

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЭКОНОМИКА РЕГИОНА

ЦЫПЛЕНОК
БЕЗ ТАБАКА / 14
WI-FI ПО ПАСПОРТУ / 18
ИНТЕРНЕТ В ОЖИДАНИИ
НАЛОГОВ / 20
СЛИТЬСЯ
ПО-ТИХОМУ / 29

Понедельник, 15 сентября 2014 №165/1
(№5438 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №13–32
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года

Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

BUSINESS GUIDE

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА ЗАО «ЦДС»

ГРУППА КОМПАНИЙ
ЦДС

15
лет

Реклама



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЭКОНОМИКА РЕГИОНА»

ЛЕГКОРЕЛЬС КАТАЕТСЯ
ПО КРУГУ

Администрация Петербурга утвердила проект строительства линии легкорельсового трамвая. Вообще-то проект легкорельса в городе существовал еще при прежней администрации Валентины Матвиенко. Однако новый градоначальник практически сразу поставил под сомнение необходимость реализации проекта. Впрочем, спустя пару лет идея строительства инфраструктуры для нового для города вида транспорта была реанимирована. Конкурсы на выбор инвестора власти обещают объявить еще до конца нынешнего года.

Городскими властями уже даже называются страны, из которых к нам готовы прийти инвесторы, только и мечтающие о том, как бы поскорее вложить в легкорельс миллиарды рублей. Причем, как это ни удивительно в нынешней геополитической ситуации, многие эти инвесторы — из Европы. Политическая и экономическая нестабильность, не говоря уже о санкциях, не пугают эти уважаемые корпорации. Правда, информация о том, что компании-инвесторы спешат заключить контракт на строительство легкорельса, исходит лишь от петербургских чиновников. Ни одного сколько-нибудь конкретного заявления со стороны представителей самих компаний по поводу проекта не прозвучало.

Понятное дело — такой крупный и важный для города инфраструктурный проект требует тщательного изучения. И, кстати, корректировки. И первый контракт на приспособление под нынешние требования уже заключен — на сумму 39 млн рублей. Надо полагать, будут и другие контракты, которые «подготовят почву» для старта такого крупномасштабного начинания. Безусловно, в рамках подготовки будут и многодневные зарубежные командировки смолянинских чиновников: и в Европу, и в Азию (среди потенциальных инвесторов называются также абстрактные «китайские компании»). Вся эта подготовительная канитель может растянуться на годы (хотя контракт с каким-нибудь инвестором может быть заключен уже и в следующем году).

А потом власть в городе сменится. И новая команда станет приспосабливать в очередной раз проект под свои представления о том, каким он должен быть, заказывать новые конкурсы на его корректировку, ездить в загранкомандировки и выбирать из великого множества инвесторов того единственного, который однажды доведет многострадальный проект до конца.

ЦЫПЛЕНОК БЕЗ ТАБАКА

С 1 ИЮНЯ 2014 ГОДА В РОССИИ СТАЛ ДЕЙСТВОВАТЬ ЗАПРЕТ НА КУРЕНИЕ В ЗАВЕДЕНИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ. ПО ДАННЫМ ФЕДЕРАЛЬНЫХ АНАЛИТИКОВ, ДАЖЕ ПО ИТОГАМ ОДНОГО МЕСЯЦА С МОМЕНТА ВВЕДЕНИЯ ЭТОГО ЗАПРЕТА ДОХОДЫ ЗАВЕДЕНИЙ СОКРАТИЛИСЬ НА 15–20%. А РЯД ПЕТЕРБУРГСКИХ ЭКСПЕРТОВ ГОВОРIT О ТОМ, ЧТО НА ФОНЕ ВСЕХ НЕГАТИВНЫХ СОБЫТИЙ, СВЯЗАННЫХ С МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИЕЙ, САНКЦИЯМИ, ЗАПРЕТ НА КУРЕНИЕ СТАЛ ТЕМ АСПЕКТОМ, КОТОРЫЙ НЕ ОКАЖЕТ СИЛЬНОГО ВЛИЯНИЯ НА ОБЩЕПИТ.

ЮЛИЯ ЧАЮН

Антитабачный закон вступил в силу в июне 2013 года, однако действие его некоторых частей отложили на год. Так, с 1 июня 2014 года, как ранее писал „Ъ“, под запрет попало курение сигарет, сигар и кальянов в кафе, барах и ресторанах (до сих пор это можно было делать в изолированных помещениях), а также в гостиницах, поездах дальнего следования и на платформах пригородных электричек. Запрещается торговля табаком в киосках, а в магазинах вне закона окажутся сигаретные витрины — покупателю должны предложить преискурант на табак, набранный одинаковым шрифтом без логотипов производителей. Субъектам федерации даны полномочия вводить дополнительные запреты.

Уже через месяц после введения этой ограничительной нормы, по данным Федерации рестораторов и отельеров России, доходы заведений упали на 15–20%. Больше всего снизилась выручка кофеен и бильярдных.

Эксперт по личному финансовому планированию, директор «Центра финансовой культуры» Роман Аргашков также подтверждает, что у кафе и ресторанов уже упали выручки. «Особенно у тех, которые делали большой упор на курение кальянов. У таких заведений снижение оборотов достигло 40–50 процентов. Но даже у обычных кафе и ресторанов возникают проблемы в связи с тем, что курильщики реже стали посещать эти заведения или проводить в них меньше времени, оставляя меньше денег в связи с невозможностью покурить. Где выход, рестораторы пока не знают, многие находятся в выжидательной позиции, в поисках идей, как компенсировать это падение», — подчеркивает он.

НАДЕЖДА НА ПОТЕНЦИАЛ Некоторые эксперты, подтверждая усиление давления на рынок общественного питания, все же считают, что эффект от запрета не так страшен.

Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент», говорит, что последние ограничения в сфере табакокурения, вполне вероятно, в моменте могут оказывать некоторое давление на трафик заведений общественного питания, но негативный эффект в данном случае будет носить ограниченный характер. «Как показывает практика ряда других стран, в отсутствии альтернатив потребители достаточно быстро перестраивают свои привычки, и в среднесрочной перспек-



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

В СРЕДНЕСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ СПАД ПОСЕЩЕНИЯ РЕСТОРАНОВ ИЗ-ЗА ЗАПРЕТА НА КУРЕНИЕ ПОЛНОСТЬЮ НИВЕЛИРУЕТСЯ

тиве возможный временный спад полностью нивелируется. При этом индустрия общественного питания действительно испытывает сейчас значительное снижение спроса, но причиной выступает скорее не запрет на курение, а общая сложная макроэкономическая ситуация. В краткосрочной перспективе на фоне спада в экономике, усугубляющегося последствиями роста внешнеполитических рисков, индустрия общественного питания будет оставаться под давлением. В условиях сокращения доходов, сопровождающихся сравнительно высокой инфляцией, спрос на этом рынке будет снижаться. В 2014 году рост в секторе в сопоставимых ценах будет минимальным, а при неблагоприятном сценарии нельзя исключать и умеренного снижения продаж. Тем не менее фундаментально потенциал рынка остается очень значительным, что в среднесрочной перспективе, по мере восстановления экономического роста, обеспечит рынку устойчивое развитие», — считает он.

Мария Шишкина, аналитик ИК «Русс-Инвест», уверяет, что данный запрет не оказал сильного влияния на выручку ресторанов и кафе, так как основную долю дохода им приносит все же продажа напитков, алкогольных и безалкогольных. «При этом никто не запретил курить вне паба, на улице. И наши рестораторы научились обходить закон, по крайней мере, в летнее время: нередко было разрешено курить на летних террасах. Опять же обратимся к зарубежному опыту, где запрет курения в ресторанах и кафе — это уже обычное явление. Например, в Соединенных Штатах Америки нет федерального закона, регламентирующего курение, правила отличаются от штата к штату. Например, в Нью-Йорке запрет на курение в кафе и ресторанах введен с 2002 года, с 23 мая 2011 года — в парках, на пляжах и площади Таймс-сквер. При этом бары и кафе не терпят каких-либо убытков. С другой стороны, в плюсе оказались производители и продавцы электронных сигарет, курение которых не запрещено в

общественных местах. Те же курильщики могут использовать электронные сигареты в барах и ресторанах. Если мы посмотрим закон, то речь идет о табачном дыме, а не о никотиновом. Но это уже вопросы к юристам», — говорит она.

СТРАШНЕЕ ЗАПРЕТА НА КУРЕНИЕ Опрошенные BG участники рынка и эксперты считают, что наибольшее негативное влияние на бизнес кафе и ресторанов оказывают нынешняя макроэкономическая и внешнеполитическая ситуации, а никак не запрет на курение.

По словам Алексея Бурова, совладельца группы компаний «Пивная карта», на фоне всего происходящего со взаимоотношениями России с Западом, взаимными санкциями, макроэкономической ситуацией в стране, а также с повышением цен на продукты запрет на курение никак не повлиял на рынок общепита. «Это все равно как прошел бы дождь в пять утра, на который никто не обратил бы внимание. Любой негативный тренд имеет отложенный эффект, так что рынок общественного питания еще ждут непростые времена. Многие компании будут вынуждены поменять концепцию, изменить ассортиментную политику, многие закроются. Снизится напряжение на рынке человеческих ресурсов, повысится конкуренция среди поставщиков. По моим оценкам, все это произойдет в течение года-полтора лет, уже перед новогодними праздниками следует ждать снижения корпоративных заказов. С другой стороны, ситуацию будут поддерживать граждане, которые отказались от поездок за рубеж, они будут ходить в бары и рестораны по инерции. Экономическая ситуация сейчас не рисует радужных картин», — заключает господин Буров.

Исполнительный директор Ассоциации общественного питания Дмитрий Гуляев отмечает, что все же запрет на курение нельзя сбросить со счетов. «Летом это было не так заметно, так как, пока было тепло, все выходили курить на улицу или курили на террасах. Кстати, рестораторы столкнулись с тем, что стало увеличиваться количество краж — люди после еды в заведении выходили покурить и зачастую не возвращались, чтобы оплатить счет. Впрочем, общепит нашел выход из положения: руководство начало штрафовать официантов, которые стали более внимательно следить за поведением клиентов. Так вот, возвращаясь к курению, я полагаю, что зимой эффект от запрета курения в ресторанах не заставит себя ждать, и люди, которые заходили выпить чашку кофе или провести деловую встречу, скорее всего будут делать это у себя в офисе», — говорит господин Гуляев.

Что касается немногочисленных петербургских кальянных, то, как отмечает господин Гуляев, эти заведения стали использовать фруктовые смеси, не прибегая к табаку.

По словам Игоря Гущева, старшего партнера юридической компании «Дювернуа Лигал», в федеральном законе «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» под запретом курения в таких общественных местах, как точки общепита, оказался именно табак. «Иными словами курить смеси, не содержащие табак, не запрещено. Так что кальянные наверняка стали предлагать смеси, в которых не используются табачные листья», — заключает эксперт. ■

ЭМБАРГО ПОСАДИЛО НА БЛИННУЮ ДИЕТУ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЕ ЭМБАРГО ЗАТРОНУЛО БОЛЬШИНСТВО РОССИЙСКИХ РЕСТОРАНОВ, КАФЕ И БАРОВ. ОДНАКО ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ВСЕХ ОКАЗАЛИСЬ РАЗНЫМИ. В ЧИСЛЕ НАИБОЛЕЕ ПОСТРАДАВШИХ — РЕСТОРАНЫ ВЫСОКОЙ КУХНИ, В ТО ВРЕМЯ КАК НА ЗАВЕДЕНИЯХ С РУССКОЙ КУХНЕЙ НОВЫЕ УСЛОВИЯ РАБОТЫ ПРАКТИЧЕСКИ НЕ СКАЗАЛИСЬ. ОЛЬГА ЛАЗАРЕВА

Продовольственное эмбарго, введенное президентом России 6 августа 2014 года, поставило под запрет мясные и молочные продукты, рыбу, овощи, фрукты и орехи из стран Евросоюза, США, Австралии, Канады и Норвегии. Все эти продукты активно использовались российскими рестораторами. Спустя 2,5 недели после опубликования списка запрещенных к ввозу продуктов многие из заведений начали бить тревогу.

Одно из пострадавших заведений — ресторан «Можно» в Петербурге, меню которого построено на принципах диеты Дюкана. «На нас санкции отразились негативно, — рассказывает соучредитель и генеральный директор ресторана «Можно» Иван Феоненко. — Например, пропал норвежский лосось. Мы пробовали использовать чилийский, но он гораздо дороже — на 15–20 процентов — и хуже по качеству. Мы планируем отправиться на поиски хорошего лосося в Карелию, попробуем найти местное сырье. Также для нас, как для диетического ресторана, очень большой потерей стало исчезновение обезжиренного творожка Valio. На его основе мы готовили ряд десертов. Найти интересную замену этому продукту нам также пока не удалось».

По словам ресторатора, исчезновение ряда «западных» продуктов привело к росту цен на их российские аналоги. «Всего за неделю виноград подорожал со 115 до 195 рублей, говядья вырезка с 550 до 615 рублей, горошек — с 465 до 565 рублей. Из-за этого рентабельность нашего бизнеса потихоньку снижается. В сентябре мы будем обновлять меню, уберем из него ряд блюд, пересмотрим цены. Мы не хотим их повышать, но, думаю, по ряду позиций они поднимутся на 15–20 процентов. Надеюсь, не выше», — сообщил господин Феоненко.

На итоговой стоимости блюд сказались не только повышение цен поставщиками, но и удлинение логистической цепочки. «Московские рестораторы сейчас активно прорабатывают вариант закупки европейских продуктов через поставщиков соседних стран — Белоруссии и Казахстана, — рассказывает руководитель направления стрит-ритейла компании JLL в Санкт-Петербурге Анна Лапченко. — Зависимость рестораторов от импорта не стоит недооценивать, и это касается не только премиальных заведений. Например, доля поставляемых из-за рубежа продуктов для сети пивных среднего ценового уровня достигает 70 процентов. Заменить большинство из них на отечественные невозможно, качество российских продуктов далеко не всегда соответствует стандартам, к которым привыкли посетители.

Например, найти качественное мясо для стейка у российского производителя — задача достаточно сложная», — отмечает эксперт.

Помимо пивных и ресторанов высокой кухни, эмбарго затронуло и деятельность заведений, специализирующихся на итальянской кухне. «У наших поставщиков заканчиваются такие позиции, как сыр пармезан, некоторые виды овощей (в частности, салат Ромейн), томаты черри, лосось. По другим позициям на фоне замены продукции на российские и белорусские аналоги мы видим удорожание на 5–10 процентов», — констатирует совладелец и генеральный директор сети ресторанов Pelipasta Павел Басов.

Повышение цен накупаемую продукцию отмечает и генеральный директор сети ресторанов «Две палочки» Максат Ишанов: «Цены однозначно повысились. Значимую часть нашего товарооборота составлял норвежский лосось, запрет ввоза которого стал для нас, пожалуй, наиболее заметным неудобством. Кроме того, под запрет попали некоторые овощи, фрукты, мясо, сыры, которые мы также используем в приготовлении. В данный момент идет активная проработка альтернативных путей поставки продуктов. Мы проверяем качество, условия логистики. Возможно, часть блюд будет выведена из меню. Но это не коснется топовых позиций, которые пользуются высоким спросом и любовью наших гостей». По словам господина Ишанова, в данный момент повышение цен в сети не проводится. «Если нам все же придется повысить цены на те или иные позиции, то они вырастут не более чем на пять процентов. Но и такое повышение цен — это самая крайняя мера», — отмечает ресторатор.

А вот у общепитов, предлагающих посетителям блюда русской кухни, серьезных проблем после введения эмбарго не возникло. «На нас ответные санкции практически не отразились. Основная часть нашей продукции всегда была российского производства. Сейчас мы выбираем поставщика рыбной продукции, и это, наверное, единственное, что нас беспокоило и в Москве, и в Петербурге. Но этот вопрос уже практически улажен», — сообщил основатель и акционер сети ресторанов «Теремок» Михаил Гончаров. По словам бизнесмена, ни одно блюдо не будет выведено из меню, все заведения работают так же, как и до введения эмбарго. «Некоторую часть продукции мы просто заменили российскими аналогами. Для нас важна стабильность, поэтому по каждому продукту мы имели два и даже три резервных

поставщика на случай сбоя в поставках или проблем с качеством. Сейчас эта работа принесла свои плоды», — констатирует господин Гончаров.

Анализируя реакцию рынка на события последних недель, эксперты не отмечают значительного спада в сегменте общественного питания. «Если санкции и скажутся на выручке ресторанов, то незначительно и, конечно, не приведут к закрытию заведений. В зону риска попадают рестораны узкой национальной кухни, а также рестораны sea food, специализирующиеся на блюдах, приготовленных исключительно из импортного сырья», — считает региональный директор департамента торговой недвижимости Colliers International Анна Никандрова.

Однако экономическая нестабильность первого полугодия уже сказалась на темпах развития общепитов, а усиленная продовольственным эмбарго, она привела к приостановке развития некоторых сетей. «Многие рестораторы сейчас взяли паузу, ожидая дальнейшего развития событий. Скорее всего, ожидание продлится до конца года, — прогнозирует руководитель отдела торговых помещений Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate Ольга Аткачис. — Те сети, что продолжают свое развитие в текущем году, пока не пересмотрели параметры заявок на новые помещения. Арендные ставки на помещения под общепиты также пока не пошли вверх, и, думаю, не пойдут. Даже если цены в ресторанах и вырастут, бизнес не сможет платить более высокую арендную ставку, чем сейчас».

При этом многие рестораторы уже сейчас внимательно оценивают посещаемость своих заведений, пытаются понять, снизилась ли она. В условиях нестабильности потребители, как правило, сокращают расходы, снижая количество посещений ресторанов и размер чека. В такой ситуации все будет зависеть от гибкости бизнеса и его умения перестраиваться в меняющихся условиях, считает директор департамента брокериджа NAI Bescar в Санкт-Петербурге Михаил Рожко. «Посмотрите на запрет курения — мы не слышим о массовом закрытии кафе и ресторанов после вступления в силу данного закона. Так же будет и сейчас: рестораны немного пересмотрят ценовую политику, сделают акцент на рекламе и маркетинге, предложат оригинальные мероприятия, привлекающие гостей, и бизнес будет жить. Другое дело, что бизнес, включая и ресторанный, не должен постоянно выискивать лазейки и придумывать, как выжить в условиях отсутствия правил игры. Бизнес должен нормально работать, а не выживать», — считает эксперт. ■

ГОРОД РАЗРУБИТ ТЕПЛОВОЙ УЗЕЛ

КОМИТЕТ ПО ЭНЕРГЕТИКЕ И ИНЖЕНЕРНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА СОЗДАЛ РАБОЧУЮ ГРУППУ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ СТАНДАРТОВ УЧЕТА ТЕПЛОВОЙ ЭНЕРГИИ ПО ИНИЦИАТИВЕ УК «ХОЛДИНГ „ТЕПЛОКОМ“». НЕОБХОДИМОСТЬ В ЭТОМ БЫЛА ПРОДИКТОВАНА ТЕМ, ЧТО ПЕРЕД НАЧАЛОМ ОТОПИТЕЛЬНОГО СЕЗОНА ГОРОД СТОЛКНУЛСЯ С ТЕМ, ЧТО МНОГИЕ УЗЛЫ УЧЕТА НЕ РАБОТАЮТ. ЮЛИЯ ЧАЮН

Подготовленные рабочей группой стандарты, согласованные с профильными комитетами правительства Санкт-Петербурга, будут применяться в качестве руководящих документов и технических требований при проведении конкурсных процедур на установку и обслуживание узлов учета в Петербурге.

ЗА ВСЕ В ОТВЕТЕ По словам генерального директора холдинга «Теплоком» Андрея Липатова, для того чтобы понять, почему компания выступила с инициативой разработать перечень требований к процедурам проектирования, монтажа, пусконаладки узлов учета, а также перечень требований к самому оборудованию и его последующему сервису, необходимо рассказать предысторию. Ежеженедельно в жилищном комитете Петербурга проводятся совещания, во время которых главы районов говорят о различных проблемах, в том числе и о проблемах, связанных с установкой узлов учета теплоэнергии, особенно в свете приближающегося отопительного сезона.

«Когда узлы учета не работают, администрации районов считают, что ответственность на производителе. В Петербурге большинство расходомеров и вычислителей нашего производства, однако не все оборудование было смонтировано нами или компаниями, которые мы обучали», — говорит господин Липатов.

Чтобы разобраться в вопросе, специалисты «Теплокома» выезжали на объекты и во время этих рейдов выяснили, что часть узлов учета не работает, потому что не подключена к электроснабжению. Некоторые из них не были установлены в соответствии с регламентом, разработанным в компании, и поэтому не функционировали, а некоторые из приборов учета не проходили периодическую поверку, которая должна проводиться каждые четыре года.

«После опроса представителей управляющих компаний, которые присутствовали при осмотре объектов, выяснилось, что договоры на обслуживание узлов учета заключены с неизвестными нам компаниями, обслуживающими оборудование без регламента и без специальных знаний. А оборудование состоит из высокоточных приборов учета. Приведу пример: когда вы сдаете в ремонт машину, СТО поясняет, что конкретно ее специалисты будут делать — меняют масло, посмотрят втулки и так далее. Такой же регламент работ должен быть составлен в отношении узла учета. Во многих договорах, которые заключают ТСЖ с какими-то компаниями, есть строка „Обслуживание узла учета“, указана цена и все. Дальше организация получает деньги и неким образом пытается обслуживать этот узел учета. Стоимость обслуживания одного



СПЕЦИАЛИСТЫ ХОЛДИНГА «ТЕПЛОКОМ» НЕ ХОТЯТ ДОПУСКАТЬ НА РЫНОК СЕРВИСА УЗЛОВ УЧЕТА ЭНЕРГИИ ПОСТОРОННИЕ КОМПАНИИ

узла составляет 2,5–3 тыс. рублей в месяц, в доме может быть несколько узлов, а у управляющей компании на обслуживании несколько домов, таким образом, это неплохой доход для „серых“ компаний, которые деньги берут, но реально не занимаются никаким сервисом в отсутствие регламента работ и профессиональных специалистов. А учитывая, что управляющие компании меняются, договоры часто теряются, то потом просто не найти концов. К примеру, во время наших проверок мы сталкивались с тем, что приборы были просто „посажены“ на трубу без врезки дополнительного участка. Естественно, они не могут мерить поток в трубе. Зачастую обслуживание узлов учета состоит в том, что нанятые организации заходят в подвал, смотрят, горит ли лампочка в подвале, не течет ли узел учета, и на этом все заканчивается», — говорит Андрей Липатов.

После того как специалисты «Теплокома» выявили эти проблемы, руководство холдинга направило письмо профильному вице-губернатору Владимиру Лавленцеву с предложением разработать региональный стандарт.

Господин Липатов поясняет, что с помощью внедрения стандартов работы удастся упорядочить рынок сервиса. «Управляющие компании или ТСЖ должны понимать, какой перечень требований предъявлять к сервисной организации, какой перечень работ она должна производить, за что получает деньги, ведь, по сути, платят жители. Нам удалось донести до администрации города всю важность этой проблемы и необходимость стандартизации процедур. По распоряжению Владимира Лавленцева была создана рабочая

группа во главе с советником председателя комитета по энергетике Михаилом Гришутиним. Мы предоставили нормативные документы, которые создавали в рамках нашей законодательной работы в комитете по энергетике ГД РФ, а также новые правила коммерческого учета и методические рекомендации, которые мы разрабатывали вместе с некоммерческим партнерством „Российское теплоснабжение“, — поделился он.

Кроме того, «Теплоком» обратился в НК «Метрология энергосбережения», к производителям приборов учета «Взлет», НПФ «Логика», и, как отмечает Андрей Липатов, все они ответили положительно и направили своих представителей. Первое заседание состоялось 25 августа. «В течение ближайших четырех месяцев мы разработаем региональный стандарт для Петербурга, и после того как он будет одобрен руководством города, сможем использовать его и в Ленинградской области», — заключает господин Липатов.

ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ «ДЛЯ ГАЛОЧКИ» Как ранее писал „Ъ“, стимулировать российские компании к принятию мер по экономии должен был закон № 261-ФЗ «Об энергосбережении и энергоэффективности»: в 2009 году он обязал бюджетный сектор и организации с госучастием проводить энергетические обследования. Однако специалисты утверждают, что, открыв огромный рынок коммерческого энергоаудита, это требование мало повлияло на реальную картину энергоэффективности российских предприятий. «Большинство таких энергетических обследований проводится формально и без какого-либо серьезного обоснования

мер по сбережению энергии. Аудитор не несет никакой ответственности за программу мероприятий и расчеты. Руководителю предприятия надо поставить на полку энергетический паспорт и банально избежать вопросов или штрафов от проверяющих организаций», — поделился генеральный директор энергосервисной компании ПНЭСКО Сергей Цакунов.

Рост стоимости энергоресурсов в конечной цене товара подстегивает собственников российских промышленных предприятий постепенно внедрять энергосберегающие технологии на производствах, говорит генеральный директор ООО «Энергоконтроль» Александр Борошнин. Однако серьезного желания экономить каждый киловатт пока нет.

До конца прошлого года энергетический паспорт должны были получить городские и муниципальные администрации, государственные и муниципальные учреждения, организации, осуществляющие деятельность в области тепло-, электро-, газо-, водоснабжения и канализации, а также в области пассажирских перевозок. Кроме того, в список вошли организации, осуществляющие производство и транспортировку воды, природного газа, тепловой энергии, добычу ресурсов. Также обязаны пройти аудит все промышленные, транспортные и сельскохозяйственные предприятия, торгово-развлекательные комплексы, бизнес-центры и другие организации с потреблением ресурсов на сумму свыше 10 млн рублей в год. По закону энергетический паспорт должен был пройти экспертизу СРО с присвоением реестрового номера уже до конца 2012 года. После этого паспорт должен был быть принят Минэнерго. На деле установленные сроки были сорваны, и даже сейчас остаются «должники».

На практике ситуация сложилась непростая, говорит господин Борошнин. «Специалистами нашей компании был проведен энергоаудит в школах и на промышленных предприятиях Петербурга и в ряде районов Ленобласти. Есть районы, где лишь 20 процентов муниципальных учреждений провели энергоаудит», — говорит эксперт.

В 2011–2012 годах, по словам собеседника издания, был ажиотажный спрос на услуги по проведению энергоаудита. На рынок пришли компании, которые, не имея в своем штате квалифицированных специалистов, специального оборудования, проводили энергоаудит только на бумаге. Все это сопровождалось демпингом на данную услугу, говорит господин Борошнин. В то же время целью энергоаудита должен быть не энергетический паспорт как некая бумага с печатью, а профессиональное заключение, которое содержит информацию о потенциале энергосбережения. ■



**МЫ СТРОИМ
БУДУЩЕЕ**

www.cds.spb.ru



РЕКЛАМА

WI-FI ПО ПАСПОРТУ

НЕОБХОДИМОСТЬ АВТОРИЗАЦИИ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ WI-FI В ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕСТАХ, КТОРУЮ УТВЕРДИЛО ПОСТАНОВЛЕНИЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА РФ № 801, КАК ОПАСАЮТСЯ ЭКСПЕРТЫ, МОЖЕТ ПРИВЕСТИ К ТОМУ, ЧТО ДАННЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОДАДУТ В СПИСКИ СПАМ-РАССЫЛОК.

ЮЛИЯ ЧАЮН

Процедура авторизации будет выглядеть так: оператор связи перед открытием доступа предложит пользователю ввести номер мобильного телефона, на который будет направлен код для подтверждения данных. По мнению источника ВГ, знакомого с подготовкой постановления, так будет происходить в подавляющем большинстве случаев. «Примерно так же происходит авторизация в США, Европе, Китае, Великобритании», — перечисляет он. Предусмотрен и другой вариант: указать фамилию, имя и отчество, которые подтверждаются учетной записью на Едином портале госуслуг, «документом, удостоверяющим личность, или иным способом, не противоречащим законодательству». В Минкомсвязи настаивают: идентификация пользователей в публичных точках Wi-Fi требуется в рамках исполнения требований пакета антитеррористических законов, принятых в мае этого года.

Стоит отметить, что понятие «Wi-Fi в публичных местах» будет трактоваться максимально широко: под него подпадают вообще все точки открытого доступа к Wi-Fi. «Получить анонимный доступ в интернет через Wi-Fi в публичных местах будет невозможно», — подтверждал ранее один из источников.

Обязанность по идентификации пользователя будет ложиться на операторов связи, говорит источник ВГ в одном из министерств. Для этого, по его мнению, потребуются создать общую базу данных абонентов: если абоненты одного оператора будут подключаться к интернету через Wi-Fi другого, тому нужно будет убедиться, что предоставленные данные достоверны. «Пока этот вопрос до конца не проработан, но принципиально он решен, и для операторов это не станет большим обременением. Это сугубо вопросы безопасности», — утверждает собеседник ВГ.

Эксперты, опрошенные ВГ, считают, что технически собирать и обрабатывать информацию от нескольких операторов не очень сложно.

Как цитирует ИА «Интерфакс» первого заместителя главы думского комитета по информационной политике Леонида Левина, «ажиотаж вокруг нововведения правительства искусственно нагнетается, к тому же не стоит забывать, что большинство граждан, и тем более в больших городах, пользуются интернетом через сим-карты, не имея особой необходимости пользоваться Wi-Fi».

ПОСЯГАТЕЛЬСТВА НА СВОБОДУ Между тем участники рынка и аналитики настроены довольно пессимистично.

По оценкам генерального директора компании «Обит» Андрея Гука, если идентификация пользователей будет введена в том виде, в котором ее хотят ввести власти, то общественные точки доступа Wi-Fi потеряют до 30% активных пользователей. «Те, кто пользуются Wi-Fi непродолжительное время, не станут „замораживаться“ с отправкой SMS, получением кодов и тому подобными вещами. Сейчас рынок общественно доступного Wi-Fi является бесплатным, оператор связи использует точки доступа как маркетинговый ход, способ продвижения бренда. А после реализации проекта идентификации придется нести затраты на SMS, на хранение информации, наверняка многие заведения откажутся платить за это деньги, то есть рынок Wi-Fi ждет сокращение. Никаких положительных моментов во внедрении этой инициативы я не вижу: тот, кто захочет нарушить российское законодательство, не будет пользоваться бесплатным общественным доступом к Wi-Fi, никто так никого не поймает, а вот жизнь законопослушных граждан сильно испортят», — заключает господин Гук.

Эксперт по личному финансовому планированию, директор «Центра финансовой культуры» Роман Аргашоков уверен, что данная инициатива властей — очередной шаг к увеличению степени контроля над обществом. «В случае заинтересованности в каком-либо человеке представители силовых структур получают возможность проанализировать его активность в интернете и достичь разных целей от составления психологического портрета до судебного иска за конкретный опубликованный пост или комментарий. Конечно, при большом желании данное ограничение обходится регистрацией с подставного телефона. Но вполне возможно, что SMS-код — это просто попытка снизить напряжение вокруг данной темы. Уверен, что количество регистраций это снизит несущественно, так как большинству скрывать особо нечего», — считает он.

Тимур Нигматуллин, аналитик независимого аналитического агентства «Инвесткафе», отвечающий за телекоммуникации, IT и макроэкономику, говорит, что введение идентификации (например, по SMS) приведет к снижению популярности данной услуги, так как необходимы будут вложения для модернизации сетей. «Также, например в случае с метро, подобная идентификация зачастую невозможна. Идентификация позволит более точно отслеживать действия посетителей в сети со всеми вытекающими плюсами для безопасности и минусами для свободы действий. Подобные методы применяются



ПРЕДСТАВИТЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО «АЖИОТАЖ ВОКРУГ НОВОВВЕДЕНИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА ИСКУССТВЕННО НАГНЕТАЕТСЯ». К ТОМУ ЖЕ НАРОДНЫЕ ИЗБРАННИКИ ПОЛАГАЮТ, ЧТО БОЛЬШИНСТВО ГРАЖДАН ПОЛЬЗУЮТСЯ ИНТЕРНЕТОМ ЧЕРЕЗ СИМ-КАРТЫ И ВООБЩЕ НЕ ИСПЫТЫВАЮТ ОСОБОЙ НЕОБХОДИМОСТИ ОБРАЩАТЬСЯ К WI-FI

достаточно широко в развитых странах», — подчеркивает он.

РАДИ БЕЗОПАСНОСТИ Часть опрошенных ВГ экспертов считают, что ничего страшного в нововведениях не будет.

Мария Шишкина, аналитик ИК «Русс-Инвест», подтверждает, что принятая мера возмутила общественность и большинство россиян, но если взять опыт других стран, то подобные меры вполне обычны. «Так, например, в Лондоне, одном из первых городов в Европе, запустившем муниципальную программу обеспечения бесплатного доступа в интернет через Wi-Fi, во многих сетях, прежде чем войти в интернет, необходимо ввести адрес регистрации в Великобритании (проживания или отеля). В других сетях, прежде чем получить бесплатный доступ в интернет, необходимо указать номер мобильного телефона, на который будет выслан специальный код. Что, кстати, сейчас и обсуждается в Роскомнадзоре. С одной стороны, плюсы очевидны, по крайней мере, появляется тот же контроль в использовании пиратского контента, также повышаются возможности идентификации пользователя в разрезе террористической угрозы. С другой стороны, учитывая российский менталитет, не исключено, что номер вашего мобильного телефона может попасть в очередные базы рассылки — по примеру с фирмами по вызову такси, когда базы мобильных телефонов попадают в спам-рассылки», — говорит она.

Анна Мишутина, аналитик ИК «Финам», подчеркивает, что требования идентификации связаны прежде всего с вопросами безопасности. «Речь идет в первую очередь о необходимости формирования механизмов мониторинга и контроля, в том числе аналогичных системе СОПМ в сегменте мобильной связи. Полагаю, что при эффективной реализации проекта серьезных затруднений при получении доступа для потребителей не возникнет. Так, например, вполне логично выглядит решение автоматической авторизации пользователей с использованием номеров мобильных устройств. Кроме того, судя по предварительным данным, требования идентификации будут распространяться не на все общественные точки бесплатного доступа. В свою очередь, для операторов и организаторов хот-спотов издержки вырастут незначительно, поэтому, полагаю, подобные изменения не будут очень негативно отражаться на развитии индустрии некоммерческого Wi-Fi и динамике дальнейшего роста пунктов бесплатного коллективного доступа», — оптимистична госпожа Мишутина.

В Петербурге доступ к Wi-Fi есть уже практически в любом заведении общественного питания, в медицинских учреждениях, а из знаковых проектов следует отметить, что компания «Дом.ру» частично накрыла Wi-Fi Невский проспект, ЦПКиО, Александровский парк, а «Обит» создал точки доступа в Петергофе и в Пулковском. ■

«МИФЫ, О КОТОРЫЕ РУШАТСЯ БИЗНЕСЫ В РОССИИ»

БИЗНЕС-ТРЕНЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ VERTEX
 СЕРГЕЙ ФИЛИППОВ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ BG КРИСТИНЕ НАУМОВОЙ РАЗВЕНЧАЛ
 МИФЫ, В КОТОРЫЕ ВЕРЯТ БИЗНЕСМЕНЫ, А ТАКЖЕ ОБЪЯСНИЛ, ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ МЫШЛЕНИЕ БОГАТЫХ ОТ МЫШЛЕНИЯ БЕДНЫХ.

BUSINESS GUIDE: Итак, какой миф вы поставили бы на первое место?

СЕРГЕЙ ФИЛИППОВ: Думаю, миф о том, что есть некий «секрет успеха». Секрет успеха — следствие желания получить халяву, то, что заменяет тяжелый труд. Если спросить человека, зачем он ищет секрет успеха, он, как правило, ответит: «Ты знаешь, я так устал бизнесом заниматься. Я поздно прихожу, сложности с клиентами. Надо секрет успеха найти. Я сейчас его узнаю, и все пойдет хорошо». Это напоминает сказку о щуке. Секрета успеха нет. Весь секрет в том, что надо профессионально делать свою работу. Работать — и работать эффективнее конкурентов. И тогда ты их обходишь. У кого-то не хватило терпения, других не поддержали родственники, кто-то захотел отдохнуть. Секрет в том, что если ты будешь работать больше и лучше других, рано или поздно ты обойдешь своих конкурентов.

BG: Когда компания начинает испытывать сложности, с какими предубеждениями сталкиваются бизнесмены?

С. Ф.: Сейчас происходят непростые явления в экономике, в политике, и я уверен, что многие компании испытывают сложности. Тут подстерегает миф № 2 — поиск волшебного продукта. Когда фирма начинает испытывать сложности, у генерального директора рождается мысль: «Я сейчас найду чудо-товар, который я начну продавать, и это нас всех спасет». Эта идея настолько увлекает бизнесмена, что он может потерять интерес к основной деятельности. Эта гонка за новым продуктом требует много времени, сил и средств. В результате бизнес еще больше загибается.

Третья ловушка — третий миф, который подстерегает компанию, как правило, в непростые времена, — поиск чудо-человека, чудо-руководителя, чудо-продавца. Как только в фирме начинаются сложности, за год меняется три-четыре коммерческих директора или директора по продажам, бывает и частая смена менеджеров по продажам. Каждый раз при этом руководство говорит, что прежний сотрудник не справился, а вот новый — спасет ситуацию. Это иллюзия, что существует волшебный человек, который сможет все вытянуть.

BG: Как антикризисный менеджер?

С. Ф.: Нет, здесь ситуация совсем другая. Антикризисный менеджер — это специальный человек, который приходит в компанию и выводит ее из кризиса. Ему при этом дается карт-бланш: если надо, он увольняет или нанимает сотрудников, у него есть определенные полномочия и бюджет. Здесь же мы наблюдаем другое. За год — смена нескольких руководителей коммерческого отдела или продавцов. При этом никаких полномочий людям не дается, потому что это



должность совершенно другая. Когда так часто меняется руководитель, возрастает текучка сотрудников отдела и сотрудников в компании в целом. У тех, кто остался, появляется скептическое и циничное отношение как к новому человеку, так и к компании.

BG: Какие еще мифы вы для себя выделили?

С. Ф.: Миф или иллюзия, что можно все и сразу получить. Быстро разбогатеть, без усилий построить бизнес, прийти на какой-то курс и научиться за день-два строить бизнес с нуля. Эти веяния на современном рынке присутствуют, но это неправда. Сколько людей, которые ходили на такие тренинги и чего-то достигли? В основном это попытки, которые закончились неудачей.

BG: Это миф, в который верит молодежь?

С. Ф.: Конечно, среди молодежи желание быстро реализоваться в бизнесе сильно распространено. Но встречаются такие примеры и среди людей зрелого возраста. Хочется сказать жестко и четко, что легко и быстро бизнес не построить. Требуется время и профессионализм. Если нет опыта, хорошего наставника, то бизнес не будет приносить доход. Те, кто открывал свой бизнес, в шутку говорят, что задача первого бизнеса — потерять его с минимальными долгами. Это часто правда. Большинство бизнесменов теряли первый бизнес, и, если они отделялись небольшими долгами, это считалось успехом. А вот второй или даже третий бизнес уже был успешен. На первом бизнесе набивается больше всего шишек. Я думаю, что бизнес-тренеры, предлагающие какие-либо краткосрочные курсы, эксплуатируют менталитет, настроенный на халяву. А менталитет

формируется определенной культурой, сказками. Приведите мне пример, когда все сразу и быстро можно получить в природе? На любой процесс требуются определенные усилия и время.

BG: Какие иллюзии бизнесмены питают в отношении своих сотрудников?

С. Ф.: Еще один миф — сотрудники за зарплату должны делать все, что скажет руководитель. У бизнесменов есть иллюзия, что если ты сотрудника нанял, то он и так должен выполнять все поставленные задачи, причем иногда и за рамками обязанностей. Ошибка связана с мотивацией. Часто слышу формулировки «нелюбимая работа», «на работу как на каторгу», «досидеть бы до пятницы». Почему такое плохое отношение к работе? Руководитель не умеет правильно мотивировать. Всегда проблема в руководителе. Представьте, что из небольшого озера надо перекачать воду в другое место. Если это «другое место» ниже по уровню, достаточно прокопать ручеек, и вода сама туда потечет. Если ручеек засорился, вода сама найдет обход. Чем ниже, тем больше напор. Это пример правильной мотивации, когда вы не заставляете сотрудника, а создаете правильные условия. Тогда он будет обходить на своем пути все препятствия. А вот пример неправильной мотивации. Воду решили гнать вверх с помощью насоса. Как только сломался насос, вода снова потечет вниз. Только ослабнет контроль, сотрудник не работает в случае такой неправильной мотивации.

Еще одна иллюзия многих бизнесменов в том, что именно фирма делает деньги — офис, наличие склада, товар. Это абсолютно не так. Люди делают

деньги, но бизнесмены об этом забывают, и у них складывается впечатление, что люди неважны и их можно заменить.

BG: Все эти стереотипы вы выделили, исходя из личного общения с бизнесменами?

С. Ф.: Да. Однажды ко мне пришла женщина, которая продает довольно дорогой продукт для конечного потребителя. Мы пообщались в течение нескольких часов, через несколько дней договорились созвониться, чтобы она сообщила, будут ли они с нами сотрудничать. Когда я ей позвонил, она сказала, что не будет с нами работать, потому что стоимость наших услуг выше среднерыночной. Тогда я ей сказал: «У вас продукт дорогой. Вы хотите, чтобы ваши люди умели продавать его. Какова вероятность, что тренер, который не умеет себя дорого продавать, вас научит продавать дорогой продукт?» У моей собеседницы был ступор примерно минуту. Это седьмая ошибка: бизнесмены думают, что есть дешевый способ получить дорогую выгоду. Этого способа нет.

BG: Чем отличается мышление богатых от бедных?

С. Ф.: Бедный человек думает: нужны связи, честно заработать невозможно, а люди, у которых есть деньги, их, скорее всего, украли или нарушают закон. С таким менталитетом вряд ли удастся стать богатым. Как можно стать тем, кого ты не любишь и считаешь мошенником, бандитом, вором? А мышление богатого другое. Те люди, которые добились успеха, в большинстве случаев скажут, что на первом месте стоит работа. И настолько серьезно, что иногда даже не выдерживают близкие и друзья. Каждый бизнесмен в своей жизни сталкивался с ситуацией выбора: бизнес или личная жизнь. Если он выбрал личную жизнь, то у него, как правило, остался маленький бизнес. А те, которые выбрали бизнес, у них много денег и бизнес большой.

BG: Скоро вы презентуете свою книгу «Быть бизнес-лидером. 16 историй успеха». Расскажите об этом проекте.

С. Ф.: Мы договорились с 16 петербургскими бизнесменами, владельцами 16 крупных компаний, дать интервью для этой книги. Для нас было важно, чтобы это были не политики и не медийные личности, потому что они никогда не скажут правду полностью. Они скажут то, что полезно для их медийности. Так что бизнесы наших героев известны, а сами люди — нет. Мы задали им откровенные вопросы. Начиная с моментов детства и заканчивая их отношением к персоналу, деньгам, людям. Ответы на эти вопросы для каждого из них были непростыми. Эти 16 интервью мы свели в книгу, которая была издана в «Альпина Паблишер». ■

ИНТЕРНЕТ В ОЖИДАНИИ НАЛОГОВ

ОБОРОТ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ В 2013 ГОДУ СОСТАВИЛ \$17 МЛРД, ЭКСПЕРТЫ ПРОГНОЗИРУЮТ РОСТ НА 25–30% В ТЕЧЕНИЕ СЛЕДУЮЩИХ ТРЕХ ЛЕТ. ПРИ ЭТОМ ДОЛЯ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛА В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ РИТЕЙЛА СОСТАВЛЯЕТ ЛИШЬ ТРИ ПРОЦЕНТА. РАЗВИВАТЬСЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ МЕШАЮТ МНОЖЕСТВО ФАКТОРОВ, НАПРИМЕР, ПЛОХАЯ ЛОГИСТИКА, НИЗКОЕ ПРОНИКНОВЕНИЕ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ. А ОСНОВНЫМ ПОВОДОМ ДЛЯ БЕСПОКОЙСТВА ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-РИТЕЙЛЕРОВ СТАЛО ВОЗМОЖНОЕ ВВЕДЕНИЕ НАЛОГА С ПРОДАЖ В 2015 ГОДУ.

ЮЛИЯ ЧАЮН

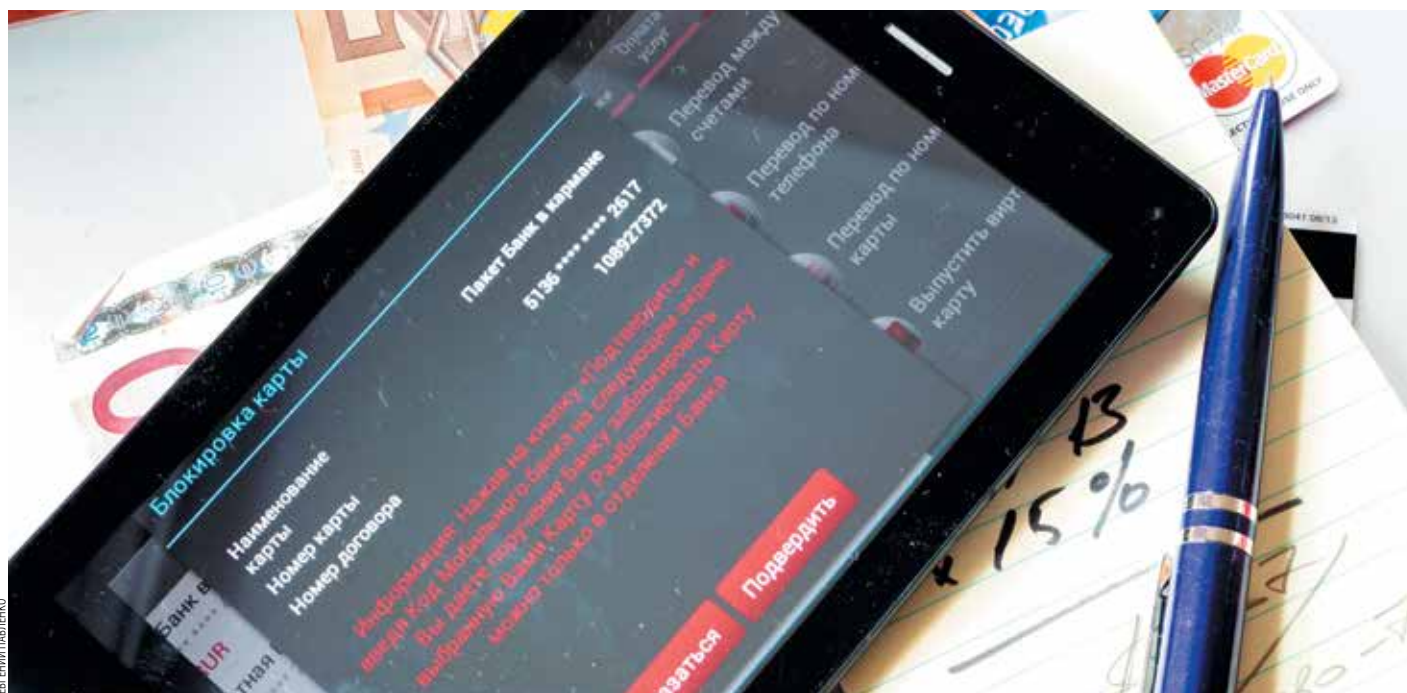
По оценкам разных исследовательских агентств, измеряющих рынок электронной торговли в России, в 2012 году рынок оценивался в 380–440 млрд рублей, в 2013 году оборот составил от 490 до 580 млрд рублей. В первом полугодии 2014 года средний рост по рынку несколько замедлился, но объем рынка интернет-торговли продолжает расти.

В частности, руководитель аналитического центра компании «Юлмарт» Николай Валиотти говорит о том, что в «Юлмарте» был зафиксирован рост объема продаж за первое полугодие 2014 года на 30,9% в сравнении с аналогичным периодом 2013 года.

Исполнительный директор Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) Виталий Жигулин прогнозирует рост рынка на 25–30% в течение следующих трех лет. «Среди основных тенденций рынка e-commerce я могу выделить региональную экспансию, консолидацию игроков рынка, рост инвестиций, развитие логистики, построение мультимедийных форматов», — говорит господин Жигулин.

Николай Валиотти утверждает, что существует несколько основных потребительских трендов. «Следует отметить рост продаж „цифровых товаров“. Такие покупки, как авиа- и железнодорожные билеты, цифровой контент, набирают популярность в России. На данном этапе развития пользователей в интернете становится понятно, что многие готовы разбираться с тонкостями покупки билетов в сети, потратив свое время, особенно учитывая последние банкротства туристических компаний. Другим немаловажным аспектом развития интернет-отрасли можно назвать интенсивное появление многочисленных „материальных товаров“ в интернете. Так, например, еще недавно „Юлмарт“ был магазином электроники и компьютерной техники, а сегодня имеет в своем ассортименте детские товары, автозапчасти, DIY, развивает направление спортивных товаров и товаров для животных. И это далеко не единственный пример. Покупатель ищет возможность оптимизировать свое время в столь быстро движущемся мире, а интернет дает такие возможности», — рассказывает господин Валиотти.

Другим важным потребительским трендом эксперты считают развитие мобильных устройств и использование их в процессе покупки. При этом в России доля мобильных покупок пока еще незначительна, однако это вопрос нескольких лет, в течение которых она возрастет существенно.



ВАЖНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ТРЕНДОМ ЭКСПЕРТЫ СЧИТАЮТ РАЗВИТИЕ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИХ В ПРОЦЕССЕ ПОКУПКИ. В РОССИИ ДОЛЯ МОБИЛЬНЫХ ПОКУПОК ПОКА ЕЩЕ НЕЗНАЧИТЕЛЬНА, ОДНАКО ЭТО ВОПРОС НЕСКОЛЬКИХ ЛЕТ, В ТЕЧЕНИЕ КОТОРЫХ ОНА ВОЗРАСТЕТ СУЩЕСТВЕННО

AMAZON НЕ СРАБОТАЕТ В РОССИИ

Опрошенные BG эксперты рассказали о трудностях, мешающих развиваться интернет-торговле. По словам господина Жигулина, основными проблемами e-commerce являются контрафакт, параллельный импорт, большая доля «серого» рынка, уклонение от уплаты налогов и обязательных платежей (НДС, НДФЛ, таможенных пошлин), низкое проникновение безналичных платежей, обман потребителей. «Эти проблемы приводят к таким неприятным последствиям, как низкая привлекательность рынка для публичных инвесторов, конкуренция за счет незаконной оптимизации налогов, низкая рентабельность интернет-торговли, „канибализация“ российского рынка зарубежными компаниями, отток капитала», — подчеркивает он.

Господин Валиотти указывает на то, что для России сложностью является логистика. «Строить интернет-ритейл без стройной логистической модели в России невозможно. По ряду причин модель Amazon в России не сработает, потому что уровень почтовых и логистических услуг в России остается на невысоком уровне. Поэтому если вы не имеете своей логистики, вы не можете активно развивать бизнес и успеть за ростом, а собственная логистика — это сложно и требует инвестиций», — говорит он.

Впрочем, другие специалисты настроены довольно оптимистично в вопросах логистики.

В частности, Зоя Ефремова, директор по продажам Северо-Западного региона DPD в России, говорит, что раньше в России в силу ряда объективных факторов, прежде всего большой территории и некачественной инфраструктуры, логистика была одной из главных проблем. «Высокие тарифы и низкое качество доставки тормозили развитие онлайн-продаж в регионах. Однако в последние годы мы наблюдаем явное улучшение в этой сфере. Во-первых, сформировался пул курьерских компаний, предлагающих специальные решения для интернет-магазинов. Выработался определенный стандарт этих услуг: они включают в себя доставку по всей территории страны в стандартные сроки и ряд дополнительных сервисов. Важным элементом является возможность доставки с наложенным платежом, так как большинство заказов в России по-прежнему оплачивается наличными. Кроме того, изменились требования к самой доставке, поскольку на первое место выходит удобство покупателя: часто ему удобнее принять свою посылку вечером или в выходные», — рассказывает госпожа Ефремова.

Игорь Шапиро, управляющий директор Cironation.ru, крупного интернет-ресурса, бесплатно предлагающего промокоды и купоны, говорит, что работа в России сопряжена с некоторыми трудностями, главная из которых — это недостаток кадров с опытом работы в

онлайн-торговле. «Программисты, пусть и с не совсем профильным опытом есть, а вот во всех других сферах профессионалов не хватает. Многие компании сами занимаются обучением нужных специалистов, но на это уходит огромное количество времени и денег. В отличие от конкурентов, у нас есть преимущество — мы работали и продолжаем работать на различных рынках по всему миру, мы знаем потребителей, у нас есть нужные ресурсы и опыт. В команде Cironation собрались специалисты из различных проектов Rocket Internet. Именно за счет этого мы планируем преуспеть и на российском рынке», — говорит господин Шапиро.

ОТБИТЬСЯ ОТ НАЛОГА Помимо описанных выше сложностей, мешающих рынку электронной коммерции развиваться, интернет-ритейлерам грозит введение налога с продаж с 1 января 2015 года. В этом законопроекте, разработанном в недрах Минфина, налоговая база определяется как стоимость реализованных товаров или услуг с учетом НДС и акцизов. По данным «Интерфакса», ставку налога будут устанавливать субъекты РФ в пределах 3%. По расчетам Минфина, от введения налога в следующем году бюджеты субъектов РФ могут получить 194,8 млрд рублей, в 2016 году объем поступлений может возрасти до 210,7 млрд рублей, в 2017 году — до 230 млрд рублей. → 22

ВЫСОКАЯ ГОТОВНОСТЬ — ВЫСОКАЯ НАДЕЖНОСТЬ

ВЫСОКАЯ АРХИТЕКТУРА ОТ RbI

ИЗЫСКАННЫЙ

ДОМ С ФРАНЦУЗСКИМИ
БАЛКОНАМИ
(54 КВАРТИРЫ)



Новелла
Дом на Черной речке
УЛ. САВУШКИНА, 7

СДАЧА 2014 г.

ПЕРВЫЙ

ДОМ ЛЕГЕНДАРНОГО
ИСПАНСКОГО АРХИТЕКТОРА
РИКАРДО БОФИЛЛА
В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ




АЛЕКСАНДРИЯ
ЭЛИТНЫЙ ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС
НОВГОРОДСКАЯ УЛ. 23

ДОМ СДАН

ПЕТЕРБУРГСКИЙ

СТИЛЬ В СОВРЕМЕННОМ
ПРОЧТЕНИИ



Собрание
ДОМ БЛАГОРОДНЫХ СЕМЕЙСТВ
Большая Посадская, 12

СДАЧА 2014 г.

СКИДКИ ДО 14%*

RbI
The art of real estate®

320-76-76

rbi.ru

ХОЛДИНГ RbI
основан в 1993 г.

Реклама. ООО «Денген» ООО «Прайм-инвестмент». СРО № 0006-2009-7825005179-С-3 от 11.02.2010 г. *Акция действует до 30.09.14 и распространяется на объекты: «Александрия» (4-5 комнатные квартиры, расположенные на 11-12 этажах) и «Собрание» (квартиры типов 3-3 (5-й подъезд) и 1-3В (4-й подъезд)). Предложение по акции не суммируется с другими скидками и спец.предложениями. Проектные декларации и подробности акции на сайте www.rbi.ru

20 → АКИТ направил письмо президенту РФ Владимиру Путину с просьбой пересмотреть решение о повышении налоговой нагрузки. По мнению участников АКИТ, введение налога с продаж негативно отразится на отрасли онлайн-ритейла целом. В связи с этим участники АКИТ выступают против повышения налоговой нагрузки. В письме говорится о том, что введение налога с продаж негативным образом скажется, в частности, на состоянии конкуренции и в первую очередь затронет легальный сегмент рынка интернет-бизнеса, работающий в рознице, поскольку недобросовестные небольшие игроки будут уклоняться от уплаты налога. По оценкам экспертов Ассоциации, введение налога с продаж в размере 3% приведет к двукратному росту налоговой нагрузки на участников рынка, что автоматически вытолкнет законопослушные компании в «серую» зону. Предлагаемое увеличение налоговой нагрузки может привести к массовому использованию бизнесом теневых схем. Кроме того, члены АКИТ считают, что региональная дифференциация налогов приведет к тому, что у участников рынка интернет-торговли, для которых доставка в регионы становится одним из ключевых видов бизнеса, возникнут сложности с определением объекта и места возникновения налоговых обязательств (товар может быть отгружен из одного региона, а услуга по доставке оказана в другом), налоговой базой и периодом уплаты налогов.

Господин Валиотти считает, что введение трехпроцентного налога с продаж нанесет ущерб крупным игрокам рынка, исправно уплачивающим налоги в бюджет страны. «Введение налога с продаж будет болезненно для низкомаржинальных отраслей торговли, а интернет-ритейл как раз из таких. Для многих игроков налоговая и административная нагрузка станут неподъемными и они либо уйдут в тень, либо разорятся. За очень короткое время ландшафт рынка в целом может сильно видоизмениться. При этом понятно также, что любое увеличение налогов скажется на конечной розничной цене, неизбежно ведущей к росту инфляции, которая ударит по покупательской способности населения, что в итоге отразится на объеме рынка», — заключает он.

Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент», подчеркивает, что с учетом сравнительно невысокой маржинальности повышение фискальной нагрузки может формировать значительные дополнительные издержки. «В целом можно отметить, что налог с продаж — достаточно сложный и в какой-то степени неоднозначный инструмент (об этом свидетельствует и практика использования его в пореформенный период), с чем, видимо, и связана негативная позиция финансово-экономического блока в правительстве по вопросу его возможного введения. С высокой вероятностью перспективы его возвращения могут быть пересмотрены в пользу других решений, при этом в целом у политики вынужденного повышения фискальной нагрузки альтернатив сейчас, судя по всему, нет. В регионах постепенно нарастает проблема, связанная с бюджетным дефицитом, который может возникнуть в ближайшие годы на фоне стагнации национальной экономики. Наиболее сильное снижение доходов локальных бюджетов — по налогу на прибыль компаний, так как большинство производителей в 2013 году существенно снизили свою маржинальность. В моменте данную проблему может решить либо введение налога с продаж, либо повышение НДС», — говорит господин Клягин. ■

ЭЛЕКТРОКАРЫ ЕДУТ МИМО ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ АВТОМОБИЛИСТЫ НЕ СТРЕМЯТСЯ К «ЗЕЛЕНЫМ» МАШИНАМ. МЕШАЕТ НЕ ТОЛЬКО ОТСУТСТВИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ, НО И МЕНТАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ. ОБЕСПЕЧЕННЫЕ РОССИЯНЕ ПРЕДПОЧИТАЮТ ДОРОГИМ ЭЛЕКТРОКАРАМ БОЛЕЕ МОЩНЫЕ АВТОМОБИЛИ С БОЛЬШИМ РАСХОДОМ ТОПЛИВА.

КРИСТИНА НАУМОВА

В апреле этого года было официально объявлено о закрытии проекта Михаила Прохорова «Ё-мобиль», который был объявлен еще в 2010 году. Компания «Ё-Инжиниринг», которая занимается проектированием «Ё-мобиля», передала ФГУП НАМИ всю конструкторскую документацию и исключительные права на ноу-хау по разработке кузова и шасси автомобиля. Символическая сумма сделки составила €1. В компании Михаила Прохорова ОНЭКСИМ отметили, что решение передать наработки государству связано с тем, что на фоне падающего спроса эффективность проекта стала неочевидной.

БЕЗ ПОСЛЕДСТВИЙ Эксперт аналитической группы информационного агентства «Крединформ» Оксана Андрейченко полагает, что сворачивание проекта вряд ли нанесло серьезный урон по имиджу электромобилей, а вот без того неидеальной репутации российского автопрома был причинен серьезный ущерб. Директор аналитического агентства «Auto-Dealer-СПб» Михаил Чаплыгин отмечает, что проект так и не дорос до конкретного воплощения. «Мы не увидели и не почувствовали эти машины на улицах городов, поэтому никаких серьезных отрицательных последствий на рынке не будет. Тем более что его концепция заметно отличается от нынешних электромобилей, которые можно увидеть в нашей стране», — говорит эксперт.

Управляющий активами финансовой компании AForex Сергей Ковжаров полагает, что сворачивание проекта «Ё-мобилей» на самом деле послужило важным сигналом к тому, что российский рынок просто не готов к масштабным продажам электромобилей. Амбициозный проект умер, не родившись, и причин тому довольно много: во-первых, в России попросту отсутствует инфраструктура, позволяющая использовать частный автотранспорт на электротяге не только на дальних расстояниях, но даже в городах-миллионниках. В Москве мизерной сетью зарядных станций обладает компания Revolta (около 30) и МОЭСК (около 50). В Петербурге инфраструктура существует номинально, говорит господин Ковжаров. «Несмотря на смелые планы, развивать сети сегодня просто невыгодно, поскольку количество электромобилей в России оценивается считаными сотнями (400–450 единиц). С другой стороны, именно отсутствие инфраструктуры является одним из главных препятствий на пути к развитию рынка электромобилей. В Европе и США развитием сетей станций занимаются в том числе и компании-производители электрокаров, но Россия для них пока не является хоть сколько-нибудь привлекательным рынком», — говорит эксперт.

ИЗ ЧЕГО ВЫБРАТЬ Сегодня рынок электрокаров в России находится в начальной стадии своего развития, констатирует Михаил Чаплыгин. Для физлиц до 2014 года была доступна лишь одна модель, тогда как юридические лица для имиджевых целей закупают целый ряд различных электромобилей как легкогрузового, так и легкового типа.

Через дилерские сети в России продаются лишь две модели электрокаров: Mitsubishi i-Miev и с февраля 2014 года — Lada ElLada. Объем продаж i-Miev в 2013 году вырос более чем в два раза и достиг 113 автомобилей. Что касается Lada ElLada, то по итогам прошлого года было продано 13 подобных машин. Скорее всего, это были продажи корпоративным клиентам, говорит Михаил Чаплыгин. Также, по данным «Auto-Dealer-СПб», в прошлом году в России было продано шесть гибридных внедорожников Mitsubishi Outlander PHEV, хотя официальный старт реализации этой модели запланирован на нынешний год. Кроме того, ФГУП «Почта России» подписало с Renault договор об использовании в течение трех лет в тестовом режиме десяти электромобилей Kangoo Z.E. и двух Twizy в пяти городах России.

Оксана Андрейченко отмечает, что в текущем году у подмосковного дилера «Дамер» появился в продаже китайский E-Car GD04B. Полуофициально (под заказ) продается Nissan Leaf. Таким образом, можно говорить о слаборазвитой системе продаж электромобилей через дилерские сети.

БЕЗ ПОДЗАРЯДКИ Не так давно стартовала всероссийская программа развития инфраструктуры для электротранспорта, целью которой является создание необходимых условий для внедрения всех видов электротранспорта на территории России, говорит эксперт. В рамках данной программы предполагается пилотное внедрение всех наработок по созданию инфраструктуры в ключевых регионах, а затем и в масштабе всей страны. Программа будет осуществляться на базе Федеральной сетевой компании (ОАО «ФСК ЕЭС»), созданной для управления единой национальной электрической сетью. Можно выделить два приоритетных направления данной программы: создание электрического общественного транспорта и создание зарядной инфраструктуры для корпоративных автопарков.

Особое место в программе развития инфраструктуры для электротранспорта отводится Москве и Московской области, где планируется установить 2260 зарядных станций, включая 310 комплектов экспресс-зарядки.

В текущем году «Россети» предложили внести поправки в Федеральный за-

кон № 35-ФЗ «Об электроэнергетике», направленные на развитие зарядной инфраструктуры. В частности, «Россети» просят определить зарядку электромобиля как услугу, а не как поставку электроэнергии, чтобы иметь право работать на данном рынке, рассказывает госпожа Андрейченко.

Она напоминает, что власти Москвы также разрешили владельцам электромобилей бесплатно парковать свои транспортные средства в пределах Бульварного кольца, то есть в зоне платной парковки. В настоящее время компанией «Револьта» на территории Москвы и Московской области установлено 28 зарядных станций, 25 из которых — зарядные станции переменного тока и три станции экспресс-зарядки постоянного тока. Станции установлены на объектах ОАО «Московская объединенная электросетевая компания» и партнеров проекта. Часть зарядных станций доступна публично, в том числе и станции экспресс-зарядки.

«В Петербурге попытки создания зарядных станций провалились из-за высоких цен на подключение к электросетям. Еще в июле 2011 года компания „Вектор МП Групп“ планировала запустить в Северной столице десять станций подзарядки, расположенных вблизи крупных сетевых магазинов „Мега“, „О’Кей“, „Лента“, владельцы которых по своему усмотрению устанавливали завышенные тарифы на пользование электроэнергией. Таким образом, экономичнее оказалось заряжать электрокар от бытовой розетки, чем переплачивать на специальной станции», — говорит Оксана Андрейченко.

«Револьта» собирается вложить 16 млн рублей на строительство в Петербурге 40 станций под собственным брендом. А по всей стране компания планирует установить 2 тыс. электрозаправочных стоимостью 1,5 млрд рублей. Идут переговоры по строительству станций в Казани, Набережных Челнах, Сочи, Краснодаре, Новосибирске и Екатеринбурге.

«Именно отсутствие инфраструктуры сдерживает продажи электромобилей в Петербурге. Покупателей даже больше отпугивает невозможность быстро зарядить аккумулятор, нежели высокая цена на электрокары», — полагает эксперт.

В ЧЕМ ПРОБЛЕМА Сергей Ковжаров полагает, что ключевая проблема рынка электроавтомобилей в России — очень высокая цена. К примеру, упомянутый i-Miev в 2013 году стоил примерно столько же, сколько флагманский внедорожник Mitsubishi Pajero в базовой комплектации, притом, что это компакт-кар. С февраля обнулились пошлины на электромобили, что позволило значительно снизить стоимость, однако при наличии утилизационного сбора, комиссии дилеров, издержек

на транспортировку, даже в минимальной комплектации стоимость нового электрокара самых ходовых в Европе моделей (Nissan Leaf, Mitsubishi i-Miev, Chevrolet Spark EV) не ниже 1–1,2 млн рублей.

«Впрочем, даже если государству удастся создать привлекательные условия для выхода на российских рынок новых для него производителей, изменить отношение россиян к ним вряд ли удастся. В отличие от жителей Европы, россияне не относятся с большим уважением к компакт-карам, в этом мы больше похожи на американцев. В ситуации выбора между „паркетным“ внедорожником и электрокаром, равная цена скорее сыграет на руку именно первому варианту, поскольку иногда проще потратить лишние деньги на дорогой бензин или дизель, нежели время на поиск станции и зарядку аккумулятора», — рассуждает господин Ковжаров.

На выбор в пользу электрокара обязательно будет влиять состояние дорог, полагает Михаил Чаплыгин. «Учитывая слабую подвеску некоторых автомобилей, прокатиться на них по плохим дорогам будет очень проблематично и, скорее всего, это потребует ремонта», — говорит эксперт.

Что касается экономичности таких авто, то цифры говорят следующее. При среднем дневном пробеге в 70 км ночная зарядка электромобиля требует 10 кВт•ч. Таким образом, в Москве на зарядку автомобиля понадобится 9,7 руб. при ночном тарифе 0,97 руб./кВт•ч, в Петербурге — 20,6 руб. при ночном тарифе 2,06 руб./кВт•ч. В свою очередь, на заправку традиционного автомобиля с бензиновым двигателем, например Lada Granta, для пробега в 70 км при смешанном цикле понадобится 5,1 л топлива. При средней цене бензина Аи-95 в Москве 32,55 руб. за литр стоимость пробега 70 км составит 166,33 руб., в Петербурге — 164, 29 руб. (литр стоит 32,15 руб.).

Однако многие эксперты сходятся во мнении, что использование электромобиля не только не экономичнее, но и намно-



В ИСТОРИИ С ПРОЕКТОМ РОССИЙСКОГО ЭЛЕКТРОКАРА ВСЕ СИМВОЛИЧНО: НАЧИНАЯ ОТ БРЕНДА И ЗАКАНЧИВАЯ ЦЕНОЙ, ЗА КОТОРУЮ КОМПАНИЯ БЫЛА ПРОДАНА

го дорожке в обслуживании. «Трехлетний Nissan Leaf в конечном итоге обойдется в \$38 тыс., в то время как на VW Golf Blue Motion 1,6 TDI можно потратить \$30 тыс. В сумму были включены расходы на трехлетнюю амортизацию, страховку, обслуживание и стоимость топлива. Стоит отметить, что подобное исследование было проведено на основании данных по Великобритании», — говорит госпожа Андрейченко.

Однако власти намерены стимулировать спрос на электромобили путем снижения цены на транспортные средства. В конце прошлого года Евразийская экономическая комиссия одобрила временное обнуление ввозной пошлины на электрокары для стран Таможенного союза. Решение вступило в силу в феврале текущего года и будет действовать до 31 декабря 2015 года. Ранее размер пошлины составлял 19%.

Ведущий аналитик агентства «Авто-стат» Азат Тимерханов отмечает, что в Японии, США и ряде европейских стран покупатели экологически чистых автомо-

билей получают налоговые и прочие послабления. «У нас же в стране подобного пока нет. К тому же нельзя забывать, что большая часть территории России имеет холодный климат, что серьезно ухудшает возможность эксплуатации электрокаров», — говорит эксперт.

КАК В ЕВРОПЕ В Европе выбор электрокаров куда больше — в продаже около 20 различных моделей. Несомненными лидерами по объему продаж выступают Nissan Leaf и Renault Zoe, которые на двоих занимают около 30% рынка, говорит Михаил Чаплыгин. По итогам прошлого года на континенте было реализовано около 68 тыс. электрокаров, а десять моделей превысили объемы продаж в 2 тыс. штук.

«Популярность электрокаров в Европе обусловлена, в том числе, преференциями, которые предоставляют региональные правительства покупателям. Это налоговые льготы, бесплатные зарядные станции, возможность перемещаться по выделенным полосам для общественного

транспорта. Правда, последняя идея уже приводит к отрицательным последствиям. Например, водители автобусов в Норвегии выражают откровенное недовольство тем, что электрокары мешают своевременному прибытию общественного транспорта на остановки», — рассказывает господин Чаплыгин.

Оксана Андрейченко говорит, что наибольший потребительский спрос на электромобили отмечается в Норвегии, где в сентябре 2013 года электромобиль Tesla S стал самым продаваемым автомобилем с рыночной долей 5,1%. Популярность электромобилей в Норвегии во многом обусловлена поддержкой со стороны государства. В тройку лидеров по продажам электромобилей по итогам 2013 года, помимо Норвегии, также попали Нидерланды и Франция. Однако, несмотря на положительную динамику рынка электромобилей, его доля в мировом авторынке очень мала, говорит эксперт. По самым оптимистичным оценкам экспертов, к 2020 году совокупный объем продаж гибридов и электромобилей достигнет 3,3 млн штук, что будет соответствовать лишь 3,3% мирового авторынка.

Низкая популярность электрокаров в России объясняется не только отсутствием инфраструктуры и налоговых льгот для их владельцев, но и консервативным взглядом населения на автомобили. Многие россияне озабочены сохранением окружающей среды, полагают эксперты.

«Обеспеченные россияне предпочитают достаточно дорогим электрокарам более мощные автомобили с большим расходом топлива. Однако существуют и другие причины, носящие более практический характер. Так, потенциальному владельцу электромобиля хорошо было бы иметь собственный гараж с розеткой. В России таких сооружений немного, к тому же у населения нет уверенности в том, что уже существующие гаражи не снесут в массовом порядке», — рассуждает госпожа Андрейченко. ■

РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

В УСЛОВИЯХ УХУДШЕНИЯ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОЙ И МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ РЫНОК КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (КСО) В РОССИИ ЖДУТ ТРУДНЫЕ ВРЕМЕНА. ЭКСПЕРТЫ ПРОГНОЗИРУЮТ СОКРАЩЕНИЕ БЮДЖЕТОВ НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ, НО ПРИ ЭТОМ КОМПАНИИ НЕ СОБИРАЮТСЯ ОТКАЗЫВАТЬСЯ ОТ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ.

ЮЛИЯ ЧАЮН

Вопросы связи благотворительных проектов с социально-экономическим развитием региона, развитие новых форм корпоративной благотворительности и современных подходов к их организации обсуждались в ходе круглого стола «Корпоративная благотворительность на Северо-Западе: направления и формы», который «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге провел на площадке Высшей школы менеджмента.

В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕНДОМ Модератором круглого стола «Корпоративная благотворительность на Северо-Западе:

направления и формы» выступил директор Центра корпоративной социальной ответственности им. ПрайсвотерхаусКуперс ВШМ СПбГУ, доцент кафедры стратегического и международного менеджмента, кандидат экономических наук Юрий Благов.

В начале работы круглого стола господин Благов отметил, что разговор о региональных аспектах корпоративной благотворительности соответствует актуальному российскому тренду: «Только в этом году прошел ряд крупных мероприятий федерального и регионального уровней, посвященных этой проблематике. Безусловно, есть что обсудить и применитель-

но к Северо-Западу. В частности, я хочу обозначить основные направления нашей дискуссии: влияние актуальных социально-экономических проблем Северо-Запада на развитие корпоративной благотворительности компаний, действующих в регионе, и какие подходы к развитию корпоративной благотворительности позволяют решать эти проблемы наиболее эффективно. Соответственно, возникает необходимость обсудить новые формы и направления благотворительной деятельности, а также рассмотреть саму организацию благотворительных проектов в компаниях».

Юрий Благов обратил внимание участников круглого стола на несколько принципиальных моментов. «Во-первых, когда мы говорим о благотворительности, мы должны четко понимать, что эта деятельность развивается не сама по себе, а представляет собой определенную, более или менее систематизированную реакцию на существующие в обществе ожидания, потребности и проблемы. Необходимо понимать, что социальные проблемы многообразны, но многообразны и механизмы, которые позволяют их решать. Эти механизмы могут носить рыночный, нерыночный, смешанный характер. → 24

23 → В свою очередь, эти механизмы реализуют государственные и некоммерческие организации, бизнес, а также субъекты социального предпринимательства. Когда же мы говорим о корпоративной благотворительности, здесь фокус сужается: речь идет об участии бизнеса в решении социальных проблем, но специфика бизнеса как вида деятельности не может не влиять на направления, формы и целеполагание такой благотворительности. Во-вторых, любой бизнес, который занимается корпоративной социальной деятельностью, который считает себя социально ответственным, так или иначе реализует различные виды благотворительной деятельности. Эта деятельность разнообразна, но корпоративная благотворительность не существует изолированно от других элементов „портфеля“ корпоративной социальной деятельности — ответственной реализации основных бизнес-процессов и развития социально ответственных инноваций — даже в том случае, когда она управляется относительно автономно в рамках организации», — говорит он.

НЕОЖИДАННЫЙ РЕЗУЛЬТАТ По словам господина Благова, интересные результаты продемонстрировало очередное исследование социальных инвестиций российского бизнеса, недавно проведенное Ассоциацией менеджеров совместно с ВШМ СПбГУ при поддержке группы компаний «Новард». «Мода на корпоративную социальную ответственность в целом и на корпоративную благотворительность в частности спадает. Сохраняется, однако, круг из примерно 60 компаний-лидеров, которые давно и глубоко вовлечены в корпоративную социальную деятельность, тщательно просчитывают социальные и бизнес-эффекты. Большинство этих компаний (88 процентов) занимаются корпоративной благотворительностью. Особо важно то, что около 70 процентов этих компаний подчеркивают, что корпоративная благотворительность развивается в рамках единой корпоративной стратегии, в качестве элемента целостного „портфеля“ корпоративной социальной деятельности», — делится господин Благов.

Он также упоминает о целеполагании корпоративной благотворительности. «Несмотря на постоянно подтверждаемый компаниями тезис о том, что они рассматривают корпоративную социальную ответственность стратегически, так как она повышает их конкурентоспособность, по-прежнему велика доля компаний, которые считают, что этим должно заниматься государство. Этот диссонанс постоянно возникает, и с ним нужно как-то работать. Корпоративная благотворительность с точки зрения целеполагания очень слабо отличается от корпоративной социальной деятельности в целом. Опять-таки основная масса компаний говорит о том, что корпоративная благотворительность направлена на создание социальной ценности, то есть решает те или иные социальные проблемы, но лишь 46 процентов компаний считает, что речь может идти и о создании разделяемой ценности — то есть о повышении конкурентоспособности компании, при которой разрешаются и социальные проблемы», — заключает Юрий Благов.

НА ГЛОБАЛЬНОМ УРОВНЕ Марина Камаева, управляющий по внешним и кор-



В ХОДЕ КРУГЛОГО СТОЛА ОБСУЖДАЛИСЬ ВОПРОСЫ СВЯЗИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ С СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА, НОВЫЕ ФОРМЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИХ ОРГАНИЗАЦИИ

поративным связям ЗАО «Филип Моррис Ижора», рассказала участникам круглого стола о том, как ее организация подходит к вопросам благотворительности. «Будучи частью крупной международной компании, мы реализуем свои проекты в рамках принятых на глобальном уровне направлений благотворительной деятельности. Одним из них является образование».

По словам госпожи Камаевой, следуя такому системному подходу, компания обязательно ориентируется на особенности конкретного региона и стремится отвечать на наиболее актуальные запросы общества в тех местах, где работают ее предприятия или представительства. Так формировала свои благотворительные программы и фабрика «Филип Моррис Ижора», уделив основное внимание поддержке профессионального образования в Ленинградской области.

«Почему встал вопрос о необходимости вкладывать финансовые средства в развитие профобразования? Учреждения среднего профессионального образования сейчас переживают не самые легкие времена. Почти повсеместно студенты обучаются на безнадежно устаревшем оборудовании. Как следствие, выпускники не владеют необходимым объемом знаний и навыков, которые требуются для работы на современных производственных предприятиях. Нехватка квалифицированных кадров очевидна, и это беда для многих современных производственных комплексов. Всем приходится дополнительно обучать свои кадры, получить квалифицированного рабочего сразу после обучения в училище невозможно. Поэтому мы эти проблемы поднимаем на уровне правительства, плотно работая с инвестиционным советом при губернаторе Ленинградской области. Мы видим, что правительство понимает эту проблему, и на сегодняшний день подготовка высококвалифицированных рабочих — одна из стратегических задач региона, поэтому в 2009 году стартовала наша масштабная программа поддержки профессионального образования. За эти годы компания

поддержала семь ПТУ, обновив их материально-техническую базу и учебно-методические материалы. Более 3500 студентов получили возможность обучения востребованным профессиям на современном оборудовании. В дальнейших планах развития программы — создание ресурсных центров на базе ведущих ПТУ Ленинградской области, а также повышение профессиональной квалификации преподавателей училищ», — говорит госпожа Камаева.

Марина Камаева также отмечает, что нередко компании, помогая ПТУ, выбирают те учреждения, выпускники которых интересны им в качестве потенциальных сотрудников. В свою очередь, «Филип Моррис Ижора» помогает среднему профессиональному образованию в тех вопросах, которые актуальны для региона, а не для фабрики как производителя. Так, компания поддерживает обучение и по тем специальностям, которые на фабрике не востребованы (например, электротехник, автомеханик, электромонтер, сварщик, автослесарь, повар).

«Филип Моррис Ижора» пробовала разные формы поддержки профобразования — не только предоставление оборудования, но и ремонт помещений, стипендии для малоимущих студентов, гранты для преподавателей. «Нам кажется, что дополнительная подготовка преподавателей — это решающий фактор, так как зачастую они не знакомы с новым оборудованием. Теперь мы намерены работать более системно в этой области и сосредоточить наши усилия на повышении профессиональной квалификации педагогов», — заключает она.

ПОМОГАТЬ СОТРУДНИЧАЯ Юлия Уракчеева, региональный советник по связям с общественностью (Северо-Запад) компании Amway, высказалась о том, могут ли компании кооперироваться с другими представителями бизнеса для осуществления программ КСО. «Я полагаю, что действительно могут, но лишь немногим сторонним компаниям это интересно. Мы

готовы тиражировать свой опыт, но никто не хочет присоединяться к программам, которые уже брендированы кем-то, все хотят делать свое. Мне кажется, что вполне возможна передача благотворительных программ по отрасли. Например, у нас есть проект по развитию женского предпринимательства, который называется „Мама-предприниматель“, в рамках которой мы предоставляем бесплатные курсы повышения квалификации, учим основам предпринимательства тех женщин, которые находятся дома с маленькими детьми. Таким образом, они имеют альтернативу наемной работе. Сейчас мы ведем переговоры с Ассоциацией прямых продаж, чтобы в следующем году этот проект делался под эгидой ассоциации. Этот проект перестанет быть сугубо нашим корпоративным, но мы за это и не держимся», — поделилась госпожа Уракчеева.

Господин Благов подчеркнул важность выхода на уровень отраслевых ассоциаций. «На сегодняшний день такой опыт существует, но он малоизвестен и не изучен», — подчеркнул он.

Присутствовавший на мероприятии Александр Цыпкин, директор по развитию и специальным проектам «S&K Вертикаль», рассказал, что он отмечает сразу несколько тенденций на рынке корпоративной социальной ответственности: КСО становится инструментом корпоративной борьбы, инструментом продвижения инвестиционных проектов. «Кроме того, по разным экономическим причинам сейчас начали сокращаться рекламные бюджеты, а вслед за ними пойдут и сокращение финансирования КСО. Когда речь идет о падении рентабельности, то, конечно, начнут срезать бюджеты на благотворительность, и я полагаю, что всем участникам сегодняшней дискуссии предстоит длительная борьба за утверждение бюджета на КСО на будущий год. Бороться будет проще, если у вас будет хорошая доказательная база, почему тот или иной социальный проект необходим компании. Хотя многое, конечно, зависит от руководителя», — высказался господин Цыпкин.

На мероприятии также выступали некоммерческие организации, специализирующиеся на благотворительных проектах. Многие такие организации активно сотрудничают с компаниями.

Анна Орлова, председатель правления Центра развития некоммерческих организаций, пояснила, что их центр работает уже двадцать лет и занимается работой с некоммерческими организациями, развитием благотворительности в СЗФО, и рассказала о фестивале «Добрый Питер».

«Этот фестиваль существует с 2006 года и объединяет как некоммерческие организации, так и представителей бизнес-сообщества среднего и малого секторов. Благодаря „Доброму Питеру“ было создано движение „Добрых городов“, которое сейчас активно развивается и в которое входят двенадцать российских городов (например, Калининград, Мурманск). В октябре мы планируем организовать в Петербурге конференцию, на которой мы обменяемся опытом, растиражируем его. Когда мы создавали этот проект, мы в первую очередь искали способы, как привлечь горожан к участию в благотворительности, поскольку зачастую люди не знают, как помочь, кому помочь, где искать специальные организации, тем более что на рынке есть и мошенники. Фестиваль обычно проходит в течение

двух недель в начале декабря и представляет собой разнообразные креативные и обычные акции по сбору частных пожертвований или по промотированию благотворительности. В этих акциях принимает участие от 10 до 15 тыс. горожан, около 30 благотворительных организаций. За все годы работы фестиваля нам удалось собрать более 7 млн рублей. Количество благополучателей также насчитывает 10–15 тыс. человек. Это дети, старики, бездомные, которые получили подарки и

адресную помощь», — рассказала госпожа Орлова.

ПРОБУДИТЬ ИНИЦИАТИВУ Кермен Манджиева, PR-директор компании «Мегафон Северо-Запад», рассказала о том, что сотрудники вовлечены в волонтерские проекты, в частности, ездили на Олимпиаду в Сочи и помогали в развитии самого олимпийского движения, помогали гостям. «После этого мы заметили, что мнение сотрудников компании изменилось по от-

ношению к благотворительности, сотрудники сами обращаются в некоммерческие организации, делают внутрикорпоративные рассылки о том, что мы можем все вместе поучаствовать в конкретном благотворительном проекте. Я хотела бы также упомянуть, что мы привлекаем блогеров к освещению наших проектов. Например, к совместному проекту «Мегафона» и Сбербанка по возрождению Ботанического сада мы привлекали блогеров, и за время массовой информационной атаки

посещаемость Ботанического сада увеличилась на 25 процентов. Таким образом, работа с блогерами доказала свою эффективность. Вообще, в области благотворительности особняком стоит проблема недостаточной информированности. По статистике только шесть процентов населения России занимается благотворительностью, это очень низкие цифры по сравнению с мировыми показателями, но там, конечно, свою роль играет культурный фон», — заключила она. ■

ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И ИННОВАЦИИ В ПЕРСПЕКТИВЕ

С 1 ПО 3 ОКТЯБРЯ НА ПЛОЩАДКЕ «ЛЕНЭКСПО» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ БУДУТ РАБОТАТЬ ДВА КРУПНЕЙШИХ ЕЖЕГОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЯ В ОБЛАСТИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ИННОВАЦИЙ — XVIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РОССИЙСКИЙ ПРОМЫШЛЕННИК» И VII ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ФОРУМ. ТАТЬЯНА ДЯТЕЛ

В XVIII Международном форуме «Российский промышленник» примут участие около 250 российских и зарубежных компаний, занятых в сфере станкостроения, металлообработки, машиностроения, робототехники, светотехники и прочих отраслях. В рамках деловой программы форума специалисты обсудят вопросы инвестиционной и инновационной деятельности в сфере энергосбережения и повышения энергоэффективности на промышленных предприятиях, перспективы развития региональных кластеров, а также пути реиндустриализации России.

Идеи, способные развивать промышленность, продемонстрирует VII Петербургский международный инновационный форум, который считается главным мероприятием Северо-Западного региона в сфере высоких технологий. Форум проводится при поддержке правительства Санкт-Петербурга с 2008 года и за время своей работы зарекомендовал себя как универсальная площадка для делового общения всех участников инновационной деятельности. В его работе традиционно принимают участие представители федеральных и региональных орга-

нов государственной власти, руководители крупного бизнеса, институты развития, ведущие общественные организации, а также молодые ученые, деятели науки, бизнес-консультанты и частные инвесторы. Обширная деловая и выставочная программы, перспективы инновационного развития российской экономики, открытый диалог новаторов и инвесторов — все это в рамках деловой и презентационной программ форума. Программа мероприятия включает направление «Образование, кадровое обеспечение инноваций», где будут обсуждаться

вопросы развития молодежного инновационного предпринимательства в вузах и кадрового потенциала в инновационных отраслях. В самый обширный блок «Инновационно-технологическое развитие промышленности, трансфер технологий» включены секции по актуальным вопросам привлечения инвестиций в стартапы, в телекоммуникационные проекты, инфокоммуникационные технологии, робототехнику и другие сегменты рынка. Третьим направлением станет «Инновационное развитие регионов». ■



Уважаемые господа!

1 сентября началась подписная кампания на 2015 год

Подписываемся под каждым словом. Подпишитесь и вы.

Всем подписчикам - подарки!

Условия получения подарков по телефону редакции 271-36-35

Оформить подписку на газету «Коммерсантъ» можно в альтернативных агентствах:
ООО «СЗА „Прессинформ“» (тел. 337-16-26),
ООО «Урал-Пресс СПб» (тел.: 378-66-44, 677-32-07),
а также во всех почтовых отделениях связи

Ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге — главные новости о событиях в бизнесе, политике и обществе. В составе газеты публикуются тематические гляцевые приложения формата D2: «Дом», «Банк», «Медицина», «Лизинг», «Коммерческая недвижимость», «Энергетика. Нефть. Газ»; деловые специализированные приложения формата A3 Business Guide «Элитная недвижимость», «Индустрия отдыха», «Лица города», «Рейтинг топ-менеджеров», «Экономический форум», «Банк. Финансовые инструменты», «Экономика региона», «Стиль».

СТИМУЛЫ НА ПОДХОДЕ

В ПЕТЕРБУРГЕ И ПРИЛЕГАЮЩИХ РАЙОНАХ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ В АКТИВНОЙ СТАДИИ НАХОДИТСЯ С ДЕСЯТОК ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРКОВ. ПОКА ИНТЕРЕС ИНВЕСТОРОВ К РЕАЛИЗАЦИИ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРКОВ НЕ ОЧЕНЬ ВЫСОК: СРОКИ ОКУПАЕМОСТИ В ТАКИХ ПРОЕКТАХ, КАК ПРАВИЛО, НИЖЕ, ЧЕМ В ДРУГИХ СЕГМЕНТАХ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ. УЧАСТНИКИ РЫНКА ГОВОРЯТ, ЧТО БЕЗ СТИМУЛОВ СО СТОРОНЫ ГОСУДАРСТВА ПРОБЛЕМУ ВРЯД ЛИ УДАСТСЯ СДВИНУТЬ С МЕРТВОЙ ТОЧКИ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Единое федеральное законодательство, регулирующее деятельность индустриальных парков, в России отсутствует. При этом каждый регион РФ (или почти каждый) планирует развивать или уже развивает такие площадки и при этом предоставляет резидентам те или иные льготы.

По данным Ассоциации индустриальных парков, Ленинградская область на сегодняшний день является лидером среди всех регионов РФ по количеству уже созданных и находящихся на разных стадиях разработки индустриальных парков. Власти региона ожидают, что на развитие отрасли индустриальных парков значительно повлияет принятие закона «О мерах государственной поддержки создания и развития индустриальных парков в Ленинградской области», проект которого будет вновь рассмотрен осенью. Документ предполагает осуществление мер государственной поддержки, предоставляемых в виде налоговых льгот и льготной ставки на арендную плату за землю. Налоговые льготы аналогичны существующим в регионе льготам для инвесторов: ставка по налогу на прибыль снижена до 13,5%, а ставка по налогу на имущество — до нуля. Льготы будут предоставляться сроком на четыре года, при этом в течение шести лет с момента присвоения статуса индустриального парка организация сможет сама выбрать четырехлетний период для получения льгот. Пока же чиновники ждут от частного капитала самостоятельности в развитии индустриальных парков.

Как говорят участники рынка, наиболее развитыми являются индустриальные парки «Марьино» и Greenstate, однако и стоимость земли в них, соответственно, наиболее высокая. Это частные проекты, хотя «Марьино» реализуется с поддержкой властей. Примеров же реализации государственных проектов такого уровня на государственной земле пока нет ни в Петербурге, ни в Ленобласти.

На сегодняшний день интерес инвесторов к реализации индустриальных парков не очень высок. Темпы окупаемости здесь пока ниже, чем в других сегментах коммерческой недвижимости, а правила игры не сформированы; сегмент для нашего рынка очень молодой.

Как полагают эксперты, девелоперам в этой сфере необходимы определенные преференции, основанные на государственно-частном партнерстве.

Светлана Березина, заместитель директора департамента консалтинга Colliers International в Санкт-Петербурге, заключает: «Количество заявленных за последние годы проектов индустриальных парков региона составляет несколько десятков. Данные заявления часто носят декларативный характер, от реализации некото-



ПО ДАННЫМ АССОЦИАЦИИ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРКОВ, ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ЯВЛЯЕТСЯ ЛИДЕРОМ СРЕДИ ВСЕХ РЕГИОНОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ УЖЕ СОЗДАНЫХ И НАХОДЯЩИХСЯ НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ РАЗРАБОТКИ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРКОВ

рых проектов девелоперы отказались. Ввиду новизны и размытости термина „индустриальный парк“, в том числе относительно доли производственной функции в индустриальном парке и отсутствия законодательного регулирования в этой сфере, данное понятие часто используется в маркетинговых целях (например, собственниками крупных массивов сельхозземель, собственниками неиспользуемых промышленных объектов)».

Госпожа Березина считает, что если проект не обеспечен инженерией и транспортом уже на тот момент, как его заявили, существует большая вероятность того, что он не будет реализован. «Это связано как с неопределенностью относительно наличия достаточного объема финансирования у девелопера индустриального парка, так и с длительностью „бумажного периода“ процессов подготовки участка и согласованию проекта», — поясняет она.

Набор льгот, предоставляемых разными регионами, схожи, как правило, включает льготный налог на землю, имущество, прибыль, службу «одного окна», инженерную подготовку территории. Основные различия заключаются в том, как реализованы эти преференции на каждой конкретной территории: насколько легко в регионе получить землю, льготы, как работает поддержка инвесторов.

Специалисты считают, что развитие промышленности будет в ближайшее время осуществляться за счет индустриальных парков.

Владимир Скигин, председатель совета директоров UK Satellit Development, говорит: «Такое развитие производства предполагает оптимизацию управленческих и эксплуатационных затрат, профессиональный подход к ведению бизнеса. Чаще всего индустриальный парк имеет специализацию, поскольку каждый сегмент производства имеет свои особенности. Часто индустриальные парки ориентированы на

средний и малый бизнес, поскольку для крупного производства может быть более целесообразен собственный проект, реализованный в формате build-to-suit».

Регионы, которые рассматривают развитие промышленности как приоритетное, уделяют внимание не только созданию непосредственно индустриальных парков, но и развитию всей инфраструктуры, причем не только инженерной или административной, но во многом уже и социальной. В ряде случаев параллельно с развитием производственных площадок по соседству реализуется жилая функция, формируется социальная инфраструктура. Хотя пока таких примеров немного. Практика строительства жилья для сотрудников завода не очень распространена в современной России. Как правило, такая потребность возникает только спустя три-пять лет после старта завода и только в том случае, если на рынке труда наблюдается высокая конкуренция за квалифицированный персонал. «В качестве примера одного из таких проектов можно привести поселок Nakkapelita Village, который завод Nokian Tyres построил под Всеволожском через четыре года после запуска самого завода, а также технопарк „Грабцево“, поблизости от которого специально строится жилье для сотрудников якорного арендатора, завода „Фольксваген“. Но эти примеры относятся к первой волне индустриальных парков», — уточняет Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований JLL в Санкт-Петербурге.

Владимир Скигин уверен: «Сегмент производственной недвижимости должен быть одним из приоритетных направлений развития региона, поскольку является одним из ключевых факторов его успешной экономики. Сегодня, когда в городе и области наблюдается дефицит подготовленных производственных площадок, многие крупные иностранные компании

отказались размещать у нас свои производства в силу существования более привлекательных условий в других регионах, развитие сегмента индустриальной недвижимости актуально как никогда».

Все участники рынка утверждают, что политику по развитию индустриальных парков в Петербурге и Ленинградской области следует вести скоординированно. Земельные ресурсы есть в области, кадровые — в Петербурге. Высокий потенциал города-миллионника может способствовать развитию индустриальных парков. Но многое упирается в земельный вопрос — стоимость земли оказывается чрезмерно высокой для окупаемости проекта. «Кроме того, на сегодняшний день лишь со стороны администрации Ленинградской области наблюдается реальная заинтересованность в инвесторе, областные власти постепенно выстраивают систему привлечения инвестора, его сопровождения», — констатирует господин Фадеев.

В Петербурге это содействие пока проявляется в меньшей степени. Тем не менее опыт развития индустриальных парков в Петербурге уже есть. Если под индустриальным парком понимать территорию, обеспеченную инженерной инфраструктурой, на которой размещены производственные предприятия, находящиеся под управлением специализированной управляющей компании, то в Петербурге и прилегающих районах Ленинградской области, по данным JLL, в активной стадии находится десять индустриальных парков. Еще примерно восемь проектов заявлено к реализации как индустриальные парки. «Однако реально эти промышленные площадки вряд ли можно пока отнести к индустриальным паркам», — говорит господин Фадеев.

Алена Давыдова, консультант отдела корпоративных услуг и продаж компании Maris в ассоциации с CBRE, рассуждает: «Самым эффективным, на мой взгляд, для развития промышленности было бы соглашение правительства Ленобласти или правительства Санкт-Петербурга с естественными монополистами о предоставлении в качестве преференций точек доступа к коммуникациям (воде, газу и электричеству) в непосредственной близости к развиваемым территориям. Такая практика существует в Канаде, Америке и Европе, на территории России подобная модель реализована в Калуге. Таким образом, парки будут дешевле и станут более привлекательными для промышленников, которые, в свою очередь, будут строить больше заводов и создавать новые рабочие места. И как следствие — обеспечат гарантированные долгосрочные налоговые поступления». ■



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ПРОМЗОНЫ ЗАНИМАЮТ КАК МИНИМУМ ТРЕТЬ ПЛОЩАДИ ЦЕНТРАЛЬНЫХ РАЙОНОВ ПЕТЕРБУРГА

«Серые пояса» есть во многих городах России, так как промышленные предприятия были градообразующими. По объему площадей они исчисляются в тысячи гектаров.

Алексей Берников, маркетолог-аналитик ЗАО «Группа Прайм», отмечает: «Территории промышленных предприятий в границах Петербурга являются очень перспективными для дальнейшего развития. По оценкам экспертов, общая площадь крупнейших промышленных территорий, пригодных для редевелопмента, составляет около 6 тыс. га. Промзоны занимают как минимум треть площади центральных районов Петербурга. В перспективе освоение таких территорий позволит существенно увеличить объем предложения нового жилья, не прибегая к расширению городских границ».

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ Участники рынка говорят, что в редевелопменте, помимо локации, есть как свои положительные, так и отрицательные стороны. Минус в том, что это не просто участок земли. Перед началом строительства необходимо заниматься сносом старых построек, а также рекультивацией земли, в случае если на этом месте располагалось вредное производство. А это большие инвестиции. «С другой стороны, есть очень большой плюс в том, что, как правило, все промышленные площадки отлично обеспечены всеми ресурсами, будь то канализация, водоснабжение, водоотведение, электричество, а это в нашем городе решает большое количество проблем», — рассуждает Константин Ковалев, первый заместитель генерального директора ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург».

Основным тормозом процесса редевелопмента долгое время было то, что экономика закрытия или перевоза промышленного предприятия за пределы города не была очевидна. Сейчас же, когда цена на землю в центре города достигла заоблачных высот, экономика

ЗОЛОТАЯ ЖИЛА «СЕРОГО ПОЯСА»

С НАЧАЛА 2000-Х ГОДОВ В ПЕТЕРБУРГЕ АКТИВНО ОБСУЖДАЮТСЯ ПРОЕКТЫ РЕДЕВЕЛОПМЕНТА ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ, ТАК НАЗЫВАЕМОГО «СЕРОГО ПОЯСА». ОДНАКО И ДО СИХ ПОР РЕДЕВЕЛОПМЕНТ НОСИТ ТОЧЕЧНЫЙ ХАРАКТЕР, ЗАСТРОЙКЕ ПОДВЕРГАЮТСЯ ТОЛЬКО ОЧЕНЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ УЧАСТКИ. ВЕДЬ ПОДГОТОВКА ПОД СТРОИТЕЛЬСТВО 1 ГА ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ ОБХОДИТСЯ В 25–40 МЛН РУБЛЕЙ, ЧТО ПОД СИЛУ ТОЛЬКО КРУПНЫМ ИГРОКАМ. ДЕНИС КОЖИН

подобных проектов оказалась жизненно способной.

Затраты на снос существующего строения и рекультивацию земли, даже при плотной застройке, в городской черте, по мнению господина Ковалева, не превышают 5–7% от бюджета.

Алексей Берников говорит: «Затраты по освобождению территорий бывших промзон для нового строительства в каждом конкретном случае очень индивидуальны. В среднем, по экспертным оценкам, стоимость преобразований варьируется в диапазоне 25–40 млн рублей на 1 га, в зависимости от имущественных проблем и загрязнения участка. На одном объекте, как правило, целый перечень собственников, с каждым из них нужно прийти к взаимовыгодному сотрудничеству. Кроме того, в некоторых случаях необходима рекультивация участка».

Елена Валуева, директор по маркетингу компании Mirland Development Corporation, рассуждает: «Западный опыт показывает, что ранее востребованная территория со временем может превратиться в депрессивную. Так произошло, например, с бывшими доками в Лондоне, которые утратили свой прямой функционал к 1970-м годам. За короткий период времени огромная территория — свыше 20 кв. км — оказалась невостребованной. И что же мы видим сегодня на месте этих территорий? Деловой квартал Canary Wharf, который конкурирует с лондонским City; выставочный центр ExCel, где проходил саммит G20; аэропорт; жилые, торговые и развлекательные комплексы. Конечно, все это было бы невозможно без создания транспортной инфраструктуры, связавшей эти территории с центром города и между собой. За 10–15 лет брошенные территории превратились в быстрорастущие районы, и, например, только квартал Canary Wharf на сегодня обеспечивает свыше 100 тыс. рабочих мест».

Марина Федорова, заместитель директора по развитию по региону «Северо-Запад» ГК «Спектр», добавляет: «Наиболее успешными примерами модернизации промышленных площадок в Европе стали перепрофилированные территории под общественные и культурные пространства. Например, лондонская галерея «Тейт Модерн», открытая в 2000 году в помещении бывшей электростанции Bankside Power Station на южном берегу Темзы. Или культурный

и творческий центр Эссена в Рурском регионе Германии, организованный на бывшей шахте Цольферайн. В России аналогом является проект на острове Новая Голландия в Санкт-Петербурге, реализуемый компанией «Новая Голландия Девелопмент». Есть и успешные примеры многофункциональной застройки при редевелопменте — в 2001 году Венские газометры при модернизации были успешно разделены на жилую, офисную, и культурно-развлекательную зону».

Елена Валуева говорит: «В Петербурге много потенциальных проектов под редевелопмент расположено в Адмиралтейском районе, на Петроградской стороне, Петровском острове, вдоль Малой и Большой Невки. Часто ситуация осложняется тем, что у одного объекта разные собственники. Также бывает, когда промзону образуют целый ряд

объектов с разными собственниками. Для реализации столь масштабных проектов требуется комплексный подход, и без поддержки властей не обойтись».

Руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость» Ольга Трошева подсчитала, что в Петербурге сейчас около 1 млн кв. м строящегося и выставленного на продажу жилья находится на бывших промышленных территориях, что составляет около 8–10% от объема первичного рынка.

Она полагает, что с точки зрения объемов будущей застройки наиболее перспективны Московский и Невский районы. «На каждый из них приходится 18–20% от общего объема заявленных проектов редевелопмента. Также большой объем заявлен в Адмиралтейском районе (13%) и на Васильевском острове (8–10%)», — говорит она. → 29

smart telecom

+7 (812) 329-44-44
e-mail: info@smart.spb.ru
www.smart.spb.ru

Создан решать любые задачи

РЕКЛАМА

В ОЖИДАНИИ РЕНОВАЦИИ

РЫНОК ДЕМОНТАЖА В ЭТОМ ГОДУ ВЯРД ЛИ ПОКАЖЕТ СУЩЕСТВЕННЫЙ РОСТ. ДЛЯ ЭТОГО НЕОБХОДИМЫ АКТИВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ В ЧАСТИ РЕДЕВЕЛОПМЕНТА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПЛОЩАДОК, РЕНОВАЦИИ УСТАРЕВШИХ КВАРТАЛОВ И ИСТОРИЧЕСКОГО ЦЕНТРА. ИГРОКИ ЖДУТ ОТ ВЛАСТЕЙ РЕШЕНИЯ ЭТИХ ВОПРОСОВ И ДИВЕРСИФИЦИРУЮТ БИЗНЕС.

АГАТА МАРИНИНА

В Петербурге ежегодно строятся миллионы квадратных метров жилья, коммерческих и промышленных площадей, дорог и социальных объектов. Демонтаж — неотъемлемая часть работ в половине случаев. «В Петербурге всегда идут демонтажные работы, постепенно сносятся отслужившие свой срок строения», — констатирует генеральный директор группы компаний «КрашМаш» Виктор Казаков.

Однако в настоящее время, по оценкам специалистов, емкость рынка демонтажа Санкт-Петербурга не превышает 700 млн рублей. К слову, три года назад рынок оценивался в 1,5 млрд рублей.

Определенная стагнация, которая присутствует на рынке, обусловлена низкой активностью городских властей в части перевода промышленных предприятий за городскую черту, редевелопмента депрессивных зон, реновации устаревших кварталов и реконструкцией центра города. «Именно эти направления могут стать толчком, который „подбросит“ рынок вверх. Если власти все же начнут принимать активные действия в части развития депрессивных заводских территорий и реновации кварталов, это обеспечит рост рынка демонтажа на 200 и более процентов», — говорит управляющий директор строительной фирмы «Ирон» Максим Рот. — Вопрос только в сроках. Пока дальше разговоров дело не идет. И не думаю, что ситуация кардинальным образом изменится в этом отношении в ближайшие год-два. Понятно, что процесс преобразования городских территорий не будет носить мгновенный лавинообразный характер, но даже небольшой активности в этом направлении будет достаточно для повышения активности на демонтажном рынке».

С ним согласен генеральный директор группы компаний «КрашМаш» Виктор Казаков. Он также говорит о том, что импульсом для развития демонтажного рынка являются многочисленные проекты по реновации городских территорий под строительство жилой недвижимости и развитие социальных инфраструктур. Кроме того, активное развитие рынку демонтажа (как в целом по стране, так и в Петербурге) дает сегодня процесс модернизации промышленности. «В последнее время на рынке Петербурга стратегически важным для группы компаний „КрашМаш“ является сотрудничество с компанией „СПб Реновация“, которая в течение последних нескольких лет разворачивает свою масштабную программу по реновации городских территорий. „КрашМаш“ проводит снос аварийного и ветхого жилья в разных районах города», — признается Виктор Казаков.

По прогнозам специалистов, высоких темпов роста рынка ожидать не стоит. Максимальное повышение, на которое могут рассчитывать петербургские участники рынка, может составить 5%.



МИХАИЛ РАЗУВАНОВ

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ, ПО ОЦЕНКАМ СПЕЦИАЛИСТОВ, ЕМКОСТЬ РЫНКА ДЕМОНТАЖА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА НЕ ПРЕВЫШАЕТ 700 МЛН РУБЛЕЙ. ТРИ ГОДА НАЗАД РЫНОК ОЦЕНИВАЛСЯ В 1,5 МЛРД РУБЛЕЙ

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ РЕСУРС В Петербурге существенный потенциал для развития отрасли демонтажа кроется в проектах в историческом центре. «Некоторые объекты в центральной части города изношены не менее чем на 70 процентов. Более того, по самым минимальным оценкам треть домов постройки до 1917 года находятся в состоянии аварийности. Уже всем ясно, что некоторые здания в таком плачевном состоянии, что говорить о необходимости и технологической возможности восстановления всех исторических зданий просто невозможно», — отмечает вице-президент компании Springald Виталий Никифоровский.

И сокращение рынка демонтажа три года, по мнению господина Никифоров-

ского, произошло как раз из-за политики властей в отношении исторического центра. Однако для его компании проекты в историческом центре открыли ресурс для развития. В результате последние два года Springald лидирует по количеству выполненных проектов в историческом центре города.

Работая на стройках в историческом центре, демонтажники все время сталкиваются с сопротивлением со стороны градозащитного сообщества. Хотя, как утверждает Виталий Никифоровский, в настоящее время вероятность несанкционированного сноса, о котором все время говорят представители градозащитного сообщества, минимальна. «Все забывают,

что чаще всего демонтажная компания выступает производителем работ. И, кстати, за исключением единичных случаев, к демонтажу у девелопера проекта есть все необходимые документы. За десять лет, за исключением одного инцидента, я не помню ни одного снесенного здания без разрешительных документов», — утверждает господин Никифоровский.

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ДЕМОНТАЖ В ожидании активности городских властей в отношении «промки» и проектов реновации демонтажники расширяют перечень своих услуг. Это приводит к тому, что лидеры рынка перестают быть только демонтажными компаниями, предоставляя более широкий перечень работ. Максим Рот в числе перспективных направлений для диверсификации называет работы нулевого цикла и общестроительные услуги. «Лидеры демонтажной отрасли уже предлагают гораздо больше, чем просто демонтаж», — констатирует он.

О развитии новых направлений говорит и господин Никифоровский из Springald. «Мы начали развивать новые направления некоторое время назад. Прошлый год прошел под девизом диверсификации бизнеса. Так, мы вышли на рынок работ по реконструкции с проектом „Красные бани“. Мы намерены продолжить осваивать новые направления деятельности. Сейчас планируем дальнейшее развитие промышленного проектирования, запуск направления „строительство“. Кроме того, готовимся к реализации гидростроительных проектов», — рассказывает Виталий Никифоровский.

НОВИЧКОВ НЕ БУДЕТ В настоящее время на петербургском рынке демонтажа работает десяток крупных компаний. По словам самих участников рынка, ключевые игроки «знают друг друга в лицо». «Не думаю, что в ближайшем будущем на рынке появится новый игрок, который сможет существенно изменить расстановку сил», — говорит Максим Рот. Виталий Никифоровский указывает на то, что новые компании все время появляются. Их открывают менеджеры, которые ранее работали в крупных компаниях. Однако несмотря на имеющийся у них опыт работы, качество услуг не всегда отвечает требованиям рынка. «Известны случаи недобросовестной конкуренции, в том числе с применением демпинга, и некачественного выполнения работ. Как показывает практика, далеко не все могут оказывать комплексные услуги. Даже тех, кто способен оформить всю необходимую документацию, можно пересчитать по пальцам. При этом, что называют себя демонтажными компаниями в Петербурге сотни организаций. Оформление документов на демонтаж — это очень важный этап работ, но 95 процентов компаний на рынке этим не занимаются», — сетует Виталий Никифоровский. ■

27 → Константин Ковалев считает, что редевелопмент территорий несколько снизит и нагрузку на транспортную инфраструктуру: «В наше время бич всех крупных городов — маятниковая миграция. Утром люди едут из окраин в центральные районы на работу, вечером возвращаются обратно. Это создает нагрузку на дороги, общественный транспорт, так как пиковые нагрузки никак не компенсировать. А транспортные пути проложены как раз через этот „серый пояс“. Редевелопмент в этой сфере позволяет увеличить объем населения в таких местах и снизить нагрузку на транспортную инфраструктуру».

ГРАДОСТРОИТЕЛЬНАЯ КОРРЕКТИРОВКА Но для стимулирования процесса редевелопмента требуется внесение изменений в Генплан, говорят участники рынка. Также необходима ускоренная разработка проектов планировок территорий. «Будет очень большая помощь для редевелопмента, если город организует ускоренную процедуру разработки градостроительной документации», — полагает Константин Ковалев.

Алексей Берников считает, что основным сдерживающим фактором редевелопмента является отсутствие у городской администрации конкретных планов по преобразованию промышленных территорий. «Более того, в последние пару лет было сразу несколько заявлений о приостановке вывода таких предприятий из центра Петербурга, что сдерживает редевелопмент „серого пояса“. Положительные изменения в этом вопросе произойдут лишь в случае утверждения нового Генплана Санкт-Петербурга с внесением в него изменений, касающихся выво-

да промышленных предприятий (помимо вредных производств) на границы Петербурга. То есть ранее 2015 года никаких сдвигов ожидать не приходится. Остается дожидаться результатов работы парламентариев по итогам проведенных публичных слушаний, посвященных изменениям в Генеральный план города», — говорит господин Берников.

Впрочем, эксперты полагают, что далеко не все предприятия необходимо выводить за черту Петербурга. «В свое время Петербург, тогда еще Ленинград, традиционно был столицей НИОКР, НИИ. С тех пор сохранились так называемые опытно-конструкторские производства, где производят модельные образцы, идет и разработка, и производство. Понятно, что такие объекты имеют право на жизнь в обжитых районах, потому, что они никаких ограничений не несут, — говорит господин Ковалев — Напротив, тяжелые производства, связанные, к примеру, с машиностроением, металлообработкой, на которых существуют достаточно серьезные санитарно-эпидемиологический ограничения, на мой взгляд, должны выводиться в промышленные зоны вне черты города».

Марина Федорова отмечает: «Наукоемкие производства будут, скорее всего, оставлять в городе из-за человеческого фактора, но финальное решение должно быть за собственником. Город в данном вопросе должен сформировать свою долгосрочную промышленную политику и дать о ней знать предприятиям. Безусловно, есть и такие производства, которые необходимы городу как рабочие места для горожан, в этом случае они должны получать дополнительные преференции от государства». ■

СЛИТЬСЯ ПО-ТИХОМУ

КАК ТОЛЬКО КРИЗИСНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОЯВЛЯЮТСЯ НА РЫНКЕ, ЕГО ИГРОКИ НАЧИНАЮТСЯ ПРИСМАТРИВАТЬСЯ К АКТИВАМ — СВОИМ И ЧУЖИМ. КТО-ТО ИЩЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРОДАТЬ БИЗНЕС ИЛИ ЕГО ЧАСТЬ, ДРУГИЕ НЕ ИСКЛЮЧАЮТ ВЫГОДНУЮ ПОКУПКУ. В РЯДЕ ОТРАСЛЕЙ ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ СДЕЛОК M&A ЧУВСТВУЮТСЯ ОСОБЕННО ОСТРО.

КРИСТИНА НАУМОВА

Ситуация на автомобильном рынке продолжает тревожить его участников падающими продажами, в результате чего автопроизводители корректируют свои планы, а автодилеры — выставляют на продажу свои активы. Таким образом, по мнению участников рынка, сегодня начинают формироваться предпосылки для сделок слияния и поглощения (M&A).

ЖДУТ СЛИЯНИЯ Собственник холдинга «Феникс» Вячеслав Жигалов отмечает, что продавцов сейчас может быть гораздо больше, чем тех, кто готов что-то приобрести. «Сейчас ситуация нестабильна у всех игроков рынка, и покупать что-либо, на мой взгляд, это риск. Доходность сейчас падает у всех автодилеров на фоне подорожания кредитов. В любом случае, если крупная и известная компания рассматривает покупку актива, значит, она видит для себя перспективы в этом направлении. Если же новичок

покупает автобизнес, значит, хочет попробовать себя в этом направлении», — рассуждает Вячеслав Жигалов. Сам господин Жигалов не рассматривает возможность покупки каких-либо активов, но «продал бы сейчас все что угодно», и в первую очередь — направление Suzuki, так как продажи этого бренда продолжают падать.

Владелец «Аларм-Моторс» Роман Слуцкий отмечает, что предпосылки к сделкам M&A складываются в связи с тем, что в последнее время становится невозможен долгосрочный прогноз доходной части бюджетов дилерских предприятий при ограниченных возможностях по сокращению расходов на управление. «Этот факт способствует размышлениям инвесторов о целесообразности увеличения масштаба сети дилерских центров с целью сокращения удельных издержек на управление», — рассуждает господин Слуцкий.→ 30

Коммерсантъ.

В лучших местах Петербурга.

Рестораны

АНТРЕКОТ	Б. Морская ул., 25
MACARONI	Рубинштейна ул., 23
TERRASSA	Казанская ул., 3
MarketPLACE	Конституции пл., 3 лит. А
ЦАРЬ	Садовая ул., 12
ШАЛЯПИН	Тверская ул., 12/15
DA VINCHI	М. Морская ул., 15/7
ТАВЕРНА ГРОЛЛЕ	Большой пр., В.О. 20
РИБАЙ	Казанская ул., 3
GINZA	Аптекарский пр., 16
GUSTO	Дегтярная ул., 1а
ЧИН-ЧИН	Мытнинская наб., 3
НА РЕЧКЕ	Ольгина ул., 8
ГАСТРОНОМ	Марсово Поле, 7
ПЛЮШКИН	ТК «Променад», Комендантский пр., 2
ЛА МАРЕ	Суворовский пр., 34
МОСКВА	Невский пр., 114, ТЦ «Стокманн»
FIT FASHION	Казанская ул., 3
СОЛЬФАСОЛЬ	Большевиков пр., 9 Народного Ополчения пр., 10
ЖАН-ЖАК РУССО	Невский пр., 166
МАРКЕТ ПЛЕЙС	Малоохтинский пр., 64
САДКО	Глинки ул., 2

THE KITCHEN	Московский пр., 73
БРАССЕРИЯ	Садовая ул., 22/2
МЕТРОПОЛЬ (BRASSERIE DE METROPOLE)	
VOLGA-VOLGA	Петровская наб.,
ПАРОХОД	спуск №1, напротив д. 8
(теплоход Дунаевский)	
CAPULETTI	Большой пр., П.С., 74
MELTCEP FISH HOUSE	Школьная ул., 14
LA PERLA	Марата ул., 54/34
ПЕЧОРИН	Богатырский пр., 60, корп. 1
ТЕПЛО	Б. Морская ул., 45
МАРСЕЛЬЕЗА	Мартынова наб., 16
ПРОБКА	
НА ДОБРЮЛЮБОВА	Добролюбова пр., 6
CARBONARA BAR	Марата ул., 33
FRANCESCO	Суворовский пр., 47

Кофейни

ГАРСОН	Невский пр., 95
	Невский пр., 103
	Суворовский пр., 47
	Комендантский пр., 11
	Лактинская ул., 32
	Разъезжая ул., 41

	Кан. Грибоедова, наб. 25
	Б. Морская, 39
	Космонавтов пр., 14, ТЦ «Радуга»
ШТОЛЛЕ	1-я линия В.О., 50
	Энгельса пр., 37
	Восстания ул., 32
	Невский пр., 11
	Конюшенный пер., 1/6
	Владимирский пр., 15
	Савушкина ул., 3
	Просвещения пр., 34
ЛИНДФОРС	Московский пр., 128
	Декабристов ул., 19
	Декабристов ул., 33
	Полтавская ул., 3
	Ленинский пр., 151

Кафе

МАГАЗИН У СМОЛЬНОГО	Бонч-Бруевича ул., 2/3
ЯКИТОРИЯ	Петровская наб., 4
ВИТАМИН	Гражданский пр., 18-а
магазин «Максидом»	
ЧЕРДАК	Куйбышева ул., 38/40
ВЕНЕЦИЯ	Софийская ул., 14

XREN	Загородный пр., 13
ИП МАЛЫШЕВ	Синопская наб., 50А
ДРАГО	Приморский пр., 15
ЖАН-ЖАК РУССО	Марата ул., 10
	Гатчинская ул., 2/54
КРЫМ	Благодатная ул., 35, лит. А

Пабы

ПАБ № 1	Чкаловский пр., 15
MOZZARELLA BAR	Московский пр., 153
	Большой пр., П. С., 13/4
	Кан. Грибоедова, наб. 64/ Садовая, 42

DR. INKI BAR	Алтайская ул., 12
	6-я линия В. О., 21

MOLLIE'S PUB	Рубинштейна ул., 36
LIBRARY BAR	Вознесенский пр., 4
IL VINO	Ждановская наб., 7

Бистро

ФРИКАДЕЛЬКИ	Выборгская наб., 61
	Черной речки наб., 41, корп. 7



Газета «Коммерсантъ» издательством бесплатно не распространяется.
Информация по тел. (812) 271-3635
www.kommersant.ru/regions/78

РЕКЛАМА -16+

29 → Впрочем, по его словам, пока до реальных сделок по приобретению дилерских предприятий еще далеко. «Владельцам психологически непросто смириться с существенным изменением реальной капитализации их компаний. К тому же длинных и дешевых денег для автобизнеса на рынке больше нет», — полагает Роман Слуцкий.

Участник рынка отмечает появление на рынке непрофильных инвесторов, которые конвертировали долги некоторых нерадивых дилерских групп во владение бизнесом «в надежде вернуть свой капитал». Эксперты полагают, что такой путь не принесет успеха и спустя год-два эти предприятия будут проданы за разумные деньги, а не по цене выданных некогда на их финансирование кредитов.

Председатель совета директоров группы Wagner Александр Иванов говорит, что был бы заинтересован в покупке дилера массового бренда, но только по крайне выгодной цене. По его словам, сейчас неудачное время для выхода на рынок.

Сейчас на рынке есть несколько открытых предложений о покупке бизнеса. Например, основной владелец группы «Олимп» Евгений Войтенков приступил к активным переговорам о продаже своих дилерских центров Mercedes-Benz и Porsche на Пулковском шоссе. Господин Войтенков рассказал, что в настоящее время уже сформировался пул заинтересованных инвесторов, имена которых не разглашаются. Собеседник издания также добавил, что рассматривает возможность продажи и салона на Исполкомской улице, в котором расположены шоу-румы Mercedes-Benz, Hyundai, а также trade-in. Господин Войтенков оценивает свой бизнес в 6 млрд рублей. Эта сумма включает, помимо трех дилерских центров, некоторые земельные участки и объекты недвижимости. К продаже предлагаются контрольные пакеты акций компаний в размере более 70%.

Кроме того, банкротящийся автохолдинг PPT будет продавать активы общей стоимостью, по оценкам самой компании, около 4 млрд рублей. Продажей будут заниматься банки. Директор аналитического агентства «Auto-Dealer-СПб» Михаил Чаплыгин полагает, что активы PPT будут интересны другим участникам рынка при адекватной цене. По его словам, импортеру невыгодно отказываться от этих дилерских центров, учитывая их удачную локацию.

Банки могут оставить эти непрофильные активы себе, но передать их в управ-



ОДНА ИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ НАПРАВЛЕНИЯ M&A — ПЕРЕМЕЩЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ ИЗ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА В ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ ОТРАСЛИ, В ДЕВЕЛОПМЕНТ, СВЯЗЬ, ФИНАНСЫ

ление профессиональным участникам рынка, полагают эксперты.

ДЕНЬГИ В ЕВРОПУ Адвокат адвокатского бюро DS Law Екатерина Ильина отмечает, что одна из тенденций развития направления M&A — перемещение инвесторов из реального сектора в инфраструктурные отрасли, в девелопмент, связь, финансы. Кроме того, если в прошлом году и в начале этого года рос объем сделок иностранных инвесторов с российскими активами, то теперь с учетом накалившейся международной ситуации положение дел изменяется в обратную сторону, говорит госпожа Ильина. Например, в 2013 году Кировский завод завершил сделку по приобретению компании Goppel Bus GmbH, одного из ведущих немецких производителей городских автобусов. Кировский завод купил также 100% акций немецкого производителя станков для промышленности Monforts Werkzeugmaschinen GmbH & Co. Кроме того, Кировский завод купил долю обанкротившегося завода «Вагонмаш», некогда лидера по производству вагонов для метрополитена, в совместном с Skoda Transportation предприятии. СП планирует выпускать не только вагоны метро, но также трамваи и двухэтажные электрички. Весной этого года вступило в силу соглашение о покупке судостроительным заводом «Пела» северогерманской верфи Sietas.

Аналитик IFC Markets Дмитрий Лукашов рассказывает, что в прошлом году в Рос-

сии была объявлена 321 сделка слияния-поглощения на общую сумму \$108,5 млрд. Крупнейшей сделкой стала покупка «Роснефтью» ТНК-BP за \$54 млрд. За счет этого совокупный объем вырос на 35% по сравнению с 2012 годом и достиг максимума с 2007 года. При этом он все равно примерно в восемь раз меньше годового объема сделок M&A в Европе и почти в десять меньше, чем в США. На долю внутренних сделок по покупке-продаже российских активов между российскими же компаниями пришлось 80% объема рынка. При этом 16% заняла доля покупок российских активов иностранными инвесторами и 4% — приобретение иностранных активов российскими инвесторами.

В региональном разрезе основной объем сделок пришелся на Москву, где зарегистрировано большинство компаний-участников. «Крупнейшей сделкой в Петербурге, на мой взгляд, в прошлом году стало приобретение „Национальной контейнерной компании“ группой Global Ports Investments за \$1,57 млрд. НКК владеет двумя терминалами в Большом порту Петербурга и рядом других активов. На втором месте оказалась покупка 50 процентов акций сотового оператора „Tele2 Россия“ петербургским банком „Россия“ у московского банка ВТБ примерно за \$1,25 млрд. Кроме этого, я бы еще отметил продажу Львом Левиевым и Вячеславом Мирилашвили 48 процентов акций социальной сети „В контакте“ фонду UCP приблизительно за \$720 млн. Пожалуй, эта сделка может претендовать на третье

место в регионе», — рассуждает господин Лукашов.

РИСКИ СИСТЕМЫ «В целом стоит сказать, что, российское законодательство в данной области далеко от идеала, и регулирование сделок слияния и поглощения в российском праве не получило к настоящему моменту должного развития и детализации, поэтому не отвечает потребностям участников рынка», — констатирует госпожа Ильина. Наглядно это можно проследить, по ее словам, анализируя практику российских судов. Главным риском сделок M&A является угроза непризнания отдельных условий сделки, совершенной в России по законодательству иных стран, или использование сторонами сделки правовых институтов, которые отсутствуют в российской системе права.

Основные риски проведения процедуры слияния и поглощения — недополучение выручки в результате неточной оценки перспектив сделки, а также неполное финансирование проекта слияния, говорят специалисты. К рискам при слиянии относятся также потеря квалифицированных сотрудников и, как следствие, потеря части клиентов приобретаемой компании, а также размытие контроля и отсутствие стратегии развития будущей компании. На этапе проведения переговоров для сокращения рисков стоит обратиться к профессиональному посреднику для оценки перспектив будущей сделки, советуют юристы.

Учитывая существующие сложности, многие сделки совершаются в иностранных юрисдикциях, через иностранные холдинговые структуры и подчиняются иностранному (зачастую английскому) праву, рассказывают юристы. При этом основными объектами сделок, как правило, выступают российские активы, а бенефициарный собственник продаваемого актива в основном российское лицо. В такой ситуации при нарушении гарантий или иных условий договора придется идти в российский суд за принудительным исполнением условий договора или признанием исполнения решения иностранного суда, а это может оказаться весьма проблематичным.

«Последствиями указанных обстоятельств, в частности, могут быть отказы судов в применении тех или иных положений сделок, не соответствующих или идущих вразрез с законодательством России, при обращении за принудительным исполнением решений иностранных судов — отказ в принудительном исполнении уже состоявшихся решений», — говорит госпожа Ильина. ■

ОБЩЕЖИТИЕ НОВОГО ТИПА ИНТЕРЕС К ХОСТЕЛАМ РАСТЕТ И У ТУРИСТОВ, И У БИЗНЕСМЕНОВ. В ПЕТЕРБУРГЕ ПОЯВЛЯЕТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ КРУПНЫХ СЕТЕВЫХ ПРОЕКТОВ. ИЗ-ЗА ОБОСТРИВШЕЙСЯ КОНКУРЕНЦИИ ВЛАДЕЛЬЦАМ ХОСТЕЛОВ ПРИХОДИТСЯ ТРЕНИРОВАТЬ ФАНТАЗИЮ И ПРЕДЛАГАТЬ ПОСТОЯЛЬЦАМ НЕ ТОЛЬКО УДАЧНУЮ ЛОКАЦИЮ И НИЗКИЕ ЦЕНЫ, НО И ИНТЕРЕСУЮ «ФИШКУ».

КРИСТИНА НАУМОВА

Популярность хостелов, давно набравшая обороты в Европе, растет и в России. И если еще три года назад бизнес хостелов в Петербурге и Москве только начинал формироваться, и каждый новый проект мог рассчитывать на приличную долю рынка,

то сейчас конкуренция очень высока. Подтверждением популярности формата хостелов является премия Hoscars. Награды в четырех номинациях вручаются хостелам по всему миру. В этом году премию получили петербургский хостел Soul Kitchen,

Home Lisbon Hostel в Лиссабоне, Tattva Design Hostel в Порто и Wombats City Hostel Budapest в Будапеште. Кроме европейских, в топ-10 попали гостиницы США, Азии, Южной Америки и Океании. Лучших определяет только мнение туристов со всего мира, ко-

торые оставляют на сайте Hostelworld.com отзывы. Победители, как правило, определяются, исходя из таких категорий, как атмосфера, чистота, оборудование, удобства, расположение, безопасность, стиль, а также соотношение цены и качества.

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА

ИНТЕРЕС К ФОРМАТУ По оценкам заместителя директора департамента консалтинга Colliers International в Санкт-Петербурге Евгении Тучковой, в Северной столице насчитывает больше 220 хостелов в совокупности почти на 4 тыс. койко-мест. В основном хостелы сконцентрированы в Центральном районе города возле станции метро «Маяковская», Московского вокзала, вблизи Сенной площади, около станции метро «Лиговский проспект», а также в районе Загородного проспекта и станции метро «Владимирская».

«Чаще всего хостелы располагаются в бывших коммунальных квартирах. Удобства в таких проектах предусмотрены на этаже. Хостелы в основном расположены во внутривортовых пространствах, но достаточно близко к центру и ко всем достопримечательностям», — говорит Евгения Тучкова.

Сегмент хостелов в Петербурге представлен шире, чем в Москве, так как в Северной столице гораздо больше туристов, рассчитывающих на бюджетный отдых, отмечает госпожа Тучкова. В ближайшем будущем, по ее прогнозам, в Петербурге вырастет интерес со стороны профессиональных девелоперов к этому формату и увеличится число сетевых операторов в общем объеме рынка.

Член совета директоров девелоперской компании «Стройинвесттоп» Максим Раевский отмечает, что в Москве работает около 80 хостелов. Этот рынок стал бурно развиваться вместе с возможностью сделать заказ через специализированные сайты через интернет, полагает господин Раевский. Способствовало росту популярности такого формата и развитие студенческого туризма. «В последние годы студенческий туризм растет примерно на 15–20 процентов в год, особенно большой поток идет из Европы, где студенты привыкли не тратить в поездках много средств, а два крупнейших российских города отличаются высоким по европейским меркам уровнем цен. Поэтому возможность заплатить несколько сотен рублей в сутки выглядит привлекательно. И, кстати, не только для студентов из Европы, но и для россиян», — рассуждает Максим Раевский.

Управляющий департамента управления активами NAI Весаг Ольга Шарыгина полагает, что справедливое количество хостелов отследить сложно, потому что на гостиничном рынке Петербурга представлены как коммерческие проекты, так и несколько частных квартир, переоборудованных в один хостел.

«Сложно сказать, достаточно ли сегодня хостелов в Петербурге, поскольку нужно смотреть уровень их заполняемости. Скорее всего, в пиковые сезоны, например, летом и в новогодние праздники ощущается их нехватка, а в остальные времена года выбор есть. В целом по гостиничному рынку уровень загрузки держится на уровне 67 процентов. Я думаю, что хостелы именно по круглогодичной загрузке в этом не исключение», — говорит Ольга Шарыгина.

Средняя стоимость одного места в хостеле в 2013 году, по оценкам экспертов, составила 750 рублей в высокий сезон (май — август, январские праздники, школьные каникулы) и 435 рублей — в низкий сезон. Участники рынка отмечают, что цены год от года меняются незначительно из-за увеличившейся конкуренции.

ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ Именно высокая конкуренция в сегменте хостелов побуждает его игроков не только держать цены на одном уровне, но и искать новые интересные подходы при развитии проектов. Бизнесмены стараются найти «фишку», которая выделит хостел из многочисленного списка. Любители останавливаться в хостелах не всегда ориентируются только на стоимость проживания. Многие путешественники считают, что именно в хостеле можно по-настоящему прочувствовать атмосферу города и пообщаться с другими путешественниками.

Часто «изюминкой» хостела становится его узкая целевая аудитория. Например, в Петербурге работают хостелы, в которых могут останавливаться только женщины. Есть и студенческие, молодежные или семейные хостелы. На Моховой улице работает детский хостел Narnia Kids. В нем есть отдельные комнаты для мальчиков и девочек, семейные номера и номера для больших туристических групп на 28 мест. В хостеле постояльцам предлагаются настольные игры, детские книги, игрушки и коллекция мультфильмов. Кроме того, в гостинице работает воспитатель-аниматор. Хостел «Артвэй», расположенный на Малой Садовой, позиционирует себя как хостел для молодых творческих личностей — художников и студентов. В каждом номере есть рабочее место, письменный стол и стул.

Многие петербургские хостелы, помимо проживания, бесплатного интернета и завтрака, предлагают гостям культурную программу. Например, в хостеле Taiga hostel организуют пешеходные и велосипедные экскурсии по городу, предоставляют скидки на некоторые мероприятия. Кроме того, в креативном пространстве Taiga проходят лекции, концерты, выставки и вечеринки. Хостел, работающий в лофт-проекте «Этажи», также предлагает лекции по искусству и дизайну, кинопо-

казы, театральные представления и мастер-классы. С его открытой крыши видна Дворцовая площадь.

В хостеле Hostel Underground Hall можно оставлять флوماстерами отзывы. Каждая комната здесь символизирует станцию метрополитена. В хостеле «Нарния» тоже можно рисовать на стенах и потолках. Здесь время от времени устраивают квартирники с молодыми музыкантами, художниками и писателями.

БИЗНЕС-ПЛАН Максим Раевский рассказывает, что для открытия хостела нужны стартовые инвестиции в районе 1–3 млн рублей. При цене проживания в 300–350 рублей в самый разгар туристического сезона выручка хостела на 20–25 человек может достигать 200–400 тыс. рублей в месяц. Если говорить о загрузке в 60%, то инвестиции окупятся примерно за год. «Чтобы стать конкурентоспособным, нужно место с хорошей проходимостью, близостью к метро и центру города. Кроме того, нужно максимально возможное присутствие в интернете, продвижение на специализированных сайтах и, конечно, поддержание чистоты и уюта, иначе плохие отзывы могут подорвать бизнес даже с такой невысокой платой», — говорит господин Раевский.

Руководитель отдела консалтинга East Real Валерий Трушин считает, что в среднем затраты на создание хостела следует оценить в \$300–500 на квадратный метр без учета стоимости приобретения объекта. Сроки окупаемости подобных проектов составляют, по его словам, 6–7 лет. «Спрос на услуги хостелов достаточно высок. При этом стоит отметить, что на заполняемость хостелов меньше влияние оказывает сезонность, чем в крупных гостиничных комплексах», — добавляет эксперт.

Руководитель отдела консалтинга Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate Алексей Гулевский констатирует, что

классический хостел обычно представляет собой расселенную многокомнатную коммунальную квартиру в центре города с номерами вместимостью от двух до восьми человек. Как правило, хостелы имеют не больше десяти номеров.

«Инвестиции в открытие хостела минимальны. Основным активом в данном случае является помещение. Для размещения хостела требуется от 200 до 300 кв. м. Инвестиции в приобретение помещения составляют 15–25 млн рублей. Инвестиции в отделку и оборудование хостела — от 2 до 4 млн рублей. Вложенные средства могут окупиться за три-пять лет», — говорит господин Гулевский.

Ольга Шарыгина напоминает, что стартовые инвестиции зависят от многих параметров: локация, здание, в котором будет располагаться хостел, общая площадь. Окупаемость хостелов, по ее словам, сравнима с окупаемостью в гостиничном рынке. «Всем известно, что гостиничный сегмент — низкомаржинальный бизнес, и сроки его окупаемости наиболее долгие среди всех видов коммерческой недвижимости. Однако обслуживать хостелы с точки зрения операционных затрат проще и дешевле. Но с точки зрения потока и психологической составляющей — труднее, поскольку это совсем другой контингент гостей и другие правила жизни по сравнению с гостиницами категории „четыре-пять звезд“», — говорит эксперт.

Чтобы быть конкурентоспособным на рынке хостелов, по мнению госпожи Шарыгиной, нужно иметь европейское мышление и педантичность, внимание к мелочам, уметь обеспечить нормальный уровень сервиса при доступных ценах. «К сожалению, у нас еще нет способности предоставлять хороший уровень сервиса за небольшие деньги. Когда мы этому научимся, тогда можно будет говорить о конкурентоспособности на российском рынке», — полагает Ольга Шарыгина. ■



ЧАЩЕ ВСЕГО ХОСТЕЛЫ РАСПОЛАГАЮТСЯ В БЫВШИХ КОММУНАЛЬНЫХ КВАРТИРАХ. ГОСТИНИЦЫ В ОСНОВНОМ РАСПОЛОЖЕНЫ ВО ВНУТРИДВОРОВЫХ ПРОСТРАНСТВАХ, НО ДОСТАТОЧНО БЛИЗКО К ЦЕНТРУ И КО ВСЕМ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЯМ



 **клиника
-СКАНДИНАВИЯ-**

☎ 600-77-77
www.avaclinic.ru

**Северная
клиника**

**СКОРО
ОТКРЫТИЕ!**

Самый крупный частный
госпиталь на Северо-Западе **17 200 м²**

Многопрофильная клиника «Скандинавия» – это:

9 отделений
во всех районах
города

79 медицинских
направлений

103 тыс.
пациентов
ежегодно

Центр неврологии и реабилитации
Центр лечения головной боли
Центр лечения храпа и остановок дыхания
Центр коррекции веса
Центр коррекции зрения



Детские
и взрослые
специалисты



Хирургический
госпиталь



Родильное
отделение



Диагностика



Косметология



Стоматология



5 АПТЕК



2 травмпункта

ЛЕЧЕНИЕ ПРОВОДИТСЯ ПОСЛЕ КОНСУЛЬТАЦИИ С ВРАЧОМ О ВОЗМОЖНЫХ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯХ