

экономика региона

Пивной парадокс

Запрет на продажу пенного напитка в ночное время может вызвать рост его потребления

алкогольный рынок

Прошло почти три месяца с момента введения запрета на продажу в Петербурге пива после 23 часов. Пока на бизнесе мелкорозничных торговых точек запрет пагубно не сказлся. Аналитики полагают, что, возможно, и не скажется — не исключено, что запрет стимулирует еще большее потребление пива. Выиграют от запрета и точки общепита — их выручка в ночное время может вырасти на треть. Хотя пока резкого роста прибавить нет.

По словам генерального директора Ассоциации предприятий общественного питания Константина Белого, запрет на продажу алкоголя ночью спас в кризис многие заведения общественного питания от закрытия. Несомненно, запрет на продажу пива после 23 часов также положительно скажется на ресторанах, кафе. Что касается рассуждений на тему, что люди могут покупать днем и выпивать алкоголь вечером дома, то практика показывает, что все, что покупается заранее, до вечера не доживает», — констатирует он. На просьбу оценить, на сколько процентов может вырасти оборот пива в сетях общественного питания, господин Белый сказал, что оценить этот процент на данный момент не представляется возможным, так как изменения в законе действуют всего несколько месяцев.

Западная культура нам не грозит

Директор Центра исследований федерального и регионального рынков алкоголя Вадим Дробиз сказал, что называть ограничения по времени и местам продажи пива популистскими нельзя. «В России формируется культура продаж пива. Такой культуры потребления, как на Западе, у нас, скорее всего, не будет, так как в России алкоголь дорог, а уровень доходов населения невысок. Сейчас курс взят на укрупнение пивного рынка, в том числе на укрупнение розничных продаж. Все эти ограничения не приведут к тому, что пива будут потреблять меньше, наоборот, потребление вырастет, так как если раньше человек по дороге домой покупал в ларьке бутылку пива, то теперь он покупает больше, — говорит он. — Что касается продажи пива в заведениях общественного питания, то, по моей оценке, продажи могут вырасти до 30 процентов».

Яков Пак, консультант по маркетингу товарищества рестораторов UnoDosTres, говорит, что ужесточение правил реализации пива в

розничной торговле пока не сказалось положительным образом на увеличении оборотов пивных баров и пабов. «В дальнейшем можно ожидать, что определенную выгоду, связанную с ростом оборота, получат демократичные пивные бары вследствие переключения объемов потребления пива из розницы. На объемах продаж премиальных пабов запретительные меры вряд ли скажутся существенным образом. В свое время ужесточение правил розничной торговли крепким алкоголем не привело к серьезному росту продаж пива в кафе, барах и ресторанах. Правда, на этом фоне происходило увеличение количества баров. Думаю, что в связи с ужесточением правил продаж пива рост совокупных сопоставимых продаж, если и будет, то очень незначительный, в пределах одного-двух процентов», — констатирует специалист.

Без эффекта

Председатель совета Союза российских пивоваров, президент пивоваренной компании «Балтика» Исаак Шепс говорит, что деятельность пивоваров в настоящее время осуществляется в условиях серьезных ограничений и запретов, которые в совокупности оказывают влияние на отрасль. «Некоторые ограничения мы считаем чрезмерными. За последние пять лет ставки акцизов на пиво выросли с трех до пятнадцати рублей. Был введен запрет рекламы пива на телевидении, радио, в печатных СМИ и интернете, запрет наружной рекламы и рекламы на транспорте. Антиалкогольная компания, посредством которой государство пытается сократить уровень злоупотребления алкоголем в нашей стране, не достигает своей цели. Это хорошо видно на примере официальных данных, согласно которым половина рынка крепкого алкоголя в России является нелегальной. В то же время к напиткам с малым содержанием алкоголя применяются гораздо более серьезные регулирующие меры, чем по отношению к крепкому алкоголю», — сокрушается господин Шепс.

По словам аналитика ИК «Энергокапитал» Егора Гончарука, по итогам 2012 года в России произведено около 975 млн декалитров пива, что немного ниже показателя 2011 года, когда было произведено 994 млн декалитров.

«Основная тенденция в прошлом году — рост нелегального рынка производства пива с 2 до 7-8 процентов, что в первую очередь связано с увеличением ставок акцизов. В следующем году ожидается их рост до

18 рублей. Импорт в прошлом году вырос на 10 процентов — до 312,3 млн литров, однако его доля составляет всего 2,6 процента, — говорит он. — Сам по себе запрет рекламы пива по телевидению и в интернете и его продажи после 23 часов необходимо рассматривать в контексте проводимой политики государства по ограничению потребления алкоголя и сигарет, что в долгосрочной перспективе негативно влияет на рынок».

Как отмечает Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент», по предварительным данным ФСГС розничные продажи пива в 2012 году выросли в товарной массе на 4,4% и составили около 1,06 млрд дал. «Доля импорта на рынке в последние годы остается сравнительно небольшой — в 2011 году она оценивалась менее чем в три процента. Мы полагаем, что в 2012 году показатель сохранился на сопоставимом уровне — очевидных предпосылок для заметного роста поставок в целом не наблюдалось. На долю локального рынка Петербурга, по примерным оценкам, приходится около пяти процентов в общем объеме рынка», — говорит он.

По мнению господина Клягина, новые нормы регулирования, несомненно, продолжат оказывать определенное давление на пивную индустрию. «Ограничения в дистрибуции, которые предполагают сокращение каналов и ужесточение условий реализации пива, а также запрет на продажу пива в ночной период и в нестационарных торговых объектах могут привести к заметному сокращению продаж. Снижение в диапазоне нескольких процентов представляется вполне вероятным. Вместе с тем для крупных игроков отрасли риски носят скорее умеренный характер. В дальнейшем рынок приспособится к ограничениям и восстановится. Основной вклад в снижение продаж будет вносить сокращение в мелкорозничной сети, на которую, по разным оценкам, приходится не менее 40 процентов реализации пива. Во многих объектах мелкорозничной торговли, особенно нестационарных, продажа данной продукции формирует значительную часть выручки. Нельзя исключать, что вследствие введения новых норм, а также ввиду планируемых ограничений продаж табачной продукции (в совокупности продажа пива и сигарет в среднем генерирует, полагаю, около 60–70 процентов выручки таких торговых объектов) рентабельность в этой сфере сократится, что сделает работу значительной части подобных

игроков нерентабельной, а нишу малопривлекательной», — констатирует он.

Вместе с тем аналитики полагают, что возможное сокращение мелкорозничной сети будет довольно быстро компенсировано развитием других форматов, например, аналогичных западным corner store и convenience store.

По словам Максима Клягина, основные риски в условиях опережающего роста фискальной нагрузки и сокращения каналов розничных продаж — это прежде всего действительно высокая вероятность расширения нелегального оборота. Поэтому, конечно, подобные ограничения должны обязательно сопровождаться повышением эффективности администрирования рынка — в первую очередь в части регулирования розничных продаж.

В ожидании импорта

По словам Дарьи Пичугиной, аналитика агентства «Инвесткафе», по данным за январь — сентябрь 2012 года производство пива в России сократилось на 2,2%. «При этом с 2008 до 2011 года производство пива упало на 13 процентов. Снижается и потребление пива на душу населения. В будущем можно ожидать роста импорта пива, так как пошлины на него в рамках ВТО к 2018 году сокращаются практически до нулевых. При этом качество иностранного пива гораздо выше, а цены растут медленнее. Запрет продажи пива с 23 часов, по моему мнению, пока не повлиял значительно на отрасль, так как прошел только месяц с ввода запрета, он пока не слишком соблюдается. Кроме того, наши граждане уже привыкли делать запасы, как в случае с крепкими алкогольными напитками. Также пока рано судить о том, как данная мера отразилась на обороте баров. Однако, я полагаю, здесь также не будет сильных изменений, так как контингент людей, которые ходят в ресторан, отличается от тех, кто покупает пиво вечером в ларьке, да и качество пива, которое они предпочитают, разное», — подытоживает она.

Эксперты указывают на то, что Россия находится на девятом месте среди крупнейших импортеров пива в мире с поставками на уровне 370,2 млн литров. Однако доля импорта и физические поставки сокращаются, так как основные мировые производители пива имеют на территории нашей страны собственные заводы, на которых достаточно быстро организуется локальное производство выводимых на российский рынок марок пива.

Юлия Чаюн

Отельный шквал позади

Темпы ввода новых гостиниц постепенно сокращаются

индустрия гостеприимства

В 2012 году Санкт-Петербург посетило более 5,7 млн туристов. По сравнению с 2011 годом туристический поток вырос примерно на 4%. Потребность в отелях в городе по-прежнему существует, ввод новых объектов продолжается, хотя темпы прироста инфраструктуры развличений в прошлом году уже были не столь внушительными, как в 2008–2011 годах.

По данным группы компаний AAG, в 2012 году о своем официальном открытии заявили следующие отели в классе «три-пять звезд»: гостиница «Балтия» и гостиница «Бристоль» в классе «три звезды» на 210 номеров, гостиница «Индиго» на 119 номеров в классе «четыре звезды» и гостиница Domina Prestige на 109 номеров в классе «пять звезд». На более поздний срок перенесено открытие гостиниц уровня «пять звезд» на Вознесенском проспекте и на улице Правды на 306 номеров.

По данным Jones Lang La Salle Hotels, к качественному гостиничному фонду в Петербурге сегодня относится около 8,7 тыс. номеров. Но специализирующейся другой компании — NAI Besag — указывают на то, что в городе открыты много мини-отелей, которые не поддаются статистике, поэтому, вероятно, номерной фонд города гораздо больше. Например, по подсчетам GVA Sawyer, к концу 2013 года общий номерной фонд гостиниц в целом по городу составит 16,5 тыс. номеров. Зоса Захарова, генеральный директор компании London Real Invest, считает, что отелей еще больше: по ее

оценкам, на конец 2012 года в Санкт-Петербурге функционировало 645 гостиниц с общим номерным фондом 27,3 тыс. номеров.

И при этом аналитики все равно уверены, что при увеличении туристического потока на гостиничном рынке будет наблюдаться дефицит качественности номерного фонда.

Директор департамента инвестиционных продаж NAI Besag в Санкт-Петербурге Андрей Бойков указывает на то, что по показателю обеспеченности номерного фонда из расчета на количество жителей на сегодняшний день гостиницы Санкт-Петербурга, и России в целом отстают в два раза от среднеевропейского показателя номерного фонда.

Основной рост рынка отелей пришелся на 2008–2011 годы, когда предложение гостиниц современного стандарта в городе увеличилось на 40% — на 3,4 тыс. номеров. При этом сейчас, после этого «ударного» периода, число новых проектов, которые бы находились на активной стадии, невелико. Если говорить о структуре петербургского рынка гостиниц, более половины качественного номерного фонда относится к категории mid-market («три звезды»), а с учетом сегмента economy («две звезды») совокупная доля недорогих гостиниц превышает 60%.

Как подсчитали в Jones Lang La Salle Hotels, нагрузка качественных гостиниц в среднем по городу в январе — ноябре 2012 года составляла 59,1% против 54,8% годом

ранее (+7,8%). Самая высокая загрузка в Петербурге держится в горячий туристический сезон — с мая по сентябрь включительно. В этот период она может достигать 80%. Средняя стоимость номера за ночь (показатель ADR) в рублях выросла незначительно, на 1,4%, и составила 3821 рубль. В свою очередь, показатель Rev PAR (доходность на номер) увеличилась благодаря росту загрузки на 9,4% и достигла 2260 рублей против 2066 рублей годом ранее. Люксовые отели увеличили загрузку на 8,2%, но она составила всего 47,3%. Цена выросла на 1,2%, до 10 784 рублей, доходность увеличилась на 9,5%, до 5097 рублей. Самая высокая загрузка в отелях уровня «три» и «четыре звезды» — 65,6%.

Вячеслав Фадеев, руководитель отдела маркетинга департамента консалтинга компании GVA Sawyer, отмечает, что в структуре номерного фонда отелях категории «четыре звезды» составляет более половины общего объема качественного предложения (52%), в меньшей степени представлены высококласные гостиницы категории «пять звезд» (14%), а гостиницы класса «три звезды» составляют 34%.

Елена Прозорова, консультант отдела консалтинга и оценки компании Maris Part of the CBRE Affiliate Network, полагает, что запланированный на этот и следующие годы ввод отелей категории «пять звезд» негативно скажется на уровне заполняемости этого сегмента, так

как он достаточно насыщен в городе. «Вполне возможно, что это приведет к снижению стоимости номера. Однако в городе недостаточное количество хороших отелей класса „три“ и „четыре звезды“, особенно в центре города. Многие гостиницы устарели и нуждаются в реконструкции, а новые отели в этих сегментах появляются не так часто. Многие из строящихся отелей принадлежат к категории „три“ и „четыре звезды“, но сроки их ввода постоянно меняются. Основная же масса туристов, прибывающая в Санкт-Петербург, не готова платить за отель категории „пять звезд“, но в то же время предпочитает находиться вблизи центра города. На рынок выходят модульные отели, при сохранении разумных цен и высокого качества услуг данный формат будет использоваться у трансферных туристов при деловых поездках и пересадках, у бюджетных групп туристов и прочих», — говорит она.

Зоса Захарова, генеральный директор компании London Real Invest, считает, что наиболее значимые гостиницы, запланированные к вводу в 2013 году, это Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg, Hotel Indigo St. Petersburg Tchaikovskygo, Lotte Hotel St. Petersburg, Courtyard by Marriott Hotel Pulkovo.

Всего в стадии строительства, по данным КИСП, находится 68 гостиничных объектов, в стадии разработки документации — 134 объекта.

РОМАН РУСАКОВ

Динамика ввода гостиничных объектов в Петербурге по годам		
Период	Гостиничных объектов	Гостиничных номеров
2007	9	524
2008	7	1295
2009	35	1404
2010	22	1165
2011	20	1060
2012	8	≈550

Источник: Jones Lang La Salle Hotels

Проекты гостиничной недвижимости Санкт-Петербурга, заявленные к открытию в 2013 году	
Название	Категория/номерной фонд
Вознесенский пр., 1	5*/186
Ул. Правды, 10	5*/120
Ул. Чайковского, 17	5*/119
Marriott International (аэропорт Пулково)	4*/200
наб. реки Фонтанки, 23, литера А	н/д/200
Итого	825 номеров

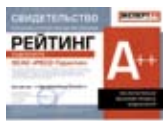
Источник: GVA Sawyer



СТРАХОВАНИЕ

- ОСАГО • КАСКО
- КВАРТИР И ДАЧ
- ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ
- ТУРИСТОВ

Страховое общество «РЕСО-Гарантия» основано в 1991 году и в ноябре 2013 отметит 22-летие своей деятельности. ОСАО «РЕСО-Гарантия» является универсальным страховщиком федерального масштаба. В число основных видов страхования входят страхование автоКАСКО, ОСАГО, ДМС, страхование имущества юридических лиц и граждан. Уставный капитал компании составляет 3,1 млрд - один из самых больших среди российских страховщиков. Компания активно развивается и неизменно входит в Топ-3 крупнейших страховщиков. Самый крупный филиал компании — филиал «Северо-Западный региональный центр» (СЗРЦ) работает в Санкт-Петербурге уже 15 лет и входит в тройку ведущих страховых компаний, представленных на рынке Северной Столицы. С марта 2010 года Центральный офис филиала СЗРЦ переехал в собственное здание — Международный Деловой Центр «РЕСО» — один из самых крупных, современных и высокотехнологичных бизнес-центров Санкт-Петербурга.



В марте 2010 г. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» подтвердило рейтинг надежности ОСАО «РЕСО-Гарантия» на уровне А++ («Исключительно высокий уровень надежности»).



с нами надежнее

Лицензии ФССН К 1209 77 на 102 вида страхования и П 1209 77 на перестрахование

Вакансии опередили резюме

персонал

(Окончание. Начало на стр. 17) Оксана Соломонова, старший консультант Morgan Hunt в Петербурге, рассказывает, что в начале года компаний было проведено исследование социальных пакетов петербургских работодателей. Как показывали данные, в прошлом году абсолютное большинство опрошенных работодателей — 73% — увеличили затраты на поддержание и наполнение соцпакета по сравнению с 2011 годом, при этом ни один работодатель не сократил расходы на соцпакеты.

По мнению специалистов SuperJob, наиболее активно зарплаты росли в сфере ИТ и телекома: +18,6% за прошлый год. В сфере строительства зафиксирован рост на уровне 13%, в банковской сфере — 8%, в сфере маркетинга и рекламы — 9%. В среднем по всему рынку рост зарплаты составил 9,5%.

Естественный отбор

Руководители предприятий отмечают, что, несмотря на дефицит квалифицированных сотрудников, они проводят жесткий отбор. Руководи-

тель НПП «Буревестник» Владимир Цветков рассказывает, что сложнее всего найти инженеров-физиков и конструкторов, потому что таких специалистов выпускают немногие вузы. Кроме того, наблюдается дефицит рабочих-станочников. «Сегодня активно развивается машиностроение, оборонная промышленность, куда привлекаются квалифицированные рабочие», — поясняет господин Цветков.

Проблему нехватки рабочих в НПП «Буревестник» решают с помощью компаний, которые предоставляют временных рабочих. Так предприятие может покрывать всплески производственных программ. Предприятие, по словам его руководителя Владимира Цветкова, тщательно подбирает персонал. «Я позиционировал систему многоуровневых собеседований у Toyota. Несколько экспертов на каждом собеседовании выставляют кандидатам баллы, которые в дальнейшем суммируются и высчитываются в средний балл. Такая рейтинговая система позволяет получить объективный результат», — рассказывает господин Цветков.

Александра Косинова, руководитель отдела по подбору и адаптации персонала ЗАО «3М Россия», рассказывает, что часто на поиск новых сотрудников уходит несколько месяцев. Тщательный процесс отбора дает больше гарантий долгосрочной и успешной работы нового сотрудника, говорит госпожа Косинова. Прежде всего компания заинтересована в привлечении специалистов в области продаж и маркетинга. Кроме того, в этом году планируется увеличить количество технических специалистов, отвечающих за адаптацию решений к требованиям локального рынка и разработку новых продуктов.

«Для привлечения кандидатов мы используем разные инструменты, от классической публикации вакансий на корпоративном сайте до „Программы внутренних рекомендаций“, когда компания выплачивает бонус сотрудникам за помощь в закрытии позиций. Помимо прочего, в 2012 году мы начали активно развивать странички „Жизнь и карьера в 3М“ в социальных сетях („В контакте“, Facebook, LinkedIn), которые позволяют потенциальным кандидатам

„увидеть компанию изнутри“, — рассказывает Александра Косинова.

Юлия Пахомова, начальник отдела подбора, оценки и адаптации персонала пивоваренной компании «Балтика», отмечает дефицит инженеров. «Поскольку пивоваренное производство характеризуется сезонностью, в летние месяцы, в очень напряженный для нас период года, как правило, не хватает рабочих, водителей погрузчиков, грузчиков, производственного персонала на линии. Кроме того, всегда в дефиците, а тем более летом, персонал отделов продаж», — рассказывает в компании.

Чтобы справиться с кадровым дефицитом, «Балтика» реализует программы для студентов и молодых специалистов. «Мы предлагаем студентам пройти практику в различных подразделениях компании, а студенты старших курсов, магистранты и выпускники имеют возможность пройти оплачиваемую стажировку. По ее результатам и при наличии вакансий стажеры получают возможность дальнейшего трудоустройства», — рассказывает Юлия Пахомова.

КРИСТИНА НАУМОВА