

23 → Производителям бетона, чтобы обеспечить сбыт своей продукции, пришлось снижать цену, говорит эксперт. А на Северо-Западе все происходило ровно наоборот: цена в весенние и летние месяцы стала расти, достигнув своего пика в октябре. Объясняется такая динамика может следующим образом. «Во-первых, могли расти цены на исходные материалы для производства бетона, цемента, песка, крупных и мелких заполнителей, не исключен рост других расходов производителей, что привело в конечном итоге к росту отпускной цены товарного бетона. Не исключено, что на Северо-Западе в период „высокого“ строительного сезона наблюдался дефицит бетона, что позволило производителям также поднять цены на него. Учитывая, что его нельзя привезти из другого региона, точнее, это сделает его слишком дорогим, было очевидно, что производители бетона могли воспользоваться сложившейся ситуацией и поднять цены», — рассуждает Дмитрий Баранов.

В 2014 году, по мнению эксперта, спрос на товарный бетон может быть сравним с объемом его потребления в 2013 году. Некоторое снижение его производства в первые два месяца может объясняться сезонным фактором, действие которого затем будет нивелировано.

ПЛЮСЫ КОНКУРЕНЦИИ Начальник отдела маркетинга «ЛСР. Базовые материалы — СЗ» Александр Дубодел констатирует, что объем спроса в январе 2014 года сохраняется на уровне января 2013 года. «По результатам одного месяца трудно судить о динамике всего года, но мы рассчитываем, что годовой прирост объемов рынка составит около 6 процентов», — говорит господин Дубодел.

Он рассказывает, что объем потребления на рынке Петербурга и окрестностей составил около 6,1 млн куб. м. В 2013 году увеличивали и обновляли производственную базу существующие игроки, появлялись и новые. В ближайшей перспективе эксперт не ожидает значительного увеличения объемов потребления бетона.

При этом можно отметить, что высокая конкуренция среди производителей бетона оказывает благоприятное воздействие на рынок в целом, а основной тенденцией ближайшего времени должно стать его качественное развитие, считает Александр Дубодел. «Причем вопрос качественного развития касается не только улучшения характеристик выпускаемой продукции, но и улучшения и расширения сервисных услуг для потребителей: обеспечение комплексных поставок, выпуск новых видов продукции и так далее. При сложившейся конъюнктуре рынка преимущество будут иметь производители, способные обеспечить высокое качество продукции и сервисных услуг, необходимые и своевременные поставки бетона клиентам», — говорит собеседник издания.

Младший аналитик «Инвесткафе» Роман Гринченко ожидает, что с учетом замедления темпов роста экономики в стране в целом тенденция роста производства бетона в 2013 году может смениться снижением. Он добавил, что стоимость для потребителей остается прежней и составляет 4,1 тыс. рублей за кубометр. ■

ПОТЕНЦИАЛ ОСТАЕТСЯ ОГРОМНЫМ

С НАСТУПЛЕНИЕМ БЕЛЫХ НОЧЕЙ В ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТАЕТ ПОТОК ТУРИСТОВ. ДО 2016 ГОДА АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА НАДЕЕТСЯ ДОВЕСТИ ЧИСЛО ВИЗИТЕРОВ ДО 7 МЛН ЧЕЛОВЕК. ПО ИТОГАМ ПРОШЛОГО ГОДА В ГОРОД ПРИЕХАЛИ БОЛЕЕ 6,3 МЛН ТУРИСТОВ. АНАЛИТИКИ ПОЛАГАЮТ, ЧТО БЕЗ СЕРЬЕЗНОГО УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ГОРОДА ДОБИТЬСЯ ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ БУДЕТ СЛОЖНО.

РОМАН РУСАКОВ

Пока аналитики затрудняются давать прогнозы о том, как на турпотоке скажется обострение внешнеполитической обстановки. Так или иначе, говорят аналитики, у Петербурга, на фоне всей остальной страны, потенциал для туристического роста все равно остается огромным. В конце концов, в город туристы ехали даже во времена «железного занавеса».

Максим Клягин, аналитик УК «Финанс Менеджмент», говорит: «Потенциал Санкт-Петербурга, несмотря на сравнительно более высокий уровень трафика, чем в большинстве других крупных городов страны, остается очень высоким. Согласно различным экспертным оценкам, даже в среднесрочной перспективе при условии поддержки индустрии и дальнейшего эффективного привлечения частного капитала вполне возможно увеличение туристического потока как минимум в два-три раза».

Уже сейчас Петербург, без сомнений, располагает целым рядом выдающихся конкурентных преимуществ — от впечатляющего культурно-исторического наследия до развитой транспортной инфраструктуры, сильного потребительского сектора и приближающегося к европейским уровням рынка средств размещения и высокой деловой активности. «Значительная фора позволяет предполагать в перспективе формирование еще более сильного туристического бренда, широкого узнаваемого не только на внутреннем рынке, но и на международной арене», — рассуждает господин Клягин.

Валентин Заставленко, вице-президент группы компаний Springald, добавляет: «Туристический потенциал Петербурга на сегодняшний день используется в лучшем случае на 20 процентов. Потенциал роста — огромный, но его существенно сдерживают несколько системных проблем, главная из которых — качество инфраструктуры. Образно говоря, в Петербурге есть что посмотреть, но абсолютно неоткуда. У нас не хватает мелких предприятий розничной торговли и кафе, где смогут отдохнуть, а заодно и приобрести сувениры, туристы. У нас явная проблема с транспортным трафиком — на наших улицах не то что припарковаться негде, но и просто разъехаться проблема. Мы абсолютно не используем свое географическое положение — Петербург на 100 процентов пригоден для захода малых частных судов, но у нас нет инфраструктуры для их стоянок и есть проблемы с действующим законодательством, регламентирующим пребывание иностранных судов».



УВЕЛИЧИТЬ ТУРПОТОК МОЖНО И ЗА СЧЕТ ВНУТРЕННИХ ТУРИСТОВ — ДЛЯ ЭТОГО НУЖНО ПОВЫСИТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ГОРОДА НОВЫМИ ТОЧКАМИ ПРИТЯЖЕНИЯ

РАСЧЕТ НА ВНУТРЕННИЕ РЕСУРСЫ

Александра Смирнова, директор департамента инвестиционного брокериджа NAI Vesar в Санкт-Петербурге, полагает, что увеличить турпоток в город можно и за счет внутренних туристов. Для этого можно повысить привлекательность города новыми точками притяжения, такими как парк развлечений, который собираются возводить во Фрунзенском районе. «Такой проект не имеет аналогов в России, а значит, будет пользоваться повышенным спросом как у жителей регионов России, так и у иностранцев», — говорит она. Под парком развлечений она имеет в виду проект, который анонсировал петербургский комитет по инвестициям. По словам чиновников, они активно обсуждают с четырьмя китайскими девелоперскими компаниями вопрос финансирования проекта формирования парка развлечений общей площадью 63,8 га во Фрунзенском районе Петербурга. Инвестиции в развитие проекта могут составить \$4 млрд. Правда, инвесторов за полгода чиновники так и не назвали.

Впрочем, Елена Прозорова, консультант — аналитик отдела консалтинга и оценки компании УК Maris в ассоциации с CBRE, говорит, что в 2013 году туристический поток увеличивался за счет российских туристов. «Поездка в Россию для иностранных туристов остается дорогим развлечением. Кроме того, сложности с оформлением документов для получения визы в Россию являются дополнительным барьером для иностранных граждан», — говорит она. Вероятно, после введения санкций ожидать роста иностранных

туристов также не приходится. Хотя недавно губернатор Петербурга выступил с законодательной инициативой, предусматривающей безвизовое нахождение для транзитных авиапассажиров, остающихся в городе не более 72 часов. Власти надеются, что если поправки будут внесены в федеральное законодательство, то турпоток из-за рубежа удастся удержать.

На въездном туризме отразится открытие в 2013 году нового современного терминала аэропорта Пулково, что увеличит пропускную способность к 2014 году до 14 млн пассажиров в год, а также открытие крупнейшего конгрессно-выставочного центра «Экспофорум».

«По итогам 2013 года пассажиропоток аэропорта Пулково составил 12,854 млн человек, что на 15,2 процента больше по сравнению с аналогичным периодом 2012 года», — говорит госпожа Прозорова.

В ПЕТЕРБУРГ ПО ДЕЛУ, СРОЧНО

Также аналитики полагают, что в городе до сих пор не раскрыт потенциал делового туризма.

Светлана Попова, маркетинг-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент», говорит: «Именно бизнес-туризм позволяет сглаживать пропасть между высоким и низким туристическими сезонами, на которую экономика Петербурга реагирует очень болезненно. Конечно, сейчас основной поток иностранных деловых туристов обеспечивается, так сказать, политической волей — инициаторами многих мероприятий являются не отдельные компании и бизнес-сообщество, а органы власти городского и федерального значения. → 26