

FP

FOR PEOPLE

глянцевое издание о людях
4 (39) февраль 2020

16+

*Дитя
Муканова*

Носить наше – это модно

АЛМАТЫ
ДВОРЕЦ
РЕСПУБЛИКИ

2
МАРТА



на Орбите
**ПЛАНЕТА
БИЛАН**

20
ЛЕТ
РУССКОЕ
РАДИО

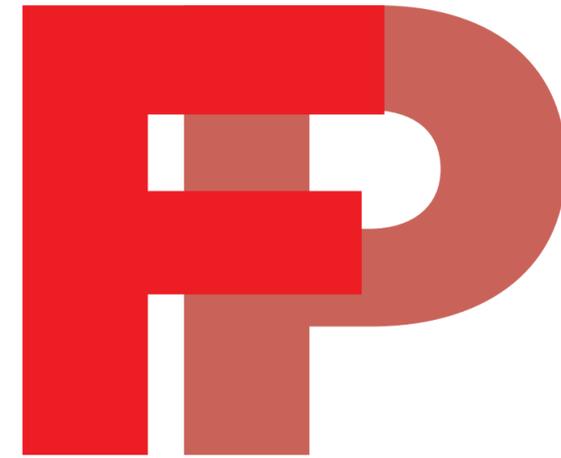
RIXOS
HOTELS

ТИКЕТОН **people**
magazine

RESIDENT
CITY HOTEL

ZAKAZ BILETOV.KZ

Билеты Яндекс Афиша



FOR PEOPLE
ГЛАНЦЕВОЕ ИЗДАНИЕ О ЛЮДЯХ

Alexandr Grebennikov	Chief Editor	Издатель и главный редактор	Александр Гребенников
Aset Isabaev Dmitriy Andreyev	Chief editor assistants	Ассистенты издателя	Асет Исабаев Дмитрий Андреев
Vitaly Kirsanov	Production editor	Выпускающий редактор	Виталий Кирсанов
Serzh Sivanskiy	Editor	Редактор	Серж Сиванский
Valerya Maximenko	Art Director	Арт-директор	Валерия Максименко
Marina Bytrym	PR-manager	PR-менеджер	Марина Бутрым
Irina Dmitrova	Copy editor	Корректор	Ирина Дмитрива
Vitaly Kirsanov Anastasia Vlasova Jora Abramov	Photographers	Фотографы	Виталий Кирсанов Анастасия Власова Жора Абрамов
Mariyam Issaeva	Sales chief manager	Руководитель отдела продаж	Марьям Исаева
Mansur Feda Adiya Toigambaeva Alyona Tolstikova Asylkhan Rakhmetov Nargiza Bakieva	Advertising executives	Менеджеры по работе с клиентами	Мансур Феда Адия Тойгамбаева Алёна Толстикова Асылхан Рахметов Наргиза Бакиева
Kamila Salybekova Ekaterina Levina	MUАН	Визажисты	Камила Салыбекова Екатерина Левина

Рекламная служба
marketing@tpeople.kz
+7-727-339-89-86; отдел распространения pr@tpeople.kz
Журнал «Глянцевая газета For People» № 4 (39)
Периодичность 2 раза в месяц. Разрешено к чтению и распространению для взрослых и для детей, достигших шестнадцати лет.
Собственник/издатель: ИП А-Press, свидетельство о постановке на учет журнала «Глянцевая газета For People» № 17176-Ж от 19.06.18 г.
Зарегистрированный тираж 10 000 экз.

Редакция: г. Алматы, ул. Жамбыла, 94
+7-727-339-89-85
director@tpeople.kz
Отпечатано в типографии:
ТОО А-Три Принт, г. Алматы, ул. Макатаева, 127/3
www.a3print.kz

Распространяется бесплатно на территории Республики Казахстан. Ответственность за содержание рекламных блоков несет рекламодатель.
Редакция журнала «Глянцевая газета For People» в материалах не дает оценку чему-либо, а лишь выражает свое мнение. По вопросам и претензиям:
+7-727-339-89-85, director@tpeople.kz

Носить наше – это модно!

Дина Муканова – основательница детского бренда RaroFox

Дина, хочется немного узнать о том, как вы загорелись идеей заниматься детской одеждой.

– У меня три сына. Я люблю одеваться красиво и выделяться среди других, поэтому мне хотелось, чтобы и дети мои выглядели достойно. Так как ассортимент одежды для мальчиков на рынке детской одежды очень небольшой, я заказывала комплекты из Китая. А в силу того, что мы все сейчас практически живем в Инстаграме, я заметила у российских дизайнеров и шоурумов, как они производят и продают через онлайн-магазины женскую одежду, и решила сделать то же самое, только с детской. Идею вынашивала долго, поч-



ти три года, пока не появились финансы для вложения в дело.

– **Какая одежда выпускается под брендом RaroFox?**

– Под брендом RaroFox мы выпускаем только яркую детскую одежду.

– **Для какого возраста ваши детские линейки?**

– Наша возрастная линейка от 1 года до 7 лет, хотя, признаюсь, есть модели на подростков 16 лет, но в эксклюзивном варианте.

– **У вас интересная задумка о производстве одежды для всей семьи. Насколько это популярно?**

– Семейные комплекты мы отшиваем индивидуально по желанию клиента. Задумка, конечно, интересная, но ухватиться за всё сразу не получается, поэтому сейчас у нас основное направление – это развитие производства именно детской одежды.

– **На что вы делаете упор в своем бизнесе: на качество, сервис, постоянные обновления? Может, есть какие-то свои «фишки»?**

– Основа в бизнесе – это качество. У ребенка до 7 лет довольно-таки чувствительная кожа, которая быстро реагирует на раздражители, поэтому я придаю большое значение качеству тканей. Если это летняя одежда, то используется 95% хлопок, если зимняя, то подклад из ткани и наполнитель из пуха только натуральные. Сервис со стороны моего шоурума на высшем уровне. Я перфекционист, для меня всё должно быть идеально: пошив, дизайн, качество обслуживания клиентов. Но есть факторы, не зависящие от меня, такие, как курьерская служба, например, в основном репутация гаснет из-за нерадивых курьеров. А единственная «фишка» развития бизнеса – это любовь к своему делу.

– **Сложно ли конкурировать с другими магазинами и брендами? Что помогает развитию вашего бренда?**

– В плане конкуренции мне несложно, у меня прекрасный вкус и фантазия, то, что шьем мы, нет ни у кого на рынке отечественного производителя. Это, кстати, и есть тот самый большой плюс в конкуренции. Мы отечественное производство, а, как известно, у нас в Казахстане оно недостаточно развито.

– **Дина, насколько трудно вести свое дело, совмещая бизнес с материнством?**

– Совсем нетрудно. Изначально, открывая свое дело, я набрала минимум 8 сотрудников и очень ясно понимала, что без системы и дисциплины всё развалится. Дойти до всего самой не получится, нужны люди и еще конкретно отведенный на производство бюджет. После я причила свой коллектив работать со мной дистанционно, так как, по сути, мое присутствие в ателье не требуется. Я приезжаю иногда узнать, как дела, и немного поболтать. Плюс ко всему у меня есть супруг, который всегда и во всем мне помогает: и по дому, и в рабочих моментах поддерживает морально. Не буду лукавить, конечно, у меня есть няня, так как я не просто активная мама, я flash-мама (*улыбается*). Мне обязательно надо заниматься саморазвитием, иначе я погасну.

Whats App
+7-747-443-01-79
instagram: @rarofox
@everythinghasitstime



Банкет под ключ

В Алматы набирает популярность услуга «банкет под ключ». Акмарал Саматаева – повар пятого разряда, разработала систему, которая позволяет не думать о меню и готовке, если у вас ограничено время, а праздник намечается уже скоро.

Акмарал, вы уже 13 лет в ресторанном бизнесе. Скажите, за такой срок работы в этой сфере может ли вас что-то еще удивить?

– Знаете, так как я гурман, то меня до сих пор удивляют блюда, которые я впервые пробую. Мне нравится это ощущение новизны. Также меня приятно удивляют мои ученики, их успехи в кулинарной индустрии. Я безумно горда за них.

– Поварами становятся те, кто любил готовить с детства? Как это произошло у вас?

– Любовь к кулинарии у меня с 13 лет. В этом же возрасте я и начала готовить, таким образом развивая в себе



жают к вам со всего СНГ. Как долго нужно учиться этой профессии? Как проходит обучение у вас?

– Обучение у меня прошли более 100 поваров со всего СНГ. Профессии повара учатся всю жизнь, потому что кулинарная индустрия не стоит на месте, а постоянно развивается с появлением новых рецептов и технологий приготовления. На своих курсах я обучаю готовке более 100 блюд. Обучение длится 7 дней, и мы задействуем теорию и практику.

– Вы также проводите тематические мастер-классы. На что они нацелены?

– Я провожу три мастер-класса, два из них любительские, еще один – профессиональный.

Из тематических я провожу мастер-класс перед Новым годом «Накрой сам праздничный стол». Нацелен такой курс на то, чтобы ученики смогли самостоятельно накрыть

стол дома, тем самым удивив себя и своих близких.

– Акмарал, сложно ли разработать меню для заведения с нуля? Как вы это делаете?

– Так как я технолог пищевой промышленности, то для меня это не составляет особого труда. В первую очередь я спрашиваю у заказчика, для какой целевой аудитории предназначен ресторан, в какое время будут работать его сотрудники, на что они нацелены: работать как ресторан или же как банкетный зал. При составлении меню эти нюансы важны.

– Ваша команда занимается банкетами на выезд. Пользуется ли эта услуга популярностью в Алматы?

– К нам обращаются всё чаще и чаще за этой услугой. Меньше времени остается у домохозяйек на готовку еды к какому-то событию, так как многие из них работают. Мы полностью берем банкет на дому «под ключ», начиная от закупа продуктов, разработки меню и заканчивая приготовлением блюд.

– Акмарал, интересно узнать: а какую кухню предпочитаете вы сама?

– Я люблю паназийскую и европейскую кухни.

+7-702-888-30-89

+7-775-888-86-67

instagram: @almatypovar



Пластическая хирургия меняет судьбу человека

**Леонид Глухов -
пластический хирург**

Леонид, первый вопрос будет философским: как вы считаете, почему именно сейчас такая погоня за идеальными стандартами красоты? Или всё же эта гонка была всегда?

– На мой взгляд, эта гонка была всегда. Чтобы это понять, достаточно проанализировать исторические факты, когда сотни лет назад люди прибегали к хирургическому вмешательству, чтобы изменить свою внешность, дабы соответствовать неким стандартам эпохи.

Сейчас это приобрело более масштабный характер в связи с развитием социальных сетей. Любой тренд моментально приобретает большую популярность. Это касается и пластических операций.

– А советовали ли вы когда-нибудь своим пациентам, что именно изменить им во внешности?

– Когда я работал в экстренной и общей хирургии, то там ситуация была такая: приходит пациент с проблемой или болезнью, мы всё объясняем человеку, и, можно сказать, уговариваем его сделать операцию, чтобы в дальнейшем избежать осложнений. А в пластической хирургии дела обстоят по-другому. Пациент сам приходит к нам с проблемой и сам просит нас исправить этот дефект или сделать коррективку внешности. Мы не можем предлагать ему или рекомендовать операции по изменению внешности, ведь

понятие красоты у каждого разное. Здесь мы больше слушаем пациента, когда он рассказывает, что хочет изменить, и уже на основании наших возможностей и опыта помогаем воплотить его просьбу.

– Как сейчас развивается хирургия в Казахстане? На каком она уровне?

– В Казахстане – стремительно. Существует множество возможностей для обучения молодых хирургов, проводится большое количество мастер-классов, в том числе с привлечением зарубежных специалистов. В общем, есть все условия для развития и обучения на самом современном уровне. Пластическая хирургия – такой раздел медицины, который стремительно развивается: каждый день появляются новые техники, методики, поэтому надо соответствовать новым мировым трендам. Нужно постоянно обучаться и быть в курсе событий.

– С какими просьбами к вам приходят на консультации? Какие операции чаще всего приходится делать?

– Чаще всего приходят девушки на маммопластику, подтяжку груди, а иногда совмещают увеличение и подтяжку. Также просят сделать абдоминопластику (коррекцию живота передней брюшной стенки), блефаропластику, фейс-лифтинг, исправление и удаление рубцов, удаление татуировок.

– За какие операции вы не беретесь?

– Я не берусь за те операции, когда дефекты можно исправить нехирургическим путем. Бывают такие ситуации, когда пациентка приходит, имея несколько лишних килограммов веса, и хочет сделать абдоминопластику. Я считаю, что в таких случаях не нужно прибегать к лишней травматизации, ведь это всё можно исправить путем коррекции режима питания. Таких случаев много. Мы беседуем с пациентами, выясняем причины их недовольства, и в большинстве случаев, когда я вижу, что операция не нужна, пациенты понимают это и соглашаются со мной. Так мы приходим к общему знаменателю.

– Насколько результат успешной операции влияет на судьбу, характер человека? Вам приходилось наблюдать кардинальное изменение личности?

– Конечно, после пластических операций меняется и поведение, и, возможно, характер человека. Мне всегда приятно видеть улыбки пациентов, когда они через год-два приходят на контрольный осмотр и рассказывают об изменениях в своей жизни: кто-то выходит замуж, кто-то налаживает личную жизнь, кто-то надевает то, что раньше не мог носить, появляется уверенность в себе. Мне кажется, что всё это очень важно. Я счастлив, что с помощью пластической хирургии мы помогаем менять не только внешность, но и судьбу человека.



+7-707-174-14-41
instagram: @drglukhov

КАРДИГАНЫ РУЧНОЙ РАБОТЫ

Быть уникальным – это уже тренд. Особенно ярко это выражается в стиле и образе. Если вы хотите приобрести эксклюзивную вещь, то вам к Гульнар Ошақбаевой.

Гульнар, в связи с чем вы решили расширить собственное производство вязаных вещей и завели Инстаграм-аккаунт?

– Был интересный случай: однажды я заболела, делать было нечего, и я решила связать безрукавку. Связала. Позже ко мне приехала моя сноха Куралай ханым, чтобы узнать о моем здоровье. Я подарила ей связанную безрукавку, она тогда еще поинтересовалась: я ли это связала? Я ответила, что да, и тогда она предложила мне создать свой аккаунт в Инстаграме. Сейчас уже аккаунт ведет и продвигает моя младшая сноха Гаухар, по совместительству она мой дизайнер: ее идеи я воплощаю. Мы отличная команда.

– **Какие вещи вы вяжете?**

– Вяжу в основном удлиненные кардиганы с малинками на рукавах, также мужские свитера, водолазки, детские кардиганы, шарфы, шапки, носки, перчатки.

– **Что сейчас наиболее актуально?**

– За последние три года очень актуальны кардиганы с малинками на рукавах, в 2019 году они обрели наибольшую популярность. Их даже в интернет-магазинах продают, но там машинная вязка, она всё же отличается от ручной.

– **Сколько времени занимает вязание?**

– Всё зависит от дизайна и длины изделия, в среднем от 7 до 10 дней, бывает и две недели, если есть сложные узоры.

– **Как происходит работа с клиентом?**

– Гаухар также отвечает за работу с клиентом. Непосредственно через нашу страницу клиент может на нее выйти, связаться с ней и обговорить все детали и сроки.

– **Можно ли заказать вещь онлайн?**

– Конечно, можно, клиенты, сидя дома либо на работе, именно онлайн заказывают наши изделия, что сейчас очень облегчает покупку. Также у нас имеется доставка по Алматы и во все города Казахстана тоже.



instagram: @lika_brand_kz
Whats App: +7-708-578-04-20
+7-707-540-23-01

Anti age

Косметолог Наталья Аюпова
о важности anti-age процедур

Наталья, как далеко шагнула косметология за последние 5-10 лет?

– Косметология с каждым годом становится интереснее ввиду того, что всё больше научных открытий происходит в плане функциональности организма. Если раньше из препаратов у нас был отдельный флакончик с гиалуроновой кислотой, отдельно с олигоэлементами или простые коктейли, то около 10 лет назад начали появляться интереснейшие пептидные комплексы для мезотерапии, затем препараты с полинуклеиновыми кислотами и т.д. Создаются интересные аппараты для коррекции изменений возрастного характера.

– *Хочется остановиться с вами подробнее на теме anti-age. В чем заключается суть антивозрастной медицины: замедлить процессы старения или помочь коже омолодиться?*

– Anti-age терапия – это уникальная отрасль в медицине, позволяющая понимать процессы, идущие в организме. С помощью этих знаний можно серьезно влиять на сбои (патологию) органов не медикаментозно, а при помощи витаминов и минералов. Anti-age терапия дает понимание таким общеизвестным и ос-



тающимся без внимания процессам, как сон, регулярная физическая активность, питание, которые в конечном итоге дают изменения на уровне клеток. И если ранее anti-age было занятием для возрастных, то на самом деле регулировать функции организма необходимо уже у более юного поколения. Используя знания anti-age терапии, я имею возможность получить более яркий эффект от косметологических процедур при устранении вялости, сухости кожи, выраженной ее сухости, нежелательных воспаленных элементов даже в зрелом возрасте. Легче понять, как появляется та же гиперпигментация и что с этим делать. Anti-age – это интереснейшая тема о молодости и сохранении здоровья кожи.

– *Какие методы вы применяете в своей работе?*

– Я получаю удовольствие, применяя в работе различные техники. Все мы движемся в ритме мегаполиса, и бывает, что человеку хочется набраться позитивной энергии, поделиться чем-то волнующим. И где ж это сделать, как не в кабинете косметолога? Поэтому процедуры по уходу провожу с радостью. С еще большим интересом провожу процедуры мезотерапии, коррекции формы лица, тела, контурную пластику гелем гиалуроновой кислоты, коррекции нитями (трэд лифтинг), введение нейротропина, процедуры по интимному омоложению. Серьезные инъекционные и нитевые процедуры тоже нравится проводить, так как они требуют хороших знаний анатомии лица (строения кожи, мышц, костей), дренажных оттоков.

– *Многие считают, что если делать какую-нибудь косметологическую процедуру раз в полгода, то этого вполне достаточно, чтобы поддерживать тонус кожи. Так ли это?*

– В настоящее время в своем арсенале я имею различные препараты, которые действительно могут работать пролонгированно, и это зависит от некоторых факторов. Во-первых, один раз в 8-12 месяцев необходимо проводить мезотерапевтический курс и затем поддерживающую процедуру один раз в 2-3 месяца. Если состояние кожи позволяет, то можно попробовать раз в полгода проводить уход, хотя с таким перерывом есть вероятность пропустить и первое увядание. Работа с нейротропином проводится один раз в 3, 6, 12 месяцев, опять-таки сроки нам диктует сама кожа, ведь это самый большой и умный орган человека.

– *Что касается курса программ и решений для пациентов: они индивидуальны или есть какой-то общепринятый шаблон?*

– Мы все индивидуальны: назначение препаратов, техник введения – всё зависит от состояния кожи. Я рассматриваю человека как единое целое, со всеми процессами, проходящими внутри организма. Если человек проговаривает, что на его коже сложно получить результат, бывает, что рассматриваю лабораторные результаты, находим причину отсутствия результатов и двигаемся по индивидуальной программе.

– *Наталья, как часто вы повышаете квалификацию, да и вообще узнаете что-то новое в профессии?*

– В современных условиях невозможно без повышения профессионализма. Наука не стоит на месте, появляются новые разработки, интересные препара-



ты. Сейчас есть необходимость изучать состав препаратов и понимать, с каким морфотипом как работать. Постоянно нахожу интересную информацию и применяю ее в работе. Если раньше даже после постановки нитей был длительный реабилитационный период, то сейчас могу сразу отправить на свидание, и это благодаря постоянной работе над собой. Вот и на данный момент прохожу повышение квалификации по авторской методике доктора Оксаны Николаевны Филимоновой, руководителя клиники «Anti-age E.V.A.», заведующей отделением превентивной медицины НПЦДнК КДЦ РУДН в Москве. Должна сказать вам: это космос, это настолько ценная информация, которая, по моему мнению, поможет справиться многим с возрастными, и не только, недугами.

+7-777-232-82-47,
+7-708-769-10-73
instagram: @nata_ayupova



Аэро и видео-съемка

от Евгения Банщикова

Евгений, многие люди приходят в творческую профессию после такой деятельности, при которой никогда этого творчества и не было. Как это случилось с вами: почему вам захотелось заниматься видеосъемкой?

— С самого детства я увлекался фотографией, посещал фотокружок, именно там меня научили проявлять черно-белую пленку и печатать черно-белые фотографии при помощи фотоувеличителя. Это дело мне очень нравилось. Постепенно мое хобби перешло в подработку: я фотографировал такие мероприятия, как свадьбы, юбилеи и праздники. А в 2013 году плавно перешел на видеосъемку, потому что видео стало для меня гораздо интереснее и увлекло как способ самовыражения: мне стало интересно работать с людьми, со светом, делать

собственные постановки. Начинать видеосъемку со свадеб и коротких видеороликов, так как еще не имел необходимых навыков и профессиональной подготовки. Получая заказы от различных фирм и компаний, совершенствовал свое мастерство, изучал работы других операторов по аналогичной тематике и выработывал свой стиль съемки. В настоящее время создал команду профессионалов: операторов, креативных видеоинженеров, звукоинженеров, фотографов, которая всегда выполняет свои задачи согласно договорам, заключенным с заказчиками.

— В этой профессии вы уже 7 лет. Меняется ли рынок? Может, на какие-то услуги спрос повышается, а что-то становится неактуальным?

— В нашей стране всегда останется актуальным спрос на проведение

различных увеселительных мероприятий. Я думаю, что это неотъемлемая часть нашей культуры. Также повысился спрос на рекламные проекты, люди не жалеют денег на хорошую рекламу; спрос на аэросъемку, если пять лет назад это было в диковинку, то сейчас ни одно мероприятие не обходится без этой услуги. По поводу изменения рынка могу отметить, что каждый год в эту сферу приходят новые люди, среди них есть очень талантливые ребята, которые снимают креативно. Именно они задают темп рынка, планку для собственного роста и постоянного развития. Благодаря этому создается здоровая конкуренция, и я считаю, что это необходимо для нашей сферы.

— Что входит в вашу работу видеографа? К вам обращается клиент. Что происходит дальше?



— Я, как видеограф, должен осуществлять контроль над рабочим процессом: как происходит съемка, как осуществляется режиссура и весь постпродакшн, а это цветокоррекция, монтаж, подбор озвучки, несложное сведение звука и прочее. Когда к нам обращается клиент, с ним, во-первых, идет обсуждение и определение целей, во-вторых, составляется договор и сценарий съемки, по желанию клиента делается раскадровка. Третий этап представляет собой подготовку к съемке и осуществление самой съемки, четвертый — сортировку и отбор отснятого материала. На пятом этапе делается монтаж и цветокоррекция. И каждая ступень проекта обязательно согласуется с заказчиком.

— Вы также специализируетесь на аэросъемке. Скажите, насколько сложно снимать в воздухе? Какая техника при этом нужна?

— Всё зависит от сложности заказа и поставленных клиентом целей. В некоторых случаях мы используем квадрокоптер, где один человек — пилот, который управляет квадрокоптером, а второй — оператор, управляющий непосредственно только камерой квадрокоптера. Также есть съемки, в которых нужны динамичные планы. Для этого мы уже используем FPV дроны. Проекты разные, и в каждом из них мы используем необходимые навыки и подходящее оборудование.

— Отличаются ли принципы работы аэросъемки от съемки на земле?

— Это процесс трудоемкий, требующий от пилота соответствующих знаний и опыта. Чаще всего мы работаем на DJI PHANTOM 4 pro, который хорошо выполняет фото- и видеосъемку. Также у нас имеется DJI Inspire 2 для более профессиональной и качественной съемки и FPV дрон.

— Кому подходит такой вид съемок?

— Аэросъемка стала неотъемлемой частью любого проекта, начиная от различных мероприятий и заканчивая фильмами и музыкальными клипами. К нам часто обращаются строительные компании для аэрофотосъемки своих объектов.

— Удастся ли развиваться дальше в вашем деле? Что вы для этого делаете?

— На протяжении пяти лет в сфере аэросъемки мы постоянно развиваем свои навыки не только при пилотировании дронов, но и при монтаже отснятого материала, помимо этого экспериментируем с цветокоррекцией видео.



www.banshchikov.pro
Instagram @banshchikov.pro
Instagram @banshchikov.yevgeniy



Призвание — бармен

Дмитрий Румилец — бармен, бренд-амбассадор Kazakhstan Wine and Spirits

Дмитрий, многие рассматривают профессию бармена как некое хобби. Вы серьезно относились к выбору этой сферы деятельности?

— На самом деле именно наша сфера гостеприимства рассматривается как некое хобби людьми от 17 до 21 года. Молодые ребята на летних каникулах приходят немного подзаработать, а дальше как пойдет. Я думаю, что в этом нет ничего плохого. Если говорить про меня, то я знал, что буду работать именно в этой

сфере, но бар в самом начале даже не рассматривал. Я повар по образованию. После первого курса колледжа меня отправили на практику в один ресторан и после окончания позвали там немного поработать. Работа на кухне затянулась лет на шесть. В какой-то момент мне это наскучило, я захотел чего-то нового и, когда встал за стойку, понял, что вот это моё.

— *К сожалению, в этой профессии много дилетантов. Есть ли профессиональное обучение вашему делу?*

— Обучение происходит постоянно. Если думать, что ты все знаешь, значит, начинаешь деградировать. И это касается любой сферы деятельности. Ты обучаешься в баре и за его пределами. Ведь наша сфера является одной из самых креативных, тебе может пригодиться абсолютно всё. Многие бары берут к себе ребят просто так на обучение и, если видят в них потенциал, то оставляют работать у себя. Также в Казахстан приезжают спикеры, бартендеры из разных стран, и мы обмениваемся знаниями, чтобы радовать наших гостей каждый раз, когда они приходят к нам за стойку. Всё зависит от человека, нужно ли ему обучение или нет. Один может за месяц узнать то, что другой не узнает и за год. Так что всё в наших руках.

— *Расскажите о баре, в котором сейчас работаете.*

— Бар называется Tommy D, это полуприкрытый бар формата Speakeasy времен 1920-х годов в Америке. Именно тогда вступил в силу «сухой закон», и все бары закрылись. Но в то же время открылись новые подпольные бары, в которые попадали не все, а только определенный



круг людей. У нас то же самое, сначала вы записываетесь в бар, а после записи получаете пароль для входа, по-другому никак. Упор у нас делается только на коктейли разных форматов, начиная от классических напитков и заканчивая авторским коктейлем, который придумывается на ходу. Так что попробуйте просто отыскать это место, и я вам лично всё с удовольствием расскажу.

— *Дмитрий, вы еще и бренд-амбассадор компании Kazakhstan Wine and Spirits. Что вам дает эта привилегия?*

— Привилегия — слишком сильно сказано. Это большая ответственность за бренды, которые я представляю, и здесь как раз нельзя ударить в грязь лицом. Основная часть этой работы состоит в знакомстве людей с брендами, которые представляет компания. Также проводятся тренинги для персонала в заведениях, организация различных мероприятий и поездки по всей стране в образовательных целях. Если ты представляешь бренд, ты должен знать про него всё, по-другому и быть не может.

— *Расскажите о Gruppo Campari: какие напитки представляет компания?*

— У Gruppo Campari много различных брендов — таких, как американский бурбон Wild Turkey, мексиканская текила Espeon, итальянский биттер/аперитив Aperol, продолжать можно долго. И



каждый из них заслуживает отдельного внимания. Это старая компания, которая была основана в 1860 году. Первый напиток, который был создан, это биттер Campari, названный в честь его создателя Гаспара Кампари. Это итальянский ликер категории Amaro, что в переводе с итальянского означает «горький». Он обладает изысканным горько-сладким вкусом, и, чтобы его понять, понадобится время. Так что у Gruppo Campari обширный пакет, и каждый человек сможет подобрать напиток по своему вкусу.

— *Как можно делать коктейли на их основе?*

— Бесконечное множество, тут уже все зависит от собственной фантазии и креативности, ведь это и является основой нашей работы. Но я отмечу парочку беспроигрышных коктейлей. Первый — один из моих самых любимых напитков, который называется Negroni. Состав его простой. Нам понадобится биттер Campari, джин Bulldog и красный сладкий вермут Cinzano, все компоненты нужно перемешать в бокале подачи в пропорции один к одному и украсить долькой апельсина. Вторым напитком — это идеальный домашний вариант. Биттер Campari и тоник. Всё, что нужно, это смешать в большом винном бокале 50 мл Campari и сверху просто добавить тоник, положить в бокал дольку лайма, а дальше только наслаждаться.

— *Создасте ли вы свои авторские коктейли? Если да, то расскажите, как это происходит.*

— Создание напитка — это креативный процесс, можно провести параллель с тем, как художник пишет картину. Лично я уже представляю готовый вкус напитка, который хочу получить, и беру для этого всё необходимое. Иногда это происходит спонтанно, просто приходит какая-нибудь идея, и я дальше ее развиваю, пока не получу то, что мне нужно. Вы просто можете прийти в бар, где я работаю, и сами всё увидите.

— *И напоследок: посоветуйте легкий коктейль, который скрасит весенний вечер.*

— Это определенно Aperol Spritz, идеальный напиток в любое время. В бокале смешиваются вкусы изысканного сухого игристого вина, ноты ягод и цитрусов биттера Aperol, а также газированная вода для сохранения структуры напитка: его можно попробовать в любом баре нашего города.

instagram : @d.rumilets
+7-707-945-49-87
@kws.kz





Таиса Джафарова:
«Мотивировать команду на работу и достижение целей – это моя стихия»

Таиса, легко ли вам далось решение стать предпринимателем? Как вы пришли к салонному бизнесу?

– Знаете, да, мне было довольно легко, так как изначально я занималась торговлей, и работу с людьми знаю «на

отлично», а это действительно важно в нашей сфере. В какой-то момент захотелось уйти от привычной рутины и попробовать себя в чем-то новом. Так я и попала в салонный бизнес. Привлечение клиентов считаю своим призванием!

– *Какие процедуры можно сделать в TheLab?*

– У нас можно получить практически все самые важные услуги в сфере красоты, начиная от маникюра и заканчивая стрижкой, укладкой и покраской волос. Но основной упор мы делаем на маникюр и наращивание ресниц.

– *Многие считают, что если салон красоты находится в самом центре города, то значит цены там явно «кусаются». Как у вас с ценовой политикой?*

– Да, абсолютно верно, многие люди действительно опасаются таких локаций, будучи уверенными в том, что цены разочаруют. Мы находимся в сердце Нур-Султана и Алматы, но для себя давно решили, что сделаем цены максимально приемлемыми и доступными для всех наших гостей. Нам важно, чтобы каждый клиент мог позволить себе процедуру в TheLab. Мы также проводим еженедельные конкурсы и акции.

– *Как вы подбирали сотрудников? По каким критериям? На какие их качества обращали внимание?*

– Что касается сотрудников, то это отдельная история. У нас работают самые целеустремленные люди. Я выбрала персонал, умеющий работать по плотному графику, который осилить могут единицы, взаимодействовать с большим потоком людей, что требует от мастеров быть максимально гибкими. Ну и, естественно, важно быть мотивированным на достижение своих целей, а у каждого они свои. Безусловно, сейчас у нас работают талантливые и творческие мастера.

– *У TheLab есть интересная «фишка»: салоны работают до 00:00. Для чего такая необходимость?*

– Да, необходимость была, есть и будет. Многие наши клиенты работают до 21:00, а то и до 22:00, и это удобно: выйдя после рабочего дня, иметь возможность преобразиться, не теряя на это свой выходной. Поэтому мы решили работать до полуночи. И скажу вам больше: эта «фишка» пользуется большим спросом.

– *На что еще вы делаете акцент в работе салонов?*

– Главные акценты, на которые мы делаем упор, – это скорость работы мастеров и наша ценовая политика. Медлительность – не наш конёк (улыбается). Мы выработали такую тактику: приходит клиент на процедуру, и она занимает всего 40 минут. Это огромная экономия времени для клиента, ведь время – очень ценный ресурс на сегодняшний день. Не каждый человек захочет пропадать в салоне по несколько часов подряд.

– *На ближайшее будущее уже намечены планы?*

– Да, в этом году у нас намечено открытие салона TheLab в еще одном крупном городе – в Шымкенте. Дальше по плану открытие во всех крупных городах Казахстана. Ну и впоследствии мы планируем открыться

в Турции, так как живем на две страны. Я надеюсь, что сможем воплотить эту задумку в жизнь.

– *Таиса, а удается ли найти время на отдых при таком плотном графике? Опишите свой идеальный выходной.*

– Если честно, то мои идеальные выходные – это те, в которые удастся провести время с семьей и детьми, а у меня их четверо, и желательно на берегу моря. Но, так как я до сих пор сама принимаю клиентов (я мастер по наращиванию ресниц), то работаю вместе с моей командой до 00:00. Впереди глобальные планы. А пока я разрываюсь между работой и семьей, между городами, но при этом абсолютно уверена, что только таким путем можно создать идеальное будущее для моих детей.



г. Астана,
 instagram: @thelab.astana
 +7-775-806-62-87
 ул. Абая, 59

г. Алматы,
 instagram: @thelab.almaty
 +7-777-477-77-75
 Арбат, ул. Жибек-жолы, 106,
 пр. Назарбаева, 46





Mua: @dasha_zefir_ka
Hair: мастер Меир
Салон: @mad_beauty_zone

Создавать свою уникальную вещь стало модным

Ирина Ниязова – владелица ателье Iris Studio

Ирина, сегодня стало модным обращаться к портным, а профессионалы своего дела могут составить конкуренцию именитым брендам. Как считаете, почему эта тенденция набирает обороты?

– Вы правы, создавать свою уникальную вещь стало модным. Наши женщины разбираются и в фасонах, и в моделях, и в тканях. Сейчас это доступно: к примеру, вполне реально за приемлемую цену заказать у наших мастеров интересующую вас модель, которая стоит за границей

5 000–6 000 долларов, и не нужно ехать для этого в Милан или Париж. Составить конкуренцию именитым брендам мы, конечно, не можем, но в наших силах создать вещь, которая будет соответствовать всем требованиям качества. Однако найти мастера, который воплотит идею, не так-то просто, так как в наше время школа обучения швей немного «хромеет». Большинство мастеров – это представители старой школы.

– Расскажите, с чего начался ваш профессиональный путь.

– То, что я свяжу свою жизнь с миром швейных изделий, было предопределено. Будучи еще совсем маленькой и находясь в девятимесячном возрасте, я впервые села за швейную машинку (улыбается). Моя мама в декретном отпуске взяла работу на дом, а я ей мешала, и она сажала меня рядом с собой. Тогда я успокаивалась, и всё было хорошо. В нашей семье все женщины были швеями, ткали ковры, вышивали. Мой мир с детства был наполнен иглками, нитками, тканями. Свой первый заказ я приняла уже в 14 лет: сшила соседке несколько платьев. Дальше – больше. Я даже практику проходила в одном из швейных цехов: мы там шили дубленки, пальто, мужские костюмы. Так я и попала в этот мир.



– На пошиве какой одежды специализируется Iris Studio?

– Основная наша база – это офисные костюмы, деловой стиль для мужчин и женщин. Мы специализируемся на жакетах, пиджаках, юбках, брюках. Стараемся изготавливать не только консервативные варианты, но вносим и определенные нотки, которые диктует мода в плане расцветок, деталей. К праздникам мы шьем вечерние яр-



кие шифоновые платья, добавляя туда принт. Сейчас стало модным во всех ресторанах, гостиницах, корпорациях одевать персонал в соответствующую одежду, чтобы это было со вкусом и презентабельно, поэтому мы принимаем заказы и на спецодежду.

– С какими поставщиками чаще всего работаете: из Китая или из Турции?

– К сожалению, у нас в Казахстане нет своей производственной базы по ткани и фурнитуре, поэтому приходится прибегать к услугам поставщиков, которые привозят ткань из Китая, России, Турции. Нам очень не хватает своего производства ткани и фурнитуры. Часто происходят задержки в сроках из-за того, что привезли ткань невовремя, фурнитура подорожала.

– Откуда черпаете вдохновение при создании одежды?

– Не знаю даже, как это объяснить словами. Иногда это происходит как вспышка, а иногда по несколько дней сидишь и разрабатываешь. Я каждый вечер изучаю в социальных сетях продукцию модных домов, которые презентуют свои коллекции, и засыпаю с мыслью о каких-то моделях. Вот вдохновившись каким-нибудь платьем и добавляешь какие-то свои «фишки», чтобы дополнить образ. Утром просыпаешься и делаешь зарисовки, записываешь что-то. Когда к тебе обращается клиент и говорит при этом: я хочу такой-то наряд, то тут уже некуда деваться, ты включаешь все свои знания, навыки, вспоминаешь увиденное и воплощаешь в его же заказе. Но в итоге всё равно получается мое собственное видение этой модели (улыбается).

– Есть ли у вашего бренда своя идеология? Может, создавая одежду, вы тем самым хотите что-то сказать миру...

– Как таковой идеология у нашего бренда нет. Мы создаем одежду, которая соответствует нашему настроению на данный момент, на данный день или сезон. Приходят модные веяния, и нам тоже хочется привнести в это свои краски, показать, что мы можем сделать жизнь более интересной и насыщенной. Хочется клиенту предложить что-то необычное, но при этом чтобы он мог носить изготовленную нами вещь каждый день и радоваться.

г. Алматы, ул. Есенберлина, 10А.
+7-701-406-63-30
+7-727-232-95-17
instagram: @irinaniyazova



История успеха

Елена Мамонова
kontaktstore

Елена, многие бизнесумены открывают салоны красоты, бутики одежды и косметики. У вас всё намного оригинальнее: вы решили заняться продажей аксессуаров для смартфонов. С чего всё началось?

– Тринадцать лет назад я и подумать не могла, что наш небольшой семейный бизнес по продаже аудио- и видеокассет перерастёт в большое дело и мы станем предлагать никому тогда неизвестные аксессуары для мобильных телефонов. Я долго искала себя в разных направлениях, мне кажется, мы продавали абсолютно всё, что можно было, пока муж однажды не предложил привезти батарейки на

телефон. На тот момент для меня всё было одинаково: и зарядки, и сменные панели, и вообще всё, что связано с телефонами. Постепенно нас затянуло в новый бизнес, который стал любимым делом нашей семьи. За много лет я изучила все подводные камни этого бизнеса, но, тем не менее, учиться приходится изо дня в день: технологии не стоят на месте, конкуренция растёт, потребности рынка меняются, поэтому приходится держать руку на пульсе.

– У вас достаточно большой выбор разного товара...

– Ассортимент магазинов, действительно, разнообразный, но основное направление – это аксессуары к телефонам. Мы



Салон @beauty_sk



работаем напрямую с фабриками Китая, приходится часто бывать там, и в течение каждого сезона появляются какие-то трендовые товары, которые моментально становятся популярными в нашей стране. Поэтому у нас они на полках появляются у одних из первых! Присутствует, конечно, и момент риска: бывает, что некоторые китайские тренды не заходят нашим покупателям, и всегда есть опасность

выкинуть достаточно большую сумму на ветер, но иногда мы делаем небольшой заказ, а продаётся это, ещё не попав на прилавки. Помните, были популярны спиннеры? Я была в Китае, взяла спиннер в руки: крутила-вертела и никак не могла понять, для чего он нужен, думала, может, языковой барьер, может, я не понимаю нового направления, в Казахстане тогда никто и слова такого не знал.



– Чаще всего это только интуиция и личный опыт. Если первое время было сложно и непонятно, будет востребован товар или нет, то теперь я точно представляю своего клиента и знаю, что его может заинтересовать! Приходится ежедневно проделывать большую работу: мониторить рынок, отслеживать актуальные новинки и быть на связи с китайскими партнерами, которые прекрасно знают тренды. Китайский рынок сейчас впереди планеты всей, и, если не быть в курсе всех событий и новинок, которые там производят, можно остаться «за бортом».

– Вы успешны, а это, как правило, означает, что вас копируют. Происходит ли это с вашим товаром?

– Копирование – одна из самых актуальных проблем. Есть ряд товаров, пересекающийся с другими магазинами, но многие наши товары авторские: мы работаем над дизайном, придумываем рисунки, актуальные надписи, и даже упаковка занимает отдельную статью расходов. Но когда мы видим откровенное копирование, например, Инстаграма (мы тратим большие суммы и много времени на создание

Я уговорила китайку продать мне пять штук, хотя они продавали только огромными партиями! Привезла к нам эти пять штук, и мы их продали за секунду, поэтому тут же пришлось заказывать эти спиннеры огромными партиями. Потом стали выходить похожие игрушки – к примеру, антистресс, мы заказали огромную партию, но этот товар так и не стал популярным.

– Кто занимается анализом рынка: что производится, что актуально, что станет модным?



контента, у нас штат сотрудников, который занимается его продвижением, фотографированием, описанием), то просим людей удалить наш контент, на что чаще всего получаем либо игнор, либо откровенное хамство. Первое время это очень раздражало, теперь я понимаю, что добросовестные предприниматели никогда в жизни не будут воровать фото или идеи чужих магазинов, потому что для них принципиально создавать свой индивидуальный продукт, не похожий на другие.

– Какой у вас принцип работы: вы делаете упор только на качество и большой ассортимент, или все-таки сервис тоже играет роль?

– В сфере торговли не может быть что-то одно: либо качество, либо сервис. Очень важно, чтобы два этих принципа работали параллельно. Ещё один из важных принципов – это ценообразование, мы всегда предлагаем клиенту максимально низкую цену, во время наших акций товар порой скупается за считанные часы. Но в то же время мы можем предложить клиенту аналогичный товар в премиальном качестве. Например, беспроводные наушники у нас стоят от 900 тенге и выше, и в то же время у нас есть наушники фирменные, цена на которые достигает 25 000 тенге. Поэтому к нам могут прийти не только школьники за доступным товаром, но и более платежеспособные покупатели.

– У вас уже есть две крупные точки: в Алматы и Талдыкоргане. Планируете ли дальше развиваться?

– На данный момент мы разрабатываем франшизу для продажи в регионы, уже ведем переговоры с некоторыми городами и надеемся, что в ближайшее время запустим. Также делаем упор на развитие онлайн-магазина kontaktstore.kz. Многие люди в целях экономии времени, особенно в больших городах, предпочитают работать с онлайн-сервисом, поэтому мы стараемся максимально отладить работу доставки.

instagram: @kontakt_almaty1
+7-705-222-27-66

PEOPLE AWARDS 2019

People Awards 2019 – событие, которое привлекало внимание СМИ и читателей журнала For People в течение всего года. Редакция глянца Teens and People на протяжении 12 месяцев отбирала лучших представителей в своей индустрии. Каждый номинант был удостоен чести пройти по Красной ковровой дорожке и получить желанную статуэтку. Почувствовать себя настоящей звездой могли все участники премии, потому что журналисты не оставляли без внимания ни одного лауреата. В итоге мы можем похвастаться информацией о том, что People Awards – это проект, который пришелся по вкусу казахстанцам.

За 2019 год в общей сложности нашей премии было посвящено 5 часов эфира на Лучшем музыкальном. В качестве информационного партнера к нам присоединилась радиостанция Radio City. Мы успели сотрудничать с такими крупными компаниями, как British American Tobacco, 2gis, Asian Cosmetics, Яндекс.Музыка и другими. Было сохранено 2 терабайта фото- и видеоматериалов, наполненных счастливыми улыбками и стильными нарядами. Наши мероприятия People Awards 2019 посетили 3 000 человек. Мы хотели посчитать количество лайков и отметок в Instagram, но сбились со счета и поспешили поскорее сдать этот выпуск в типографию.





Цифровые продукты для бизнеса

Жолдасбек Темиргалиев разрабатывает цифровые продукты для бизнеса

Жолдасбек, вы стали лауреатом премии People Awards Expert 2019. Расскажите, какие это ощущения, когда вас награждают за вашу деятельность.

– Вручение премии – это показатель того, что человек вносит большой вклад в развитие своей отрасли. Для меня это очень приятное событие. Хочу поблагодарить организаторов премии за их деятельность, премия помогает отметить, действительно, выдающихся профессионалов своего дела.

– Как вы попали в сферу информационных технологий, с чего начинался ваш путь?

– Я окончил Московский авиационный институт, обучаясь на факультете радиоэлектроники, соответственно, тема высоких технологий мне близка. За свой более чем десятилетний опыт работы я участвовал во многих крупных проектах, начиная от промышленности и госсектора и заканчивая образовательными проектами.

– В данный момент вы занимаетесь тем, что разрабатываете цифровые продукты для бизнеса: сайты, приложения, рекламные кампании. Кто в основном к вам обращается за услугами?

– Среди моих клиентов есть как крупные бренды – такие,

как Nivea, Ferrero Rocher, Headhunter, так и предприниматели, которые только открывают свой бизнес, либо те, кто уже ведет свое дело, но не имеет представительства в интернете. Мы встречаемся с клиентом, и я выясняю, какой у него бизнес, какая целевая аудитория, а затем, исходя из этого, мы приступаем к разработке сайта и рекламных кампаний. Причем для разного бизнеса нужны разные решения: для кого-то достаточно одной посадочной страницы, а для кого-то нужны интернет-магазины с тысячами товарными категориями.

– Ваши клиенты в основном из Казахстана? Или есть иностранные заказчики?

– Конечно, большая часть из Казахстана, но в последнее время появляются иностранные заказчики из России, Германии, США. Один из недавних проектов – это сайт для американского грузоперевозчика.

– Есть ли проекты, которыми вы гордитесь?

– Каждый проект заслуживает внимания, но меня всегда привлекала новизна и то, что с помощью информационных технологий я могу помочь людям решить какие-то проблемы. Например, я был первым, кто разработал геoinформационную онлайн-систему для отображения маршрутов общественного транспорта в г. Нур-Султан, это было еще до того, как у нас появились такие сервисы, как Яндекс.Карты и 2GIS.



Один из текущих проектов – это онлайн-сервис в области лингвистики morpho.kz для изучающих казахский язык, представляющий автоматическое склонение слов по правилам казахского языка. То есть человек вводит слово на казахском языке и получает все его формы: множественное число, притяжательные формы и склонения по падежам. На данный момент это единственное в мире онлайн-приложение, и оно пользуется большой популярностью у изучающих казахский язык.

– Какие у вас планы на ближайшее будущее?

– На самом деле заказов хватает, и остро встает проблема с кадрами, чтобы выполнять большее количество проектов. Поэтому в ближайшее время я запускаю образовательное направление, буду обучать желающих дизайну и разработке сайтов, а лучшим ученикам предлагать работу и заказы.

+7-702-316-98-46
www.zholdas.kz
instagram: @zholdas.web



K-models

Модельная студия [kmodelsalmaty](https://www.kmodelsalmaty.com)
model: Corinne Kiangala
[@kmodels.studio](https://www.instagram.com/kmodels.studio)