

ИНВЕСТИЦИИ В ИНТЕРНЕТ в Республике Казахстан



*Аналитики:
Кульбаева Айгерим
Шинкеева Гаухар*

Телефон: (727) 224 48 41

Факс: (727) 224 48 43

algerim.k@rfcaratings.kz

shinkeeva@rfcaratings.kz

<http://www.rfcaratings.kz>

Инвестиции в интернет в Республике Казахстан.

В последние годы роль интернета в качественном и быстром развитии экономики возросла. Сегодня интернет – это не только средство поиска информации, почтовый инструмент и средство коммуникации, но и огромная площадка для воплощения смелых бизнес-идей. За счет большого охвата рынка потребителей, который почти в 2 раза превышает охват прессы, из направлений сектора высоких технологий интернет-рынок видится одним из самых перспективных в плане роста для Казахстана.

Начало развития интернета, как такового, относят к 1960-м годам. История интернета в Казахстане берет истоки в начале 1990-х годов с регистрации национального домена верхнего уровня «.kz». Но уже в конце 1990-х годов инвестиции в инфраструктуру и сервисы Интернет поспособствовали росту сектора информационных технологий (ИТ) в стране. ИТ и интернет – два взаимосвязанных термина и области: развитие одного неизбежно ведет к развитию второго. Одним из первых провайдеров интернета в Казахстане стал Национальный Банк, точнее сеть «БанкНет». Скорость соединения составляла 14 400 бит/с. В те времена это был большой прорыв в сфере коммуникаций. Для сравнения, сегодня по скорости доступа к интернету Казахстан занимает второе место в СНГ со средней скоростью 18,46 Мбит/с, по данным NetIndex. По состоянию на ноябрь 2000 года сайтов с казахстанским доменом насчитывалось всего 1945, а сейчас только за одну неделю в сети появляются 8-12 новых сайтов. В 2013 году количество казахстанских сайтов достигло цифры в 95 000. По данным национальной компании KazContent, из отобранных 50 наиболее посещаемых веб-сайтов в Казахстане, по состоянию на август 2014 года, наибольшую долю заняли казахстанские интернет-ресурсы – 38%; доля российских составила 32%, а международных - 30%.

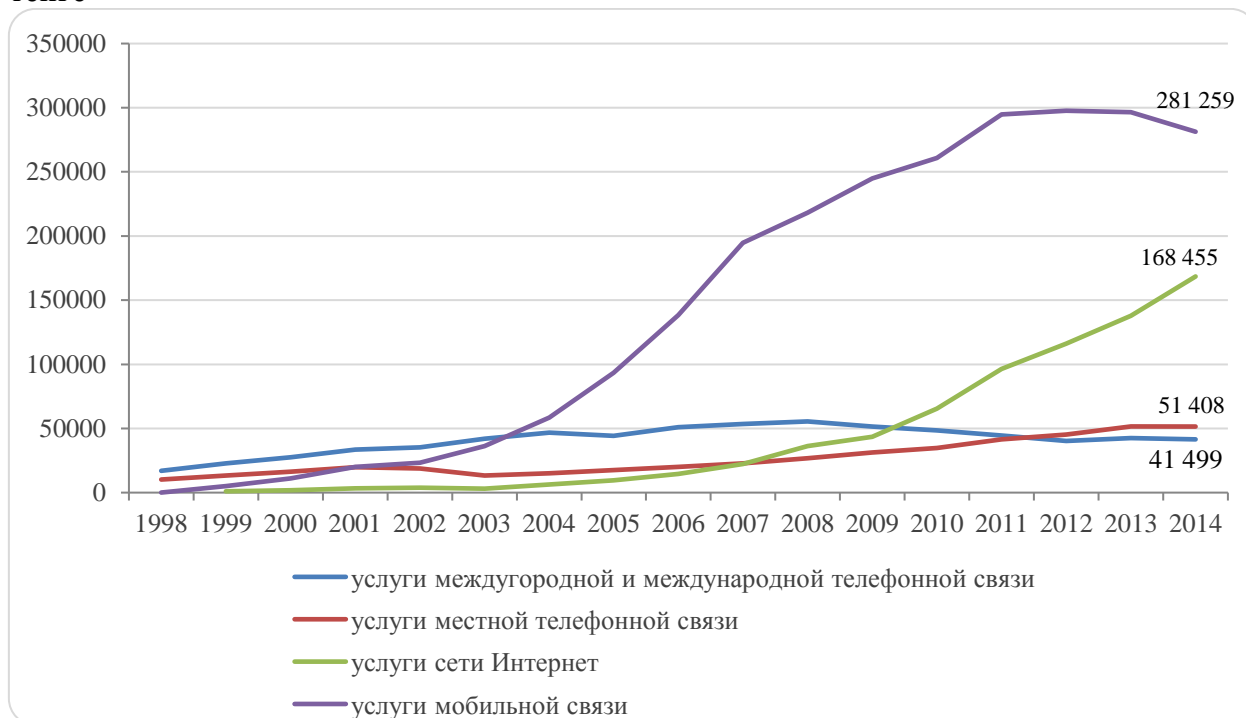
Для того чтобы понять, на какой стадии развития находится интернет в Казахстане, насколько этот рынок интересен для бизнес-кругов, насколько открыт и готов для инвестиций с их стороны, важно проанализировать главный фактор – уровень проникновения интернета в стране. Данная взаимосвязь поддержана простым правилом: чем выше уровень проникновения интернета в стране, тем более привлекательными для инвесторов становятся рынки, связанные с интернетом, такие как e-commerce (электронная коммерция) и смежный с ним сектор e-pay (сектор электронных платежей).

Однако проникновение интернета в стране зависит от роста рынка связи, в состав которого входят услуги сети Интернет, а так же от обеспеченности населения оборудованием для подключения к глобальной сети, в частности компьютерами, мобильными устройствами и т.д. В связи с этим начнем со сравнительного анализа объемов услуг телефонной связи и услуг Интернета, предоставляемых в РК.

Сравнивая развитие услуг телефонной связи с услугой сети Интернет (см. Рисунок 1), мы видим, что, появившись позже всех видов связи в 1999 году, услуги Интернета имеют самую стабильную тенденцию роста, и с большой уверенностью можно сказать, что этот рост продолжится в долгосрочной перспективе, так как в Казахстане интернет-сектор находится если не на начальном этапе, то точно в начале фазы роста. Что не скажешь об услугах мобильной связи, которые уже прошли первые 3 фазы развития, включая фазу зрелости, и поэтому с 2013 года наблюдается вполне предсказуемый спад на рынке данных услуг.

Услуги междугородной/международной и местной связи, как представители самых ранних видов связи, не смогли конкурировать с двумя вышеупомянутыми, по причине обыкновенного отставания по технологическим параметрам. Однако мы видим, что, несмотря ни на что, услуги местной телефонной связи, все же, еще востребованы на рынке - динамика их объемов демонстрирует хоть и слабый, но стабильный рост, за исключением периода 2013-2014 годов. Международная/междугородная связь, по-видимому, все-таки становится менее востребованной и уже с 2008 года имеет тенденцию понижения.

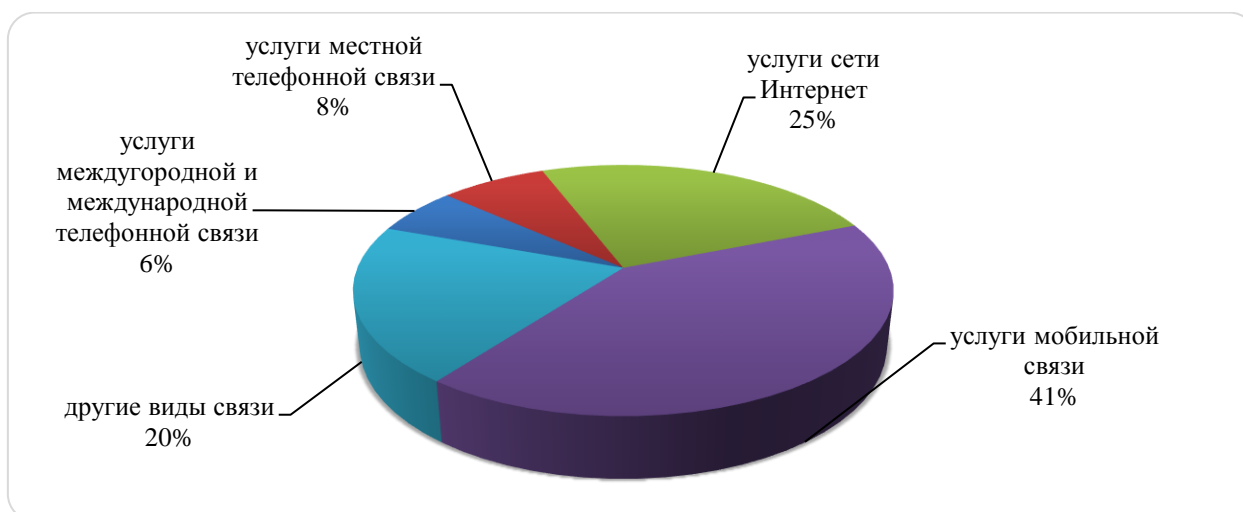
Рисунок 1. Динамика развития некоторых видов связи, включая интернет, млн. тенге



Источник: Комитет по Статистике РК, РА РФЦА

Анализ количественных данных дает понимание того, что в целом за 15-летний период (1999-2014) объемы услуг интернета увеличились на целых 166,8%: в 1999 году данных услуг было оказано на сумму всего 1 млрд. тенге, в 2014 году сумма составила 168,5 млрд. тенге. Рост с 2013 года составил 22,2%. По всем другим услугам связи прослеживается спад: 1,3% в общем объеме фиксированной телефонной связи и 5,2% в общем объеме мобильной связи. Несмотря на спад в объемах мобильной связи, их удельный вес в общем объеме услуг связи на 16% превосходит услуги интернета, чья доля в общем объеме оказанных услуг связи – 25%.

Рисунок 2. Доля услуг сети Интернет в общей структуре рынка связи РК в 2014 г., %



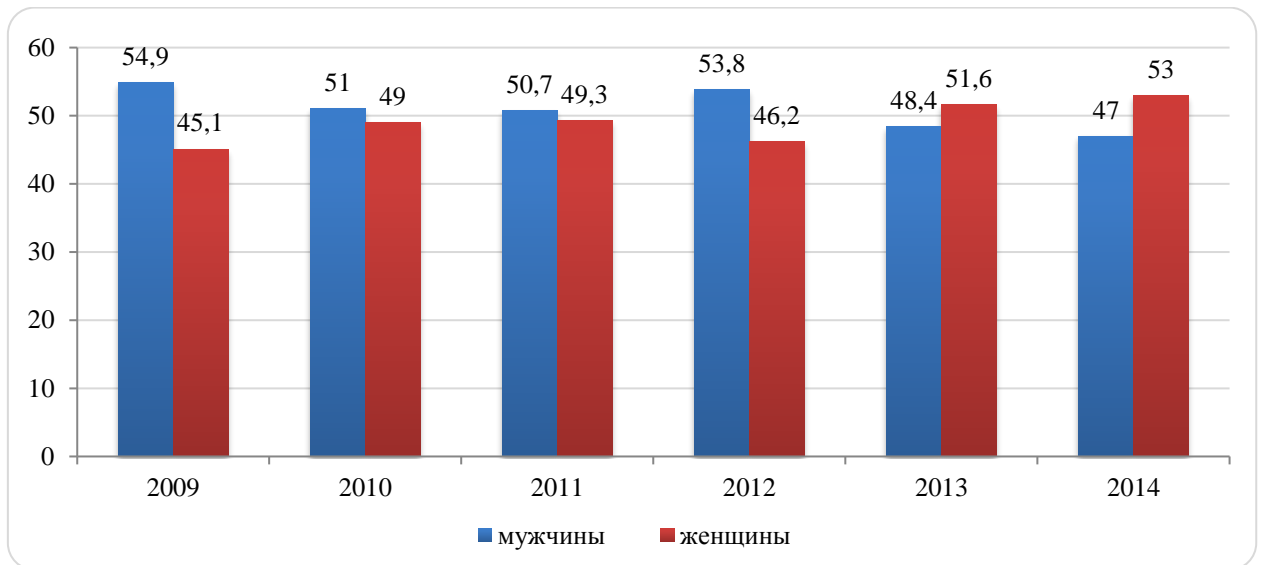
Источник: Комитет по Статистике РК, РА РФЦА

Эти данные подтверждают то, что инновации в сфере коммуникаций, а именно внедрение различных видов сотовой связи, особенно, доступа к сети Интернет очень быстро и сильно меняют структуру рынка коммуникационных услуг РК, в частности негативным образом отражаются на объемах услуг фиксированной телефонной связи. Постепенное вымирание телефонной связи является результатом естественной экономической конкуренции на рынке связи, в ходе которой выявляется абсолютное преимущество интернета как инструмента коммуникаций.

Сейчас существуют разные виды устройств для выхода в интернет: компьютеры, ноутбуки, планшеты, сотовые телефоны и т.д. В Казахстане самым популярным оборудованием для подключения к сети в равной степени являются настольный компьютер и мобильный телефон (доли обоих устройств по 63%). В связи с этим интересно, каков уровень обеспечения, например, компьютерами населения страны?

По данным Комитета по статистике РК за 2014 год, 34% населения или 6 млн. человек обеспечены компьютерами. Доля пользователей компьютерами в возрастном диапазоне от 6 до 74 лет составляет 64,1%. Из них главными пользователями информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) являются люди возрастной группы от 25 до 34 лет – их доля составляет 30%, а наименее активные в пользовании ИКТ – люди в возрасте от 65 до 74 лет. При этом, анализируя компьютерную грамотность населения по полу в динамике 5 лет (2009-2014 годы), обнаруживается любопытный факт, что, если в 2009 году доля мужчин по уровню компьютерной грамотности составляла 55% населения и превалировала над долей женщин, то уже к 2014 году картина кардинально женщин с долей в 55%, то уже к 2014 году картина кардинально поменялась - доля женщин по этому показателю превысила долю мужчин на 6%; однако доля мужчин, при этом, понизилась на 8% с 2009 года (см. Рисунок 3).

Рисунок 3. Уровень пользования ИКТ по полу в динамике 2009-2014 гг., %



Источник: Комитет по Статистике РК, РА РФЦА

Таким образом, можно сказать, что уровень компьютерной грамотности и обеспеченности компьютерными устройствами населения РК возрастает с каждым годом, способствуют этому научно-технический прогресс и глобализация. Видно, что население осознает всю необходимость и важность постоянного совершенствования своих навыков работы с компьютеризированными механизмами, чтобы идти в ногу со временем и быть конкурентоспособными в современных капиталистических реалиях. Проникновение интернета в жизнь населения ускоряет данные процессы, которые в свою очередь создают благоприятный бизнес-климат для становления еще сравнительно нового для Казахстана сектора электронной коммерции. Так каково же проникновение интернета в РК?

Существует мнение, что для динамичного развития интернет-бизнеса в стране, уровень проникновения интернета должен составлять минимум 20-25%. Согласно данным интернет-компании Profit Online, размер месячной интернет-аудитории в РК сегодня оценивается на уровне 10 млн. человек, что соответствует уровню проникновения 60%. Если еще 10 лет назад количество пользователей интернета в год в Республике не достигало и 4% (около 700 тыс. человек), то сегодня их число составляет около 12 млн. человек. По данным Комитета по Статистике РК в 2014 году количество пользователей было на уровне 11,2 млн. человек, а это 63,9% населения РК в возрасте от 6 до 74 лет. При этом число абонентов фиксированного интернета в стране составляет 2,1 млн. человек (по данным за 2014 год), то есть 12% всего населения страны или 43% населения в возрасте от 12 до 54 лет, из которых 99,6% используют высокоскоростной широкополосный доступ. Частота использования сети интернет за последние 3 месяца 2014 года составила 95%, за год (без последних трех месяцев) – 5%.

Как и на любом растущем рынке мира, главными пользователями интернета в РК являются жители крупных городов, их доля составляет 67,5% рынка, однако интересен тот факт, что положительное изменение динамики проникновения интернета в отдаленные населенные пункты составляет около 40% в год. Статистические данные по пользованию интернетом в зависимости от рода деятельности, демонстрируют, что 50% пользователей составляют рабочие и служащие, 25% - руководители и специалисты. А недавно

выяснили, что «средний» интернет-пользователь Казахстана — это женщина 25 лет и старше. Знание интернет-компаниями структуры потребителей дает им возможность более точного обращения именно к интересующему их сегменту клиентов/ покупателей.

В связи с тем, что ИТ-технологии и интернет в последнее время развиваются очень стремительно и стали чуть ли не главным двигателем современной экономики, эти и другие смежные с ними секторы становятся очень привлекательными для инвесторов. Так, по данным Комитета по Статистике РК, инвестиции в основной капитал предприятий связи в 2014 году составили 107 222 млн. тенге. А учитывая то, что услуги сети Интернет вторые по объемам (после услуг мобильной связи) на рынке связи РК, то можно сказать, что немалая часть данных инвестиций пошла и на развитие интернета. Инвестиции в основной капитал сектора ИКТ составили 119 194 млн. тенге в 2014 году, в том числе 89% - собственные средства компаний, 5,5% - кредиты банков, 6,5% - заемные средства (из них 81% заемные средства нерезидентов), менее 1% - бюджетные средства.

Сегодня примерами инвестиций в интернет в Казахстане являются успешные компании в секторе электронной коммерции и электронных платежей, оперирующие на территории РК, такие как: интернет-компании по продаже скидочных купонов (сервисы коллективных покупок) «BeSmart.kz», «Chocolife.me», интернет-магазины «lamoda.kz», «sulpak.kz», интернет-компании по предоставлению онлайн-площадок для объявлений, типа «OLX.kz», компании, предоставляющие услуги электронных платежей, типа «kiwi.kz» и т.д.

По данным статистики Министерства транспорта и коммуникаций РК, общий объем рынка электронной коммерции страны уже в 2013 году составлял 1,4 млрд. долларов, из них казахстанское содержание – 220 млн. долларов, которому пророчат рост до 2,4 млрд. долларов к концу 2016 года.

На данный момент Казнет еще не полностью раскрыл свой потенциал и ниш для интернет-старт-апа еще много. Причем, из слов некоторых предпринимателей-директоров известных казахстанских интернет-компаний, старт-ап интернет-компании в Казахстане пока не требует больших вложений, так как рынок еще «зеленый». Больших инвестиций требуют масштабные проекты, к примеру, такие как запуск единой системы электронного билетирования «Онай». Данный проект, начатый в 2016 году, является ярким примером использования интернет и ИТ-технологий в регуляции системы учета и оплаты проезда граждан РК. Сумма инвестиций в данный проект составила свыше 12 млн. долларов. Другой яркий пример инвестиций в интернет-технологии – услуги интернет-банкинга и мобильные приложения, предлагаемые казахстанскими банками клиентам. Одним из первых банков, запустивших услугу интернет-банкинга, был Казкоммерцбанк. Он запустил проект Homebanks.kz в 2000 году и собрал за время своего существования клиентскую базу в 400 тыс. человек, а чистая выручка до недавнего времени составляла 3,4 млн. долларов в год. В 2011 году банк также запустил мобильное приложение Homebank.kz для смартфонов на базе операционной системы Android и iOS, которое установило около 74 тыс. пользователей. В приложении можно осуществить основные банковские операции, а также оплатить свыше 700 различных услуг. Для сравнения: в 131 операционном отделении Казкоммерцбанка клиенты проводят около 500 тыс. операций в месяц, в интернет-банкинге таких операций осуществляется больше 1,2 млн. операций в месяц. Сегодня также набирают обороты различные социальные сети, такие как Facebook и Вконтакте, мобильные приложения, типа Instagram и Snapchat. Казахстанские

бизнесмены не остаются в стороне от модных течений и инвестируют в перспективные интернет-проекты. К примеру, в 2013 году казахстанским инвестором было вложено около 20 млн. долларов в мобильное приложение Mobli (аналог Instagram). Рынок электронных платежей – еще один интернет-сектор с растущим потенциалом. Однако зависит он от наличия у населения платежных карт и активной оплаты ими онлайн. А активность населения в электронной оплате обусловлена заинтересованностью и потребностью интернет пользователей в «онлайн-шоппинге», который относится уже к рынку электронной коммерции.

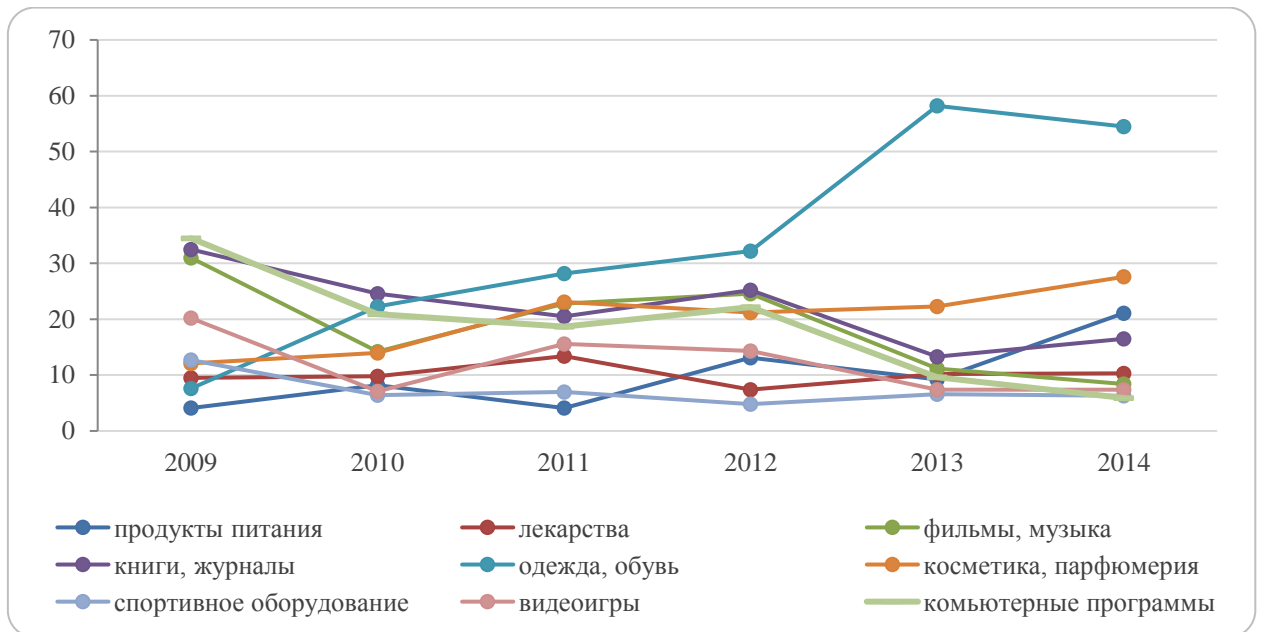
Электронная торговля из всех форматов торговли самая динамично развивающаяся и перспективная сфера. К электронной коммерции относят:

- электронный обмен информацией (ElectronicDataInterchange, EDI);
- электронное движение капитала (ElectronicFundsTransfer, EFS);
- электронную торговлю (e-trade);
- электронные деньги (e-cash);
- электронный маркетинг (e-marketing);
- электронный банкинг (e-banking);
- электронные страховые услуги (e-insurance);

Глобальная сеть Internet сделала электронную коммерцию доступной для фирм любого масштаба. Если раньше организация электронного обмена данными требовала заметных вложений в коммуникационную инфраструктуру и была по плечу лишь крупным компаниям, то использование Internet позволяет сегодня вступить в ряды «электронных торговцев» и небольшим фирмам. Наличие web-сайта дает любой компании возможность привлекать клиентов со всего мира. Подобный on-line бизнес формирует новый канал для сбыта – «виртуальный», почти не требующий материальных вложений. Если информация, услуги или продукция (например, программное обеспечение) могут быть поставлены через Web, то весь процесс продажи (включая оплату) может происходить в on-line режиме.

В настоящее время рынок e-commerce в Казахстане составляет, по оценке экспертов, порядка \$200 млн., это примерно 0,45% от общего рынка ритейла в Казахстане. Для сравнения в России оборот e-коммерции достигает 10 миллиардов долларов, или около 8% от общего объема товарооборота, а в западных странах он на порядок выше. Основная доля оборота приходится на всевозможные электронные платёжные системы, оформление авиабилетов через Интернет, тогда как объёмы продажи товаров через Сеть достаточно скромные.

Рисунок 1. Динамика продаж потребительских товаров, %



Источник: Комитет по статистике РК

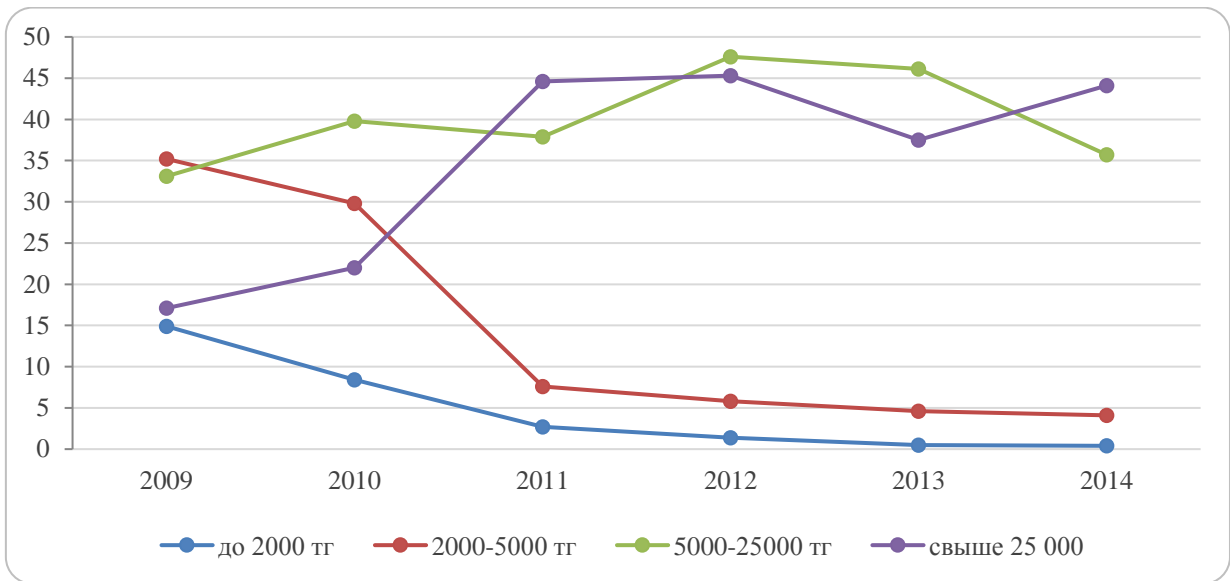
Оформить покупку билетов, товаров, оплатить услуги, в том числе коммунальные, можно, не вставая с дивана, без очередей, при помощи компьютера или мобильного телефона. Причём чем выше уровень развития е-коммерции в стране и больше число пользователей, тем быстрее, проще и надёжнее становятся эти процедуры.

Предпринимателям электронные продажи позволяют также экономить время и избавиться от многих промежуточных звеньев между ними и покупателями.

Традиционные каналы в виде розничных складов и точек продажи становятся ненужными. А ведь именно они пожирают большую часть стоимости. Кроме того, для производителей появляется возможность действовать на глобальном уровне. Даже индивидуальный предприниматель получает шанс продавать свои товары наравне с транснациональными корпорациями.

Но есть и обратная сторона: ужесточается конкуренция. Выбор казахстанских потребителей, ранее весьма скудный, с приходом интернет-магазинов неимоверно расширяется. Теперь можно купить одежду или электронную технику в странах их происхождения, с гарантией качества и по доступной цене. Отечественным поставщикам, которые привыкли выстраивать бизнес путем установки высоких надбавок на те же товары, придётся серьёзно пересмотреть свои схемы реализации, чтобы предложить нечто лучшее.

Рисунок 2. Динамика продаж потребительских товаров в разрезе их стоимостей, %

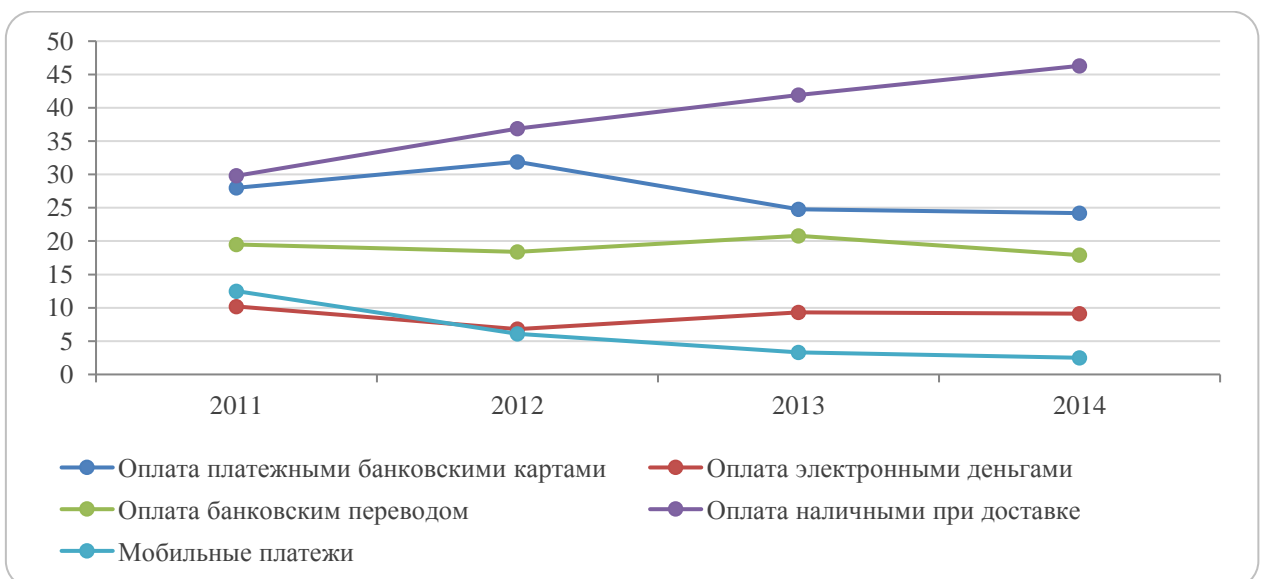


Источник: Комитет по статистике РК

На сегодняшний день доминирующим платежным средством при on-line покупках являются кредитные карточки. Однако на сцену выходят и новые платежные инструменты: смарт-карты, цифровые деньги, микроплатежи и электронные чеки.

Электронная коммерция включает в себя не только on-line транзакции. В область, охватываемую этим понятием, необходимо включить и такие виды деятельности, как проведение маркетинговых исследований, определение возможностей и партнеров, поддержка связей с поставщиками и потребителями, организация документооборота и пр. Таким образом, электронная коммерция является комплексным понятием и включает в себя электронный обмен данными как одну из составляющих.

Рисунок 3. Виды оплат интернет-покупок потребительских товаров, %



Источник: Комитет по статистике РК

Нельзя отрицать тот факт, что рынок интернет-торговли очень перспективен, и в этом аспекте очень важно создать правовые рамки, регулирующие отношения как в сфере продажи через интернет, так и в части покупок.

К сожалению, в интернет-торговле мы не видим, кто нам продает товар, поэтому данный сектор создает предпосылки для различных мошеннических схем. Еще один немаловажный фактор - взлом информации. Когда мы покупаем товар, мы в любом случае формируем в интернет-магазинах базы данных, в связи с чем, возможен несанкционированный доступ к ним со стороны мошенников. Следующее касается поддельных карт оплат. Система электронных денег в Казахстане на сегодняшний день слабо развита, в этой связи основным средством оплаты покупок являются платежные карточки и оплата наличными денежными средствами.

Очень заманчивой перспективой выглядит достижение уровня расходов в онлайн-сервисах (с учетом корреляции средних зарплат в Казахстане) до уровня 60-70 долларов на 1 жителя в ближайшие годы. А это примерно 1 млрд. долларов США. Но нельзя недооценивать и риски для бизнеса, которые исходят, в первую очередь, от России. Не нужно недооценивать экспансию российских компаний, имеющих намного больше опыта в данном сегменте. Единственное, что пока сдерживает лидеров рынка северного соседа - это нереализованные перспективы на российском рынке. Но час, когда потенциал будет исчерпан, наступит, и тогда на казахстанском рынке обострится конкуренция и начнется неминуемый процесс вытеснения, слияния и поглощения.

В целом, все текущие показатели интернет-рынка дают почву полагать, что у него есть хороший потенциал роста даже в условиях кризиса, так как у данного рынка имеется преимущество мультифункциональности самой интернет-сети, как таковой. Проникновение интернета в стране более чем достаточное: Казахстан – второй по СНГ по уровню проникновения. А по скорости интернета обгоняет даже некоторые европейские страны, как Италия и Греция. Доходность интернет-услуг в Казахстане составляет около 30% от общей суммы доходов рынка связи, а это чуть меньше, чем уровень доходности услуг мобильной связи. В общем, при условии грамотного инвестирования в интернет-сектор сейчас, есть вероятность, что именно этот сектор станет той веткой для РК на пути к пятому технологическому укладу, ядром которого являются ИТ-технологии, гениальная инженерия и телекоммуникации в рамках всеобщего инновационного развития страны.

Опубликовано АО «Рейтинговое Агентство Регионального Финансового Центра города Алматы»
(РА РФЦА)

Любая форма копирования, воспроизведения, распространения и пересылки текстовых, графических, информационно-графических и иных материалов, размещенных на сайте «РА РФЦА», должна сопровождаться гиперссылкой на сайт www.rfcaratings.kz и указанием автора материала.

Авторское право АО «Рейтинговое Агентство РФЦА» 2016©

АО «Рейтинговое Агентство РФЦА»

Пр. Достык 136, 9 этаж

Бизнес Центр «Pioneer»

050051 Алматы

Телефон: (727) 224 48 41

Факс: (727) 224 48 43

E-mail: info@rfcaratings.kz

Website: <http://www.rfcaratings.kz>