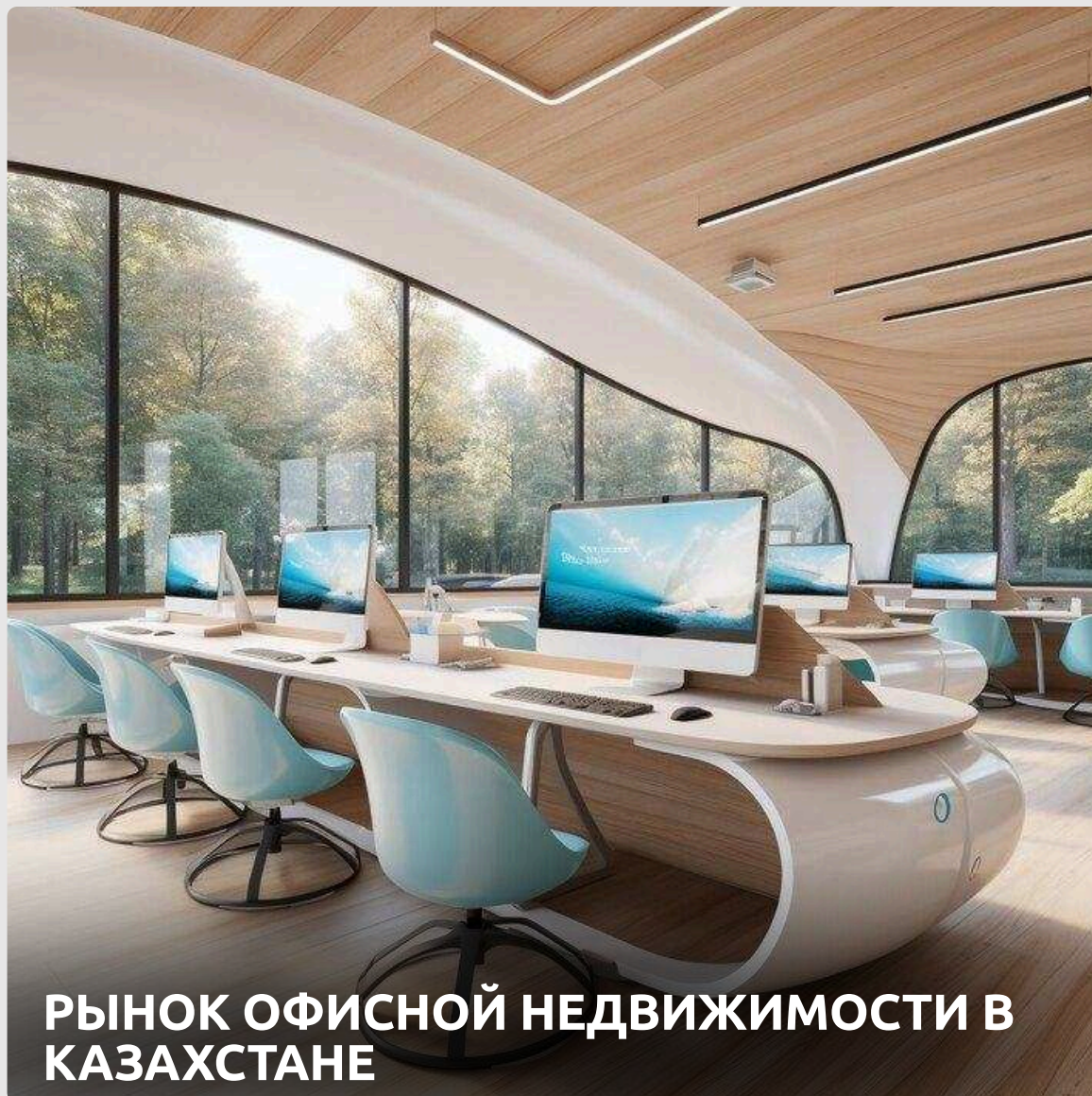
Аналитик отдела консалтинга и оценки Colliers Kazakhstan.

Окончил Satbayev University, получив степень бакалавра по направлению математическая экономика и анализ данных.

Обладает опытом работы над различными проектами в сфере недвижимости, включая анализ рынка и инвестиционной привлекательности объектов, разработку финансовых моделей, подготовку аналитических отчетов.



Источник: colliers.kz



## РЫНОК ОФИСНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В КАЗАХСТАНЕ

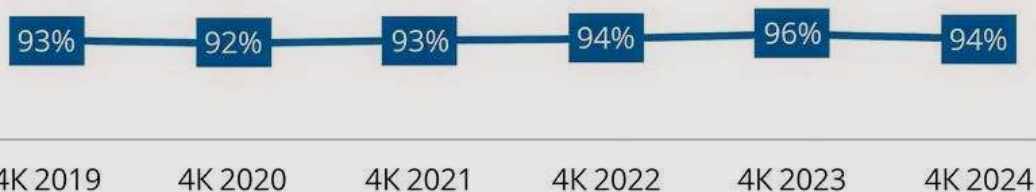
### За последние годы рынок офисной недвижимости Казахстана прошел несколько важных этапов.

В 2019–2020 годах наблюдался активный рост предложения, сопровождающийся строительством новых бизнес-центров. Однако пандемия COVID-19 в 2020–2021 годах привела к снижению спроса, что заставило девелоперов пересмотреть стратегии. Уже с 2022 года началось восстановление рынка, при этом ощущается дефицит качественных площадей класса А и А+, особенно в Алматы.

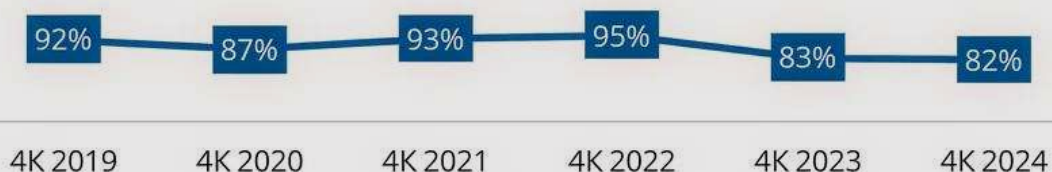
В последние годы арендные ставки демонстрируют устойчивый рост. В Алматы с 2019 по 2024 год средняя ставка аренды увеличилась с 5 890 тг/кв. м до 14 050 тг/кв. м, а в Астане – с 8 530 тг/кв. м до 12 836 тг/кв. м. Наибольший скачок был зафиксирован в 2022 году, что связано с ростом экономики и спроса на качественные офисные помещения.

Высокая заполняемость бизнес-центров класса А и А+ (более 97%) свидетельствует о стабильности рынка. В Алматы ощущается дефицит качественных офисов, что продолжает оказывать давление на цены. В Астане ситуация более сбалансированная, но спрос на высокотехнологичные объекты остается значительным. Кроме того, арендаторы обращают внимание не только на стоимость, но и на удобство расположения.

#### ДИНАМИКА СРЕДНЕЙ ЗАПОЛНЯЕМОСТИ ПО ГОДАМ В АЛМАТЫ, %



#### ДИНАМИКА СРЕДНЕЙ ЗАПОЛНЯЕМОСТИ ПО ГОДАМ В АСТАНЕ, %



#### ДИНАМИКА СТАВОК АРЕНДЫ ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ В АЛМАТЫ





Расположение бизнес-центра играет ключевую роль в формировании стоимости аренды и уровнем заполняемости офисных помещений. В Алматы и Астане существует четкая корреляция между престижностью района, транспортной доступностью, уровнем инфраструктуры и арендной ставкой.

Алматы обладает сложной географической структурой, что напрямую влияет на цену аренды. Исторически сложилось, что южные районы (Бостандыкский, Медеуский) более престижны, тогда как северные и западные районы менее востребованы.

Астана, в отличие от Алматы, обладает более четкой структурой офисных зон, так как город строился с нуля. Основные деловые районы находятся на Левом берегу, где расположены крупнейшие бизнес-центры. Здесь сконцентрированы международные организации, финансовые институты и государственные структуры, что делает этот район центром деловой активности столицы.

С изменением структуры бизнеса и развитием цифровых технологий требования арендаторов к офисному пространству также эволюционируют. Компании стремятся к большей гибкости, что приводит к повышенному спросу на коворкинги и сервисные офисы. Такие пространства предлагают готовые рабочие места с развитой инфраструктурой, включая переговорные комнаты, зоны отдыха и технологические решения для эффективной работы. В последние годы крупные международные сети коворкингов, такие как WeWork, Regus, а также локальные игроки, активно выходят на рынок Казахстана, предлагая инновационные модели аренды. Среди них – гибкие тарифы, возможность краткосрочного размещения и доступ к полностью оборудованным офисным пространствам, что особенно востребовано среди малого и среднего бизнеса, а также IT-компаний и стартапов. Девелоперы адаптируют концепции офисных зданий под новые запросы рынка, создавая многофункциональные офисные пространства, которые могут трансформироваться под различные потребности арендаторов. Гибридные модели работы становятся новым стандартом, трансформируя подход компаний к аренде.

#### ДИНАМИКА СТАВОК АРЕНДЫ ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ В АСТАНЕ



Все больше организаций предпочитают сервисные офисы вместо традиционных долгосрочных контрактов. Одним из ключевых преимуществ таких офисов является сокращение времени заезда – компании могут занять полностью готовое рабочее пространство за несколько дней, тогда как традиционная аренда требует длительных согласований, ремонта, закупки мебели и настройки инфраструктуры. Такой формат значительно снижает барьеры для быстрого масштабирования бизнеса и позволяет гибко адаптироваться к изменениям на рынке.

Прогнозируется, что популярность гибких рабочих пространств в крупнейших городах Казахстана будет только расти. Компании, особенно в технологическом и креативном секторах, активно выбирают гибридные форматы работы, а девелоперы, в свою очередь, все чаще предлагают концептуальные офисные пространства, которые могут адаптироваться под разные потребности бизнеса. Такое развитие открывает новые возможности для рынка и задает направление его будущего роста.

Развитие гибких офисов и коворкингов тесно связано с технологическим прогрессом, который влияет не только на формат работы, но и на требования к самим офисным помещениям. Современные бизнес-центры активно внедряют цифровые технологии, включая автоматизированные системы управления (BMS), IoT-решения и цифровые пропускные системы. Кроме того, все больше компаний отдают предпочтение

экологичным и энергоэффективным зданиям с сертификацией LEED и BREEAM, которые подтверждают высокий уровень устойчивого строительства и энергосбережения. В Казахстане такими объектами являются Talan Towers в Астане, который получил сертификат LEED в категории GOLD, и Astana Tower, удостоенный рейтинга EXCELLENT по системе BREEAM. В Алматы примерами являются Park View Office Tower, известный своими энергоэффективными решениями, и ряд новых бизнес-центров, адаптированных под международные стандарты экологичности. Как правило, такие офисные объекты относятся к классу А+ и предоставляют арендаторам современные инженерные решения, передовые системы вентиляции и освещения, а также эффективное управление ресурсами.

Таким образом, рынок офисной недвижимости Казахстана будет продолжать изменяться, адаптируясь к требованиям бизнеса и экономической среды. Аналитики Colliers прогнозируют рост премиального сегмента, увеличение числа гибких офисных решений и цифровизацию коммерческой недвижимости. Предполагается дальнейшее развитие премиального сегмента. Ввод новых бизнес-центров усилит конкуренцию, однако спрос по-прежнему превышает предложение, и в краткосрочной и среднесрочной перспективе заявленный к вводу объем предложения вероятнее всего не сможет изменить данную тенденцию.





**ЖАНАР  
ЕСЕНЕЕВА**

CEO Astana Tower, Spaces, Templ.  
Основатель управляющей компании JT Property.  
Окончила юридический факультет КарГУ им. Е. А. Букетова по специальности «Правовое регулирование предпринимательской деятельности». В 2018 году получила международную квалификацию CPM (IREM, Чикаго) в сфере управления недвижимостью.  
Имеет более 25 лет опыта в управлении коммерческой недвижимостью, специализируется на премиальных объектах и работе с арендаторами, включая посольства и международные организации.



Источник: [spaces.com.kz](https://spaces.com.kz)



**SPACES: НОВАЯ ЭРА ОФИСНЫХ ПРОСТРАНСТВ**

## Ревитализация и трансформация

Офисное пространство Spaces - яркий пример успешной ревитализации городской инфраструктуры. Вдохновлённый мировыми практиками обновления городских территорий, проект преобразовал бывший торговый центр «Самал» в современное многофункциональное пространство.

Сегодня Spaces - это не просто место для работы, а инновационная экосистема, объединяющая предпринимателей, фрилансеров и представителей креативных индустрий. Ревитализация здесь - не просто реконструкция здания, а полноценное возрождение городской среды с интеграцией исторического объекта в современный ландшафт. Spaces органично вписался в инфраструктуру города, предоставляя комфортные условия для продуктивной работы и отдыха.

### КОНЦЕПЦИЯ «ГОРОД В ГОРОДЕ»

Пространство объединяет в себе:

- Полностью оборудованные офисы разных форматов
- Зоны коворкинга (свободная и закреплённая посадка)
- Переговорные комнаты и конференц-залы
- Пространства для мероприятий и мастер-классов
- Фитнес-зону, рестораны, кофейни и супермаркет

Такой подход позволяет резидентам сосредоточиться на работе, экономя время и ресурсы. Все ключевые сервисы находятся в шаговой доступности.



### Пространство для разных сегментов бизнеса

Spaces предлагает решения для трёх ключевых групп:

- Крупные компании: получают престижные офисные помещения с гибкой планировкой, развитой инфраструктурой и высоким уровнем безопасности.
- Предприниматели: могут арендовать офисы, соответствующие текущему этапу развития бизнеса, с возможностью масштабирования и доступом к деловой сети и ивент-пространствам.
- Фрилансеры и самозанятые: получают комфортные условия для удалённой работы, быстрый интернет, зоны отдыха и включённый в аренду доступ к коворкингу и профессиональному сообществу.

Таким образом, Spaces становится точкой притяжения для бизнеса всех уровней — от стартапов до международных корпораций.

### Экономическая эффективность и устойчивость

После реконцепции арендные ставки выросли более чем в два раза, а заполняемость достигла 87,3%. Увеличение полезных площадей позволило привлечь больше арендаторов, предлагая им современные условия для работы и развития.

Одним из приоритетов проекта стала экологическая устойчивость:

- отказ от дизельного топлива,
- системы сбора дождевой воды,
- отдельный сбор отходов,
- энергоэффективное оборудование.

Такая стратегия снижает воздействие на окружающую среду и формирует образ ответственного девелопера.

### Влияние на рынок недвижимости

Spaces задаёт новый стандарт в коммерческой недвижимости, сочетая устойчивое развитие, технологичность и клиентоориентированность.

Это не просто бизнес-центр, а высокорентабельный объект, востребованный среди компаний нового поколения. Успешность модели подтверждается растущей популярностью и высокой заполняемостью.

Spaces стал важным элементом деловой экосистемы города и примером того, как трансформация старой инфраструктуры может стать драйвером развития нового поколения офисных пространств.





### СТАНИСЛАВ АХМЕДЗЯНОВ

Генеральный директор, управляющий партнёр консалтинговой компании IBC Global

Более 20 лет опыта в консалтинге и инвестициях в недвижимость. Руководит одной из самых динамично развивающихся компаний на рынке.

IBC Global — ведущий консультант в сфере индустриальной и складской недвижимости, входит в ТОП-5 профессиональных консультантов в сфере индустриальной и складской недвижимости в России.

Компания активно работает на рынках всех федеральных округов, а также в странах Центральной Азии (Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Узбекистан), Закавказья (Армения, Грузия, Азербайджан) и Ближнего Востока (Турция, ОАЭ).



Источник: IBC



## СКЛАДЫ КАЗАХСТАНА ОЦЕНИЛИ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ

## IBC Global пересмотрела складскую инфраструктуру: качественных объектов меньше

Эксперты IBC Global применили к складам принятую международную классификацию, пересмотрели каждый склад (полевое и кабинетное исследование) и выяснили что ранее существовавшая оценка объема качественной инфраструктуры сильно завышена.

Так, согласно принятой в Казахстане статистике, общее предложение составляет 1,55 млн кв. м качественных складов, из которых порядка 900 тыс. кв. м приходится на класс А, а еще 650 тыс. кв. м - на класс В. Исследование IBC Global, проведенное в марте с применением международного стандарта класса А показало, что общее предложение к середине марта 2025 года составляет уже 1,7 млн кв. м, но лишь около 375 тыс. кв. м из них соответствуют всем требованиям для класса А, чуть более 1,2 млн кв. м относятся к классу В, а еще около 117 тыс. кв. м - к некачественному фонду. До октября 2025 г. компания сделает поштучный аудит класса В, чтобы определить соответствие. Склады Казахстана оценили по международным стандартам аналитики компании IBC Global пересмотрели существующее предложение качественной складской недвижимости Казахстана в соответствии с общепринятой международной

классификацией (адаптированной под Центральную Азию) и выяснили, что большая часть объектов, позиционирующихся как склады класса А, отвечают не всем требованиям, существующим на рынке. Зачастую речь идет о несоответствии современным стандартам по высоте (основная часть объектов - 7-10 метров), инженерным системам (противопожарное и вентиляционное оборудование), нагрузке на пол, количеству грузовых ворот, размер придоковой зоны, поворотно-разворотных площадок.

Крупнейшим складским хабом Казахстана остается регион Алматы и Алматинской области. Здесь сосредоточено почти 60% всех складов (более 990 тыс. кв. м) и 38,8% от всех складов класса А в республике, в абсолютном выражении - около 146 тыс. кв. м.

В Астане сегодня насчитывается порядка 272 тыс. кв. м качественных складов (качественными признаются класса А и В), из которых 102 тыс. кв. м соответствуют классу А (27,2% от общего предложения этого класса в Казахстане).

В Шымкенте из общих 106 тыс. кв. м около 62 тыс. кв. м приходится на класс А, однако этого предложения явно недостаточно даже по сравнению с другими мегаполисами республики.

На все остальные города Казахстана приходится порядка 250 тыс. кв. м складов, из них 66 тыс. кв. м - класс А.

Средняя обеспеченность складами класса А в Казахстане – 0,02 кв. м на жителя, и 0,06 кв. м - если учитывать все качественное предложение.

Самая высокая обеспеченность складскими площадями в Алматы - 0,21 кв. м (классы А и В) на жителя, самая низкая из ключевых логистических хабов - в Шымкенте, здесь она составляет всего 0,01 кв. м.

Можно констатировать, что рынок Казахстана пока находится на ранних этапах становления - средняя обеспеченность складами класса "А" в Казахстане – 0,02 кв. м на жителя. Если учитывать качественные площади (А+В), то на одного жителя приходится 0,06 кв. м складской недвижимости.

Признаками этого являются, как низкая обеспеченность складской инфраструктурой, так и существенный переко в сторону класса В в структуре общего предложения. Но ситуация меняется стремительно: в ближайшие 12 месяцев общий объем качественной логистической недвижимости может вырасти на 107%, и преимущественно, за счет новых комплексов класса А. Впрочем, даже этого роста недостаточно, чтобы обеспечивать потенциальный спрос со стороны арендаторов. Развитие рынка (не без участия российских и иностранных игроков) диктует его постепенную переориентацию на высококачественное предложение, и мы уже сейчас наблюдаем падение ставок в классе В, невостребованность помещений класса С и проекты по перепрофилированию таких объектов под ЦОДы, light industrial, производственные площадки. Класс А же пользуется повышенным спросом и демонстрирует рост ставок аренды на фоне ограниченного предложения. Сейчас большая часть качественных складов сосредоточена в Алматинской



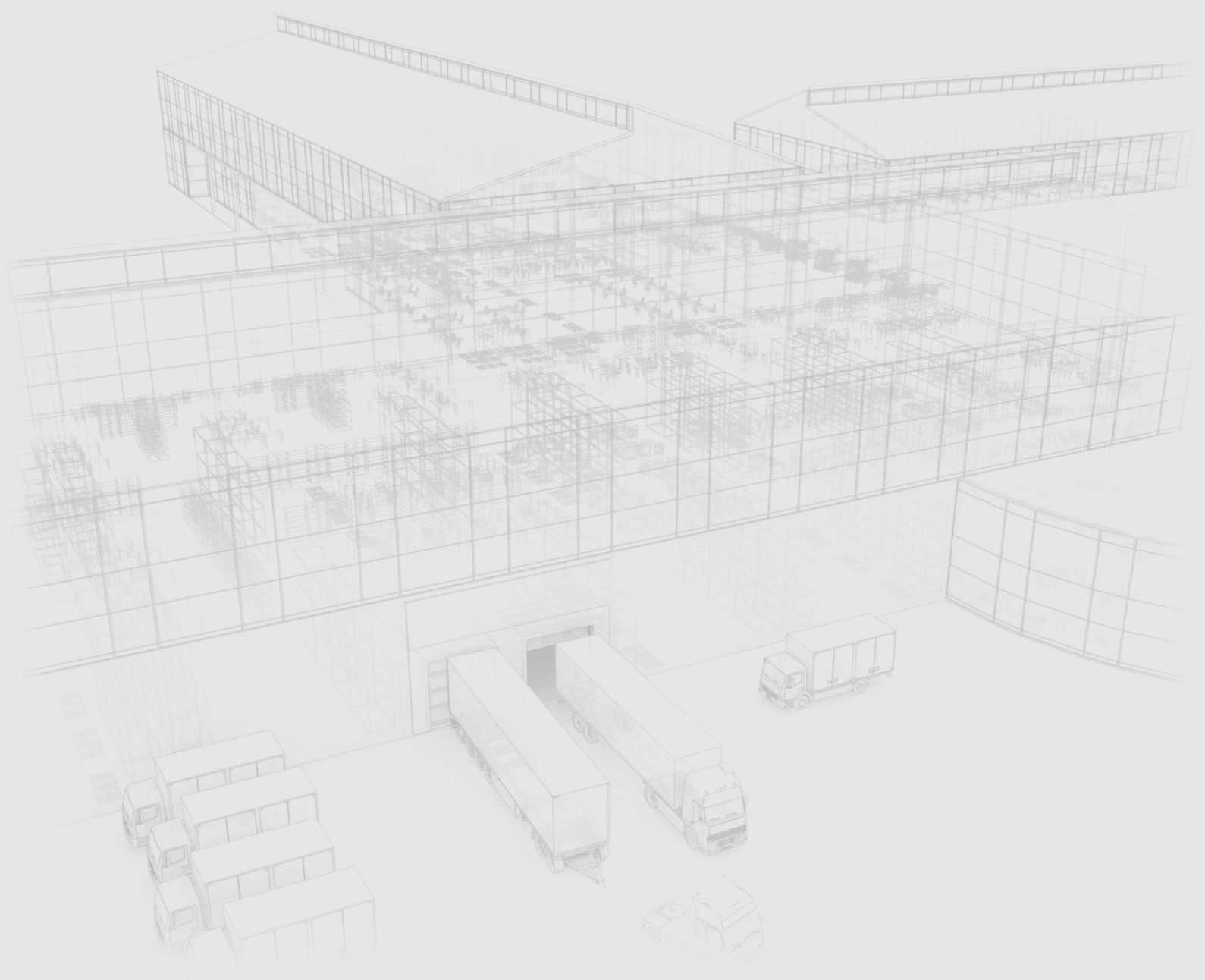


агломерации, в ближайшем будущем качественные склады здесь останутся востребованными, поскольку это наиболее динамично развивающийся субрынок Казахстана, привлекательный как для торговых сетей, так и для инвесторов. В то же время, не может не беспокоить крайне низкая обеспеченность регионов, которая сильно тормозит развитие офлайн- и онлайн-торговли по всей территории республики.

Опыт российского рынка показывает, что региональное развитие может быть не быстрым, но оно неизбежно, потому что крупный ритейл не может бесконечно укрупняться даже в таком мегаполисе, как Москва, а e-commerce уже сейчас больше зарабатывает за пределами столиц (согласно отчетности Ozon, на регионы приходится до 90% всех заказов).

Как российский рынок за 20 лет прошел почти вековой европейско-американский

путь, так и рынок Казахстана имеет все шансы шагнуть через несколько этапов накопления опыта всего за несколько лет, и сейчас он уже на пороге этого глобального роста.







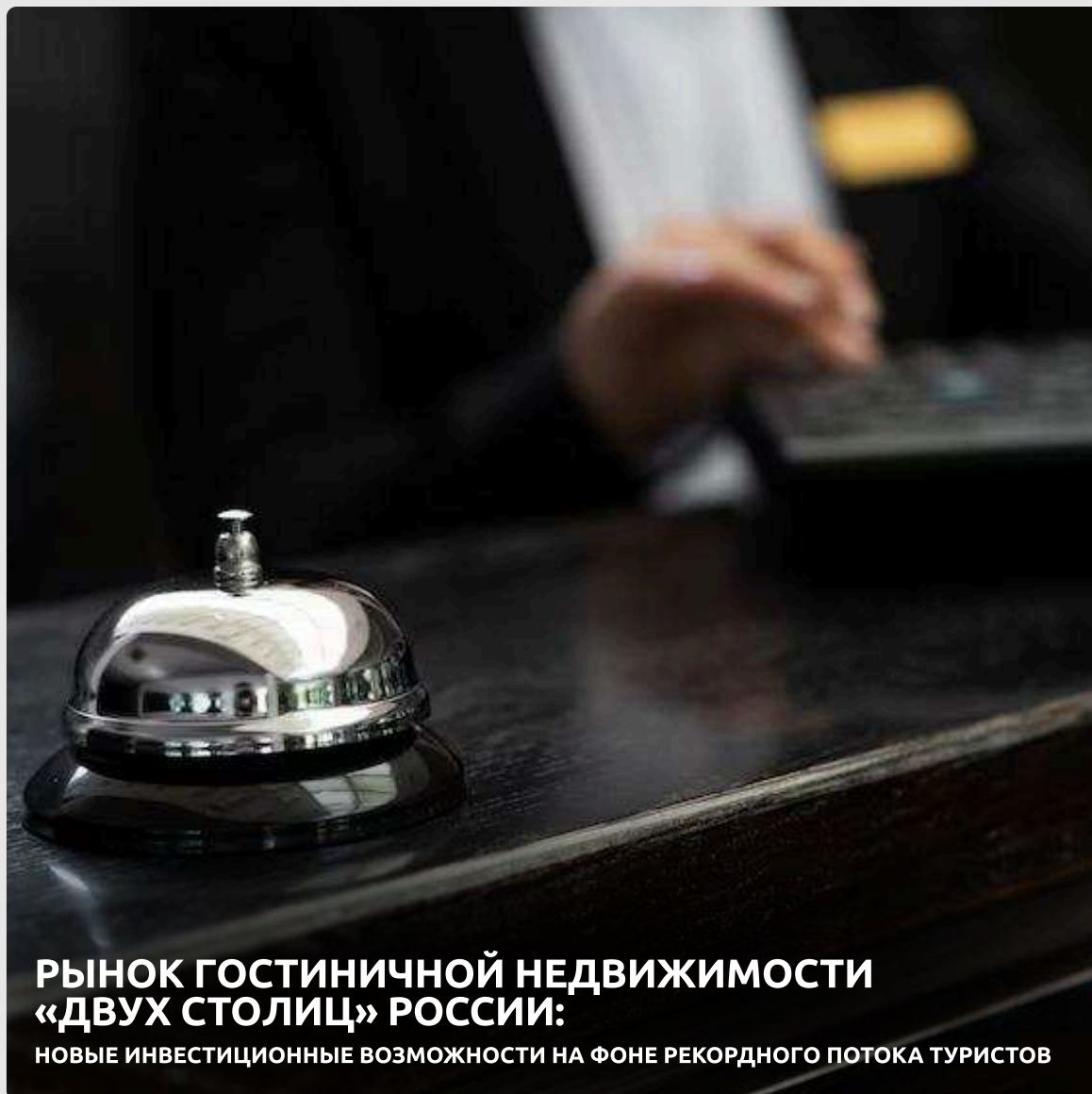
## ОЛЬГА ШИРОВА

Партнер, региональный директор департамента консалтинга и аналитики NF GROUP.

В сфере недвижимости работает около 20 лет, занимала руководящие должности в крупных консалтинговых и девелоперских компаниях. В 2016 году пришла в Knight Frank (с 2022 года — NF GROUP), возглавив департамент консалтинга и аналитики, а в 2022 году стала партнером. Под ее руководством реализовано более 600 проектов по всей России. Ежегодно команда NF GROUP участвует в международных консорциумах по развитию территорий.



Источник: kf.expert



## РЫНОК ГОСТИНИЧНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ «ДВУХ СТОЛИЦ» РОССИИ:

НОВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ НА ФОНЕ РЕКОРДНОГО ПОТОКА ТУРИСТОВ

## Казахстан и гостиничная недвижимость России

Почему Казахстану стоит обратить внимание на рынок гостиничной недвижимости России? Москва и Санкт-Петербург входят в число крупнейших туристических и деловых центров на постсоветском пространстве, и сегодня они демонстрируют устойчивый рост турпотока (показатели впервые превысили допандемийный уровень 2019 года!) и развитие гостиничной инфраструктуры даже в условиях геополитических ограничений. Для казахстанских девелоперов, инвесторов и гостиничных операторов это возможность перенять удачные практики и использовать этот опыт для развития внутреннего туризма и гостиничной инфраструктуры в Казахстане. Конечно, в России сфера туризма и гостиничного бизнеса уже давно вышла за пределы двух столиц, но это тема достойна отдельного обсуждения.

### Москва: восстановление делового туризма и рост инвестиций в сегмент 4–5\*

В 2024 году за счет выхода на рынок шести качественных гостиничных объектов номерной фонд Москвы увеличился почти на 800 единиц. Количество открытых за прошлый год номеров на 50% превышает результаты 2023 года. В 2025 году ожидается появление еще шести отелей на 1 тыс. номеров, что подтверждает динамичное развитие гостиничного сегмента в столице.

После ухода многих зарубежных компаний российские операторы и УК продолжили расширять свое присутствие на рынке. Под управлением отечественных сетевых гостиничных операторов сегодня функционирует 10 тыс. номеров. Основной объем приходится на Cosmos Hotel Group, «Сафмар Hotels» и Azimut Hotels. Среди международных компаний лидерами по количеству номеров являются Accor Hotels, Radisson Hotel Group и Hilton Worldwide. Всего под управлением международных компаний в Москве функционируют 37 гостиниц общим фондом 8,1 тыс.

Одним из ключевых событий 2024 года стало увеличение турпотока в столицу до 26 млн человек, что на 4% превышает показатель самого успешного для туристической отрасли 2019 года. Средний уровень заполняемости московских отелей, в свою очередь, достиг 76% и почти сравнялся с уровнем допандемийного года. Это говорит о высоком спросе на качественные средства размещения. В структуре предложения классических отелей преобладают категории 4\* и 5\*, на них приходится 41% и 36% от общего объема соответственно.

Сегмент апарт-отелей в Москве развивался более умеренными темпами: за год был открыт лишь один новый объект. Общий номерной фонд апарт-отелей Москвы составляет 2,9 тыс. юнитов (+5% за год) в 21 объекте. В 2025 году на этом рынке не прогнозируется значимого прироста предложения.

Одним из трендов, который определяет потенциал для дальнейшего роста рынка, является восстановление в Москве делового туризма. В прошлом году доля тех, кто посещал столицу в рамках решения бизнес-задач, в общем турпотоке

составила около 20%: город в очередной раз вошел в тройку самых популярных направлений для деловых поездок.

Еще одним трендом на рынке является возросшее количество иностранных туристов. Среди почти 2,8 млн человек, посетивших Россию в 2024 году, в основном, были граждане Китая, Индии и арабских стран.

### Санкт-Петербург: активное развитие апарт-отелей и рост международного турпотока

По итогам 2024 года Санкт-Петербург посетили 800 тыс. зарубежных туристов, что на 46% больше, чем годом ранее.

В целом прошедший год для Северной столицы ознаменовался рядом положительных тенденций. Среди них – активное пополнение номерного фонда классических отелей, в сравнении с 2023 годом значение увеличилось на 57%. Всего в эксплуатацию было введено пять новых гостиниц. Практически все открывшиеся объекты относятся к категории 5\*. В общей же структуре предложения основная доля приходится на четырехзвездочные объекты.

Апарт-отели сохраняют лидерство по приросту предложения в Санкт-Петербурге. На протяжении последних пяти лет сегмент активно развивается, и сейчас занимает значительную долю рынка – 37%. В 2024 году открылось 13 апарт-отелей. Проектный объем новых апарт-отелей составил 3,2 тыс. номеров, из которых 777 прошли официальную классификацию и находятся под управлением оператора или управляющей компании. Гибкость формата, сочетание комфорта гостиниц и возможностей для краткосрочного и долгосрочного





проживания способствуют повышению интереса к апарт-отелям со стороны инвесторов и туристов. В 2025 году заявлено открытие 13 сервисных апарт-отелей на 3 тыс. юнитов.

Турпоток в Северную столицу, так же, как и в Москве, превысил значение 2019 года: 11,6 млн против 10,4 млн человек. Рост количества туристов положительно сказался на операционных показателях как классических отелей, так и сервисных апартаментов. Заметно вырос среднегодовой уровень загрузки гостиниц (+3 п. п.). Сейчас показатель находится на уровне 65,7%.

В сегменте классических отелей ключевыми международными операторами являются Radisson Hotel Group, Accor Hotels и Hilton Worldwide. В формате апарт-отелей функционирует один объект под управлением итальянского бренда Domina Hotels. Российские гостиничные операторы также укрепляют свои позиции на рынке Санкт-Петербурга. Наибольшая доля приходится на Cosmos Hotel Group, CITYTEL Group, Wone Hotels и Azimut Hotels.

Таким образом, среди ключевых трендов 2024 года отмечается рост туристического потока, активное строительство новых средств размещения в обеих столицах и усиление присутствия российских операторов.





# QAZAQ AUYL

EST. RESTAURANT 1976

## РЕСТОРАНЫ СЕТИ AVR ПРОДОЛЖАЮТ ЗАВОЕВЫВАТЬ МИРОВОЕ ПРИЗНАНИЕ

### Рестораны сети AVR Аскара Байтасова продолжают завоевывать мировое признание,

попадая в престижные международные рейтинги и обзоры. В этом году два ресторана компании получили важное признание на мировой арене. Ресторан AUYL вошел в рейтинг The World's 50 Best Discovery, а ресторан Дареджани привлек внимание авторитетного издания Hospitality Design. Эти достижения подчеркивают не только высокий уровень гастрономии, но и уникальность концепций, которые объединяют традиции и современность.

Ресторан AUYL вошел в The World's 50 Best Discovery рейтинга - международный рейтинг, ежегодно выбирающий 50 лучших ресторанов в различных регионах. Это один из самых престижных ресторанных рейтингов в мире, который свидетельствует о признании в мировом ресторанном сообществе. AUYL, расположенный в премиум-экоотеле Qazaq Auyll в ущелье Медеу, стал частью этого списка, что является важным событием для гастрономической и туристической индустрии Казахстана. Уже неоднократно отмеченный как один из лучших ресторанов Казахстана, AUYL продолжает привлекать международную аудиторию, заинтересованную в гастрономии и культуре.

Источник: AUYL [↗](#)

Фотограф: Дамир Отеген



дареджани

## РЕСТОРАН «ДАРЕДЖАНИ» ВОШЕЛ В ЧИСЛО САМЫХ ВПЕЧАТЛЯЮЩИХ ГРУЗИНСКИХ РЕСТОРАНОВ МИРА

### Проект из Астаны в центре внимания международного издания Hospitality Design

Ресторан, отличающийся уникальной концепцией, сочетает грузинские традиции с современным дизайном, создавая атмосферу теплого гостеприимства и культурного богатства. Интерьер, наполненный ремесленными элементами и символами грузинской культуры, стал объектом восхищения и привлек внимание мировых экспертов в области дизайна и архитектуры.

Эти достижения демонстрируют не только высокий уровень ресторанного сервиса в Казахстане, но и его успешное интегрирование в мировое гастрономическое сообщество.

Источник: [daredzhani](#)

Фотограф: Дамир Отеген





## НАТАЛЬЯ ОСПАНОВА

Директор группы исследовательских компаний Alvin Market и ICT-Marketing,

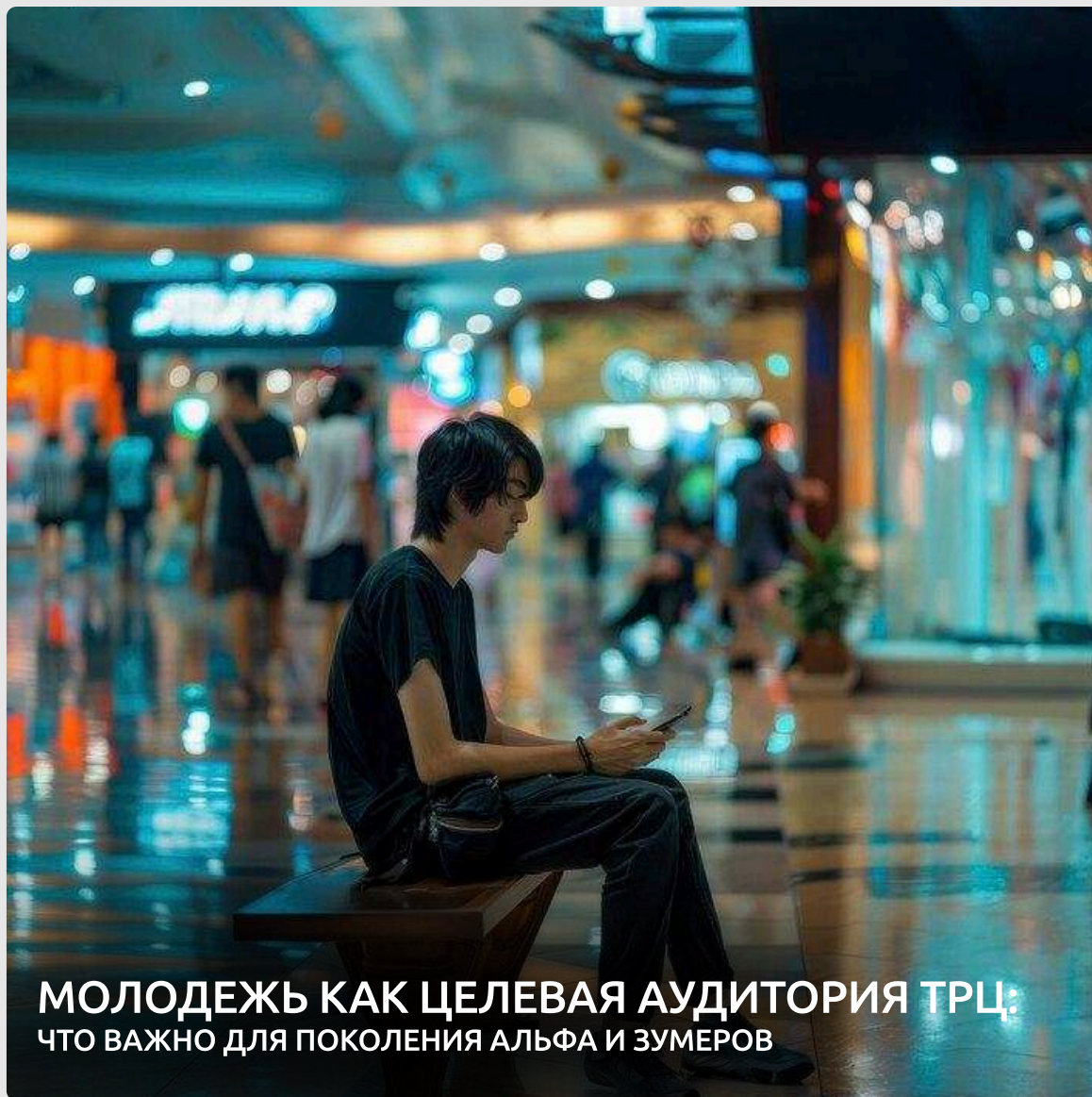
Президент «Казахстанской Ассоциации Профессиональных Исследователей Общественного Мнения и Рынка» (КАПИОР).

Имеет обширный опыт в проведении исследований общественного мнения, направленных на решение задач государственных организаций и региональных ведомств.

За годы своей профессиональной деятельности Наталья сформировала внушительный портфель клиентов, в который входят крупнейшие международные и локальные компании.



Источник: alvin.kz



## МОЛОДЕЖЬ КАК ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ТРЦ: ЧТО ВАЖНО ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ АЛЬФА И ЗУМЕРОВ

### ТРЦ: место для шопинга или центр притяжения молодежи?

Когда мы говорим о современных торговых-развлекательных центрах (ТРЦ), первое, что приходит в голову, — это шопинг.

Однако для молодежи поколения Z и альфа ТРЦ — это не просто место для покупок. Это пространство для общения, самоидентификации, развлечений и экспериментов. Именно поэтому классическая модель ТРЦ, ориентированная на витрины и скидки, теряет актуальность.

Чтобы удержать внимание молодого поколения, ТРЦ должны трансформироваться, предлагая новый опыт — от интерактивных зон до гибридных форматов торговли. Как именно адаптировать ТРЦ к потребностям новой аудитории? Разбираемся на основе свежих данных исследования.

#### Поколение альфа и зумеры: покупательская способность

Исследование Alvin Market, проведенное в 2023-2025 годах и ежегодно охватывавшее по 500 респондентов, проживающих в городах Казахстана, показало, что 74% казахстанских семей готовы открывать банковские карты своим детям для самостоятельных покупок. Уже с 12 лет подростки вовлекаются в экономику, формируя спрос не только на фастфуд и развлечения, но и на электронику, аксессуары, спортивные товары.

В возрасте 14-18 лет 37% подростков начинают подрабатывать, а среди

студенческой молодежи (19-24 года) доля работающих возрастает до 58%. Это означает, что значительная часть молодежи имеет собственные средства и осознанно подходит к совершению покупок.

Карманные деньги от родителей имеют значимую роль только до 18 лет, а с 20 лет молодежь в большинстве случаев самостоятельно оплачивает свои покупки и досуг.

В целом в Казахстане наблюдается тренд на сокращение доли молодежи, которая нигде не работает и нигде не учится. Так, если в 2010 году доля таких молодых людей составляла 12%, то к концу 2024 года их доля сократилась до 8%. Тренд очевиден: активная занятость становится нормой и даже модой среди казахстанской молодежи. Обвинения в финансовом инфантилизме молодежи уже не столь правомерны.

#### ТРЦ в жизни молодежи: больше, чем шопинг

Несмотря на распространенность онлайн-шопинга, 70% молодых казахстанцев

предпочитают офлайн-покупки, особенно в категории одежда и обувь. При этом результаты опроса демонстрируют, что шопинг для молодежи — это скорее необходимая неизбежность, нежели приятный способ проведения досуга. Лишь 8% молодежи рассматривают шопинг в ТРЦ как способ отдыха. То есть шопинг не стал повседневной досуговой практикой для казахстанской молодежи. Это говорит о том, что для привлечения молодежной аудитории ТРЦ должны измениться.

Говоря о системах лояльности для клиентов, в топ-3 самых привлекательных для молодежи акций входят: бонусы и кэшбэк на банковскую карту, прямые скидки на товар, акции 2+1 (третий товар в подарок).

#### Проблемные зоны ТРЦ с точки зрения молодежи

Из исследований можно увидеть, на какие проблемные зоны указывает казахстанская молодежь, оценивая современную торговлю. Оказалось, что молодые люди менее требовательны к уровню сервиса и взаимодействию с продавцами (к их





КАКОЙ СЕРВИС ЖДЕТ МОЛОДЕЖЬ?

Современная молодежь ждет от торговых центров новых решений в обслуживании:



- вежливости и приветливости, квалификации), чем более старшее поколение. Однако они крайне чувствительны к следующим проблемам:
- Игнорирование обратной связи – если магазин или ТРЦ не реагируют на отзывы, это снижает уровень доверия.
  - Отсутствие технологичности – устаревшие методы оплаты, медленный сервис, отсутствие цифровых инструментов вызывают раздражение.
  - Неудобные каналы коммуникации.

В случае возникновения проблем с товаром молодые люди предпочитают избежать личного контакта с обслуживающим персоналом в магазине и использовать виртуальные способы общения: мессенджеры (72%), колл-центр (49%) или социальные сети (35%).

Планирование покупок: спонтанность vs осознанность

Казахстанская молодежь демонстрирует высокую степень рациональности при совершении покупок. Это обусловлено ограниченным бюджетом, которым они располагают, а также пониманием ценности заработанных средств собственным трудом. Так, например, в категориях одежды и обуви запланированные покупки составляют 60-65%. В ходе исследования замечено, что чем выше стоимость товара, тем меньше вероятность спонтанного приобретения. Однако при наличии выгодных предложений спонтанные покупки возможны — 38% молодежи признаются, что могут приобрести вещь, если им понравится дизайн или если действует скидка.

Роль брендов: известные марки vs локальные производители

Современная молодежь Казахстана часто делает выбор в пользу местных производителей и небрендовых товаров. Сейчас 27% молодого поколения приобретают одежду известных брендов в сегменте масс маркет, в основном речь идет об известных турецких производителях. При этом более 80% опрошенных демонстрируют потребительский патриотизм и готовность покупать одежду и аксессуары казахстанского производства при условии оптимального соотношения цены и качества товара.

Особый интерес вызывает рынок second-hand товаров в премиальном сегменте. 63% молодых людей готовы приобретать качественные подержанные вещи, что открывает новые возможности для развития концепции ресейл-зон в ТРЦ.

Осознанное потребление: передача старой одежды

Учитывая скорость обновления гардероба у молодежи, старая или ненужная одежда очень быстро накапливается. Исследование показывает, что молодежь задумывается о переработке и вторичном

использовании вещей:

- 60% передают ненужную одежду на благотворительность или переработку.
- 13% продают бывшие в употреблении вещи.

ТРЦ могут поддержать этот тренд, создавая пункты сбора одежды, предоставляя скидки за сдачу старой одежды и организуя мероприятия по обмену вещами.

Как молодежь проводит свободное время и роль ТРЦ в их досуге

Молодежь Казахстана проводит в среднем 4-5 часов в день свободно от учебы, работы или домашних обязанностей. Это время они активно тратят на встречи с друзьями, прогулки, спортивные занятия. 70% молодых людей выбирают именно эти активные форматы досуга, что указывает на высокую социальную мобильность молодежи в обществе.

Самая активная часть молодежи – это студенты в возрасте 19-24 года, которые уже более свободны от родительского контроля и как правило еще не обременены собственной семьей.

Девушки более ориентированы на проведение досуга в кругу семьи, любят смотреть кино, читать книги, делать покупки и ухаживать за собой.

Парни больше ориентированы на проведения досуга вне дома, больше времени уделяют спорту, компьютерным играм, обучению.

С возрастом ориентация на семейный досуг возрастает, а социальные контакты выходят на первый план: молодежь чаще посещает кафе, путешествует, занимается шопингом.

ТРЦ могут встроиться в привычки молодежи, если предложат:

- Многофункциональные общественные пространства, где можно комфортно проводить время в группах – зоны коворкинга, лаунж-зоны с игровыми и медиа-активностями.
- Развлекательные и образовательные мероприятия, такие как мастер-классы, кибертурниры, интерактивные выставки и лекции.
- Зоны для спорта и активного отдыха, например, крытые спортивные площадки, парки с зонами для скейтбордов, самокатов и роликов.

Готовность молодежи к расходам в виртуальном мире

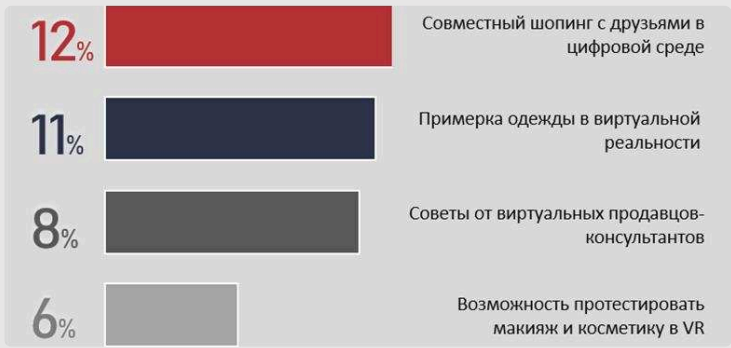
Более 70% молодежи готовы оплачивать за услуги в цифровом мире.

Это открывает перед ТРЦ новые возможности по интеграции цифровых решений: от виртуальных примерочных до гибридных магазинов с VR-шопингом и цифровыми шоурумами.

Как адаптировать ТРЦ под молодежную аудиторию: практические рекомендации ТРЦ, которые хотят привлечь и удержать молодежную аудиторию, должны быть не просто местами для покупок, а многофункциональными

МОНЕТИЗАЦИЯ VR-УСЛУГ: ЧТО ВОСТРЕБОВАНО?

Среди популярных направлений, которые могут быть монетизированы:



пространствами, где можно проводить время, участвовать в активности и чувствовать себя частью современного комьюнити. Какие шаги помогут создать такую среду?

1. Гибридные пространства: торговля + эмоции

- Создание зон для самостоятельного креатива: мастерские по кастомизации одежды, VR-студии для дизайна товаров, рор-уп пространства для молодежных брендов.

- Организация мест для коллективного шопинга с друзьями, где можно не только примерять вещи, но и делиться мнением через цифровые панели с голосованием.

2. Технологичное обслуживание и digital-first подход

- Полная интеграция цифровых сервисов: кассы самообслуживания, моментальные платежи, система обратной связи.
- Интерактивные экраны с персонализированными рекомендациями на основе предпочтений покупателя.
- Развитие VR-шопинга, виртуальных примерочных и цифровых шоурумов.

3. Экспериментальные форматы торговли

- Маркетплейс-островки в ТРЦ: небольшие концептуальные зоны для локальных брендов и стартапов.
- «Живые витрины» с возможностью тест-драйва товара.

4. Развитие сообщества и событийного маркетинга

- Организация городских челленджей, квестов и соревнований прямо в ТРЦ с вовлечением блогеров.
- Пространства для студенческих встреч, настольных игр, турниров по киберспорту.
- Поп-ап магазины с лимитированными коллекциями и эксклюзивными коллаборациями.

5. Эко-инициативы и осознанное потребление

- Организация пунктов сдачи старой одежды, получение дополнительных скидок за сдачу б/у одежды.
- Зоны second-hand в премиальном сегменте, где можно обмениваться вещами или продавать одежду.
- Партнерства с локальными эко-брендами и социальными проектами.

Выводы

Будущее ТРЦ — это не просто магазины, а экосистемы, отражающие ценности нового поколения. Молодежь ищет удобство, гибкость, интерактивность и эмоции, и те ТРЦ, которые смогут предложить им это, получают не просто клиентов, а преданных амбассадоров бренда. Настало время выйти за пределы привычных торговых пространств и создать новые площадки, где каждая покупка — это не просто сделка, а часть уникального опыта, формирующего лояльность и привязанность на долгие годы.





## ЮЛИЯ

### ЯКУПБАЕВА

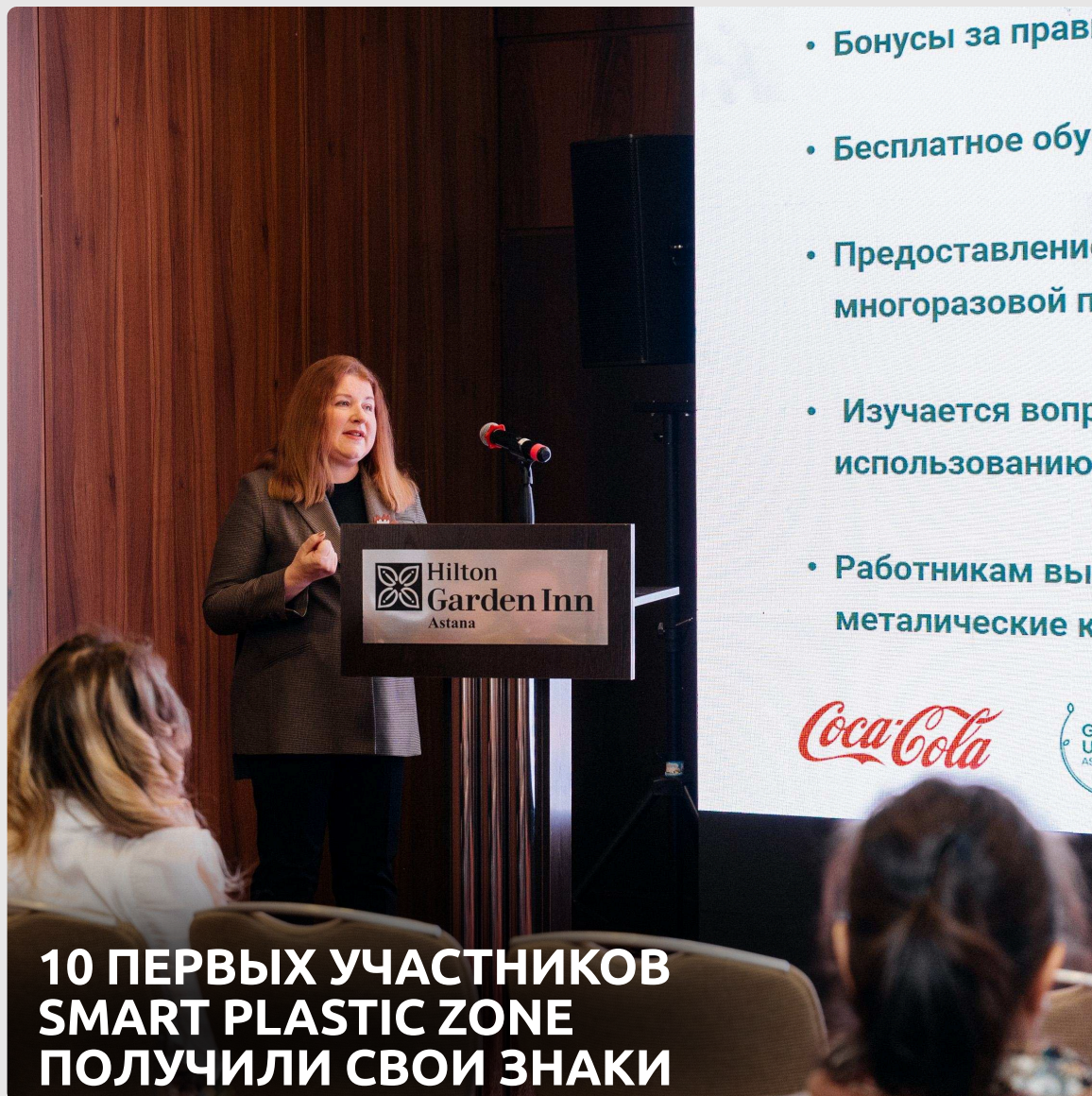
Партнер GPI Group, Председатель Совета по устойчивому развитию и ESG при НПП РК «Атамекен», Председатель Ассоциации «Green Urban», Член Общественного совета АО «НУХ «Байтерек».

Эксперт с более чем 20-летним опытом в государственной и частной сферах. Является партнером GPI Group, председателем Совета по устойчивому развитию и ESG при НПП РК «Атамекен» и возглавляет Ассоциацию «Green Urban».

Юлия курировала вопросы развития экономики, строительной отрасли, туризма, ГЧП, медицинской и фармацевтической сфер, а также тарифообразования и привлечения инвестиций. Автор курса по ESG, лектор и модератор экспертных дискуссий на платформе «Urban Talk».



Источник: [smartplasticzone.kz](https://smartplasticzone.kz)



## 10 ПЕРВЫХ УЧАСТНИКОВ SMART PLASTIC ZONE ПОЛУЧИЛИ СВОИ ЗНАКИ

## В Казахстане стартует проект по ответственному обращению с пластиком

В Казахстане запущен новый проект «Smart Plastic Zone», направленный на продвижение ответственного обращения с пластиком и поддержку принципов устойчивого развития. Проект реализуется при поддержке компании Coca Cola и Ассоциации GreenUrban, а его основным исполнителем выступает ТОО «GPI-Lab». Пилотные города проекта на 2025 год – Астана, Алматы и Караганда.

### Цели и задачи проекта

Проект призван помочь бизнесу и населению Казахстана понять, как важно переходить на устойчивые методы обращения с пластиком и придерживаться принципов экологической, социальной и корпоративной ответственности (ESG). Это означает, что каждый участник, будь то компания или человек, вносит свой вклад в сокращение пластиковых отходов и поддерживает экологически чистое будущее.

### Номинации и участие в проекте

Предприниматели и бизнес могут подать заявку на участие в проекте и претендовать на одну из двух номинаций:

**Smart Plastic Zone (Silver)** - для тех, кто уже сделал шаги к устойчивому использованию пластика.

**Smart Plastic Zone (Gold)** - для лидеров в области экологической ответственности,

которые активно внедряют экологические практики в своей деятельности.

Процесс участия включает в себя подачу заявки через сайт [www.GPI.KZ](http://www.GPI.KZ) или [www.GreenUrban.kz](http://www.GreenUrban.kz), прикрепление подтверждающих документов и верификацию на месте. Заявители, успешно прошедшие проверку, получают знак «Smart Plastic Zone», который станет отличием для наиболее ответственных и экологически ориентированных бизнесов.

Как отметила Председатель Совета Ассоциации GreenUrban, **Юлия Якупбаева**,

«Проект позволит не только поощрить ответственный бизнес, который уменьшает свой пластиковый след, но также собрать аналитику по используемым альтернативным материалам и практикам, а также барьерам, препятствующим перерабатывать пластик в нашей стране. Используя партнерскую сеть, мы также готовы проводить вебинары для бизнеса по этому вопросу. Все бесплатно». Пилотные города проекта на 2025 год – Астана, Алматы и Караганда. После успешного завершения пилотного этапа проект будет масштабирован на весь Казахстан.

Это создаст экосистему бизнесов, ориентированных на снижение пластикового следа и соблюдение экологических стандартов, что важно для будущего страны.

«Мы активно работаем над рядом инициатив по уменьшению воздействия пластика на окружающую среду. Например, снижаем вес и толщину упаковки, финансируем субботники и проекты по просвещению населения, открываем пункты приема отходов, поддерживаем сборщиков и переработчиков.

Наш проект Smart Plastic Zone будет иметь дополнительные стимулы для компаний сделать планету чище, в этой связи приветствуем все компании, которые уже присоединились и хотят присоединиться к этой инициативе.», - отметила Александра Аккирман, Директор по связям с правительством, коммуникациям и устойчивому развитию компании Coca-Cola в регионе Центральная Азия и Кавказ.

Проект «Smart Plastic Zone» – это шаг к созданию устойчивого будущего для Казахстана, и каждый может стать его частью. Присоединяйтесь и сделайте свой вклад в сохранение планеты!







## ШЫРЫН

МУСИНА

Управляющий директор по бренду и маркетингу национальной компании «Kazakh Tourism».

Имеет более 12 лет профессионального опыта в сфере маркетинга, стратегических коммуникаций и развития туризма. С 2020 года работает в сфере туризма и курирует направление по развитию туристских продуктов.

Входит в Президентский молодежный кадровый резерв с 2023 года. Активно участвует в реализации международных кампаний, направленных на повышение узнаваемости Казахстана как туристского направления, а также в развитии креативных и устойчивых решений в сфере городского и культурного туризма.



kazakh  
tourism

Источник: qaztourism.kz [🔗](https://qaztourism.kz)



## РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ: ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

### Основные показатели туризма

В 2024 году Казахстан продолжает демонстрировать рост туризма. По итогам 9 месяцев было зафиксировано значительное увеличение числа внутренних туристов, которые остановились в отелях – 6 млн человек, что на 600 тыс. больше по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. Ожидается, что по итогам года это число превысит 10,5 млн человек. Внешний туризм также показывает динамику, с 15,3 млн иностранных гостей, из которых 10,4

млн провели в стране более одного дня. Совокупный доход объектов размещения (гостиницы, базы отдыха, гостевые дома) составил 224 млрд тенге, что на 48 млрд больше по сравнению с прошлым годом. Вложения в туристическую отрасль увеличились на 20,7%, достигнув 948 млрд тенге. Общее количество объектов размещения в стране возросло на 306 единиц, а вместимость — на 18 тыс. койко-мест. В туристской сфере трудятся 538 тыс. человек, что на 7% больше, чем в 2023 году.

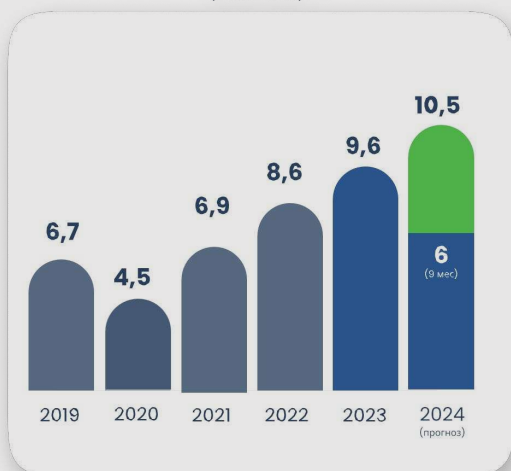
#### Визово-миграционный режим и инновации

Рост числа иностранных туристов обусловлен открытостью страны: Казахстан предоставляет безвизовый режим для граждан 83 стран и активно развивает прямое авиасообщение с 31 страной. Важным шагом стало внедрение визы Neo Nomad, которая позволяет удалённым работникам находиться в Казахстане до одного года. Эта инициатива уже привлекла цифровых кочевников из разных стран, включая США и Великобританию.

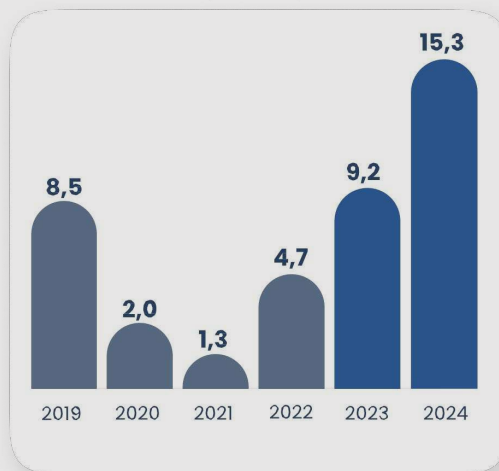
#### Государственная поддержка туризма

В 2024 году одобрены меры государственной поддержки для 32

Количество внутренних туристов  
(млн чел.)



Количество иностранных посетителей  
(млн чел.)



Количество дней, проведенных иностранными посетителями  
(млн чел.)





**БЕЗВИЗОВЫЙ РЕЖИМ**  
**83** страны

**СВОБОДА ВОЗДУШНОГО ПРОСТРАНСТВА**  
**5** степень

**АВИАСООБЩЕНИЯ**  
**31** страна **119** маршрутов

**NEO NOMAD VISA**  
Введена в действие с **18 ноября 2024 года**

Тип визы:  
**Многократная**

Срок действия:  
**До 1 года**

Категория визы:  
**B12-1**



**Выданы:**  
по состоянию на 18.02.2025 г.

 **3** гражданам

 **2** гражданину

 **1** гражданин

 **1** гражданин

 **1** гражданин

туристских объектов, включая зоны отдыха и гостиницы. Также были одобрены проекты по строительству придорожного сервиса и закупке туристских автобусов. Программа «Kids Go Free» продолжает развиваться, предоставляя бесплатные путешествия по стране более чем 5,6 тыс. детям.

**Цифровизация и новые технологии**

Система eQonaq помогает собирать данные о туристах, включая пол, возраст и цели их визита. За год система охватила 1,5 млн туристов. Также была создана система для сертификации казахстанских гидов, что способствует улучшению качества обслуживания туристов. В 2024 году был запущен проект «Your Tourist Pass», виртуальная карта, предоставляющая доступ к услугам такси, eSIM и другим полезным ресурсам.

**Международное признание и сотрудничество с брендами**

Казахстан продолжает привлекать внимание международных изданий. В 2024 году страна вошла в ТОП туристских направлений по версиям Conde Nast Traveler и Wanderlust, а Алматы оказался в списке 52 лучших дестинаций по версии The New York Times. Также горнолыжный курорт «Шымбулак» был включен в ТОП-5 по версии Conde Nast Traveler Italia

**Календарь выставок**

В 2025 году Казахстан будет активно представлен на международных выставках, таких как ITB Berlin, ATM Dubai и ITB China, а также на 20 других мероприятиях, что обеспечит дополнительный интерес к стране как туристическому направлению.

Таким образом, Казахстан уверенно развивается как туристическое направление, активно внедряя новые технологии и улучшая инфраструктуру для привлечения иностранных гостей.

## ЦИФРОВИЗАЦИЯ

Продолжается работа по развитию информационной системы eQonaq и платформы по оцифровке деятельности гидов.

В 2024 году запущен проект «Your tourist Pass», в котором размещены все необходимые сервисы для туриста.

**Внедрена система eQonaq**  
С 2019 года внедряется система автоматического учета туристов в местах размещения

**552 тыс.**  
мест размещения  
(отели, апартаменты, физ. лица)

**3,7 млн**  
зарегистрированных  
иностраннх туристов  
с 2019 по 2024 г.

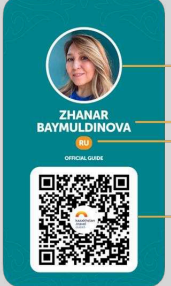
- Миграционный контроль
- Анализ туристского потока
- Автоматизация уведомлений МВД РК



**Создание электронного реестра гидов**

Создана цифровая система для казахстанских гидов

- Оцифровка реестра
- Единая методическая база
- Бесплатный доступ в туробъекты для гидов

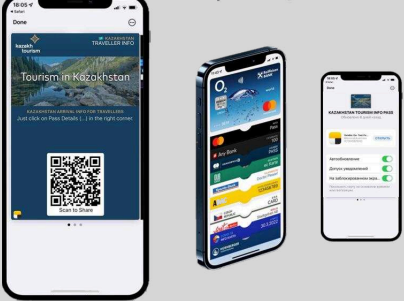


- ФОТО ГИДА
- ИМЯ, ФАМИЛИЯ
- ЯЗЫК ОКАЗАНИЯ УСЛУГ
- QR-КОД ДЛЯ ПЕРЕХОДА НА ПРОФИЛЬ ГИДА

**78** гидов получили бейджи

**Размещение QR-кодов в аэропортах**

Совместно с Mastercard реализован проект QR «Your tourist Pass»



**Сервисы для туристов**

- такси
- связь
- букинг
- развлечения
- kazakhstan.travel
- eQonaq
- полезные ссылки





## INVISIBLE SECRET

Invisible secret – мультибрендовый магазин нижнего белья, специализируется на подборе высококачественного нижнего белья, домашней одежды и купальников, представляет на рынке одежду и нижнее белье таких европейских марок, как Chantelle, Passionata, Triumph, Calvin Klein, Lejaby, Rasurel, Empreinte, Feraud, ROSCH, Daniel Hechter, Marjolaine, Cette, Opera, Sunflair и Olimpia. В преддверии 30-летнего юбилея магазин вновь открылся после проведенной реконцепции в обновленном виде.

**Место открытия:** Dostyk Plaza г. Алматы

**Дата открытия:** Февраль 2025



## LEVI'S

Levi's — культовый американский бренд, основанный в 1853 году Леви Страуссом, признанным родоначальником джинсовой индустрии. Компания стала символом подлинной джинсовой моды и завоевала международное признание благодаря качеству, стилю и инновациям.

Магазин открылся в новом формате после проведенной реконцепции, сохранив дух бренда и усилив его актуальность для современного потребителя.

**Место открытия:** Dostyk Plaza г. Алматы

**Дата открытия:** Февраль 2025



## MÖVENPICK

Mövenpick — швейцарский бренд с богатой историей, начавшейся в 1948 году с открытия первого ресторана в Цюрихе. Название было вдохновлено моментом, когда основатель Уэли Прагер наблюдал за чайкой (Möwe), стремительно пикирующей к озеру — символ лёгкости и стремления к изысканному вкусу.

Мороженое Mövenpick создаётся исключительно из натуральных ингредиентов, без искусственных добавок и красителей, что подчёркивает приверженность бренда к качеству и аутентичности.

**Место открытия:** Dostyk Plaza г. Алматы

**Дата открытия:** Февраль 2025



## KONKA

Konka — ведущий китайский технологический бренд, основанный в 1980 году. На протяжении более 40 лет компания специализируется на производстве электроники, бытовой техники и smart-решений для дома.

В продуктовой линейке Konka — телевизоры, холодильники, стиральные машины, а также мелкая бытовая техника. Продукция бренда сочетает в себе надёжность, современные технологии и доступную цену, делая Konka разумным выбором для современной семьи.

Сегодня компания активно расширяет своё присутствие на международных рынках, укрепляя репутацию как надёжного и инновационного производителя.

**Место открытия:** Aport East г. Алматы

**Дата открытия:** Апрель 2025



## DYSON

Dyson — британский бренд, символ инженерных инноваций и современного дизайна в сфере бытовой техники. Основанная в 1991 году, компания зарекомендовала себя как производитель высокоэффективных устройств: пылесосов с циклонной технологией, фенов, очистителей воздуха и сушилок для рук. Бренд делает ставку на технологическое превосходство, комфорт и энергоэффективность. Благодаря масштабным инвестициям в научные исследования и разработки, Dyson уверенно занимает позицию лидера на рынке интеллектуальных решений для дома.

**Место открытия:** Aport East г. Алматы

**Дата открытия:** Февраль 2025



MADAME  
COCO

## MADAME COCO

Madame Coco — международный бренд товаров для дома с французским акцентом на уют и эстетику. Основанный в 2011 году, бренд предлагает изысканный текстиль, посуду, кухонную утварь, ароматы и декор, придавая повседневной жизни нотку элегантности.

Философия Madame Coco — сочетание утончённого стиля, комфорта и доступности. Благодаря гармонии премиального позиционирования и разумных цен, бренд завоевал любовь миллионов покупателей по всему миру, став символом утончённого домашнего уюта.

**Место открытия:** Aport East г. Алматы

**Дата открытия:** Февраль 2025



## SPORTMASTER

Sportmaster — ведущий ритейлер спортивной одежды, обуви и снаряжения, основанный в 1992 году. Бренд предлагает товары для активного образа жизни и спорта, включая популярные международные и собственные бренды. Sportmaster продвигает культуру спорта и здоровья, регулярно обновляя ассортимент для фитнеса, туризма, бега и сезонных видов спорта.

**Место открытия:** Aport East г. Алматы

**Дата открытия:** Май 2025



## UMI FOOD

Umi Food — гастрономический бренд, предлагающий свежие продукты и деликатесы высокого качества. В ассортименте — морепродукты, мясо, овощи, сыры и полуфабрикаты. Бренд ориентирован на ценителей здорового питания, удобства и гастрономического разнообразия.

**Место открытия:** Aport East г. Алматы

**Дата открытия:** Апрель 2025



## ЦЕНТР МАТРАСОВ

Центр Матрасов — российская розничная сеть, работающая с начала 2000-х годов и специализирующаяся на продаже одежды, обуви и аксессуаров для всей семьи. Бренд ориентирован на широкий круг покупателей, предлагая как повседневные, так и деловые решения. Отличается сбалансированным соотношением цены и качества, а также разнообразным ассортиментом, адаптированным под сезонные и региональные особенности. Центр Матрасов стабильно удерживает позиции надёжного и доступного ритейлера.

**Место открытия:** Aport West Алматинская область

**Дата открытия:** Март 2025

JIMMY KEY

## JIMMY KEY

Jimmy Key — турецкий fashion-бренд женской одежды в стиле smart casual, основанный в 1997 году. Коллекции сочетают модные тренды, комфорт и лаконичный дизайн, подчеркивая женственность и элегантность. Бренд ориентирован на женщин, ценящих стиль, качество и уверенность в себе.

**Место открытия:** Aport East г. Алматы

**Дата открытия:** Апрель 2025





## RICH FAMILY

Rich Family — крупная розничная сеть гипермаркетов, ориентированная на товары для всей семьи. С момента основания бренд зарекомендовал себя как универсальный торговый формат, предлагающий широкий выбор игрушек, одежды, канцелярии, бытовых товаров и аксессуаров для дома. Особое внимание уделяется доступности, удобству покупок и семейной атмосфере. Благодаря продуманной ассортиментной политике и клиентоориентированности Rich Family пользуется доверием у родителей по всей стране.

**Место открытия:** Aport West Алматинская область

**Дата открытия:** Июнь 2025



## XIMI VOGUE

Ximi Vogue - международный бренд, родом из Южной Кореи, ориентированный на доступный lifestyle-ритейл. С 2015 года компания предлагает стильные и функциональные товары для дома, бьюти-продукты, аксессуары, канцелярию и посуду. Ximi Vogue сочетает корейскую эстетику, минимализм и практичность, ориентируясь на молодых потребителей, ценящих комфорт и дизайн в мелочах. Бренд активно развивается по франшизной модели и присутствует в более чем 80 странах.

**Место открытия:** Aport West Алматинская область

**Дата открытия:** Июнь 2025



## JOSINY

Josiny - модный бренд женской обуви, основанный в 1998 году. Бренд предлагает широкий ассортимент моделей — от повседневной классики до актуальных сезонных трендов. Основное внимание уделяется сочетанию стиля, комфорта и доступной цены. Josiny ориентирован на современных женщин, которые ценят моду, уверенность и практичность. Уже более 10 лет бренд успешно представлен на рынке Казахстана и продолжает укреплять доверие своих покупателей.

**Место открытия:** Aport West Алматинская область

**Дата открытия:** Июнь 2025



## XIAOMI

Xiaomi - один из крупнейших мировых брендов в сфере потребительской электроники и умных технологий, основанный в 2010 году. Компания предлагает широкий спектр продукции — от смартфонов и носимой электроники до умного дома и бытовой техники. Xiaomi известна тем, что делает передовые технологии доступными широкой аудитории, сочетая функциональность, стильный дизайн и конкурентные цены.

**Место открытия:** Aport East г. Алматы

**Дата открытия:** Июнь 2025

ЕСЛИ ВЫ И ВАША КОМАНДА ХОТИТЕ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ ОБ ОТКРЫВШИХСЯ МАГАЗИНАХ И БРЕНДАХ В ВАШЕМ ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ, А ТАКЖЕ, ЕСЛИ ВЫ ХОТИТЕ ВЫСТУПИТЬ В КАЧЕСТВЕ ЭКСПЕРТА ДЛЯ ДАЙДЖЕСТА ПРОСИМ ОБРАЩАТЬСЯ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ: [INFO@TSPM.KZ](mailto:INFO@TSPM.KZ)



Technological.

Smart.

Professional.

Major.

**Автор идеи:**

Алексей Хегай, партнер TSPM.

**Выпуск подготовили:**

Исабекова Карлыгаш - Руководитель подразделения по коммуникациям, TSPM.

Карина Сычёва - Редактор выпуска, TSPM.

Куралай Бексолтанова - Специалист по коммуникациям, TSPM.

Дмитрий Чудненко - Дизайн-верстальщик, TSPM.

Благодарим коллег, партнеров и экспертов за предоставленные материалы.

Полная информация о TSPM.  
и группе компаний TS Development  
представлена на сайтах:

# TSPM.

## ДАЙДЖЕСТ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

! Материалы Дайджеста носят информационный характер.  
Ответственность за достоверность информации несут ее  
• авторы.

! Перепечатка и любое воспроизведение материалов и  
• иллюстраций Дайджеста, возможно лишь с письменного  
разрешения редакции TSPM.



tsd.kz

tspm.kz

cdm.kz

smartplaza.kz

dostykplaza.kz

shymkentplaza.kz