

27 → ПОРА РАСШИРЯТЬСЯ Впрочем, необходимость справляться с кризисными явлениями и недостаток внимания городского руководства не останавливают действующие заводы от новых инвестиций. О планах по расширению производства (причем не только автомобилей, но и комплектующих, что должно привести к росту их добавленной стоимости в РФ) уже объявили заводы GM, Toyota и Nissan.

Еще год назад генеральный директор завода GM Ромуальд Рытвински объявил, что до конца 2014 года компания инвестирует более \$300 млн для увеличения мощностей предприятия со 100 до 230 тыс. авто в год.

В конце мая этого года вице-президент Nissan Колин Додж сообщил, что к 2014 году компания инвестирует €167 млн в удвоение мощностей завода в Петербурге до 100 тыс. авто в год. Кроме этого, производитель построит цеха для выпуска штампованных и пластиковых деталей, а также расширит модельный ряд.

Завод Toyota с сентября перейдет на двухсменный график, что позволит ему удвоить мощности до 50 тыс. авто в год. К концу 2014 года предприятие также инвестирует 2,7 млрд рублей в строительство цехов для производства штампованных и пластиковых деталей, сообщила компания. Кроме этого, у Toyota существуют планы по увеличению производства на

петербургском заводе до 200 тыс. авто в год. Как уже сообщал ВГ, японская компания еще в конце 2009 года подписала с российскими властями новое соглашение о промсборке, продлевающее ей льготы по импорту комплектующих до 2020 года. Оно должно прийти на смену действующему соглашению, истекающему в 2013 году. Если Toyota решит продлить льготы, ей придется построить дополнительные мощности на 150 тыс. авто в год, использовать российскую штамповку и расширить модельный ряд.

Пока о расширении не объявлял только завод Hyundai. В компании говорят, что на данный момент таких планов нет, но там неоднократно подчеркивали, что земельного участка, которым производитель владеет в промзоне Каменка, хватит для увеличения мощностей до 400 тыс. авто в год.

Кроме того, ожидается, что в начале следующего года в промзоне Марьино стартует завод по производству гибридных «Е-мобилей». Летом прошлого года его строительство начали группа ОНЭКСИМ Михаила Прохорова и холдинг «Яровит» Андрея Бирюкова. По плану завод на начальном этапе будет производить 45 тыс. машинокомплектов в год.

К моменту ввода новых мощностей на действующих и уже строящихся автомобильных заводах Петербурга свое предприятие может построить и Fiat, предста-

вители которого объявили, что в дочерней компании, которая займется в РФ производством и дистрибуцией авто, 20% получит российский Сбербанк. Он же выступит инвестором проекта. На организацию производства автомобилей в России Fiat собирается потратить €850 млн. Речь идет о строительстве завода годовой мощностью 120 тыс. авто и об организации производства двигателей. На конвейер петербургского завода в Fiat первую очередь намерен поставить автомобили Jeep.

РЕШАЮЩИЕ КАДРЫ Расширение мощностей автомобильных заводов и их поставщиков создаст дефицит на рынке труда. По данным «Auto-Dealer-СПб», сейчас на автомобильных предприятиях Петербурга задействовано около 8 тыс. человек, еще 4 тыс. рабочих трудятся на поставщиков. В период расширения предприятий в отрасли до 2015 года появится около 10 тыс. новых вакансий, считают в «Auto-Dealer-СПб». Скорее всего, кадровый голод приведет к необходимости искать способы удержать на заводах уже действующих сотрудников. Это может прибавить сил независимым профсоюзам. Так, в мае Межрегиональный профсоюз работников автопрома (МППРА), имеющий ячейки на заводах GM, Nissan и всеволжском Ford, почти одновременно провел громкие акции на этих предприятиях.

На заводах GM и Nissan ячейки МППРА под угрозой забастовок сумели добиться роста зарплат, однако достичь выполнения всех требований не удалось. Очередные выступления профсоюз готовит на конец года, когда, как ожидают в МППРА, число сторонников его первичных организаций увеличится.

ДИНАМИЧЕСКОЕ СООТНОШЕНИЕ Новый инвестиционный цикл на заводах Петербурга также замедлит промышленный рост города. На протяжении последних двух лет автопром был главным драйвером роста промышленного производства в Петербурге. Но сейчас предприятия приближаются к пределу своих производственных возможностей, что наряду с ростом рынка и вынуждает их расширяться. Если по итогам 2011 года объем сборки машин в городе вырос на 250%, то в этом году рост не превысит 50%, а в 2013 году, когда действующие мощности будут загружены полностью, роста производства, скорее всего, не будет вообще, либо он окажется незначительным. Новый инвестиционный цикл закончится в 2014–2015 годах, после чего в Петербурге, вероятно, вновь произойдет взрывной рост производства автомобилей. Тогда же, считают эксперты, город начнет получать от предприятий и прямую финансовую выгоду в виде налога на прибыль. ■

АППЕТИТЫ РАСТУТ

СПРОС НА ТОВАРЫ ПРЕМИУМ-КЛАССА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ СТАБИЛЬНО РАСТЕТ ИЗ ГОДА В ГОД. РОСТ ДОЛИ ПРЕМИУМ-ПРОДУКЦИИ КОЛЕБЛЕТСЯ В ПРЕДЕЛАХ НЕСКОЛЬКИХ ПРОЦЕНТОВ, ОДНАКО В НЕКОТОРЫХ КАТЕГОРИЯХ ДИНАМИКА ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫШЕ.

ИРИНА БЫЧИНА

Екатерина Эдельштейн, директор отдела по работе с клиентами Nielsen, говорит, что ситуация с потреблением товаров премиум-сегмента в России различается в зависимости от категории товара. «Исследования показывают, что потребитель готов платить больше за товары премиум-сегмента в случае, если продукция действительно инновационная и обладает явными для потребителя преимуществами перед аналогами, будь то продолжительность вкуса или новая начинка, яркий пример такой категории — жевательная резинка. В категории сладких газированных напитков рост премиум-сегмента связан с тем, что потребитель интересуется новыми „здоровыми“ безалкогольными напитками», — говорит госпожа Эдельштейн. Среди продуктов питания она выделяет наибольший рост премиум-сегмента на рынке шоколада, где растет объем шоколадных плиток более дорогих марок, и безалкогольных напитков. При этом динамика роста доли премиум-сегмента наибо-

лее низка для категории кофе — она показала примерно трехпроцентный рост по итогам прошлого года, но потребитель переходит с растворимого к сублимированному кофе, который изначально дороже.

Артем Глуценко, руководитель по внешним коммуникациям ГК «О'Кей», подтверждает, что рост на рынке продуктов питания в сегменте премиум есть. «Данная категория развивается с ростом благосостояния покупателей, — комментирует Артем Глуценко. — Рост более или менее равномерный везде — и на рынке сыров и колбасных изделий, и в вине, бакалее, и в кондитерских изделиях. Мы развиваем этот сегмент, так как это позволяет предложить покупателям что-то новое. Из основных трендов можно отметить натуральность и экологичность продуктов», — рассказывает Артем Глуценко.

Наибольший рост премиум-сегмента, по словам Екатерины Эдельштейн, зафиксирован в категории «товары личной гигиены». → 35



ПОТРЕБЛЕНИЕ ДОРОГИХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ОБЕСПЕЧИВАЕТ РАСШИРЕНИЕ СЕТЕЙ МАГАЗИНОВ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ НА ТОВАРАХ ВЫСОКОЙ ЦЕНОВОЙ КАТЕГОРИИ

ТЕНДЕНЦИЯ