



# Казахстан: основатели эпохи приватизации и вакуум преимущественности

Казахстан

---

ОБЗОР СТРАНЫ

Первое издание | March 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



**Brandmine**



## ОБЗОР СТРАНЫ

# Казахстан: основатели эпохи приватизации и вакуум преемственности

*В Казахстане 175 мясоперерабатывающих предприятий с халяльной сертификацией, действительной в 49 странах, производитель мороженого, занимающий 27-е место в мире и первым начавший экспортировать в Китай, и основатель напитоковой империи, потерявший франшизу PepsiCo в пользу завода Carlsberg за €100 млн в 2026 году. Основателям, приватизировавшим советские заводы в 1990-х, сейчас 50–72 года. Они сидят на бизнесах стоимостью в десятки миллионов долларов — без плана преемственности и без покупателей на горизонте.*

## ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	ВВП \$260 млрд (оценка 2025), крупнейшая экономика Центральной Азии, 20 млн потребителей с нефтяным городским средним классом, сосредоточенным в Алматы и Астане
Уникальное преимущество	Позиционирование как хаба халяльной сертификации — казахстанские сертификаты JAKIM действуют в 49 странах, давая продовольственным брендам экспортные полномочия для Персидского залива и MENA, которых нет ни у одного другого центральноазиатского рынка
Главная проблема	Семьдесят лет советской коллективизации уничтожили традиции частной передачи состояний. Единственный институт, занимающийся этим пробелом, — Институт семейного капитала — основан одним предпринимателем.
Фактор времени	Основатели первой волны приватизации (1991–2005) сейчас в возрасте 50–72 лет. События января 2022 года, де-олигархизация Токаева и потеря предсказуемости рынка ЕАЭС сжимают горизонты преемственности.

*“Главная проблема преемственности казахстанского семейного бизнеса в том, что не существует традиции. Советская система уничтожила частную передачу состояний на семьдесят лет.”*

**Ермек Рустембек-улы**, Основатель Института семейного капитала

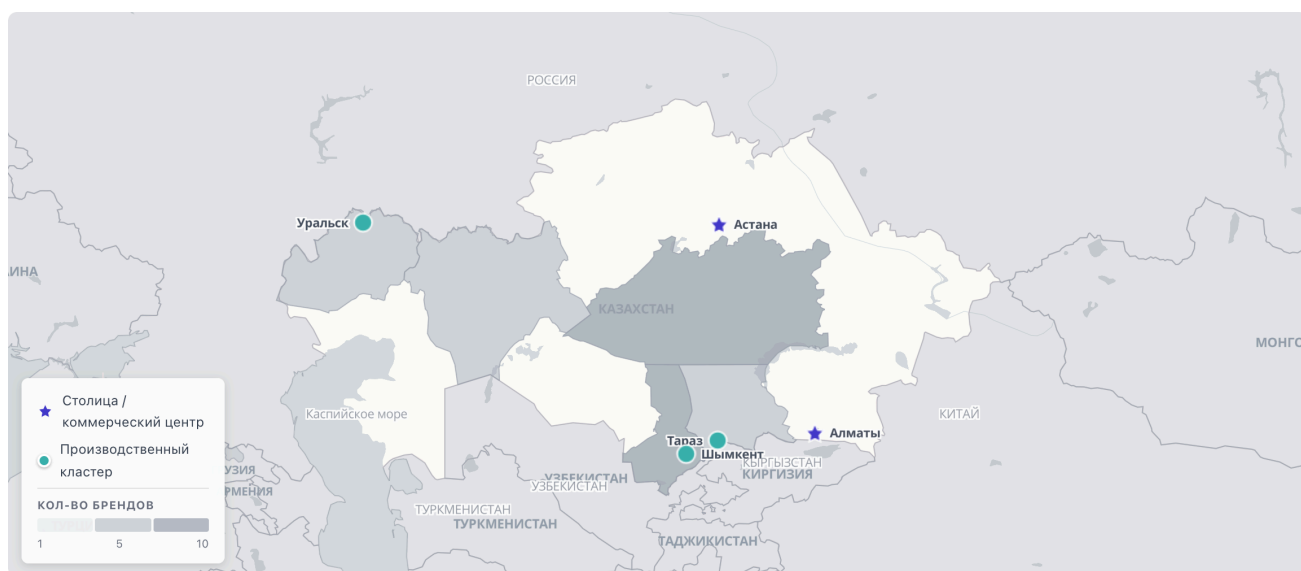
*По институциональной позиции (Казахстан)*

**РЫНКИ:** Казахстан

**СЕКТОРЫ:** Хлебные Продукты · Фасованные Напитки · Молочные Продукты · Традиционные Ткани и Текстиль · Аптеки и Товары для Здоровья · Пищевая Переработка · Продуктовая и Специализированная Розница

## ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

# Алматы и Астана — двухгородская карта преемственности



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Потребительские бренды Казахстана разделены между Алматы, где старейшие деловые семьи держат наиболее известные марки, и Астаной, где второе поколение основателей строило розницу в период расширения столицы. Стареющие предприниматели контролируют ценные приватизированные активы, не имея ясных институциональных покупателей для их передачи.

*Бренды концентрируются в двух узлах: коммерческий хаб Алматы на юго-востоке (напитки, молочная продукция, аптеки) и политически-коммерческий хаб Астаны на севере (продуктовая розница, стройматериалы). Производственные кластеры в Таразе, Уральске и Шымкенте — это сосредоточие мясопереработки и халяльного производства, дающего Казахстану наиболее отличительный экспортный угол.*

\* \* \*

## ПОРТРЕТ СТРАНЫ

*В Казахстане 175 зарегистрированных мясоперерабатывающих предприятий, один производитель молочной продукции, занимающий 27-е место в мире по объёму производства мороженого и первым начавший его экспорт в Китай, и напитковая империя, основатель которой — спустя три десятилетия после того, как начал продавать электронику на улицах Алматы, — только что потерял франшизу PepsiCo в пользу завода Carlsberg за €100 млн. Основателям, построившим эти бизнесы в ходе бурной приватизации 1990-х, сейчас 50–72 года. Они строили без институционального капитала, выживали без традиций преемственности и пережили четыре отдельных национальных кризиса. Планов преемственности у них меньше, чем в любом сопоставимом развивающемся рынке. Окно открыто — и почти никто на него не смотрит.*

Whitepaper №1 документирует синхронизированную волну перехода на развивающихся рынках: основатели эпохи реформ уходят одновременно, институциональные инвесторы не готовы. Казахстан — это то, как данный тезис выглядит в стране, которая одновременно является ресурсным государством Центральной Азии, членом ЕАЭС с беспрепятственным доступом к рынку в 180 млн человек, хабом халяльной сертификации с полномочиями в 49 странах и местом, где семьдесят лет советской коллективизации настолько разрушили традиции частной передачи состояний, что единственный институт, пытающийся их восстановить, был основан одним предпринимателем совсем недавно. Разведывательная информация здесь беднее, чем по Аргентине или России. Деловая пресса Казахстана — Forbes Kazakhstan, Kapital.kz, Kursiv.kz — надёжна на русском языке, но поверхностна в биографической глубине. Интервью с основателями есть, но редко проникают ниже уровня позиционирования бренда. Тем не менее исследование выявляет небольшое число исключительных личностей, управляющих бизнесами значительного масштаба, невидимых ни в одной институциональной базе данных и входящих в окно преемственности без плана. В этом и состоит возможность.

## Когорта 1991 года и её закалённые кризисами выжившие

Казахстанская когорта основателей была создана в единое сжатое окно: 1991–2005 годы. Механика отличалась от российской ваучерной приватизации, но результат схожий — советские производственные активы перешли в частные руки, большинство — к менеджерам, которые уже ими управляли, или к новому классу торговцев, увидевших вакуум и заполнивших его.

Первый слой — советские менеджеры заводов, ставшие владельцами. Мясоперерабатывающие, молочные, текстильные, мукомольные предприятия — с налаженным оборудованием, сложившейся дистрибуцией и устоявшимися коллективами. Чего им не хватало — идентичности бренда, рыночной ориентации и капитала для модернизации. Основатели, взявшие их в начале 1990-х, потратили следующее десятилетие на превращение советских производств в узнаваемые потребительские бренды. Сейчас им за пятьдесят — начало семидесяти.

Второй слой сформировался в годы нефтяного бума, примерно с 2000 по 2010 год, когда ВВП Казахстана рос на 10% ежегодно и в Алматы и Астане появился настоящий городской потребительский класс. Аптечные сети, продуктовая розница, специализированные продуктовые бренды — это предпринимательские создания эпохи относительного процветания. Основатели этой волны моложе: сегодня им под пятьдесят — начало шестидесяти.

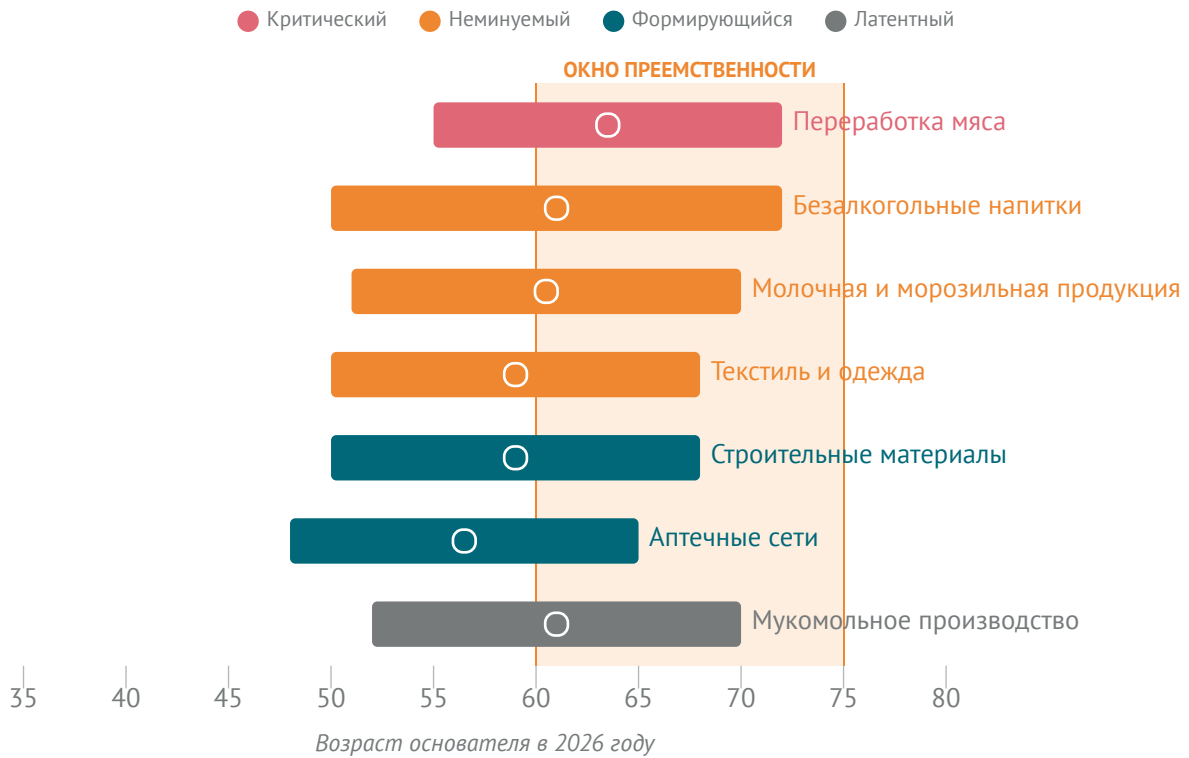
Что делает казахстанскую волну особенной — не слои, а плотность кризисов внутри основательского окна. Те, кто начинал бизнес в 1991 году, только за первое десятилетие прошли через: монетарный хаос перехода от советского рубля к тенге, распад советских дистрибуционных сетей, гиперинфляцию, российский финансовый кризис 1998 года и жестокое экономическое сжатие первых лет независимости. К 2005 году, когда нефтяной бум стабилизировал условия, выжившие основатели были исключительны по определению. Слабый бизнес уже умер.

Форма казахстанской волны — сжатая и закалённая кризисами: не растянутая на десятилетия, как в России или Китае, а выкованная в единственном институциональном разрыве и затем закалённая четырьмя последующими национальными кризисами в пределах одного поколения основателей.

ВОЗРАСТ ОСНОВАТЕЛЕЙ ПО СЕКТОРАМ

## Где находятся казахстанские основатели в 2026 году

Семь секторов, одно окно — и нет готовых планов преемственности



Диапазоны возрастов основаны на данных секторного картирования и отраслевых исследованиях. Окно преемственности (60–75) основано на исследованиях PwC и INSEAD. Источник: анализ Brandmine.

## Мясопереработка, напитки и мороженое — во главе очереди

Секторное картирование Brandmine выявило двенадцать секторов-кандидатов в Казахстане. Девять демонстрируют значимую основательскую активность в коммерческом масштабе. Три уже в окне преемственности с документированным переходным давлением.

### Сектор с наиболее отличительным экспортным углом — и наиболее острой потребностью в преемственности

Казахстанская мясопереработка — наиболее аналитически интересный сектор в Центральной Азии. Он сочетает наибольшую плотность основателей первой волны приватизации с уникальным коммерческим преимуществом: аккредитованной JAKIM халяльной сертификацией в 49 странах. По стране работает около 175 переработчиков с совокупной мощностью 248 тысяч тонн в год при загрузке 55% — само недоиспользование является сигналом структурной уязвимости, которую события преемственности усугубят.

Три подтверждённых основательских бренда в верхнем сегменте отражают картину сектора. Shah Product, созданный семьёй Шамахсутовых в Таразе из «небольшого семейного бизнеса» начала 1990-х в национальный производитель топ-3 со 100+ SKU, сертификатами ISO 22000 и халяль, по-прежнему зарегистрирован как ИП — индивидуальный предприниматель, — что подтверждает: ни один институциональный инвестор никогда его не касался. Kubley, основанный в Уральске в 1992 году как специалист по конине, вырос до выручки 190,6 млрд тенге (около \$380 млн) в 2024 году, управляет двумя заводами и в 2025 году выбран государством для обработки мяса сайги. Всё — под контролем основателей. Никто не привлекал институционального капитала. Российский импорт колбасных изделий по-прежнему покрывает 40% внутреннего спроса — возможность импортозамещения реальна, но только если основатели переживут переход.

## Основатель напитковой империи на стратегической развилке

Раимбек Баталов основал Raimbek Trading в 1992 году как дистрибьютора электроники — паттерн, знакомый по России и Китаю, где первыми предпринимателями были торговцы, а не производители. В 1998 году он перешёл к производству соков. К 2003 году его группа открыла первую полностью казахстанскую компанию в Синьцзяне, Китай. Бренд Juicy стал лидером казахстанского рынка соков. Raimbek Group расширилась в воду Adal, молоко Miloko и в итоге — в розлив и дистрибуцию продуктов Pepsi для Казахстана — франшизу, принёсшую масштаб и системы западного уровня в бизнес, построенный одним основателем.

В январе 2026 года Carlsberg взял франшизу PepsiCo, вложив €100 млн в новый завод мощностью 340 млн литров. Потеря экзистенциальна в специфическом смысле: структура франшизы создаёт дисциплину бизнеса — системы, отчётность, стандарты качества. Когда франшиза заканчивается, основатель обязан ответить на вопрос, который она откладывала: чем становится бизнес без неё?

Баталову пятьдесят шесть лет. Он возглавляет Форум предпринимателей. У него пятеро детей. Ни в одном записанном интервью он не обсуждал преемственность. Raimbek Group — самый заметный основательский потребительский бизнес в Казахстане. И с января 2026 года — в наиболее неопределённом стратегическом моменте за тридцать лет своей истории.

## Производитель мороженого, ставший глобальным игроком

Траектория Андрея Шина — одна из наиболее необычных в центральноазиатских потребительских брендах. Этнический кореец из Кыргызстана, он начал семейный бизнес по производству мороженого в Бишкеке в 1995 году, переехал в Казахстан около 2002 года и построил завод в 2004-м. По оценке Euromonitor, Shin-Line сейчас занимает 35–49% казахстанского рынка мороженого, выручка составляет около 142,9 млрд (\$90 млн+), в компании работают 2200 сотрудников, 140+ SKU, 300+ транспортных единиц. Компания занимает 27-е место в мире среди производителей мороженого и стала первым казахстанским брендом, экспортирующим мороженое в Китай.

В период восстановления после COVID 2021 года Шин вложил 133,4 млрд в то, что он назвал крупнейшим заводом мороженого в СНГ, — акт агрессивного роста в кризис, характерный для сильнейших основателей в базе Brandmine. Андрей Шин занимает пост президента компании. Его возраст оценивается в 51–56 лет. Никакой публичной информации о преемственности не существует.

## Секторы, формирующиеся за лидерами

Ещё четыре сектора заслуживают мониторинга. Текстиль и одежда содержит живую историю преемственности в Mimiogiki — детском бренде одежды начала 2000-х с документированной попыткой поколенческого перехода. Строительные материалы подарили AlinEX — бренд строительных смесей, ставший глаголом в казахстанской стройке. Аптечные сети во главе с Europharma (270+ аптек) представляют сектор, где капиталоемкость дистрибуционной сети создаёт естественное давление на

выход. Мукомольное производство, где доминируют основатели приватизированных советских мельниц, имеет самую старую когорту в картировании — с наименее документированными основателями.

## Советская передача состояний, границы олигархов и коридор ЕАЭС

Казахстанский кризис преемственности обладает специфическим характером, отличающим его от России, Аргентины и любого другого рынка в базе Brandmine.

Проблема советской передачи состояний не метафорична. В России годы гласности и перестройки дали небольшому классу предпринимателей пять–десять лет полу-частной деятельности до формальной волны приватизации — достаточно для того, чтобы некоторые начали думать о бизнесе как о передаваемом активе. В Казахстане переход от советской системы к частной собственности произошёл в одном институциональном разрыве. Основатели 1991–1993 годов не имели ни шаблона, ни прецедента, ни культурного фрейма для размышлений о преемственности бизнеса. Их родители не владели предприятиями. Их дедушки были коллективизированы. Концепция частного бизнеса как передаваемого многопоколенческого актива — в Казахстане изобретение первого поколения.

Граница между олигархом и основателем добавляет ещё один уровень сложности. Казахстанская приватизация создала небольшой класс политически связанных олигархов — «круг Назарбаева», — контролирующих крупные потребительские конгломераты. Различить подлинные основательские МСП от олигархических структур требует тщательной навигации. В диапазоне выручки \$5–100 млн, где работают Shah Product и Shin-Line, основательская собственность наиболее подлинна и наиболее невидима для институционального капитала.

Параметр ЕАЭС работает в обе стороны. Членство Казахстана в Евразийском экономическом союзе обеспечивает беспрепятственный доступ к рынку в 180 млн человек, включая Россию. Но оно же означает, что западный институциональный капитал сталкивается с рисками вторичных санкций при оценке казахстанских потребительских брендов, экспортирующих в Россию или закупающих оттуда. Покупатели, лучше всего позиционированные для действий в казахстанском переходном окне, — незападные: семейные офисы Персидского залива, стратегические покупатели из Турции и Южной Кореи, китайские инвесторы, использующие инфраструктуру ворот Хоргос. Возможность реальна; профиль покупателя специфичен.

## Покупатели, которые нужны Казахстану, — и те, которых у него ещё нет

В казахстанском ландшафте потребительских брендов нет аналога L Catterton или Grupo Perez Companc — ни одного местного институционального покупателя с системным подходом к приобретению потребительских брендов. ЕБРР и IFC — наиболее активные институциональные инвесторы в потребительских секторах страны, но их мандаты развивающие, а не стратегически приобретательские. Институт семейного капитала — единственный институт, активно решающий проблему разрыва в преемственности, но он работает с ресурсами предпринимательской НКО.

Сами основатели ещё не в состоянии дистресса. Потеря франшизы Баталовым — стратегическая проблема, не финансовый кризис. Андрей Шин инвестирует в наращивание мощностей. Семья Шамахсутовых управляет своим ИП без признаков интереса к внешнему капиталу. Переходное давление реально, но ещё не острое — именно это условие создаёт наилучший тайминг для приобретения.

Как выглядит информационный разрыв на практике: Kubleу имеет выручку около \$380 млн и основан в 1992 году, что означает возраст основателя приблизительно 60–70 лет. Офшорная структура

собственности — регистрация через лихтенштейнское юридическое лицо для бренда воды Tassay — типична для сектора. Ни личность основателя, ни какая-либо информация о преемственности не появляется ни в одной базе данных, доступной западному институциональному капиталу. Это не аномалия. Это норма.

Халяльная сертификация — наиболее отличительный коммерческий угол в казахстанском ландшафте потребительских брендов. Казахстанский мясопереработчик с аккредитацией JAKIM — малайзийским стандартом халяль, признанным в 49 странах, — имеет экспортные полномочия в Персидский залив, которые пакистанские, турецкие или узбекские конкуренты не могут легко воспроизвести. Ворота Хоргос обеспечивают наземный коридор в Китай. Членство в ЕАЭС — коридор в Россию и Центральную Азию. География Казахстана — сухопутная страна, граничащая с Россией и Китаем, расположенная между потребностью Персидского залива в импорте продовольствия и ростом потребительского рынка Восточной Азии — недооценённое структурное преимущество для продовольственных брендов с качеством и сертификацией для его использования.

Основатели, построившие этот ландшафт, входят в окно преемственности без институциональной поддержки, без культурных фреймов для передачи, без видимости для привлечения покупателей, способных помочь с планированием выхода. К тому моменту, когда эти бренды появятся через стандартные каналы — если вообще появятся, — основатели, несущие три десятилетия антикризисного управления, отношений с поставщиками и навигации в регуляторной среде, уйдут на пенсию, продадутся региональным покупателям или просто закроются. Казахстан — не рынок для приобретений. Это рынок, который нужно картировать — прежде чем коридор Хоргоса, полномочия JAKIM и операторы первого поколения уйдут в другие руки.

#### КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

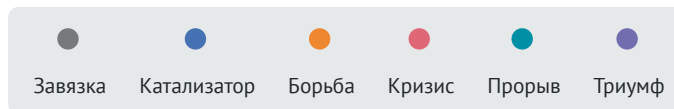
**Основатели, превратившие приватизированные советские заводы в национальные бренды, делали это без институционального капитала, без традиций наследования и пережив четыре национальных кризиса. То, что исчезает вместе с ними, — не восстановить.**

\* \* \*

## ХРОНОЛОГИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ

# Поколение двух столиц, 1997–2026

От переноса столицы в 1997 году до строительства завода Carlsberg в 2026-м — казахстанские основатели строили бренды в двух городах сквозь один сырьевой цикл. Первое крупное поглощение в отрасли напитков означает, что институциональный интерес перестал быть теоретическим.



**ЗАВЯЗКА** 1991

### Независимость и начало приватизации

Казахстан объявляет независимость. В течение нескольких месяцев советские заводы — мясоперерабатывающие, молочные, текстильные — переходят в частные руки. Многие достаются менеджерам, которые уже ими управляли; другие — новым предпринимателям, начинавшим как импортёры и перешедшим к производству. Эта когорта основателей будет управлять своими бизнесами следующие три десятилетия.

**КАТАЛИЗАТОР** 1993**Тенге заменяет советский рубль**

Казахстан вводит собственную валюту и начинает болезненный переход к рыночному ценообразованию. Основатели, переживающие монетарный хаос начала 1990-х — гиперинфляцию, распад советских цепочек поставок, исчезновение дистрибуционных сетей, — вырабатывают кризисные инстинкты, которые пригодятся им в каждом последующем потрясении.

**КАТАЛИЗАТОР** 1997**Перенос столицы в Астану**

Назарбаев переносит столицу из Алматы в переименованную Астану. Масштабные государственные строительные расходы катализируют потребительский частный сектор. Запускается вторая волна предпринимателей — строительные материалы, продуктовая розница, аптечные сети — для обслуживания строительного бума и формирующегося городского среднего класса.

**КАТАЛИЗАТОР** 2000**Нефтяной бум — десятилетие роста на 10% ежегодно**

Нефтяные доходы обеспечивают устойчивый экономический подъём, создающий настоящий городской потребительский класс в Алматы и Астане. Бренды, выстроенные в нищете начала 1990-х, внезапно конкурируют в стране, где потребители имеют доступные доходы и начинают предпочитать отечественное качество российскому импорту.

**КРИЗИС** 2008**Банковский коллапс — БТА Банк и заморозка кредитования**

Банковский сектор Казахстана рухнет в ходе глобального финансового кризиса. БТА Банк — тогда крупнейший в стране — терпит крах. Кредиты иссякают полностью. Основатели потребительского бизнеса, набравшие долгов для расширения, внезапно оказываются в экзистенциальном кризисе ликвидности. Выжившие без институциональных спасательных линий делают это за счёт того же личного антикризисного управления, которое построило их бизнес с нуля.

**КРИЗИС** 2015**Девальвация тенге — падение на 50% за шесть месяцев**

Обвал нефтяных цен провоцирует самый тяжёлый валютный кризис с момента независимости. Тенге теряет более половины стоимости. Затраты на сырьё, номинированные в долларах или евро, резко растут. Потребительские расходы сворачиваются. Основатели с экспортной выручкой переживают кризис лучше. Первая волна поглощений иностранными стратегическими покупателями ускоряется.

**БОРЬБА** 2020**COVID нарушает цепочки поставок и дистрибуцию**

Пандемия разрушает региональные цепочки поставок, от которых зависят казахстанские потребительские бренды. Основатели с вертикальной интеграцией и отечественными поставщиками переживают кризис лучше. Shin-Line использует этот период для инвестиций в ₸33,4 млрд в крупнейший завод мороженого в СНГ.

**КРИЗИС** 2022**Кровавый январь и разрыв с эпохой Назарбаева**

Январские протесты 2022 года — самые жестокие гражданские беспорядки со времён независимости — убивают не менее 238 человек и провоцируют политический разрыв, ускоряющий отделение Токаева от назарбаевской эпохи. Риторика деолигархизации усиливается. Часть аффилированных брендов оказывается в состоянии неопределённости. Политическая нестабильность сжимает горизонты преемственности основателей: стимул планировать выход растёт, когда будущее менее предсказуемо.

**ПРОРЫВ** 2026**Raimbek Group теряет франшизу PepsiCo**

Carlsberg инвестирует €100 млн+ в новый завод мощностью 340 млн литров и берёт франшизу PepsiCo с января 2026 года, завершая тридцатилетний союз Раимбека Баталова с брендом. Для самого известного потребительского основателя Казахстана — человека, основавшего первую полностью казахстанскую компанию в Китае ещё в 2003 году, — это экзистенциальная стратегическая развилка. Это и самый ясный сигнал того, что волна перехода в регионе ускоряется.

# Справочник для контактов

Показатель	Справка
Телефон	+7
Валюта	Казахстанский тенге (₸ / KZT) – управляемое плавание; курс: nationalbank.kz
Часовой пояс	UTC+5 (единый часовой пояс по стране с 2024)
Рабочая неделя	Пн–Пт
Столица	Астана
Интернет	.kz (национальный домен)
Мессенджеры	WhatsApp доминирует; Telegram – значимый второй канал
Платёжные системы	Kaspi.kz (Каспи) – QR через суперапп доминирует (~95% торговых точек); межбанковский QR внедряется с 2026; карты – второй по распространённости способ; наличные на сельских базарах
Банковское дело	Подключена к SWIFT; работают карты и переводы; МФЦА (Астана) – финансовая зона английского права
Языки	Казахский (государственный); русский (деловой язык общения)
Въезд	Безвизовый въезд для ЕС/Великобритании/США и ЕАЭС (30 дней за въезд; лимит 90 дней в любые 180); рекомендуется предварительное оформление ЕТА через приложение QazETA (пилот с сер. 2026, дата обязательного применения не подтверждена). Уточняйте актуальные правила.



# Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 0 верифицированных источниках на 1 языке — первичных документах, интервью с основателями и отраслевой прессе. Каждая цифра и каждое утверждение подтверждены независимыми источниками.

Полная методология на [brandmine.ai](https://brandmine.ai).

## О BRANDMINE

Выдающиеся бренды, основанные предпринимателями. Проверенная устойчивость. Готовы сегодня.

Brandmine предоставляет структурированную аналитику по брендам основателей на развивающихся рынках — исследования на языке оригинала, структурированные для принятия инвестиционных решений, в формате специализированных отчётов.

Контакт: [hello@brandmine.ai](mailto:hello@brandmine.ai) Аналитические отчёты Brandmine: [brandmine.ai/intelligence/](https://brandmine.ai/intelligence/)

## ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

### ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, географическая аналитика и бизнес-обзор одного бренда. 15 страниц верифицированной аналитики.

### ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ ОСНОВАТЕЛЯ

Личная дуга основателя от истоков до прорыва. Верифицировано через исследования на родном языке и первичные источники.

### КАРТА РЫНКА

Профили всех верифицированных брендов в секторе — географическое распределение, хронология рынка и обзоры основателей. 25–40 страниц.

### СЕКТОРАЛЬНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ

Аналитика по всему сектору. Все бренды — на уровне обзора, плюс полные дуги трансформации шести брендов, каждый из которых представляет отдельный архетип кризиса. 90–120 страниц.

*Набор в PT Serif и PT Sans. Вёрстка в Typst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.*

*Карты созданы с MapLibre GL · Подложка CARTO Positron · © участники OpenStreetMap*

*Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.*

*Исследование на русском языке.*

*Первое издание · March 2026*

Выдающиеся бренды,  
основанные  
предпринимателями.  
Проверенная устойчивость.  
Готовы сегодня.

**Выдающиеся бренды, основанные  
предпринимателями.  
Проверено 250+ в развивающихся  
рынках.**

Профили устойчивости бренда · Профили устойчивости  
основателя  
Карты рынка · Секторальные аналитические отчёты

Структурированные исследования потребительских брендов  
развивающихся рынков, основанных предпринимателями.  
Издания на английском, русском и китайском языках.

**[brandmine.ai/intelligence/](https://brandmine.ai/intelligence/)**

✉ [hello@brandmine.ai](mailto:hello@brandmine.ai)

🌐 [www.brandmine.ai](https://www.brandmine.ai)

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.0.3