

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ КОМПАНИИ

ХОСТЕЛАМ ТУТ НЕ МЕСТО / 30
ПИВНОЙ СНОБИЗМ / 50
ПОХРАНИТЕ МЕНЯ
ЗА ПЛИНТУСОМ / 53
АРЕСТЫ НА УРОВНЕ / 57



Четверг, 29 сентября 2016 №180
(№5930 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №13–60
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года

Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

BUSINESS GUIDE

LEGENDA
INTELLIGENT
DEVELOPMENT

ООО «ЛЕГЕНДА»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА



ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА



ООО «ЦДС»

Реклама



НОВЫЕ ОСЕННИЕ КОЛЛЕКЦИИ

 **НЕВСКИЙ
ЦЕНТР**

www.nevskycentre.ru

Торговый Комплекс Невский Центр:

**угол Невского пр.
и ул. Восстания**



ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE «КОМПАНИИ»

СХЕМЫ ТРУДОСПОСОБНОСТИ

В прошлом году результаты рейтинга наиболее динамично развивающегося крупного бизнеса региона признаков кризиса не показали, зато в настоящем исследовании следы его более чем заметны. Начнем с того, что совокупная выручка прошлогодней сотни за 2014 год была на 529 млрд больше, чем нынешней за 2015-й. Да и двухгодичным приростом оборота, на основе которого ранжируются компании, она переunggоляла последнюю на 100 млрд.

Стоит помнить, однако, что цифры в таблице отражают ситуацию в бизнесе на конец 2015-го. Актуальные тенденции описаны в материалах приложения. Самая яркая из них — активизация законодотворческих телодвижений, в подавляющей массе далеко не бесспорных. «Пакет Яровой», выселение хостелов, меры по наращиванию фискальной нагрузки — резонансом отражаются в деловой среде и прогнозы порождают неутешительные. Аналитики, уставшие от испуганных стенаний, нередко комментируют ситуацию в стиле «что не убивает, делает нас сильнее». Но даже некоторая привычка бизнес-сообщества к финтам власти не умаляет размаха политики крайностей. Возникает вопрос: для того чтобы залатать конкретные прорехи и добиться гармоничного развития, неужели надо ставить под удар весь рынок?

Зато администрация Петербурга умеет не вмешиваться: вот, стадион «построили», вот, фантомную городскую среду для инвалидов организовали. Последние, к слову, и от общества получают недостаточно внимания. А если и получают, то не всегда адекватное.

Красной нитью во всех материалах тянется мысль: работа над конкретными проблемами должна быть структурной, последовательной — именно так функционирует успешный бизнес. Идея, сбор данных, анализ, решение и проверка его на риски, корректировка и воплощение в жизнь, контроль. Эти этапы обязательны и не должны меняться местами. Тогда, возможно, строительство футбольного стадиона перестанет быть венчурным предприятием, а молодая работающая девушка получит свой гарантированный ОМС протез. Тем более что деньги в государственном здравоохранении, как утверждает в интервью один из собеседников ВГ, есть.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ПО ЗАКОНАМ МЕТЕОРОЛОГИИ

ОТСУТСТВИЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА В ПЕРВОЙ ДВАДЦАТКЕ РЕЙТИНГА ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА СУБЪЕКТОВ РФ АГЕНТСТВА СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ И ПРОВАЛЬНАЯ СТРОЙКА ЗНАКОВОГО ДЛЯ ГОРОДА СПОРТИВНОГО ОБЪЕКТА УСИЛИЛИ ПОНИМАНИЕ ТОГО, ЧТО АДМИНИСТРАЦИЯ С БОЛЬШИМ ТРУДОМ КОНТРОЛИРУЕТ ИНВЕСТПОТОКИ И ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В ЦЕЛОМ. ОТВЕТНЫЙ ШАГ СМОЛЬНОГО — УЖЕСТОЧЕНИЕ ЗАКОНА О СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРОЕКТАХ И СОЗДАНИЕ ОЧЕРЕДНОЙ ГОССТРУКТУРЫ, ПРАВДА, И ТОЙ С ЗАПОЗДАНИЕМ НА ГОД. АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

Сегодня стратегически и концептуально формирование в Петербурге инвестиционного климата — работа комитета по инвестициям (КИ), возглавляемого Ириной Бабюк. «Комитет занимается реализацией государственной политики города в сфере инвестиций и государственно-частного партнерства (ГЧП), разработкой и осуществлением мероприятий, направленных на создание благоприятного инвестиционного климата в Петербурге и привлечение инвестиций, развитием ГЧП, а также реализацией стратегических инвестиционных проектов (СИП, на сегодня их в городе 46. — ВГ) и заключением и исполнением соглашений со стратегическими инвесторами и стратегическими партнерами Петербурга», — сообщается на сайте Смольного.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЯЗАННОСТЕЙ В пресс-службе комитета говорят, что работой с «входящими» от инвесторов занимаются отдел инвестиционного развития, отдел сопровождения инвестпроектов, а также отдел правового обеспечения. При этом первичная работа с инвесторами осуществляется по принципу единого окна, фронт-офис которого начал работать 3 августа 2015 года. «За год поступило уже более 900 заявлений по различным направлениям работы системы, также проведено свыше 2,5 тыс. консультаций, из них 1,2 тыс. — в первом полугодии 2016 года», — сообщили в пресс-службе КИ.

К полномочиям подведомственного комитета «Управления инвестиций» в рамках сопровождения СИП относится подбор земельного участка для нового инвестора. Вместе с тем работу по обеспечению земель инвестора ведет и комитет по промышленной политике и инновациям города (КППИ), чья задача — уже детальное сопровождение проекта на промышленной строительной площадке. Впрочем, при необходимости к этой работе подключается также комитет по строительству.

«Кураторство носит условный характер и связано с перечнем задач, которые необходимо решить для инвестора. Поэтому сопровождение проектов по отраслям осуществляют профильные отраслевые комитеты по принадлежности. Так, например, при модернизации «Северной верфи» в части имущественно-правовых вопросов ответственным является комитет имущественных отношений, — поясняют



ДО СТРУКТУРИРОВАННОЙ ИНВЕСТПОЛИТИКИ АДМИНИСТРАЦИИ ЕЩЕ ДАЛЕКО: ПОКА ОНА СКЛОННА ИСКАТЬ ОШИБКИ И ПРОСЧЕТЫ ТОЛЬКО НА СТОРОНЕ ЧАСТНОГО ПАРТНЕРА

принцип разделения работы структурами Смольного в КППИ. — Наш комитет осуществляет сопровождение промышленных инвесторов на всех этапах реализации их проектов — от подбора земельного участка до содействия выходу конечной продукции на внутренний и внешние рынки. Комитет занимается развитием тер-

риторий производственных зон города: от разработки проектной документации до комплексной инженерной подготовки территорий. Ежедневно мы получаем около пяти запросов от потенциальных инвесторов на поиск земельных участков и помещений для размещения новых производств». → 18

ВЛАСТЬ И БИЗНЕС

Идти в ногу со временем

КЛАССИКА, В НОВОЙ КОМБИНАЦИИ



РЕКЛАМА

SieMatic

КУХНИ НОВОЙ ЭРЫ

Правильная комбинация деталей - это искусство в дизайне интерьера. Именно в этом направлении фабрика *SieMatic*, активно сотрудничая с ведущими мировыми дизайнерами, разрабатывает новые принципы планирования кухни в стилистическом направлении *Classic*, варианты которого выходят далеко за рамки традиционных представлений и предлагают широкие возможности их интерпретации. Они позволяют играть со стилями и, казалось бы, противоречивые элементы дизайна комбинировать в одно гармоничное целое. Идеально для тех, кто желает элегантно объединить достоинства традиции и модерна.



ROSSI

WORLD COLLECTION
SINCE 1993

Профессиональный подход к планировке и дизайну кухни.

Лермонтовский пр. 40 | наб.р. Фонтанки 66 | Крестовский пр. 15 | Литейный пр. 11 | **NEW** ул. Большая Морская 26

www.rossi-spb.ru | +7 (812) 777-95-25

Профессиональный подход к планировке и дизайну интерьера
БОЛЕЕ 20 ЛЕТ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ



GIORGETTI



F
FENDI



D
DRAENERT



baxter


ROSSI

WORLD COLLECTION
SINCE 1993

Специальная программа скидок от производителя

Лермонтовский пр. 40 | наб.р. Фонтанки 66 | Крестовский пр. 15 | Литейный пр. 11 | **NEW** ул. Большая Морская 26

www.rossi-spb.ru | +7 (812) 777-95-25

15 → **БЕССИЛИЕ СВЕРХУ** У независимых наблюдателей есть понимание, что сейчас в приоритете внешние отношения с инвесторами через комитет по инвестициям, так как традиционная промышленность города находится на спаде из-за экономического кризиса, снижения госзаказа и цен на углеводороды, поэтому концепции и планы КППИ для губернатора сейчас — вторичны. Как бы то ни было, несмотря на все усилия города, работу целого ряда комитетов, направленную на привлечение и удержание инвесторов, Санкт-Петербург не значится в списке лидеров регионов в этом направлении.

Генеральный директор Knight Frank St. Petersburg Николай Пашков довольно однозначно оценивает работу Смольного. «Уровень инвестиционной привлекательности Петербурга снижается. И прежде всего это связано с отсутствием внятной и активной политики администрации по созданию комфортных условий для бизнеса, точек экономического роста, по ведению осмысленной и релевантной экономической политики», — комментирует он. — На этом фоне, конечно, та работа, которая проводилась в правительстве Валентины Матвиенко (бывший губернатор города. — **ВГ**), выглядит разительным контрастом. Несмотря на отдельные ошибки и недоработки, перегибы, в тот период бурлила жизнь, было заявлено и реализовано много крупных, интересных знаковых проектов в разных отраслях, в том числе и в недвижимости». Наиболее ярким примером господин Пашков считает историю строительства футбольного стадиона, которая, по его мнению, свидетельствует об абсолютном управленческом бессилии. «Не достроить объект, спустив туда такие огромные деньги... Любой грамотный волевой управленец эту проблему был бы в состоянии решить. Такое впечатление, что все пущено на самотек. Отсутствует некая воля, которая бы двигала городом и чиновниками. К сожалению, сейчас полностью утрачены многие наработки команды прежнего губернатора, которые были сделаны и в экономи-

ческом блоке, и с точки зрения привлечения инвесторов», — добавляет Николай Пашков.

КАДИЛОМ ПО ЛБУ Интересно, что почти сразу после череды скандалов со стадионом этим летом администрация города заявила о намерении усилить контроль над стратегическими проектами и инвесторами, в частности, обязать их каждый месяц отчитываться о ходе строительства. Полномочиями по контролю, а также оценкой соблюдения генеральным подрядчиком сроков выполнения работ и анализом причин отклонений от графика должно быть наделено подведомственное комитету по инвестициям «Управление инвестиций».

Апогеем стал поддержанный губернатором города Георгием Полтавченко молебен на стадионе об успешной достройке арены.

Кроме того, планируется внести изменения в городской закон о стратегических инвесторах и проектах, подразумевающие наказание за неисполнение условий договора вплоть до изъятия земельных участков. Документ должен был рассматриваться в ЗакСе в сентябре (на момент подготовки материала информация о его судьбе не была).

«Введение механизма контроля за процессом реализации стратегических инвестиционных проектов позволит предотвратить нарушение существенных условий заключенных соглашений, а также предоставление ложных данных и подлог документов при обращении о присвоении статусов стратегического проекта, инвестора и партнера Петербурга», — объяснили появление инициативы ВГ в комитете по инвестициям.

НОВАЯ НАДСТРУКТУРА Обнародование неутешительных для Петербурга результатов рейтинга Агентства стратегических инициатив этим летом совпало с принятием решения городской администрации о создании в структуре Смольного проектного офиса, чья основная задача будет заключаться в изучении опыта лучших практик других регионов — лидеров рейтинга, их адаптации к Петербургу, выявлении слабых сторон

инвестполитики города. Возглавила офис, вошедший в аппарат губернатора, Юлия Лудинова, экс-председатель комитета имущественных отношений, чьи результаты работы на этой должности, правда, оцениваются экспертами как крайне неоднозначные.

Интересно, что поручение создать в каждом регионе подобные органы было дано президентом России Владимиром Путиным еще год назад, в ходе Петербургского международного экономического форума — 2015. Петербург приступил к его исполнению год спустя. Первым регионом, запустившим такой проектный офис, стала соседняя Ленобласть.

К работе проектного офиса подключились специалисты АСИ. «После создания проектного офиса мы видим большую заинтересованность в улучшении делового климата со стороны правительства города. Мы усилили работу по сбору и проработке предпринимательских идей и инициатив, по проведению контрольных закупок по ранее утвержденным „дорожным картам“, в чем нам оказывают помощь деловые сообщества региона, особенно петербургская ячейка „Клуба лидеров“, — сообщил руководитель представительства АСИ в СЗФО Арзум Арзумян.

В ЧЕМ СЛОЖНОСТЬ, БРАТ По его словам, в результате опроса выявлено, что у предпринимателей Петербурга больше всего сложностей возникает в таможенной сфере, а также в строительстве и энергетике. «При этом есть и общая для многих регионов проблема — это информирование. Бизнес недостаточно информирован о тех изменениях, которые происходят в региональном и федеральном законодательстве, а также о внедренных региональных инициатив», — добавляет господин Арзумян. АСИ опубликовало только первую двадцатку рейтинга для того, чтобы регионы, не вошедшие в нее, могли изучить опыт лучших практик и «подтянуться» к лидерам, уточнил он.

По мнению начальника аналитического отдела инвестиционной компании ЛМС Дмитрия Кумановского, в Петербурге достаточ-

но много инфраструктурных ограничений, связанных как с плотной застройкой исторической части города, так и сложностями с подключением к системам водоснабжения и энергообеспечения. «Кроме того, налоговые и контрольные органы в городе ориентированы на собираемость налогов и штрафных платежей в бюджет, что создает негативный инвестиционный фон из-за роста административных издержек для бизнеса, — перечисляет он. — Санкт-Петербург из-за нехватки средств в бюджете не имеет возможности предоставлять существенные налоговые льготы и участвовать в подготовке территорий бизнес-парков, концентрируясь исключительно на крупных инвесторах, чем проигрывает даже Ленинградской области. В кризис, с 2014 года, только социально значимые объекты в сфере здравоохранения, культуры, образования, физической культуры и спорта, науки и инновационной деятельности смогли добиться поддержки правительства города, став стратегическими».

Одновременно, считает он, на фоне менее успешных регионов-конкурентов администрация ведет более современную политику. Даже несмотря на уход из города ряда инвесторов, работавших с 1990-х годов с недвижимостью, и остановку ряда машиностроительных проектов по политическим причинам, Петербургу последние пять лет удается обеспечивать положительную динамику роста инвестиций в рублевом исчислении в основной капитал за счет прихода новых компаний, пусть и с меньшими деньгами. «С 2011 по 2015 год инвестиции выросли с 360,4 до 521,3 млрд рублей, то есть на 45%», — приводит статистические данные господин Кумановский. В долларовом исчислении, правда, картина обратная: инвестиции снизились с \$11,2 до \$7,2 млрд, то есть на 36%, заключает он. ■

ДЕМОТИВАТОР С ПРОЦЕНТАМИ

СОЦИАЛЬНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА, РОСТ ВОЕННЫХ ТРАТ ТРЕБУЮТ ОТ ГОСУДАРСТВА УВЕЛИЧЕНИЯ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТА ЛЮБОЙ ЦЕНОЙ. В СВЯЗИ С ЭТИМ ФИСКАЛЬНАЯ НАГРУЗКА НА БИЗНЕС БУДЕТ ТОЛЬКО РАСТИ, УСИЛЯТСЯ НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ И ПРОВЕРКИ, УВЕРЕНЫ ЭКСПЕРТЫ. ОДНОВРЕМЕННО ВВОДЯТСЯ ФОРМАЛЬНО НЕНАЛОГОВЫЕ СБОРЫ И ПЛАТЕЖИ, ИМЕЮЩИЕ ВСЕ ПРИЗНАКИ ФИСКАЛЬНЫХ. ЕДИНСТВЕННЫЙ ЗАКОННЫЙ СПОСОБ ВЫЖИТЬ В ДАННОЙ СИТУАЦИИ — ОПТИМИЗИРОВАТЬ РАСХОДЫ БИЗНЕСА, УМЕНЬШАЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ. ЧАСТЬ КОМПАНИЙ ПРОСТО УЙДЕТ В ТЕНЕВОЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ, ПОЛАГАЮТ АНАЛИТИКИ.

ЛИДИЯ ГОРБОРУКОВА

Несмотря на действующий мораторий российского правительства на увеличение налоговой нагрузки для бизнеса вплоть до 2018 года, в реальности она постоянно растет. «Сейчас уровень налоговой нагрузки в экономике России выше, чем во времена кризиса 2009 года, — констатирует Михаил Скворцов, член совета директоров ПАО «Соль Руси». — На это влияет, в частности, существование „параллельной налоговой системы“, включающей различные формально неналоговые сборы и платежи.

Их, по сути, можно относить к налогам, все признаки налицо: обязательность, принудительность, безвозвратность и безвозмездность. К таким платежам относятся, например, страховые взносы, плата с большегрузных автомобилей». По словам Михаила Скворцова, эксперты Торгово-промышленной палаты насчитали около 70 таких квазиналогов, введенных законами и приказами российских министерств. Объем неналоговой нагрузки на бизнес приближается к 1% ВВП — это свыше 700 млрд рублей.

Илья Мокрышев, управляющий партнер юридической компании Taxology, отмечает, что все проекты по увеличению налоговой нагрузки (налог на имущество и на землю с кадастровой стоимостью, торговый сбор, налогообложение контролируемых иностранных организаций, контроль за трансфертными ценами) были запущены еще в 2014–2015 годах и в настоящий момент уже поэтапно начали реализовываться. Одновременно правительство РФ планирует дальнейшее применение мер

налогового стимулирования инвестиций, проведение антикризисных налоговых мер, а также дальнейшее повышение эффективности системы налогового администрирования.

«Это не означает, что налоговая нагрузка не возрастает, но возрастает она косвенно, через увеличение контрольной функции — как через налоговые органы, так и через правоохранительные и судебные», — рассуждает господин Мокрышев. → 20



DESIGN by AEBEDEV_ lebedev-studio.com

caviar

BAR & RESTAURANT

ИЗЫСКАННАЯ РУССКАЯ КУХНЯ

«Икорный бар» — единственный в городе икорный ресторан, представляющий современную русскую кухню, 15 видов икры, в том числе золотую икру осетра-альбиноса, и богатую карту напитков.

18 → БИТОМУ И НЕБИТОМУ — ВЕЗЕТ

Увеличение бремени фискального контроля изначально ложится на крупнейших налогоплательщиков. Однако с учетом высокой монополизации экономики вся дополнительная нагрузка в конечном итоге перекладывается на малый и средний бизнес. По замечанию Олега Филиппова, руководителя MBA и программ бизнес-образования Института отраслевого менеджмента РАНХиГС, крупный бизнес платит налоги по общей системе налогообложения и в первую очередь подпадает под налоговые проверки и санкции. При этом крупному бизнесу сегодня легче получать заказы и государственное финансирование. «Малый и средний бизнес в России отданы сами себе, этот сегмент существует без финансовой поддержки со стороны государства в виде льготных кредитов. Но при этом он может использовать упрощенную систему налогообложения, работать как индивидуальный предприниматель, в том числе использовать патент, претендовать на прочие льготы по налогам и страховым взносам», — рассуждает господин Филиппов.

Алексей Головченко, глава комитета по оценке регулирующего воздействия законодательства «Деловой России» и управляющий партнер ГК «ЭНСО», напоминает, что в начале июня правительство РФ утвердило стратегию развития малого и среднего предпринимательства. «Поставленная задача амбициозна — нарастить долю малого и среднего бизнеса в отечественной экономике до 50%, и настолько же абсурдна, потому что предполагает, что и 50% бюджета будут формироваться за счет малого и среднего бизнеса. Ни в одной здоровой экономике малый и средний бизнес не может, да и не должен выполнять функцию полноценной опоры государства в пополнении бюджета», — высказал свою точку зрения эксперт.

«Российское государство — плохой партнер для малого бизнеса, — соглашается Михаил Скворцов. — Несмотря на налоговые льготы, лишь 6% госзакупок проводится через малые предприятия (для сравнения, в США эта цифра составляет 22%), а сектор обороны и безопасности вообще не участвует в таких закупках (в Америке Министерство обороны — лидер госзаказа для малого бизнеса)». В России крайне неблагоприятная обстановка для развития малого предпринимательства. Коррупция, проблемы с регистрацией, с владельцами-нерезидентами, высочайшая налоговая нагрузка, слабая защита института частной собственности, низкий уровень образования, девальвированный статус предпринимателя приводят к тому, что только 3,4% малых предприятий переживают в России три года после старта, критичен эксперт.

ВЫЖАТЬ ЛЮБОЙ ЦЕНОЙ Экономисты прогнозируют, что фискальная нагрузка на бизнес и дальше будет увеличиваться, так как в текущих экономических условиях государство рассматривает все варианты пополнения бюджета, в том числе и повышение налогов и сборов.

Георгий Ващенко, начальник управления операций на российском фондовом рынке ИК «Фридом Финанс», уверен, что будут расти и местные налоги. «Речь не только о таких сборах, как на капремонт (юридически не относится к налогам, но фактически имеет признаки налога), но и об увеличении единого налога на временный доход (ЕНВД) для различных видов деятельности. Последнее стало фактическим



КОММЕРСАНТОВ ЖДЕТ ОЩУТИМЫЙ РОСТ ФИСКАЛЬНОЙ НАГРУЗКИ, ЕСЛИ НЕ НАПРЯМУЮ, ТО ЗА СЧЕТ УВЕЛИЧЕНИЯ «МИМИКРИРУЮЩИХ» ПЛАТЕЖЕЙ

продолжением реформы, направленной на повышение сборов с индивидуальных предпринимателей, которую пришлось свернуть из-за протестов и ухода в тень свыше 200 тыс. таких образований. Также местные власти увеличивают ставки аренды недвижимости и другие сборы (например, там, где ЕНВД не применяется), в результате нагрузка на бизнес растет», — пояснил Георгий Ващенко.

Одновременно возрастает объем отчетности, которые компании должны предоставить государству, констатирует Олег Филиппов. Например, с 2016 года все юридические лица стали сдавать в Пенсионный фонд ежемесячную отчетность СЗВ-М. А в налоговые органы — ежеквартальную форму 6-НДФЛ, а это для малого бизнеса обременительно, так как приводит к дополнительным расходам на персонал.

Михаил Скворцов предполагает дальнейшее увеличение фискальной нагрузки через изменение ставки НДС с 18 до 20%. «Возможно увеличение налоговой базы по социальным налогам на фонд оплаты труда. И есть неограниченные возможности по введению новых и изменению старых „параллельных“ обязательных платежей, по сути, являющихся налогами», — прокомментировал эксперт.

Одним из самых значимых налоговых изменений, какое случится в 2017 году, по мнению руководителя службы бухгалтерской поддержки клиентов «Модуль-банка» Дмитрия Гудовича, будет передача администрирования страховых взносов из рук Пенсионного фонда России в руки Федеральной налоговой службы. Только для осуществления одного этого действия будут внесены изменения в несколько десятков нормативных актов. «Можно однозначно сказать, что нововведение затронет коды бюджетной классификации (КБК), по которым осуществляется оплата взносов. Коснутся изменения и форм отчетности по страховым взносам, и сроков сдачи», — пояснил Дмитрий Гудович.

Андрей Коптелов, директор Центра экономических исследований университета «Синергия», уверен, что в будущем снижение и прямой налоговой нагрузки маловероятно. По его словам, недавно в Госдуму

был внесен законопроект о введении прогрессивной шкалы НДФЛ, где прописано серьезное увеличение налоговых платежей. Например, при доходе до 100 млн рублей НДФЛ составит 288,6 тыс. рублей плюс 30% с суммы, превышающей 2,4 млн рублей. А при доходе от 100 млн рублей и выше налог составит 29,57 млн рублей плюс 70% с суммы, превышающей 100 млн рублей.

БИЗНЕС УХОДИТ МОЛЧА В текущей ситуации ограниченного внутреннего и внешнего спроса единственный путь выживания для компании — оптимизация затрат, вплоть до ухода в тень по отдельным операциям, приходят к выводу собеседники ВГ. Однако это путь тупиковый.

ЦИТАТА ПОСЛЕДНИЕ НАЛОГОВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ**Действующие в данный момент:**

- компании, обязанные уплачивать налог на добавленную стоимость (НДС) в бюджет, должны сдавать отчетность только в электронном виде (согласно п. 5 ст. 174 НК РФ);
- увеличен срок сдачи декларации и уплаты налога НДС на пять дней, то есть до 25-го числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом;
- с 9 до 13% повышена ставка налога на прибыль в отношении доходов российских организаций в виде дивидендов, полученных от российских и иностранных компаний (п. 2, п. 3 ст. 284 НК РФ);
- амортизируемый признается имущество с первоначальной стоимостью свыше 100 тыс. рублей (п. 1 ст. 256 НК РФ). Ранее необходимо было амортизировать, то есть списывать частями на затраты в период срока службы по классификатору, имущество стоимостью от 40 тыс. рублей;
- увеличен лимит на среднеквартальную сумму доходов от реализации (определяется за предыдущие четыре квартала) с 10 до 15 млн рублей;
- увеличена предельная база по взносам в Пенсионный фонд России до 796 тыс. рублей и Фонд социального страхования до 718 тыс. рублей. Ранее выплаты равнялись соответственно 711 и 670 тыс. рублей. Дополнительная уплата в бюджет с одного человека, получающего такой доход, составит 11,592 тыс. рублей.

Вступающие в силу с 1 января 2017 года:

- передача отчетности и контроль за перечислением средств в бюджет по страховым взносам от ПФР и ФСС в Федеральную налоговую службу (ФНС). ФНС должна будет разработать новую единую форму отчета. Хотя ряд отчетностей, предоставляемых в ПФР и ФСС, останутся — это ежемесячные сведения о работниках и годовая персонализированная отчетность в ПФР и ежеквартальная отчетность на травматизм в ФСС. Размер тарифов страховых взносов сохранится на том же уровне еще до конца 2018 года, и только с 2019 года планируется повышение на страховые взносы, перечисляемые в ПФР, со ставки 22 до 26%;
- очередное увеличение предельной базы по взносам в ПФР и ФСС;
- изменения форм налоговой отчетности, которые должны учесть все изменения, принятые в законодательстве;
- увеличение лимита выручки для возможности применения специального режима упрощенной системы налогообложения (УСН) до 120 млн рублей. Такой лимит продержится до 2021 года включительно;
- обязательное использование онлайн-касс при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт (№ 290-ФЗ от 14.06.2016).

По данным Центра экономических исследований университета «Синергия»

«ЛЮДИ МОЮТСЯ, А Я ЗАРАБАТЫВАЮ» В 2011 ГОДУ КОМПАНИЯ «РОСТА» НАЧАЛА РАЗВИТИЕ НА РЫНКЕ АВТОМОЕК САМООБСЛУЖИВАНИЯ. СЕЙЧАС, ГОВОРИТ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПРЕДПРИЯТИЯ РОМАН МАЦАРИН, СРОК ОКУПАЕМОСТИ АВТОМОЙКИ В ПЕТЕРБУРГЕ УВЕЛИЧИЛСЯ ВДВОЕ, СОКРАТИЛОСЬ КОЛИЧЕСТВО ИНТЕРЕСНЫХ «ПЯТЕН» ПОД РАЗМЕЩЕНИЕ ТАКИХ ОБЪЕКТОВ. В ПЛАНАХ КОМПАНИИ — ДИВЕРСИФИКАЦИЯ БИЗНЕСА В СТОРОНУ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА, РЕСТОРАННЫХ ПРОЕКТОВ И НОВОГО ДЛЯ ПЕТЕРБУРГА ФОРМАТА ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ ОПРАВДАННОСТЬ КОТОРЫХ ТОЛЬКО ОБСУЖДАЕТСЯ С ПРАВИТЕЛЬСТВОМ ГОРОДА. МАРИНА КОСТЮКЕВИЧ

BUSINESS GUIDE: Каковы масштабы бизнеса компании «Роста» в текущий момент?

РОМАН МАЦАРИН: В Петербурге мы построили около 30 объектов. Еще пять автомоек собираемся запускать осенью — в Петербурге, Ростове, Тольятти, Подмосковье и Кингисеппе. Еще семь находятся в процессе. Не знаю, успеем ли мы их открыть в этом году — все очень быстро меняется.

BG: Что вы имеете в виду под быстрыми изменениями?

Р. М.: Стало больше согласований. Казалось бы, ничего сложного в установке автомойки нет — плита, верхний каркас и все. А у нее согласований практически как у объекта капитального строительства. Сейчас мы обычно управляемся за три-четыре месяца, но если бы согласовывали как капитальное сооружение, то срок открытия увеличился бы до года. Из-за ужесточения экологических, технических и налоговых требований к проектам приходится в каждый комплекс закладывать на 30% средств больше, чем в 2011 году. К примеру, возьмем участок, где воды нет вообще. Надо эту воду либо согласовать и купить на нее лимиты — с учетом всей официальной документации на это уходит до 3,5–5 млн рублей, либо сделать прокол для скважины — это стоит около 3,5 млн рублей. Если вода жесткая, то нужны деньги на дополнительные фильтры.

BG: Для компании приоритетнее строительство объекта или продажа оборудования для его возведения?

Р. М.: Упор — на строительство объектов «под ключ» — от согласования, строительства до управления и обслуживания. Естественно, мы не отказываемся от поставки оборудования, но это маленький процент от нашей деятельности. Таких клиентов нам проще переключить напрямую на поставщика. Год назад мы наладили сотрудничество с российской компанией, которая собирает оборудование в Петербурге. В то же время продолжаем работать с коллегами из Германии и Польши. Заказы делаем в зависимости от локации объекта, чтобы было удобно проводить его дальнейшее техническое обслуживание. Но желающих делать автомойку своими силами, даже при наличии земли, единицы. Чаще всего у инвестора есть и возможности, и желание, и мы предлагаем либо доленое партнерство с нашим двадцатипроцентным участием, либо договор на 20% от прибыли за управление и ведение этого объекта.

BG: Землю вы покупаете или берете в аренду?

Р. М.: У нас куплен только один участок. Если мы будем закладывать в стоимость автомойки в 15–25 млн рублей еще и цену



ПЕТЕР КОВАЛЕВ

земельного участка, объект получится слишком дорогим. В среднем договор аренды заключается на 5–10 лет. Нам интересны участки со значительным машинопоток — спальные районы, локации вблизи торговых центров.

BG: Знаете свою долю на рынке автомоек города?

Р. М.: В Петербурге мы занимаем около 25% в своем сегменте, по России — 3–4%. Раньше мы планировали строить как можно больше объектов за короткий период. Сейчас цель другая — делаем акцент на единичные проекты в максимально выгодной локации. К примеру, один участок возле крупной торговой сети в Ульяновске мы согласовываем уже семь месяцев. Раньше я бы на него даже внимания не обратил: не хотите — до свидания! Но сейчас становится действительно мало участков, которые в дальнейшем могут приносить желаемую прибыль. И если мы изначально выбираем выгодную локацию с огромным скоплением народа, которую рано или поздно все равно кто-то займет, то в любом случае остаемся в выигрыше.

BG: Сколько в сумме вы инвестировали?

Р. М.: По Питеру и Ленобласти вложено около 630 млн рублей собственных и заемных средств. Сейчас мы видим перспективы активного развития в регионах. Всячески пытаемся донести это до потенциальных инвесторов и, надо сказать, небезуспешно. В скором времени стартуют стройки в Казани, Челябинске, Волгограде, Ульяновске и других городах. При этом владельцам объекта нет необходимости присутствовать на стройке — в любой точке мира они могут включить онлайн-трансляцию на

своих гаджетах и наблюдать за процессом. В дальнейшем таким образом можно контролировать и работу готовой мойки.

BG: А влияет ли на бизнес погода?

Р. М.: Мы напрямую зависим от погоды. Когда идет дождь, на автомойках никто не моется. Я тоже не мою машину в дождь. Этим летом погода планы нам слегка подпортила.

BG: Как меняется прибыль, получаемая от одной автомойки?

Р. М.: В регионах, где автомоек самообслуживания до этого не было, чистая прибыль составляет около 1,5 млн рублей — столько давала автомойка в Петербурге на старте нашего бизнеса в 2011 году. Сейчас в Питере прибыль ниже — 700 тыс. рублей в месяц. Во-первых, происходит насыщение рынка. Во-вторых, рядом стоят по три-четыре мойки подряд. Не знаю, чем думали их собственники при строительстве. Но несмотря на это, мойки идут в плюс.

Меняется и срок окупаемости: раньше это было полтора-два года, сейчас — три с половиной. Изначально, когда поставщики входили на этот рынок, три с половиной года и закладывали — здесь нет чудес. Но на сегодняшний день я не знаю более прозрачного бизнеса, когда поставил объект и смотришь: люди моются, а я зарабатываю.

В то же время, помимо автомоек, нашей компании интересны инвестиции в торговые площади от 2,5 до 4 тыс. кв. м. Это небольшие центры под одного якорного арендатора — продуктовый магазин или сеть. Для нас это направление новое, но мы понимаем, как в нем работать: у нас

хватает технического и административного ресурса, чтобы развиваться в нем.

BG: Приведите пример конкретного проекта.

Р. М.: Мы ведем переговоры в Омске по поводу торгового центра площадью 4,5 тыс. кв. м. В Петербурге реализовывать подобные проекты сложнее из-за недостатка участков. В регионах участки есть, а потребность выше.

BG: То есть вы диверсифицировались. Автомойки становятся не основным бизнесом компании?

Р. М.: Мы видим себя как управляющую компанию по развитию точечных проектов. Стал интересен и ресторанный бизнес, в частности фастфуд. Мы не говорим про массовый сегмент — хочется реализовать качественную бургерную. Одна из сетей готова с нами работать по франшизе. В Питере у нее два объекта, и у них очень высокая окупаемость. Но оказывается, в городе не так легко найти подходящее помещение в нужной локации.

BG: Многие бары и рестораны наоборот сейчас закрываются.

Р. М.: Все равно мы будем есть! Вопрос только в том, что мы будем есть и за сколько. Если предлагать качественный и понятный продукт, то он будет востребован. Для нас этот рынок пока что новый — время покажет, как он будет двигаться.

Также в нашей копилке есть еще один проект. Мы хотим к чемпионату мира 2018 года устанавливать в Петербурге multifunctional остановочные комплексы, которые будут оборудованы видеокameraми, небольшим кафетерием, Wi-Fi, информационным табло, где можно посмотреть всю локацию города на разных языках и с минимумом рекламы. Прибыль в этом случае — за счет розничной торговли, для которой отводится 25 кв. м. Мы посчитали, что только за утро через такой кафетерий может пройти до 100 человек. Этого более чем достаточно, чтобы покрыть расходную часть. По нашей концепции будет построено 100 комплексов в течение пяти лет. Сумма вложения составляет около 50 млн рублей. При благоприятных обстоятельствах на окупаемость остановочный пункт выйдет уже через полгода. Поставщиков продуктов мы уже нашли. Проблема сейчас в том, что данная идея идет в разрез с нашим законодательством — на остановочном пункте нельзя вести розничную торговлю. Хотя, по нашему мнению, в преддверии чемпионата мира по футболу в городе было бы здорово расширить инфраструктуру. Вот сейчас и обсуждаем с петербургским правительством различные варианты реализации такого проекта. ■

УМЧАТЬСЯ СО СКОРОСТЬЮ LTE

РЫНОК ТАКСОМОТОРНЫХ УСЛУГ ПЕТЕРБУРГА НАХОДИТСЯ В СТАДИИ БУРНОГО РАЗВИТИЯ, ЧТО СВЯЗАНО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ С ПРОНИКНОВЕНИЕМ НА НЕГО МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ И ТАК НАЗЫВАЕМЫХ АГРЕГАТОРОВ. ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАКАЗАТЬ МАШИНУ СО СМАРТФОНА КЛИЕНТА ОБЕСПЕЧИЛА ОСНОВНЫМ ИГРОКАМ ЕЖЕГОДНЫЙ РОСТ ПРИБЫЛИ НА СОТНИ ПРОЦЕНТОВ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДВА-ТРИ ГОДА. ПРИ ЭТОМ ЕМКОСТЬ РЫНКА ТАКСИ СЕГОДНЯ В РАЗЫ БОЛЬШЕ, ЧЕМ КОЛИЧЕСТВО ТЕКУЩИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ.

АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

Первым вышедшим на рынок Петербурга интернет-сервисом такси стал Gett в 2012 году, через год в городе заработало «Яндекс.Такси», а в 2014 году к ним присоединился Uber. С учетом компании «Таксовичкофф», также активно использующей мобильные приложения для продвижения своих услуг, эти четыре сервиса сегодня составляют костяк петербургского рынка. Компании осторожничают называть абсолютные цифры, характеризуя свои показатели таким образом: динамика прироста поездок в «Яндекс.Такси» составила 700% по отношению к прошлому году; по сравнению с итогами первых месяцев работы, количество поездок Uber в Петербурге выросло в несколько десятков раз; Gett ставит перед собой цель ежегодного утроения объема бизнеса, что сопоставимо с текущей динамикой работы сервиса в Петербурге, выручка же компании в мире в 2015 году составила \$500 млн.



ВЫРУЧКА ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ ТАКСИ СТРЕМИТЕЛЬНО РАСТЕТ

АВТОПАРК В «ОБЛАКАХ» Каждый из игроков работает по своей схеме взаимодействия и расчета с водительским составом и привлечения клиентов, однако все они имеют очень близкие требования к автотранспорту (будь то личный транспорт водителей городского такси или транспорт служб такси, с которой сервис работает).

«Gett сотрудничает только с автопарками, чьи машины получили разрешения на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (лицензию). Требования к машинам: иномарки не старше трех лет, с кондиционером, класса комфорт. Качество машин контролируем каждый месяц, в том числе с помощью точек контроля, на которые водители приезжают, чтобы показать автомобиль. Все водители проходят обязательный инструктаж и тестирование в Gett», — перечисляет Виталий Крылов, генеральный директор Gett в России, основные требования. Они в целом характерны для всех опрошенных игроков рынка (кроме компании «Таксовичкофф», получить комментарий которой корреспонденту ВГ не удалось).

В «Яндекс.Такси» контроль качества машин осуществляется несколько раз в неделю: в режиме онлайн отслеживается внешний вид автомобиля, наличие сколов, вмятин, царапин и решается, допускать автомобиль к заказам «Яндекс.Такси» или нет; кроме того, машины осматриваются контролерами, которые по перечню оценивают внешние и внутренние параметры, включая запахи в салоне, работу ремней безопасности, детские кресла.

Здесь также нет собственных водителей и автопарков. «Мы передаем заказы наших пользователей в местные службы

такси. То есть пользователь оставляет заявку через приложение, а «Яндекс.Такси» находит ближайшую машину среди всех партнерских диспетчерских. Вероятность, что свободная машина найдется именно рядом с вами, возрастает в несколько раз по сравнению с заказом в одной конкретной службе», — рассказывает руководитель службы развития регионов «Яндекс.Такси» Александра Санчес-Перес.

Похожий механизм и в Uber. Это технологическая платформа, которая соединяет пользователей и водителей-партнеров, которыми могут быть как индивидуальные предприниматели, так и юридические лица, то есть транспортные компании, зарегистрированные по российскому законодательству.

ПОЕЗДКА В ОДИН КЛИК В больших городах, где население в плане интернет-технологий наиболее продвинуто, традиционный рынок такси ощущает наибольшую конкуренцию со стороны мобильных сервисов, отмечает исполнительный директор ассоциации «Национальный совет такси» Наталия Лозинская. Меняется сама структура рынка, и на первые позиции выходят агрегаторы — компании, занимающиеся лишь сбором заказов, не имеющие собственной транспортной инфраструктуры.

Заказы через мобильное приложение службе такси просто выгоднее: ниже себестоимость обработки, — объясняет директор студии Nice'N'Easy Арсений Пунтиков. «Для многих служб это единственный способ принимать оплату с карточки, а привязка клиента, который установил мобильное приложение, гораздо прочнее, чем традиционная привязка с помощью скидочной карты. В результате таксисты

зачастую используют мобильное приложение не столько как самостоятельный канал привлечения клиентов, сколько как инструмент удержания старых», — рассуждает он.

Сами игроки бурный рост сегмента связывают с рядом факторов: простота использования, низкая стоимость услуги, оперативность ее получения, повышение надежности и безопасности поездок.

«Стоимость поездок через Uber доступна, в то время как стоимость владения автомобилем в городе (которая включает не только расходы на его покупку, но и расходы на ремонт, парковку, бензин и прочее) постоянно увеличивается, — рассуждает директор по региональному развитию Uber в России Михаил Фишер. — Кроме того, расчет стоимости поездки абсолютно прозрачен — считает система (а не водитель) по заранее известным тарифам. Пользователь может видеть цену перед ее началом, для этого в приложении есть специальная опция. Может заказать автомобиль со своего смартфона в любое удобное для него время, и этот автомобиль приедет по адресу меньше, чем за пять минут. При этом он видит, где находится машина, кто является водителем и на каком автомобиле он приедет, а также может поделиться маршрутом своей поездки и примерным временем прибытия с друзьями и родственниками, которые могут наблюдать за его перемещением в режиме реального времени».

ТУМАН НА ТРАССЕ В России вся статистика по рынку такси неофициальная и очень приблизительная. При ответе на вопрос о количестве машин называются цифры от 1 до 2,5 млн (с учетом «подработчиков» — тех, кто не занят в этой сфере постоянно). По некоторым оценкам, за сутки в стране происходит не менее 5 млн заказов, суммарные обороты в открытых источниках — до 450 млрд рублей в год.

По мнению опрошенных игроков рынка, агрегаторы оказывают исключительно позитивное влияние на рынок, и, за исключением ужесточения конкуренции, особых препятствий для их развития не видят. Михаил Фишер считает, что с приходом приложений для заказа такси в целом повысилась прозрачность индустрии перевозок. «А также качество сервиса. Для водителя важен рейтинг, который выставляет ему пользователь. Таким образом, водители по-другому относятся к своим пассажирам, — говорит он. — Анализируя огромную базу своих пользователей, мы приходим к выводу, что большинство из них — это не те люди, которые всегда пользовались традиционными сервисами такси, а с приходом Uber переключились на мобильное приложение. Большинство

из них в принципе крайне редко пользовались такси (или даже вообще никогда), потому что это было очень дорого, неудобно, ненадежно или небезопасно».

По мнению Виталия Крылова, мобильные сервисы существенно вырастут, так как могут предложить клиентам и водителям гораздо более выгодные условия: первым — низкие тарифы при высоком качестве услуги, вторым — высокий доход при сниженных затратах (временных и финансовых).

Александра Санчес-Перес добавляет, что стоимость поездки теперь должна быть конкурентной и адекватной: с ростом популярности сервисов конкуренция между ними возросла значительно. «Пассажир может быстро переключиться между приложениями, сравнить цены и выбрать из множества предложений на рынке. Теперь вас не повезут за 500 рублей 500 метров по Невскому проспекту, потому что вы знаете, сколько на самом деле стоит услуга и из чего складывается цена», — утверждает она и подводит черту: лишь ограничение числа самих автомобилей такси, вызванное квотированием лицензий, может стать препятствием развития сервисов.

ПРАВИЛА ДВИЖЕНИЯ В Петербурге выдавать разрешения индивидуальным предпринимателям или юрлицам на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси может только городской комитет по транспорту, он же ведет реестр выданных разрешений. По данным инстанции, их количество на момент подготовки материала — 36,2 тыс. Анализ рынка городских такси, добавили в комитете, его компетенцией не является.

По словам Наталии Лозинской, в Госдуме одобренный в первом чтении находится законопроект о такси, в котором содержится революционные изменения правил работы, касающиеся подобных сервисов. «Основные требования — хранение и обработка информации о заказе такси только на территории России и жесткая ответственность всех служб заказа, независимо от способа заказа, за передачу информации водителю, не имеющему разрешения на деятельность такси», — перечисляет госпожа Лозинская. В частности, для иностранных компаний, которые ранее работали, не открывая подразделений в России, предъявлено требование иметь такие подразделения, чтобы обеспечить ответственность игрока по российским законам и уплату налогов в бюджет страны. Это касается и сегодняшних лидеров рынка — тех компаний с иностранными корнями, которые до сих пор не обзавелись офисами в РФ. ■

Время совместных решений



*Надежные партнерские
отношения для будущих побед*



ВТБ

Мир без преград

8 (800) 200-77-99
звонок по России бесплатный
www.szrcvtb.ru

Банк ВТБ (ПАО). Генеральная лицензия Банка России № 1000

«ВНЕШНЯЯ СИТУАЦИЯ МОЖЕТ СТАТЬ НАСТОЛЬКО ПЛОХОЙ, ЧТО НОВЫЕ АВТОМОБИЛИ БУДУТ ВО-ОБЩЕ НИКОМУ НЕ НУЖНЫ»

В ИЮЛЕ ГРУППА КОМПАНИЙ WAGNER ОТКРЫЛА СВОЙ ПЕРВЫЙ ДИЛЕРСКИЙ ЦЕНТР MERCEDES-BENZ. О ТОМ, ПОЧЕМУ VOLKSWAGEN ПЕРЕСТАЛ БЫТЬ «РАДОСТНОЙ КОМПАНИЕЙ» И ПОЧЕМУ УХОД GM ИЗ ПЕТЕРБУРГА — ПОЛИТИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ, В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВG ГЕРМАНУ КОСТРИНСКОМУ РАССКАЗАЛ ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ГРУППЫ WAGNER АЛЕКСАНДР ИВАНОВ.

BUSINESS GUIDE: За последние два года дилерский бизнес под давлением рынка изменился. Скажите, как кризис сказался на группе компаний Wagner?

АЛЕКСАНДР ИВАНОВ: Конечно, период очень сложный. Раньше мы всегда планировали бюджет на полгода или на год и старались придерживаться планов. Когда два или два с половиной года назад в отрасли начались проблемы, ожидания были достаточно плохие. Мы понимали, что будут проблемы с продажами, но что возможна настолько плохая ситуация...

BG: В чем это выражается?

А. И.: Нет права на ошибку. Необходимо постоянно заниматься производительностью труда. Нам повезло, что у нас была не слишком высокая кредитная нагрузка, как у многих других дилеров. Конечно, дилерский центр Audi мы строили с привлечением кредитных средств, но нагрузка не была запредельной.

BG: В конце прошлого года вы получили франшизу Mercedes-Benz, а в июле открыли первый дилерский центр марки на Таллинском шоссе, рядом с «Фольксваген Центр Таллинский». Сколько вы потратили на строительство?

А. И.: Дилерский центр построен на нашем земельном участке. Мы исходили из того, что во время строительства центра Volkswagen понесли расходы по организации инфраструктуры. Нам нужно было увеличивать доход с участка, и несколько лет мы вели переговоры с представительством Mercedes-Benz в России. Само здание обошлось в 150 млн рублей, а вот предыдущие инвестиции в покупку земли, коммуникации, инфраструктуру, другое здание составили еще около 800 млн рублей.

BG: У вас есть стратегия работы с новой группой маркой?

А. И.: Мы очень внимательно слушаем. Мы сейчас как большое ухо: прислушиваемся и пытаемся понять, как нам найти оптимальный алгоритм работы. У нас есть опыт, но у каждого производителя свои нюансы. И бизнес-процессы отличаются.

BG: Для вас работа с Mercedes-Benz — это вопрос потенциальной прибыли или престижа?

А. И.: Это бизнес — в первую очередь. Mercedes-Benz нам интересен по многим причинам. У марки большой модельный ряд. К тому же марка предлагает интересные условия. И, конечно, на мой взгляд, это одна из лучших автомобильных марок в мире.

BG: Почти два года назад вы открыли дилерский центр Audi на Выборгском шоссе. До недавнего времени он был крупнейшим в России.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

А. И.: Мы открылись в конце 2014 года, в самое сложное для дилерского бизнеса время. Сложности Audi в России в последнее время: отсутствие четкой стратегии — долгое время у марки не было главы. Плюс старый модельный ряд. Но при этом я считаю, что Audi, наравне с Porsche, самая технологичная марка с высочайшей индивидуализацией. Audi очень интеллигентная и технологичная компания. И мне кажется, у нее в России есть потенциал. Тем более что назначенный недавно новый глава марки отлично понимает и знает автомобильный бизнес в России.

BG: Wagner начал с продаж Volkswagen. За полгода продажи бренда выросли на 5%. С чем это может быть связано?

А. И.: Само измерение автомобилей штуками — это прерогатива производителей. Они ставят планы, для них это крайне важный аспект. У них своя экономика, теряют они или зарабатывают, нам неведомо. Для нас этот рост обусловлен, прежде всего, обнулением маржинальности по марке за счет диких скидок и давления производителя. Сегодня продажи VW не приносят нам почти ничего, бизнес по продажам новых автомобилей VW на грани нуля. И перспективы сегодня не очень видны. Посмотрим на следующий год, на новый Tiguan, на оставшийся модельный ряд, на конкурентную среду. На мой взгляд, сегодня Skoda куда интереснее как с точки зрения бизнеса, так и с точки зрения модельного ряда в будущем. Если говорить про VW в целом, то в долгосрочной перспективе, лет пять, например, мы верим в марку и ее перспективы в России. Кстати, в Санкт-Петербурге у Volkswagen одна из

самых больших в России долей рынка — около 8%.

BG: Сказался ли прошлогодний дизельгейт на работе с маркой?

А. И.: Сказался, и очень сильно. Марку штрафуют, идет постоянный информационный шум из США, и производитель начал меняться. VW много делает, чтобы погасить этот негатив. Кризис VW не коснулся продаж в России, и имидж марки у нас не пострадал. Но сам концерн задумался о новой стратегии.

BG: По каким факторам вы поняли, что изменилось в компании?

А. И.: Прежде всего они запускают новые модели. Меняют маркетинговую стратегию, она стала более аккуратной, более сдержанной. Они даже поменяли логотип — был Das Auto («Автомобиль»), что указывало на величие компании, а сейчас просто Volkswagen. Пытаются вернуть доверие потребителей. Все становится жестче, радость от бизнеса уходит. Раньше это была радостная компания, а сейчас не очень... В США VW наказали. И, кстати, сейчас Еврокомиссия готова потребовать с американской компании Apple почти \$13 млрд неуплаченных налогов. Это очень похоже на противостояние Европы и США. Я считаю, что это политика. Как американский автомобиль может быть по качеству лучше немецкого? Я не видел ни одного супертехнологичного американского автомобиля, кроме Tesla. Разве GM делает двигатели технологичнее, чем VW? Я также считаю, что уход GM из России имеет под собой не экономические причины. Почему VW остается, невзирая ни на что?

BG: Даже Ford остается, хотя казалось бы...

А. И.: Рано или поздно дно кризиса будет пройдено, или мы его пробьем, затем достигнем второго дна, и от него пойдет рост. Возможно, уже в четвертом квартале 2016 года. Уйти и войти снова будет значительно сложнее. Для любого крупнейшего автомобильного производителя убытки на российском рынке не критичны.

BG: Кредитование — сегодня один из самых сложных вопросов. Где вы получаете заемные средства? В банках, интегрированных в структуру производителя?

А. И.: Кэптивные банки кредитуют только свои продажи, чего недостаточно. Они не дают инвестиционных денег. В конце прошлого года Нота-банк, основной банк, с которым мы работали, прекратил свою деятельность, и мы попали в турбулентность в связи с поиском нового банка. Это было непросто, но мы договорились с одним из российских. Сегодня все задачи по кредитованию решены. В тот период мы общались со многими и можем сказать, что банки не хотят работать с дилерами. Им нужно ликвидное обеспечение. В залог они принимают только недвижимость, в нашем случае это дилерские центры, а для них это очень специфический залог. Если раньше автоцентры оценивали дорого, сегодня, по банковским меркам, они ничего не стоят. Потому что использовать эту недвижимость, кроме как для дилерского предприятия, очень сложно. И риски для себя они видят огромные.

BG: Если сравнить процентную ставку в начале 2014-го и сейчас — как она изменилась?

А. И.: Мы брали длинные деньги под 11,5% в рублях. Потом наш банк ультимативно поднял ставки до 23%, что, впрочем, не помогло Нота-банку, он все равно обанкротился. На сегодня по инвестиционным кредитам нам дают 14–15% годовых. Короткие кредиты обходятся дешевле.

BG: Можете сделать прогноз?

А. И.: Прогнозы можно давать, когда ситуация стабильна, но не сейчас. Если в политике не произойдет ничего экстраординарного, надеюсь, что следующий год будет более оптимистичным. Если говорить о Wagner, у нас ситуация лучше, чем в целом по рынку, для чего есть несколько причин. Во-первых, у нас сильные марки-партнеры с локальным производством. Во-вторых, мы получим долю от ушедших марок, а их очень много. Мы уже получаем дополнительную долю продаж от обанкротившихся компаний, которые были закредитованы. Но, как показывает практика, внешняя ситуация может стать настолько плохой, что новые автомобили будут вообще никому не нужны. И тогда мы начнем продавать автомобили с пробегом, сервисные услуги. ■



Оценка бизнеса?

Дью Дилидженс?

Арбитражные споры?

Налоговые риски?

Тарифный анализ?

Стратегия развития?



ИПП: Независимый консультант

Владимир Романовский, директор

Консалтинг Аудит МСФО Оценка Юридические услуги

**191119, Санкт-Петербург, ул. Марата, 92
(812) 703-40-41; ф.: (812) 703-30-08
mail@ipp.spb.ru; www.ipp.spb.ru**



АЛЕКСАНДР КОРЯКИН

НЕСМОТЯ НА ПОСТЕПЕННЫЕ УЛУЧШЕНИЯ ПУТЕВОГО СЕРВИСА, ПЕЗДА СИЛЬНО УСТУПАЮТ САМОЛЕТАМ ПО СКОРОСТИ И КОМФОРТУ

ПО ШПАЛАМ НА ЮГА

В ЭТОМ СЕЗОНЕ В ПЕТЕРБУРГЕ И МОСКВЕ ПОЛУЧИЛ РАЗВИТИЕ НОВЫЙ СЕРВИС ОАО РЖД И НЕСКОЛЬКИХ ТУРОПЕРАТОРОВ — ДЕШЕВЫЕ ЧАРТЕРНЫЕ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЕ ТУРЫ ПО ЮЖНЫМ РОССИЙСКИМ НАПРАВЛЕНИЯМ. ОНИ ОТЛИЧНО ПОДХОДЯТ ДЛЯ СЕМЕЙНОГО ОТДЫХА И СОСТАВЛЯЮТ АЛЬТЕРНАТИВУ ДОРОГИМ АВИАТУРАМ, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ. НО РАССЧИТЫВАТЬ, ЧТО ОНИ СИЛЬНО ПОТЕСНЯТ ПОСЛЕДНИЕ, НЕ СТОИТ. ТЕМ БОЛЕЕ ЧТО СЕГОДНЯ НОВУЮ СХЕМУ В РАБОТЕ ИСПОЛЬЗУЮТ ЛИШЬ КРУПНЫЕ ТУРОПЕРАТОРЫ РЕГИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ, МЕНЬШИМ КОМПАНИЯМ ОНА ПОКА НЕДОСТУПНА. ЛИДИЯ ГОРБОРУКОВА

Компания «РЖД тур» («дочка» ОАО РЖД) и несколько туроператоров (среди которых такие компании, как «Библио Глобус» и «НТК Интурист») с этого года осуществляют чартерные туры из Москвы и Петербурга в Сочи, Геленджик и Анапу. По задумке авторов, они должны составить конкуренцию более дорогостоящим авиационным турам. Целевой аудиторией такого сервиса преимущественно являются семьи с детьми. Условия сотрудничества между туроператорами и РЖД также прописаны: компания может бронировать места в железнодорожном составе, то есть выкупать вагонные составы в рамках рейса, за 90 суток, а отказаться от брони — за 45 суток.

Алексей Тузов, эксперт железнодорожной отрасли, оценивает, что до конца 2016 года с помощью железнодорожных чартерных туров будет перевезено около 10 тыс. пассажиров. По его словам, новый сервис только набирает популярность, тем не менее билеты раскупаются довольно быстро из-за скидок, которые, по экспертным данным, могут составлять около 20%.

ПАКЕТ СО СКИДКАМИ По мнению Натальи Розенблюм, управляющего партнера, директора Top Hotel Experts, в свете недоступности ряда направлений массового пляжного отдыха, бюджетные туры на юг России имеют большой потенциал. «Если приобретение пакетного тура будет давать возможность клиенту сэкономить на путевке, это привлечет значительную часть туристов, которые сейчас организуют подобные поездки самостоятельно. Данное предложение будет особенно популярно для семейных туристов и молодежи. Основной акцент необходимо делать на гостей, которые пользуются услугами средств размещения на южных курортах. Также развитие данного направления может сделать отдых на юге страны более цивилизованным за счет сокращения так называемых диких туристов, которые сами покупают билет и размещаются на месте в частном секторе», — высказала свое мнение госпожа Розенблюм.

В том, что туры на базе железнодорожных перевозок, безусловно, будут пользоваться спросом, уверена и Алена Корякина, руководитель сервиса «Рамблер/Путешествия». По ее словам, для этого

есть несколько причин, и главная — они в разы дешевле наиболее близких по альтернативе вариантов. «Как показали недавние исследования, которые публиковал Ростуризм, недельный железнодорожный тур в Сочи на двоих может быть в полтора-два раза дешевле такого же тура на базе авиационной перевозки. И как минимум вдвое дешевле самостоятельно спланированной поездки», — пояснила госпожа Корякина. Например, компания «НТК Интурист» предлагает тур в Сочи на двоих на девять дней по стоимости от 18 646 рублей, но у того же оператора недельный тур с перелетом стоит от 28 191 рубля. Железнодорожные туры той же ценовой категории предлагает «Библио Глобус» (от 17 685 рублей), который опробовал этот формат еще в прошлом году.

Рост спроса на билеты подтверждает и статистика РЖД. «В июле, по данным монополии, пассажиропоток на поездах дальнего следования по сравнению с июлем 2015 года вырос на 8% и составил 12,5 млн человек. А согласно данным агентств, занимающихся реализацией железнодорожных билетов, в число самых продаваемых маршрутов в России вошли Москва-Анапа и Москва-Новороссийск», — привела статистику Алена Корякина.

ЖЕЛЕЗНАЯ РЕПУТАЦИЯ Для туроператоров данное нововведение тоже выгодно, так как они могут предложить своим клиентам еще один вид услуг. По мнению Марии Чупиной, руководителя отдела продаж туров сервиса «Туту.ру», операторы давно ждали возможность чартерных железнодорожных перевозок, так как это расширяет ассортимент их предложений.

Однако Алексей Тузов добавляет, что местные туроператоры в основной массе еще не готовы сотрудничать с РЖД по новой схеме в связи с недоверием, которое сформировалось за долгие годы монополии РЖД на рынке железнодорожных перевозок и довольно жесткими условиями сотрудничества. «Несмотря на все достоинства новой схемы, лишь крупные туроператоры регионального уровня используют ее. Хотя предлагать данный продукт выгодно именно небольшим фирмам — низкая цена железнодорожного тура (практически в два раза ниже, чем у аналогичного авиатура) привлекает клиентов

со средним достатком. С такими клиентами предпочитают работать небольшие агентства, у которых нет достаточного количества средств, чтобы заранее выкупать целые поезда», — комментирует господин Тузов.

Помимо этого, замечает Мария Чупина, сложности совместной деятельности туроператоров и РЖД традиционно могут быть связаны с ценами и условиями работы. «В среднем большинство туров продается за 14 дней до отъезда, то есть при отъезде без штрафов за 45 дней туроператор сможет продать меньшую часть. Чтобы продавать больше, ему необходимо брать жесткие блоки с невозможностью отказа, а эта та самая рискованная часть, которая может загнать туроператора в долги, если она просчитана не совсем верно», — предостерегает госпожа Чупина.

ФОРМУЛА ДОСТАТОЧНОЙ СКОРОСТИ

Железнодорожные чартеры пользуются спросом у семей с детьми. Часть из них принципиально предпочитают путешествовать поездом, хотя бы потому, что в них есть детские билеты, которые намного дешевле. Либо эти люди просто не любят летать, а в вагоне поезда и всей семьей чувствуют себя уютнее. «Для таких семей удешевление цен на билеты на 15–20% может сыграть роль или даже стимулировать поездку более широким составом», — рассуждает Петр Пушкарев, шеф-аналитик ГК TeleTrade.

Зато, отмечает он, скидка вряд ли переманит любителей летать и экономить время, ведь большинство отдыхающих рассматривают перелеты как более комфортный способ добраться до места. По наблюдениям господина Пушкарева, цена билета на самолет оказывается не намного дороже, чем стоит купейное место в поезде. Например, слетать из Петербурга в Сочи и обратно обойдется от 8,5 до 12 тыс. рублей. В Геленджик — до 15 тыс. рублей. Цена купе в поезде по направлению Петербург — Адлер (туда и обратно) — от 10 до 13 тыс. рублей, при этом дорога занимает в сумме аж на двое суток больше. По мнению Петра Пушкарева, мало кто согласен так сократить отпуск ради невеликой экономии. Кто действительно хочет сэкономить и готов пожертвовать комфортом, скорее выберет плацкарт, ку-

пит в него билеты заранее и жилье найдет самостоятельно, рассуждает эксперт.

Мария Чупина и вовсе высказывает мнение, что сейчас цены на пакетные авиатуры нередко бывают ниже или равны предложениям по железной дороге. Но переезды на поезде не экономят время на дорогу, поэтому их покупают только за неимением билетов на самолет. «С другой стороны, железнодорожные квоты очень удобны при организации детских групп, корпоративных заказов и просто удобны для отдыха большими компаниями. Данные туры могли бы получить развитие в экскурсионных маршрутах. Сейчас чаще всего билеты экскурсанты покупают отдельно и самостоятельно, а было бы интересно делать именно „экскурсионные вагоны“ с аудиогuidaми», — подала идею эксперт.

ЭКОНОМИЯ В ЧАСТНОСТИ

Участники рынка констатируют, что сервис железнодорожных чартеров в будущем можно усовершенствовать, если включить в него более экономичные варианты проживания.

Жилье, предлагаемое на российском юге через турфирмы, часто непропорционально дорогое, утверждает Петр Пушкарев. «Чартерные железнодорожные туры станут гораздо популярнее, если в них включить еще и недорогие варианты проживания: в небольших частных гостиницах, мини-отелях, проще говоря, в более современных окультуренных объектах бывшего так называемого частного сектора», — полагает эксперт. Он уверен, что если туроператоры позаботятся о включении такой возможности в пакетный тур заранее, то в сумме с чартерной железнодорожной скидкой экономия может стать намного заметнее, что будет интересно людям, а значит, будет пользоваться повышенным спросом.

Наталья Розенблюм также считает, что популярность предложений в рамках железнодорожных чартеров на юг будет во многом определяться конкурентоспособностью цены и готовностью отельеров предоставлять туроператорам скидки на размещение. Учитывая, что в высокий сезон отели и санатории региона полностью загружены, данное предложение может позитивно сказаться на привлечении гостей вне основного сезона и выравнивании сезонности южных курортов, уверена директор Top Hotel Experts. ■

КВАРТИРЫ ОТ ЗАСТРОЙЩИКА

В СТРОЯЩИХСЯ И СДАННЫХ ДОМАХ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Дом у Берёзового сада

Ярославский проспект, 63
М. «Удельная» - 5 минут пешком

- парк в пешей доступности
- развитая инфраструктура района
- всего 80 квартир в доме, отсутствие «студий»
- коммерческие помещения в продаже
- ипотека от ведущих банков
- высокая степень готовности

5% СКИДКА
НА 1 К. КВ.*

БИЗНЕС-
КЛАСС

СРОК СДАЧИ 3 КВ. 2016 Г.

ГОТОВИМСЯ К СДАЧЕ

* скидка 5% предоставляется при покупке 1-к.кв., расположенных в секции №2, при условии 100% оплаты. Количество квартир по акции ограничено. Акция действует до 31 октября 2016 г.

В каждом доме:

214 ФЗ | АВТОРСКИЙ ДИЗАЙН ХОЛЛОВ | ПАРКИНГ | КИРПИЧ-МОНОЛИТ

Дом на Выборгской

М. «Выборгская»/ «Пл Ленина»
10 минут пешком

- бизнес-класс
- парк в пешей доступности
- исторический центр города
- квартиры в собственности
- видовые квартиры с террасами

ДОМ СДАН

Дом на Киевской

М. «Фрунзенская»
10 минут пешком

- комфорт-класс
- престижное место
- детская площадка во дворе
- закрытый двор
- Московский пр. — 3 минуты пешком

1 кв. 2018 г.

Наша миссия – забота о Вашем комфорте!

ООО "Эльба" - эксклюзивный продавец квартир. "Дом у Березового сада" - Застройщик ООО "МФК", адрес объекта: Санкт-Петербург, Ярославский пр., 63, лит.А. С проектной декларацией можно ознакомиться на сайте www.домнаярославском.рф. Продажа квартир осуществляется в соответствии с 214 ФЗ. Ипотеку предоставляют: ПАО "Банк "Санкт-Петербург" (Ген. Лицензия №436 от 31.12.2014г.), ПАО "Сбербанк" (Ген. Лицензия №1481 от 11.08.2015 г.) С полным перечнем банков, предоставляющих ипотеку можно ознакомиться на сайте или в Отделе продаж. "Дом на Киевской" - застройщик ООО "СТ-Девелопмент", адрес объекта: Санкт-Петербург, ул. Киевская, д.5, литера О. С проектной декларацией можно ознакомиться на сайте www.домнакиевской.рф

+7 (812) 777-91-91
ELBACOMPANY.RU

ГОСТИ НА ЗАРАБОТКАХ

ПАДЕНИЕ РУБЛЯ НА ФОНЕ РАСТУЩИХ ПАТЕНТНЫХ СБОРОВ СДЕЛАЛО РАБОТУ В РОССИИ НЕПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ДЛЯ МИГРАНТОВ ИЗ ТАДЖИКИСТАНА, УЗБЕКИСТАНА И МОЛДАВИИ. ОДНАКО РЫНОК НИЗКОКВАЛИФИЦИРОВАННОГО ТРУДА НЕ ПРОСЕЛ — УЕХАВШИХ РАБОЧИХ ЗАМЕСТИЛИ КИРГИЗЫ, АРМЯНЕ, УКРАИНЦЫ И РОССИЯНЕ ИЗ РЕГИОНОВ. РОСТ ПОТОКА МИГРАНТОВ ВОЗОБНОВИТСЯ, ОБЕЩАЮТ ЭКСПЕРТЫ, И СТРАНЕ ПРИДЕТСЯ РЕШАТЬ ПРОБЛЕМУ ИНТЕГРАЦИИ ПРИЕЗЖИХ РАБОЧИХ.

ВЛАДА ГАСНИКОВА

Согласно июньскому докладу Экспертно-аналитического центра РАНХиГС, сейчас значительную часть трудовых мигрантов в России (более 90%) составляют граждане СНГ. Среди них больше всего граждан Узбекистана (46%), Таджикистана (24%) и Украины (11%). Большая часть мигрантов сосредоточена в пяти субъектах РФ: Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Ленинградской и Свердловской областях.

По оценке ФМС, число постоянно находящихся в РФ иностранцев и лиц без гражданства за 2015 год составляет 10 млн человек, за 2014 год — 11 млн человек.

По наблюдениям вице-президента центра социальной адаптации мигрантов «Надежда» Ольги Косец, киргизы в России в основном занимаются торговлей, причем продукцией собственного производства, мигрантов из этой страны предостаточно и в сфере сетевого ритейла. «Граждане из Узбекистана и Таджикистана по-прежнему востребованы в качестве разнорабочих во всех сферах российской экономики из-за дешевизны этой рабочей силы и неприхотливости в быту», — рассказывает госпожа Косец.

Основная доля мигрантов среди домашнего персонала — нянь, домработниц, сиделок — это выходцы из Украины. «В 2014–2015 годах после кризиса на Донбассе количество украинских соискателей выросло на 200% по сравнению со спокойным периодом 2012–2013 годов. С конца 2015 года после вступления Киргизии в Евразийский экономический союз стало расти число работников из этой страны», — говорит Михаил Сорокин, генеральный директор портала «Помогатель.ру».

Трудовые мигранты стали частью российской реальности с начала 2000-х годов: в период экономического роста появилось много новых проектов в строительстве, транспортной отрасли, ЖКХ, ритейле и сфере общественного питания. Появился спрос на низкоквалифицированный персонал, готовый заниматься тяжелой непрестижной работой, от которой отказывались россияне. Вторая волна иностранной рабочей силы пришла в 2007 год — после либерализации миграционного законодательства.

Сейчас трудовые мигранты в основном заняты в строительстве, дорожном ремонте, сельском хозяйстве, добывающей промышленности, в сфере услуг, в том числе домашних. В некоторых сферах законодательно установлены ограничения на участие иностранных рабочих: в розничной торговле алкоголем и табаком доля мигрантов не должна превышать 15%, на транспорте — не более 35%.

КОЛЕБАНИЯ ВАЛЮТНЫХ ПОТОКОВ

Очевидно, что в Россию мигранты едут не от хорошей жизни — в поисках работы и



ИЗ-ЗА ПАДЕНИЯ РУБЛЯ ТРУД МИГРАНТОВ В СФЕРЕ ДОМАШНЕГО ПЕРСОНАЛА СТАНОВИТСЯ ЗНАЧИТЕЛЬНО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЕЕ В СТРАНАХ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ, ЧЕМ В РОССИИ

средств к существованию для своей семьи, чаще всего остающейся на родине. Согласно исследованию Всемирного банка, в 2015 году трудовые мигранты отправили из России в страны СНГ \$15,4 млрд, что почти на \$6 млрд меньше показателя за 2014 год. Больше всего в минувшем году приезжие работники перевели в Узбекистан (\$3,1 млрд), Таджикистан (\$1,98 млрд), Армению (\$1 млрд), Грузию (\$0,9 млрд), Азербайджан (\$0,86 млрд), Молдавию (\$0,57 млрд) и Белоруссию (\$0,31 млрд).

Отчасти сокращение объемов денежных переводов в долларах объясняется ростом курса валюты по отношению к рублю. Но стало ли в ухудшившихся экономических условиях в России меньше мигрантов?

По различным оценкам, с начала 2015 года из страны уехало от 10 до 15% трудовых мигрантов, в основном выходцев из Средней Азии, для которых работа в России стала невыгодной из-за колебаний валют родных стран относительно доллара.

Но, несмотря на это, общее число мигрантов в стране значительно не снизилось, говорит директор Института актуальной экономики Никита Исаев. «В 2015 году у нас мигрантов стало меньше только на 10%, и то по большей части за счет ужесточения контроля за нелегалами. Сейчас идет ротация мигрантов: таджики, узбеки, молдаване уезжают, но их места занимают киргизы, армяне и украинцы — поток мигрантов из Украины в прошлом году увеличился практически вдвое. Так что конкуренция на рынке труда не пада-

ет. Тем более что и россияне сейчас охотнее соглашаются на низкооплачиваемые должности», — поясняет господин Исаев.

Операционный директор кадрового холдинга Gi Group в России Елена Веляева рассказывает, что наши сограждане занимают освобождающиеся после отъезда мигрантов рабочие места в оптовой и розничной торговле, финансовой сфере, образовании. «Обратная ситуация в строительстве, гостиничном и ресторанном бизнесе, в сфере ЖКХ — в них количество мигрантов растет», — говорит госпожа Веляева.

По наблюдениям Михаила Сорокина, в сфере домашнего персонала труд в России для украинских мигрантов становится все менее выгодным: из-за падения рубля условия работы сиделками и домработницами стали значительно привлекательнее в странах Западной Европы. И происходит это на фоне растущих патентных сборов — в Москве, например, это ежемесячная выплата 4,2 тыс. рублей и 15 тыс. за оформление патента.

Традиционно зарплатные ожидания наших соотечественников были на 15–20% выше, чем у мигрантов, однако в условиях сокращения количества рабочих мест и задержек зарплат россияне готовы снизить их. Руководитель департамента по работе с ключевыми клиентами кадрового агентства «Юнити» Рустам Барноходжаев замечает, что в этих условиях москвичи теряют привлекательность в глазах работодателей. «Компании охотнее берут себе сотрудников из регионов России и Таможенного союза — Белоруссии и Ка-

захстана. Связано это явление с большей мотивацией мигрантов. Работодатели отмечают, что эффективность работы таких сотрудников выше, чем москвичей, а ожидания по оплате труда у них, как правило, ниже», — рассказывает господин Барноходжаев. Официальное трудоустройство белорусов и казахов не смущает работодателей, поскольку на них не нужно получать квоты и разрешение на работу.

КОНВЕРТИРУЕМАЯ АССИМИЛЯЦИЯ

К сожалению, сейчас мигранты все чаще выбирают нелегальное пребывание в России: бремя обязательных выплат под силу далеко не каждому работающему иностранцу. Даже имея легальный статус, мигранты нередко соглашаются на зарплату в конверте — уменьшилось количество рабочих квот и число вакансий для низкоквалифицированного труда, поэтому меньше возможностей найти заработков.

Ольга Косец считает, что стране нужно не избавляться от трудовых мигрантов, а начать эффективно использовать этот дополнительный ресурс. «Необходимо научиться контролировать миграционные процессы, миграционный учет и поступление налогов в казну. В адаптации мигрантов важную роль играют НКО и национальные диаспоры, которым в последнее время выделяется немало средств из президентских грантов. Другое дело — на что и с каким эффектом выделенные средства расходуются», — замечает госпожа Косец.

Проректор Академии труда и социальных отношений Александр Сафонов уверен в том, что поток мигрантов в Россию возобновится. «Чтобы россияне могли полноценно заместить мигрантов, нужна последовательная национальная политика, которой пока просто нет», — уверен он.

Это значит, что России еще предстоит решать вопросы, связанные с миграционной политикой и адаптацией приезжих граждан. «У нас нет единой программы ассимиляции, в школах практически нет специальных программ для детей мигрантов, курсы русского языка для взрослых тоже далеко не везде проводятся. Между тем в стране большие проблемы с демографией: число пенсионеров растет, а количество трудоспособного населения сокращается. Только в этом году появится 546 тыс. новых пенсионеров, хотя еще не так давно в год прибавлялось по 400 тыс. человек», — заключает Никита Исаев. Если не проводить мероприятия по ассимиляции, то мигранты так и будут жить в замкнутом мире национальных диаспор и вывозить средства из России. Хотя люди могли бы работать в стране на постоянной основе, тратить деньги здесь, создавать спрос на продукцию. ■

ОПЕРАТИВНО. НАДЁЖНО. ДОСТУПНО.



200 МИЛЛИОНОВ компаний
Европы, Америки, Африки,
Азиатско-Тихоокеанского региона.



НАШ ГЛАВНЫЙ ПРОДУКТ *globas·i*

Это уникальная Информационно-аналитическая система, благодаря которой Вы сможете получить экономическую информацию об интересующей Вас российской и зарубежной компании, за считанные секунды.

globas·i 24/7 ОСНОВНЫЕ СЕРВИСЫ СИСТЕМЫ

- Информация о российских и зарубежных компаниях
- Анализ взаимосвязей компаний (связи), проверка аффилированности
- Анализ балансовых показателей
- Система оценки компаний – индексы, скоринг
- Аналитика арбитражных дел, исполнительных производств
- Сообщения о банкротствах и других значимых событиях
- Лицензии и принадлежность к СРО
- Государственные контракты, закупки, тендеры, аналитика закупок
- Мониторинг изменений
- Финансовые калькуляторы
- Положение компании в отрасли
- Анализ конкурентной среды
- Иностранные компании в [online/offline](#) режиме
- Выборки, выгрузка данных в разных форматах
- Сервис Глобас-і - XML

ЗАО «ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО «КРЕДИНФОРМ СЕВЕРО-ЗАПАД» ОСНОВАНО В 1994 ГОДУ.

ГЛАВНЫЙ ПРОДУКТ АГЕНТСТВА: ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ГЛОБАС-І ©,
ПРЕДНАЗНАЧЕННАЯ ДЛЯ КОМПЛЕКСНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА И СОЗДАНИЯ АНАЛИТИЧЕСКИХ ОТЧЕТОВ.

ГЕОГРАФИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ВЕСЬ МИР. **КЛИЕНТЫ И ПАРТНЕРЫ:** РОССИЙСКИЕ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОМПАНИИ.

Москва: Садовая-Спасская ул., д. 20, стр. 1
Тел./факс: +7 (495) 640-41-16

Санкт-Петербург: Спасский переулок, д. 5
Тел.: +7 (812) 406-84-14; факс: +7 (812) 406-84-15

www.credinform.ru

СЕМЕРО БЕЗ ЛАВОК

В МАЕ 2016 ГОДА РОССИЙСКИЕ ЗАКОНОТВОРЦЫ ПОДВЕЛИ ПОД ЧЕРТУ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЙ ПЛАСТ МАЛОГО БИЗНЕСА: БЫЛИ ВНЕСЕНЫ ПОПРАВКИ В ЖИЛИЩНЫЙ КОДЕКС, ФАКТИЧЕСКИ ЗАПРЕЩАЮЩИЕ ХОСТЕЛАМ И МИНИ-ОТЕЛЯМ РАБОТАТЬ В ЖИЛОМ ФОНДЕ. В ПЕТЕРБУРГЕ БОЛЕЕ ЧЕМ 80% МАЛЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ НАХОДИТСЯ В НЕМ. ВТОРОЕ ЧТЕНИЕ В ГОСДУМЕ ПЕРЕНЕСЕНО НА ОСЕННЮЮ СЕССИЮ, КОГДА ТЕОРЕТИЧЕСКИ В ЗАКОН МОЖНО БУДЕТ ВНЕСТИ СПАСИТЕЛЬНЫЕ ПРАВКИ. В ТО ВРЕМЯ, КОГДА СОКРАЩАЕТСЯ ДАЖЕ ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ, ПРИНЯТИЕ ПОДОБНОГО ЗАКОНА УДАРИТ ПО ВСЕМУ РЫНКУ. ЮЛИЯ ЧАЮН

Поправка, предусматривающая запрет открытия мини-отелей и хостелов в многоквартирных домах, была вынесена на обсуждение председателем комитета Госдумы по ЖКХ, справороссом Галиной Хованской в сентябре 2015 года. Авторами изменений в ст. 17 Жилищного кодекса РФ выступали депутаты от всех четырех фракций.

Они указывали на то, что хостелы и мини-отели нарушают жилищные права жителей смежных помещений, а также наносят урон домам, признанным объектами культурного наследия. А госпожа Хованская даже назвала подобный вид размещения «туризмом на нарах».

Руководитель туристического сервиса «Рамблер/Путешествия» Алена Корякина отмечает, что современные хостелы — это не ночлежки или притоны, как многие думают, а достаточно комфортные пространства. «Помимо всего прочего, многие хостельеры стараются привнести что-то интересное и творческое в свои детища — их оформляют современные стрит-арт-художники, что делает каждое место аутентичным и привлекающим поток творческих людей. Такие хостелы порой вступают в конкуренцию с местными барами и кафе, так как в них останавливаются интересные люди из разных стран, городов, общаются, знакомятся. Индустрия хостелов развивается интенсивно в силу того, что в России появился целый сегмент активных, молодых путешественников, в основном, конечно, это студенты, которые хотят открывать для себя новые места, но не готовы тратить 3–4 тыс. рублей за ночь в гостинице», — поясняет госпожа Корякина.

Впрочем, поправка в Жилищный кодекс допускает открытие гостиницы в многоквартирном доме, если помещение под нее переведено в разряд нежилых. Однако сделать это практически невозможно в силу многих требований типа создания отдельного входа в отель. А владельцы тех немногих в Петербурге хостелов, которые расположены в нежилом фонде, уже говорят о том, что собственники помещений начали «заламывать» арендные ставки.

В июне Совет федерации предложил смягчить закон Хованской, подготовив поправки, которые предусматривают возможность открытия отеля в жилом фонде в том случае, если удастся получить согласие всех жильцов дома. Хостельеры утверждают, что сделать это будет невозможно, так как в одном доме может быть не одна тысяча владельцев квартир, которые живут там целыми поколениями, многие квартиры сдаются и найти конечного собственника иногда практически нереально. Да и сам принцип принятия решения стопроцентным коллективом жильцов довольно проблематичен, говорит Ольга Косец, президент МОО поддержки и



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ
СОВРЕМЕННЫЕ ПЕТЕРБУРГСКИЕ ХОСТЕЛЫ ПО ПРИМЕРУ ЕВРОПЕЙСКИХ ЗАЧАСТУЮ ПРЕДСТАВЛЯЮТ СОБОЙ КОМФОРТАБЕЛЬНЫЕ ПРОСТРАНСТВА, ПРИВЛЕКАЮЩИЕ ТВОРЧЕСКИХ ЛЮДЕЙ

защиты малого и среднего бизнеса «Деловые люди», так как гражданам иногда сложно договориться даже по важным для них самим вопросам строительства дорог и детских площадок во дворах, что уж говорить о возможности согласовать хостел.

«Конечно, принцип принятия решений отсекающим большинством был бы более гуманным. Наверняка услышим мы и про истории „странных согласований“, как это бывает с различными решениями управляющих компаний, когда жильцы вдруг обнаруживают свои подписи на документах, которые они не подписывали», — высказывается госпожа Косец.

ШКУРНЫЙ ИНТЕРЕС Летом в Петербурге на Марсовом поле прошел митинг малых отельеров и хостельеров, где они подписали обращение к президенту Владимиру Путину о недопустимости принятия одиозного законопроекта. В тексте говорилось, что принятие «закона Хованской» в существующем виде приведет к чудовищной коррупции и бесправии малого бизнеса, подобно тому, как это было в начале 1990-х годов. Серьезно пострадает и экономика России. Хостельеры считают, что закон не решит никаких проблем в отрасли, однако будет работать на «шкурный интерес больших сетевых отелей и личные амбиции некоторых депутатов Госдумы».

Судя по всему, полагает Николай Лавров, руководитель межрегиональной жилищной программы «Переезжаем в Петербург», мы наблюдаем очередную попытку пролоббировать монополистические интересы крупных гостиничных комплексов в связи с падением доходности бизнеса.

«Как еще объяснить нападки на мелкий бизнес в период кризиса? Денег не прибавится от этого ни у кого, ставший выигрывать

из тени рынок посуточной аренды тут же свалится обратно в коррупционную яму „черного нала“, вместо налогов оплачивая взятки проверяющим. И сейчас не все платят налоги, но они хотя бы пытаются начать. У владельцев хостелов не будет другого выхода, так как эти квартиры в 90% случаев невозможно перевести в нежилой фонд и сдавать как апартаменты из-за ужесточившихся в последние годы требований к переводу», — прогнозирует господин Лавров.

Зато от закрытия хостелов, безусловно, выиграют трехзвездочные гостиницы, так как по ценовому сегменту они идут следом за хостелами, заключает Алена Корякина.

КЛОПЫ И МОШЕННИКИ Несмотря на то, что многие хостелы в Петербурге действительно комфортабельны и аккуратны, все же есть владельцы мини-отелей, порождающих справедливое недовольство жильцов в силу безответственного отношения к порядку.

По мнению Елены Лысенковой, генерального директора Hospitality Income Consulting, поправки в Жилищный кодекс приведут хостелы в профессиональный гостиничный бизнес и заставят их подходить к работе качественнее и профессиональнее. «Безусловно, такое решение ограничит порог входа для новых игроков, заставит их подходить к созданию нового бизнеса с учетом профессиональных требований. В целом это скажется позитивно на качестве мини-отелей и хостелов», — говорит она.

Марат Ярков, директор свадебного агентства Loveding, напротив, считает, что запрет размещений хостелов в жилых домах ни к чему хорошему не приведет. «Культура размещения в гостиницах лоу-класса распространена по всему миру. Так зачем же нам от нее отказываться. Те, кто останавливался в

дешевых номерах, вряд ли смогут позволить себе размещение в отеле. Будут обращаться в частный сектор для временной аренды койко-места, где клопы и мошенники. Сомневаюсь, что от неминуемых эксцессов престиж России возрастет», — скептически он.

КРИТИЧЕСКАЯ ДОЛЯ Все участники рынка признают, что закон Хованской приведет к сокращению количества хостелов, но расходятся в оценке последствий этого сокращения.

«Например, в столице на booking.com представлено около 2,4 тыс. объектов размещения, из которых 636 классифицировано от уровня „без звезд до пятизвездочных“ и 508 отелей; хостелы, мини-отели и гостевые дома составляют около 500 объектов, но их размер в разы меньше средней гостиницы. По разным данным, среди хостелов около 70% размещено в жилом фонде, это означает чуть более 9 тыс. мест размещения, в которых будет пересмотрена возможность оказания услуг. Когда общий объем предложения с учетом новых открытий стремится к 150 тыс. мест, это означает менее 6% размещения. Следовательно, никакого влияния на цены это не окажет», — полагает госпожа Лысенкова.

По словам Ольги Косец, закон означает существенное сокращение номерного фонда по доступной цене и на волне конкуренции возможно повышение цен в существующем фонде. «Насколько оно будет существенным — покажет время, но стоит отметить, что в связи с кризисом даже внутренний турпоток значительно сократился. Поэтому разумнее было бы работать на привлечение по принципу снижения цены и расширения перечня доступных услуг. Иначе россияне могут вообще остаться дома и лишиться счастья путешествовать хотя бы по России. Люди сейчас нацелены на выживание, а не на траты, так что стоит это учитывать. Собственно, от поведения отельеров и будет зависеть динамика турпотока — станет она отрицательной или хотя бы сохранится», — утверждает госпожа Косец.

Хостелы — это самые доступные по цене варианты размещения, и если они получат дополнительную нагрузку в виде налогов, уверен директор по развитию онлайн-гипермаркета путешествий DaTravel.com Сергей Попиневский, в конечном счете не выиграет никто. «Тем не менее мне кажется, что краски излишне сгущаются. Есть нормы и требования, которые необходимо будет соблюсти, чтобы продолжать оказывать данный вид услуг, в частности, перевести жилой фонд в нежилой, соблюсти ряд технических требований. Где это возможно, они будут соблюдаться, где нет — хостел просто переедет. Спрос на них есть и будет всегда», — подчеркивает он. ■

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
КРЕСТОВСКИЙ ОСТРОВ, МОРСКОЙ ПРОСПЕКТ, 29

**ДОРОГИЕ
АДРЕСА**



КЛУБНЫЙ ДОМ НА КРЕСТОВСКОМ ОСТРОВЕ

- Мотивы итальянского Ренессанса в архитектуре фасадов
- Дорогое убранство холлов по эксклюзивному проекту
- Совершенные квартиры с высотой потолков от 3,25 до 3,55 метров
- Двухуровневый подземный паркинг
- Местоположение среди зелени Крестовского острова: рядом Фруктовый сад, парк Елагина острова для прогулок в 5 минутах
- Яхт-клуб Крестовского острова для любителей морских прогулок

688 88 88 **WWW.6888888.RU**

ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ WWW.6888888.RU.
ЗАСТРОЙЩИК ОАО «СКВ СПб» СВ-ВО №0010.02-2009-7803048130-С-003 ОТ 26.01.12.



VERONA

**ДЫХАНИЕ ИТАЛИИ
НА ПЕТЕРБУРГСКИХ
БЕРЕГАХ**



РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ СЗФО ПО ДИНАМИКЕ РОСТА

№	КОМПАНИЯ	РЕГИОН	ОТРАСЛЬ	АБСОЛЮТНЫЙ ПРИРОСТ ВЫРУЧКИ (2013-2015 ГОДЫ), МЛН РУБ.	ВЫРУЧКА, 2015 год
1	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ МОТОРНЫМ ТОПЛИВОМ, ВКЛЮЧАЯ АВИАЦИОННЫЙ БЕНЗИН	197000,3	450773,8
2	ООО «АГРОТОРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ФРУКТАМИ, ОВОЩАМИ И КАРТОФЕЛЕМ	133873,9	228908,6
3	ООО «ЛЕНТА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПИЩЕВЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ, И ТАБАЧНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ	125800,9	288202,0
4	ООО «НОВАТЭК-УСТЬ-ЛУГА»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО НЕФТЕПРОДУКТОВ	108461,7	142714,5
5	ПАО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ТОПЛИВОМ	94917,3	1272981,1
6	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ – КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОДАЖИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	86799,8	96471,5
7	ПАО «СЕВЕРСТАЛЬ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЧУГУНА, СТАЛИ И ФЕРРОСПЛАВОВ	65712,7	278610,5
8	ООО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ УХТА»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ТРАНСПОРТИРОВАНИЕ ПО ТРУБОПРОВОДАМ ГАЗА	57304,2	177667,8
9	АО «ФОСАГРО-ЧЕРЕПОВЕЦ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО УДОБРЕНИЙ И АЗОТНЫХ СОЕДИНЕНИЙ	53269,9	106736,5
10	АО «АПАТИТ»	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА МИНЕРАЛЬНОГО СЫРЬЯ ДЛЯ ХИМИЧЕСКИХ ПРОИЗВОДСТВ И ПРОИЗВОДСТВА УДОБРЕНИЙ	50847,2	97406,4
11	ОАО «ГРУППА "ИЛИМ"»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ЦЕЛЛЮЛОЗЫ, ДРЕВЕСНОЙ МАССЫ, БУМАГИ И КАРТОНА	48586,0	102526,0
12	ЗАО «АГРОПРОДУКТ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ГОТОВЫХ КОРМОВ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ	39356,9	49222,1
13	АО «ПЕТЕРБУРГСКАЯ СБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО, ПЕРЕДАЧА И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ	37269,4	96663,3
14	ООО «ГАЗПРОМ ИНВЕСТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ПРОКЛАДКЕ МАГИСТРАЛЬНЫХ ТРУБОПРОВОДОВ, ЛИНИЙ СВЯЗИ И ЛИНИЙ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ	33920,1	37163,1
15	ООО «ТД ИНТЕРТОРГ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОЧАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	29139,1	71239,4
16	ООО «О'КЕЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПИЩЕВЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ, И ТАБАЧНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ	25443,8	170598,6
17	ЗАО «ИЖОРСКИЙ ТРУБНЫЙ ЗАВОД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО СТАЛЬНЫХ ТРУБ И ФИТИНГОВ	25384,7	42086,8
18	ООО «МАРВЕЛ КТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ КОМПЬЮТЕРАМИ И ПЕРИФЕРИЙНЫМИ УСТРОЙСТВАМИ	24630,9	28674,9
19	АО «ТИХВИНСКИЙ ВАГОНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ПОДВИЖНОГО СОСТАВА (ЛОКОМОТИВОВ, ТРАМВАЙНЫХ МОТОРНЫХ ВАГОНОВ И ПРОЧЕГО ПОДВИЖНОГО СОСТАВА)	23628,1	30816,1
20	ООО «ХЕНДЗ МОТОР МАНУФАКТУРИНГ РУС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО АВТОМОБИЛЕЙ	23496,3	103250,5
21	ЗАО «ФИЛИП МОРРИС ИЖОРА»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ	22378,9	88608,3
22	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-РАЗВИТИЕ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РАЗВЕДЧНОЕ БУРЕНИЕ	21657,9	32646,1
23	ООО «МАГИСТРАЛЬ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ДОРОГ, АЭРОДРОМОВ И СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ	21577,2	28992,1
24	ООО «ВИКТОРИЯ БАЛТИЯ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПИЩЕВЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ, И ТАБАЧНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ	19078,6	31339,7
25	АО «ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ „СЕВЕРНОЕ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ“»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	СТРОИТЕЛЬСТВО СУДОВ	18956,0	62529,5
26	АО «КОНЦЕРН „ТИТАН-2“»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ВОЗВЕДЕНИЮ ЗДАНИЙ	18785,6	29998,9
27	АО «ОБЪЕДИНЕННАЯ СУДОСТРОИТЕЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ СУДОВ	18688,3	22663,4
28	ООО «БАШНЕФТЬ – ПОЛЮС»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА СЫРОЙ НЕФТИ	18643,1	34320,3
29	ПАО «АКРОН»	НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО УДОБРЕНИЙ И АЗОТНЫХ СОЕДИНЕНИЙ	16961,8	50382,4
30	ООО «МАРВЕЛ АВ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ КОМПЬЮТЕРАМИ И ПЕРИФЕРИЙНЫМИ УСТРОЙСТВАМИ	16947,8	18242,6
31	ЗАО «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО-СПБ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ	16861,2	48809,4
32	АО «АДМИРАЛТЕЙСКИЕ ВЕРФИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ СУДОВ	16330,8	45287,4
33	ООО «ТРАНСОЙЛ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА	15949,2	87095,4
34	АО «ГАЗСТРОЙПРОЕКТ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ПРОКЛАДКЕ МАГИСТРАЛЬНЫХ ТРУБОПРОВОДОВ, ЛИНИЙ СВЯЗИ И ЛИНИЙ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ	15728,3	18277,1
35	АО «ЦЕНТР СУДОРЕМОНТА „ЗВЕЗДОЧКА“»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ ПО РЕМОНТУ, ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ СУДОВ И ПЕРЕБОРУДОВАНИЮ СУДОВ	15061,0	42355,5
36	ООО «ОРИМИ ТРЭЙД»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ КОФЕ, ЧАЕМ, КАКАО И ПРЯНОСТЯМИ	14720,7	37713,0
37	АО «МОНДИ СЫКТЫВКАРСКИЙ ЛПК»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ПРОИЗВОДСТВО БУМАГИ И КАРТОНА	14649,6	46467,8
38	АО «УСТЬ-ЛУГА ОЙЛ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТРАНСПОРТНАЯ ОБРАБОТКА ПРОЧИХ ГРУЗОВ	14358,6	21699,7
39	ООО «МОРДРАГА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ДНОУЛУБИТЕЛЬНЫХ И БЕРЕГОУКРЕПИТЕЛЬНЫХ РАБОТ	14148,8	14190,7
40	АО «КОЛЬСКАЯ ГОРНО-МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО НИКЕЛЯ	13929,6	46912,2
41	ЗАО «ИНТЕРНЕШЛ ПЕЙПЕР»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЦЕЛЛЮЛОЗЫ, ДРЕВЕСНОЙ МАССЫ, БУМАГИ И КАРТОНА	13671,0	36450,6
42	ЗАО «СОДРУЖЕСТВО-СОЯ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО НЕОЧИЩЕННЫХ РАСТИТЕЛЬНЫХ МАСЕЛ	13077,6	34993,5
43	ООО «СЕВЕРО-ЗАПАДНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МЕДИЦИНСКОЙ ТОРГОВЛИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СДАЧА ВНАЕМ СОБСТВЕННОГО НЕЖИЛОГО НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА	13060,5	13161,5
44	ООО «КАРЕЛИЯ ПАЛП»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ БУМАГОЙ И КАРТОНОМ	12757,8	18336,7
45	АО «МУЛТОН»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО РАСТИТЕЛЬНЫХ СОКОВ И ЭКСТРАКТОВ, ПЕПТИЧЕСКИХ ВЕЩЕСТВ, РАСТИТЕЛЬНЫХ КЛЕЕВ И ЗАГУСТИТЕЛЕЙ	12642,4	34364,3
46	ООО «ГСИ ВНЗМ-К»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	МОНТАЖ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ ИЗ СБОРНЫХ КОНСТРУКЦИЙ	12421,1	14127,1
47	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-БИТУМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СДАЧА ВНАЕМ СОБСТВЕННОГО НЕЖИЛОГО НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА	12195,4	12234,2
48	АО «АРХАНГЕЛЬСКОЕ ГЕОЛОГОДОБЫЧНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	СДАЧА ВНАЕМ СОБСТВЕННОГО НЕЖИЛОГО НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА	11851,5	11965,9
49	ООО «ЛСР. НЕДВИЖИМОСТЬ – СЕВЕРО-ЗАПАД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ВОЗВЕДЕНИЮ ЗДАНИЙ	11839,7	27937,3
50	АО «ЦЕНТРАЛЬНОЕ КОНСТРУКТОРСКОЕ БЮРО МОРСКОЙ ТЕХНИКИ „РУБИН“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБЛАСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК	11096,9	28737,8
51	ООО «ТРАНСНЕФТЬ – БАЛТИКА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТРАНСПОРТИРОВАНИЕ ПО ТРУБОПРОВОДАМ НЕФТИ	11022,2	28298,0
52	ООО «ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ „КИРИШИНЕФТЕОРГСИНТЕЗ“»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО НЕФТЕПРОДУКТОВ	10583,2	56532,5
53	ОАО «БОКСИТ ТИМАНА»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ДОБЫЧА АЛЮМИНИЙСОДЕРЖАЩЕГО СЫРЬЯ ОТКРЫТЫМ СПОСОБОМ	10442,9	11884,6
54	ООО «ПРОМЫШЛЕННАЯ ГРУППА „ФОСФОРИТ“»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ПРОЧИХ ОСНОВНЫХ НЕОРГАНИЧЕСКИХ ХИМИЧЕСКИХ ВЕЩЕСТВ	10068,8	20760,5

МЛН РУБ.		ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ, МЛН РУБ.			ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ, МЛН РУБ.			АКТИВЫ, МЛН РУБ.			КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ, МЛН РУБ.			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ, %			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АКТИВОВ, %			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА %			ГОД ОСНОВАНИЯ
2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	
425249,5	253773,5	34699,5	28355,6	18317,5	20179,7	16162,9	9184,9	52120,7	54252,5	33315,7	18267,0	18459,3	9185,0	4,48	3,80	3,62	38,72	29,79	27,57	110,47	87,56	100,00	2008
116041,8	95034,7	47911,6	22646,0	19804,0	499,0	1089,4	1707,1	147306,2	104316,5	91600,3	46157,0	45657,9	44568,6	0,22	0,94	1,80	0,34	1,04	1,86	1,08	2,39	3,83	1998
220337,8	162401,1	69519,3	41335,8	29118,0	26866,9	6156,9	6674,2	168485,4	153196,9	104999,0	34145,9	27769,2	21612,3	9,32	2,79	4,11	15,95	4,02	6,36	78,68	22,17	30,88	2003
76061,8	34252,7	14497,9	5626,6	7887,6	13387,2	8825,3	5493,2	55131,2	51430,6	43556,4	33692,6	20305,4	11480,1	9,38	11,60	16,04	24,28	17,16	12,61	39,73	43,46	47,85	2007
1249467,1	1178063,8	252322,5	398343,1	357925,7	16145,8	14131,5	67139,7	1400540,7	1172326,4	899539,9	231982,4	252667,3	341601,6	1,27	1,13	5,70	1,15	1,21	7,46	6,96	5,59	19,65	1995
91925,5	9671,7	5571,2	2843,4	916,5	608,8	977,3	264,4	13171,2	10874,3	5679,4	5901,1	5783,6	4806,3	0,63	1,06	2,73	4,62	8,99	4,66	10,32	16,90	5,50	2002
233634,4	212897,9	93439,9	62448,6	38695,1	40105,9	-13100,7	8055,1	482503,9	459955,4	399926,5	122028,9	125242,7	191002,5	14,39	-5,61	3,78	8,31	-2,85	2,01	32,87	-10,46	4,22	1993
137601,4	120363,6	12723,1	11281,5	12911,0	2016,9	1424,8	2694,1	71221,1	48569,0	50605,7	30437,7	29192,1	29467,2	1,14	1,04	2,24	2,83	2,93	5,32	6,63	4,88	9,14	1999
65436,0	53466,7	42070,9	22216,9	10318,5	13611,1	-5560,7	291,5	110068,6	90530,2	54447,4	32859,7	18686,6	24206,7	12,75	-8,50	0,55	12,37	-6,14	0,54	41,42	-29,76	1,20	2012
55665,5	46559,2	50570,4	20501,1	19216,4	24358,1	3084,6	9802,1	80561,1	73228,1	58275,1	32828,2	19188,3	48959,1	25,01	5,54	21,05	30,24	4,21	16,82	74,20	16,08	20,02	1992
71288,0	53940,0	44248,0	20384,0	10553,0	13554,0	-17501,0	-2808,0	130916,0	114056,0	92023,0	32128,0	22670,0	24707,0	13,22	-24,55	-5,21	10,35	-15,34	-3,05	42,19	-77,20	-11,37	2006
33831,7	9865,1	5070,2	2837,6	377,6	-2361,4	-6584,1	-503,9	31819,0	22967,5	17078,7	-8193,1	-5831,7	752,4	-4,80	-19,46	-5,11	-7,42	-28,67	-2,95	28,82	112,90	-66,96	2009
85768,6	59393,9	64023,5	53866,2	36112,6	513,6	307,6	228,1	12206,1	12347,6	11408,1	3448,5	2934,9	2663,8	0,53	0,36	0,38	4,21	2,49	2,00	14,89	10,48	8,56	2005
4868,8	3242,9	3776,2	1328,6	313,6	144,9	201,1	-23,7	163923,5	236885,7	144355,4	465,4	368,5	12,4	0,39	4,13	-0,73	0,09	0,08	-0,02	31,13	54,57	-191,23	2007
55896,6	42100,2	16308,6	13478,2	9616,7	552,3	101,3	166,3	14029,2	11822,6	7880,8	1349,3	796,9	695,7	0,78	0,18	0,40	3,94	0,86	2,11	40,94	12,71	23,91	2004
158905,3	145154,8	29180,0	29065,7	26040,8	448,0	5992,6	3481,3	63420,2	60117,6	46816,7	13329,0	15930,7	12808,7	0,26	3,77	2,40	0,71	9,97	7,44	3,36	37,62	27,18	2001
26768,6	16702,1	14164,2	6696,4	2560,1	8819,8	4214,7	1423,6	17572,0	21664,9	23231,6	6550,9	14731,1	17516,4	20,96	15,74	8,52	50,19	19,45	6,13	134,64	28,61	8,13	1998
9320,8	4044,0	-709,5	765,1	41,0	122,1	59,0	6,8	6477,9	2217,9	857,7	189,5	67,3	8,4	0,43	0,63	0,17	1,89	2,66	0,79	64,46	87,56	80,93	2007
22093,0	7188,0	2415,9	-1724,9	-3996,3	-2942,6	-7655,2	-6409,0	47578,4	44931,6	43590,6	11682,1	9674,7	829,9	-9,55	-34,65	-89,16	-6,18	-17,04	-14,70	-25,19	-79,13	-772,24	2007
85392,3	79754,2	2758,9	7957,9	10675,1	-949,7	807,9	6092,2	60717,0	45258,3	40425,2	16099,8	17049,4	21249,9	-0,92	0,95	7,64	-1,56	1,79	15,07	-5,90	4,74	28,67	2008
69923,8	66229,4	43162,9	36042,7	35805,6	30487,9	25113,0	25878,6	72308,5	61843,1	50711,6	22964,6	19358,4	19076,5	34,41	35,91	39,07	42,16	40,61	51,03	132,76	129,73	135,66	1996
11336,3	10988,2	2782,6	1860,2	1713,6	224,6	113,7	241,3	26946,6	12433,4	4567,1	462,9	230,5	128,5	0,69	1,00	2,20	0,83	0,91	5,28	48,52	49,35	187,73	2007
33738,5	7415,0	512,3	847,6	76,2	446,3	320,8	-65,1	84312,2	62428,0	43345,4	984,3	538,0	138,2	1,54	0,95	-0,88	0,53	0,51	-0,15	45,34	59,64	-47,08	2011
28204,9	12261,1	9263,3	8973,4	4297,7	-1147,2	1003,8	924,3	10073,4	10576,4	9727,6	3270,7	4417,9	3414,6	-3,66	3,56	7,54	-11,39	9,49	9,50	-35,07	22,72	27,07	2005
51491,7	43573,5	5841,9	3685,2	1325,2	7217,5	3303,9	206,0	376869,9	217734,6	184763,1	33283,8	19683,0	8481,0	11,54	6,42	0,47	1,92	1,52	0,11	21,68	16,79	2,43	2008
18781,2	11213,3	1756,8	1013,8	919,6	-14,2	274,6	320,4	50082,1	20680,6	19799,0	1525,0	1007,0	923,1	-0,05	1,46	2,86	-0,03	1,33	1,62	-0,93	27,27	34,71	1995
23161,8	3975,1	23,5	-408,3	999,7	2079,8	510,4	-391,5	438583,1	310075,7	247865,4	164695,4	139216,5	138706,1	9,18	2,20	-9,85	0,47	0,16	-0,16	1,26	0,37	-0,28	2007
19895,5	15677,2	10875,9	5579,9	2290,2	1670,3	-484,1	6,1	74259,9	51608,5	29755,9	1425,3	-245,0	239,2	4,87	-2,43	0,04	2,25	-0,94	0,02	117,19	197,64	2,54	2010
39404,3	33420,5	26838,4	19794,6	13917,3	14363,2	-7935,2	-2903,9	148227,5	108507,4	97161,0	30653,7	21918,3	36011,5	28,51	-20,14	-8,69	9,69	-7,31	-2,99	46,86	-36,20	-8,06	1991
2366,7	1294,8	57,3	88,7	24,2	25,4	18,2	11,1	4089,5	778,7	758,0	58,6	33,1	15,0	0,14	0,77	0,85	0,62	2,33	1,46	43,42	54,78	73,81	2010
32616,7	31948,2	15391,4	10941,8	10758,8	5207,0	4558,5	3244,7	79633,1	55653,4	40134,7	14793,4	12619,5	3305,0	10,67	13,98	10,16	6,54	8,19	8,08	35,20	36,12	98,18	1993
36386,2	28956,6	20045,6	10020,3	7065,4	5257,9	2575,3	1231,4	87411,5	83176,7	76212,9	25743,8	20622,2	18423,4	11,61	7,08	4,25	6,02	3,10	1,62	20,42	12,49	6,68	1992
73770,5	71146,2	14617,3	11554,7	10028,8	13253,1	11727,8	7999,5	40689,2	30370,2	28767,6	30702,8	17449,6	13421,8	15,22	15,90	11,24	32,57	38,62	27,81	43,17	67,21	59,60	2003
2066,8	2548,8	724,5	-150,6	32,6	479,0	44,7	11,0	10173,0	1207,0	2132,6	659,6	180,5	135,9	2,62	2,16	0,43	4,71	3,70	0,52	72,63	24,73	8,10	2007
37878,0	27294,5	1959,4	1152,8	-521,7	59,1	15,1	1570,8	146410,0	129585,1	96423,2	9400,9	9341,8	7589,2	0,14	0,04	5,76	0,04	0,01	1,63	0,63	0,16	20,70	1992
28759,0	22992,3	8918,0	6387,0	4650,7	4925,0	5972,0	6693,6	33214,0	25556,0	22590,5	10207,0	5282,0	10263,8	13,06	20,77	29,11	14,83	23,37	29,63	48,25	113,06	65,22	1997
35775,5	31818,1	21470,2	12599,9	11029,8	11094,4	798,0	2318,8	41460,8	41417,7	38950,3	26038,0	17214,7	21957,5	23,88	2,23	7,29	26,76	1,93	5,95	42,61	4,64	10,56	1992
11747,5	7341,1	17595,5	8182,4	4578,7	3781,3	-10315,8	1636,0	41380,7	43623,0	38049,7	-581,8	-4363,0	8523,8	17,43	-87,81	22,28	9,14	-23,65	4,30	-649,95	236,44	19,19	1997
9262,2	41,8	914,2	925,3	30,7	1103,6	691,7	0,1	3492,7	2907,1	38,1	1131,8	697,1	5,4	7,78	7,47	0,21	31,60	23,79	0,23	97,51	99,22	1,60	2005
42214,0	32982,5	17402,5	16286,9	7948,9	12315,5	11057,3	4345,2	68915,8	74122,3	91989,5	59483,5	68668,0	87789,6	26,25	26,19	13,17	17,87	14,92	4,72	20,70	16,10	4,95	1998
25941,1	22779,5	12405,9	7847,4	8246,3	6329,2	3486,4	3304,8	22127,7	19366,6	17121,0	18658,4	16729,2	15400,8	17,36	13,44	14,51	28,60	18,00	19,30	33,92	20,84	21,46	2002
27081,3	21915,9	5889,0	3941,7	1923,1	-162,6	-3862,3	-722,1	45064,2	28071,4	21684,7	-822,0	-659,4	3202,9	-0,46	-14,26	-3,29	-0,36	-13,76	-3,33	19,78	585,71	-22,54	2005
8035,4	101,0	1471,3	1117,7	101,0	294,4	457,5	65,2	3565,7	2323,1	474,1	1042,8	901,6	443,5	2,24	5,69	64,53	8,26	19,70	13,75	28,23	50,75	14,70	2007
13869,8	5578,9	6891,4	4515,8	1238,7	382,2	48,4	189,0	6178,4	5293,9	1643,8	621,6	237,5	189,0	2,08	0,35	3,39	6,19	0,91	11,50	61,48	20,39	99,99	2011
26253,4	21721,8	18224,8	15067,5	12693,6	1277,4	-2160,0	361,8	13929,9	11193,1	8595,9	1725,0	447,7	2607,6	3,72	-8,23	1,67	9,17	-19,30	4,21	74,05	-482,51	13,87	2001
14401,7	1705,9	178,3	169,9	9,6	122,0	120,7	5,9	3838,8	3187,7	972,6													

№	КОМПАНИЯ	РЕГИОН	ОТРАСЛЬ	АБСОЛЮТНЫЙ ПРИРОСТ ВЫРУЧКИ (2013-2015 ГОДЫ), МЛН РУБ.	ВЫРУЧКА, 2015 год
55	ООО «БАЛТТРАНСОЙЛ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ТОПЛИВОМ	9758,8	11318,1
56	ООО «БСС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ И МЕДИЦИНСКИМИ ТОВАРАМИ	9320,5	18162,6
57	ООО «МЕБЕЛЬ СТИЛЬ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО СТУЛЬЕВ И ДРУГОЙ МЕБЕЛИ ДЛЯ СИДЕНИЯ	9220,5	9271,5
58	АО «ПРИБАЛТИЙСКИЙ СУДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД „ЯНТАРЬ“»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	СТРОИТЕЛЬСТВО СУДОВ	8751,6	20959,5
59	ООО «ЛУКОЙЛ-СЕВЕРО-ЗАПАДНЕФТЕПРОДУКТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ МОТОРНЫМ ТОПЛИВОМ	8380,7	63407,8
60	ООО «ЛСР. СТРОИТЕЛЬСТВО – СЕВЕРО-ЗАПАД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	МОНТАЖ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ ИЗ СБОРНЫХ КОНСТРУКЦИЙ	8326,1	21426,5
61	ООО «ВАРАНДЕЙСКИЙ ТЕРМИНАЛ»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТРАНСПОРТИРОВАНИЕ ПО ТРУБОПРОВОДАМ НЕФТИ	8311,1	15520,3
62	АО «РЕНЕЙССАНС КОНСТРАКШН»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ	8018,1	21984,2
63	ООО «ТНС ЭНЕРГО ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД»	НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО, ПЕРЕДАЧА И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ	7977,2	8003,6
64	ООО «ПЕТРО»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ	7968,7	47274,7
65	ООО «РЕМВАГОНСЕРВИС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО НЕСАМОХОДНЫХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ, ТРАМВАЙНЫХ И ПРОЧИХ ВАГОНОВ ДЛЯ ПЕРЕВОЗКИ ГРУЗОВ	7782,0	7792,3
66	ООО «ЮГО-ВОСТОЧНАЯ ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ЧЕРЕЗ АГЕНТОВ (ЗА ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ ИЛИ НА ДОГОВОРНОЙ ОСНОВЕ)	7348,1	8020,4
67	ООО «ТД „ЭКОПОЛИМЕРЫ“»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ХИМИЧЕСКИМИ ПРОДУКТАМИ	7253,6	7254,9
68	АО «АВИАКОМПАНИЯ „РОССИЯ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА, ПОДЧИНЯЮЩЕГОСЯ РАСПИСАНИЮ	7138,3	38754,5
69	ООО «СТРОИТЕЛЬНЫЙ ТОРГОВЫЙ ДОМ „ПЕТРОВИЧ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ПРОЧИМИ СТРОИТЕЛЬНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ	7134,8	23394,3
70	АО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЕ СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ „ЛЕНСПЕЦСМУ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ВОЗВЕДЕНИЮ ЗДАНИЙ	7080,8	22453,7
71	НАО «ЮЛМАРТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ БЫТОВЫМИ ЭЛЕКТРОТОВАРАМИ, РАДИО- И ТЕЛЕАППАРАТУРОЙ	6931,3	40242,5
72	АО «РЭП ХОЛДИНГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ТУРБИН	6724,2	18353,2
73	ООО «АРОМАЛЮКС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ КОСМЕТИЧЕСКИМИ И ПАРФЮМЕРНЫМИ ТОВАРАМИ	6692,4	30635,2
74	ООО «ДАРЫ АРТЕМИДЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ПИЩЕВЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ, И ТАБАЧНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ	6647,5	6648,7
75	ООО «СПЕЦГЕОСТРОЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ	6599,0	6602,0
76	ПАО «СОВРЕМЕННЫЙ КОММЕРЧЕСКИЙ ФЛОТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АГЕНТОВ ПО ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ ТОПЛИВОМ	6575,5	8354,6
77	ООО «БАУЦЕНТР РУС»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОЧАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	6492,0	11409,9
78	ООО «САНТОРИИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ГАЗЕТАМИ И ЖУРНАЛАМИ	6368,1	12328,8
79	ООО «ВЕЛИКОЛУКСКИЙ СВИНОВОДЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС»	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	ЖИВОТНОВОДСТВО	6085,8	7931,0
80	АО «АРХАНГЕЛЬСКИЙ ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЦЕЛЛЮЛОЗЫ И ДРЕВЕСНОЙ МАССЫ	6051,5	23980,4
81	ООО «ДЕЛОВЫЕ ЛИНИИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРЕВОЗОК ГРУЗОВ	6044,1	17214,9
82	ООО «УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ „КРЕДО“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ	6021,1	9326,3
83	ООО «АРТИС-АГРО ЭКСПОРТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ЗЕРНОМ	5994,7	19986,9
84	ООО «ЭНЕРГО-СТРОЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ВОЗВЕДЕНИЮ ЗДАНИЙ	5965,9	10892,5
85	АО «СЕВЕРСТАЛЬ ДИСТРИБУЦИЯ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ МЕТАЛЛАМИ В ПЕРВИЧНЫХ ФОРМАХ	5953,3	19602,1
86	ЗАО «БИОКАД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОСНОВНОЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ	5921,5	8914,2
87	ООО «БЛОК ДМИТРИЯ ДОНСКОГО»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	СДАЧА ВНАЕМ СОБСТВЕННОГО НЕЖИЛОГО НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА	5909,8	5912,6
88	ПАО «МУРМАНСКИЙ ТРАЛОВЫЙ ФЛОТ»	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	ВЫЛОВ РЫБЫ И ВОДНЫХ БИОРЕСУРСОВ В ОТКРЫТЫХ РАЙОНАХ МИРОВОГО ОКЕАНА И ВНУТРЕННИХ МОРСКИХ ВОДАХ НЕСЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ	5851,5	10945,0
89	НАО «НАЦИОНАЛЬНАЯ СПУТНИКОВАЯ КОМПАНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ РАДИОВЕЩАНИЯ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ	5820,3	12704,4
90	ООО «АГРО-АЛЬЯНС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ КРУПАМИ	5785,7	10491,4
91	АО «СЕВЕРО-ЗАПАДНАЯ ФОСФОРНАЯ КОМПАНИЯ»	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА МИНЕРАЛЬНОГО СЫРЬЯ ДЛЯ ХИМИЧЕСКИХ ПРОИЗВОДСТВ И ПРОИЗВОДСТВА УДОБРЕНИЙ	5705,1	9820,5
92	АО «КЛИМОВ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ДВИГАТЕЛЕЙ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ С ИСКРОВЫМ ЗАЖИГАНИЕМ И ИХ ЧАСТЕЙ	5675,6	15211,8
93	АО «БАЛТСТРОЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ВОЗВЕДЕНИЮ ЗДАНИЙ	5614,7	23379,2
94	АО «ПТИЦЕФАБРИКА „СЕВЕРНАЯ“»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	РАЗВЕДЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПТИЦЫ	5569,2	18181,3
95	ООО «РН-СЕВЕРНАЯ НЕФТЬ»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ ПО ДОБЫЧЕ НЕФТИ И ГАЗА	5561,0	17884,6
96	АО «СЕГЕЖСКИЙ ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ»	РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ	ПРОИЗВОДСТВО БУМАГИ	5432,8	13481,8
97	ООО «ВОЗДУШНЫЕ ВОРОТА СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТЕРМИНАЛОВ (АЭРОПОРТОВ И Т. П.), УПРАВЛЕНИЕ АЭРОПОРТАМИ	5169,3	14028,5
98	ООО «ЮНИКС»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ	5118,9	9100,5
99	ООО «ВСЕВОЛОЖСКИЙ ЗАВОД АЛЮМИНИЕВЫХ СПЛАВОВ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОБРАБОТКА ОТХОДОВ И ЛОМА ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ	5055,7	7503,3
100	ООО «ОБОРОНМЕДСТРОЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	МОНТАЖ ПРОЧЕГО ИНЖЕНЕРНОГО ОБОРУДОВАНИЯ	5040,6	5349,1

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ РЕЙТИНГА

Объектом исследования являются компании нефинансовой сферы, зарегистрированные в Северо-Западном федеральном округе и обеспечившие выручку за прошедший год не менее 1 млрд рублей. Исключаются городские и федеральные государственные унитарные предприятия.

Источник базовых показателей — система профессионального анализа рынков и компаний «СПАРК-Интерфакс» (www.spark-interfax.ru), основными партнерами которой являются Федеральная налоговая служба, Федеральная служба государственной статистики, Федеральная служба по финансовым рынкам и другие (более 20 источников), в числе которых также министерства и ведомства, ключевые СМИ, компании. Объединение компаний по группам не осуществляется. Так, в рейтинге могут встречаться юридические лица, входя-

щие в один холдинг или группу компаний, если каждое из них удовлетворяет входным параметрам исследования.

В рейтинг включены только фирмы, существующие на рынке не менее трех лет. Компании ранжируются по абсолютному показателю прироста выручки за последние два года. Те организации, выручку которых за 2013 или 2015 год система не показала, не учитываются. Опубликован топ-100.

Расчет показателей рентабельности, приведенных в таблице, выполнен сотрудниками газеты «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге на базе величины чистой прибыли компаний за последние три года. При желании читатель может рассчитать рентабельность, опираясь на показатель валовой прибыли, также приведенной в таблице. Данные скомпонованы по наименованию показателя, чтобы у читателя была возможность проследить их динамику из года в год.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ — отношение чистой прибыли за период к выручке за период. Упрощенно: данный показатель дает представление о том, какова доля чистой прибыли в каждом рубле выручки компании.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АКТИВОВ — отношение чистой прибыли за период к величине активов на конец периода. Упрощенно: данный показатель дает представление о том, сколько рублей чистой прибыли приходится на рубль активов.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА — отношение чистой прибыли за период к величине собственного капитала на конец периода. Упрощенно: данный показатель дает представление о том, сколько рублей чистой прибыли приходится на рубль собственного капитала. ■

МЛН РУБ.		ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ, МЛН РУБ.			ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ, МЛН РУБ.			АКТИВЫ, МЛН РУБ.			КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ, МЛН РУБ.			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ, %			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АКТИВОВ, %			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА %			ГОД ОСНОВАНИЯ
2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	2015 год	2014 год	2013 год	
7404,3	1559,3	448,5	273,1	117,8	0,3	3,1	1,2	1030,2	20,0	127,6	3,5	3,3	1,4	0,00	0,04	0,08	0,03	15,45	0,97	9,16	94,28	86,83	2007
11046,2	8842,1	193,1	250,6	109,7	419,2	180,9	134,5	11140,9	6972,2	4805,1	577,8	336,1	315,5	2,31	1,64	1,52	3,76	2,59	2,80	72,55	53,81	42,64	1996
61,0	51,0	43,1	4,4	19,0	5,7	-0,2	0,4	2716,6	0,8	1,7	18,0	-0,2	0,4	0,06	-0,37	0,74	0,21	-28,30	22,49	31,36	104,65	97,44	2005
27673,7	12207,9	1836,6	1892,5	797,2	1246,6	712,0	403,7	86952,7	70771,7	62530,8	2945,9	374,3	-337,7	5,95	2,57	3,31	1,43	1,01	0,65	42,32	190,22	-119,55	1993
60186,2	55027,1	11343,4	9387,9	10274,8	76,7	-601,4	1022,7	15719,4	12824,1	14716,7	1687,1	1610,3	3234,5	0,12	-1,00	1,86	0,49	-4,69	6,95	4,55	-37,35	31,62	2000
10529,6	13100,3	2650,3	915,7	1682,3	1647,0	514,5	892,5	17922,2	19439,8	15172,0	3908,3	3261,3	3421,2	7,69	4,89	6,81	9,19	2,65	5,88	42,14	15,78	26,09	1992
8748,8	7209,2	9991,8	132,1	2448,6	7817,9	-1388,7	1017,0	22699,5	23186,1	23757,2	19105,4	11287,5	8719,8	50,37	-15,87	14,11	34,44	-5,99	4,28	40,92	-12,30	11,66	2013
18488,6	13966,1	1274,6	1014,5	824,6	460,1	602,7	287,8	22513,8	10904,4	5993,7	1517,8	866,7	647,5	2,09	3,26	2,06	2,04	5,53	4,80	30,31	69,54	44,44	1993
4878,1	26,4	361,3	2297,6	5,5	11,9	9,2	0,8	1678,8	1659,7	249,8	22,0	10,2	1,0	0,15	0,19	2,86	0,71	0,55	0,30	53,87	90,61	79,04	2010
35409,2	39306,0	13210,0	8649,0	11068,1	10653,1	6462,0	9133,8	30459,7	26024,2	20736,6	8226,6	6139,4	5449,0	22,53	18,25	23,24	34,97	24,83	44,05	129,50	105,25	167,62	2003
1,8	10,2	87,6	0,2	10,2	0,9	1,4	0,3	1907,9	418,2	0,5	2,3	1,4	0,0	0,01	77,59	2,47	0,05	0,33	48,46	38,19	100,00	25200,00	2008
3601,8	672,3	626,3	279,5	73,5	11,1	4,1	1,6	3868,9	850,2	428,6	18,7	6,3	2,2	0,14	0,11	0,24	0,29	0,48	0,38	59,76	65,02	73,38	2002
3219,1	1,3	721,2	146,8	0,1	-659,9	-749,2	0,0	3431,7	2530,6	26,6	-1409,1	-749,2	0,0	-9,10	-23,27	1,26	-19,23	-29,61	0,06	46,83	100,00	45,95	1999
35843,8	31616,2	1442,9	1191,3	405,4	817,7	320,2	588,3	11828,4	12869,9	10497,7	455,4	-580,7	-1190,7	2,11	0,89	1,86	6,91	2,49	5,60	179,57	-55,15	-49,41	1994
19956,0	16259,5	4920,7	4059,1	2798,5	1093,5	1040,4	439,6	4726,8	3361,6	1943,6	1808,8	1399,8	689,1	4,67	5,21	2,70	23,13	30,95	22,62	60,46	74,33	63,80	2006
21847,3	15372,9	10708,6	6611,9	7353,6	6284,5	3200,9	4100,8	76120,1	80843,5	66196,7	30021,9	25155,1	21954,2	27,99	14,65	26,68	8,26	3,96	6,19	20,93	12,72	18,68	1995
41301,0	33311,2	6558,4	6543,4	4072,3	288,7	880,2	437,1	18409,1	17640,5	13985,9	3718,5	3429,8	2549,6	0,72	2,13	1,31	1,57	4,99	3,13	7,76	25,66	17,14	2008
13688,3	11629,0	2681,7	1061,3	1119,8	-1088,0	-1614,4	-1330,2	35016,7	25541,3	24486,7	-3227,4	-2139,4	-525,0	-5,93	-11,79	-11,44	-3,11	-6,32	-5,43	33,71	75,46	253,36	2004
26557,2	23942,7	12052,1	10198,3	9238,7	1443,4	599,5	875,7	12896,9	12430,5	9982,4	2135,6	1840,7	1704,5	4,71	2,26	3,66	11,19	4,82	8,77	67,59	32,57	51,37	2005
4487,7	1,2	936,9	458,6	0,0	23,6	30,1	0,0	1217,4	906,7	1,2	107,7	30,2	0,0	0,35	0,67	0,08	1,94	3,32	0,08	21,91	99,96	9,09	2013
301,1	3,1	1533,2	88,7	-7,2	1128,9	60,1	-7,2	5268,9	476,3	80,6	1181,9	53,0	-7,1	17,10	19,95	-233,22	21,43	12,61	-8,90	95,52	113,35	101,40	2013
2356,0	1779,1	6057,2	1190,7	858,8	5972,7	912,1	635,0	31595,8	25938,6	25783,5	30363,0	25516,3	24904,2	71,49	38,71	35,69	18,90	3,52	2,46	19,67	3,57	2,55	1995
6274,6	4918,0	3090,8	1553,1	1212,7	115,3	8,5	7,0	7255,6	7355,4	4796,6	129,6	14,3	3,1	1,01	0,13	0,14	1,59	0,11	0,15	88,93	59,34	224,72	2006
12279,1	5960,7	916,5	621,0	436,5	-898,1	40,2	54,7	1580,4	2451,9	1604,2	1366,0	2264,1	1557,8	-7,28	0,33	0,92	-56,83	1,64	3,41	-65,74	1,78	3,51	2003
4912,4	1845,2	2981,9	1793,3	-33,7	1883,5	1281,3	116,4	19974,8	24777,6	16674,7	4670,7	2735,2	1453,9	23,75	26,08	6,31	9,43	5,17	0,70	40,33	46,85	8,01	2008
18001,1	17928,8	9579,1	4675,2	4253,0	5003,4	1058,3	1143,2	27801,9	26012,5	19623,9	14197,7	10223,7	10198,8	20,86	5,88	6,38	18,00	4,07	5,83	35,24	10,35	11,21	1992
13398,6	11170,8	3618,1	2737,6	2421,0	83,7	80,2	69,4	2291,2	1374,9	1174,1	286,5	202,8	122,6	0,49	0,60	0,62	3,66	5,83	5,91	29,23	39,55	56,63	2002
6129,7	3305,1	87,4	199,8	33,0	100,7	67,1	4,6	6419,7	12074,3	1779,3	231,6	130,9	63,8	1,08	1,10	0,14	1,57	0,56	0,26	43,47	51,29	7,24	1992
20863,0	13992,2	1952,9	1914,8	1380,4	104,3	106,0	95,8	6312,4	5056,1	4267,2	428,8	324,5	218,5	0,52	0,51	0,68	1,65	2,10	2,24	24,32	32,67	43,83	2002
10361,2	4926,7	420,8	419,7	223,7	110,5	109,2	62,1	1296,8	1409,5	761,3	136,7	26,3	167,1	1,01	1,05	1,26	8,52	7,74	8,15	80,78	415,26	37,14	2001
16524,0	13648,9	1966,7	1662,1	947,5	830,3	748,4	5,2	3583,2	3933,7	3600,2	1765,0	1434,7	686,3	4,24	4,53	0,04	23,17	19,02	0,14	47,04	52,16	0,76	1994
8387,8	2992,6	7824,3	7587,6	2652,6	4349,5	4803,4	927,6	11123,2	10471,4	4281,4	9001,0	4798,9	3681,5	48,79	57,27	31,00	39,10	45,87	21,67	48,32	100,09	25,20	2001
3,1	2,8	224,0	3,1	2,8	83,2	0,4	-0,1	1396,8	2,2	1,8	85,2	2,0	1,5	1,41	14,25	-4,04	5,96	20,49	-6,34	97,71	22,77	-7,64	2000
7945,9	5093,5	4746,8	2251,5	1265,8	1400,4	-293,1	565,6	14114,4	12022,9	7802,2	4740,1	3715,0	4455,3	12,79	-3,69	11,11	9,92	-2,44	7,25	29,54	-7,89	12,70	1992
8583,5	6884,1	6842,1	4081,1	4126,7	3452,3	214,0	1293,1	10266,4	4785,0	4463,8	3516,7	64,4	1339,3	27,17	2,49	18,78	33,63	4,47	28,97	98,17	332,14	96,55	2005
6564,3	4705,7	2292,9	1687,4	1168,8	318,1	-247,3	25,0	2716,2	2845,3	1853,9	486,9	328,9	302,8	3,03	-3,77	0,53	11,71	-8,69	1,35	65,34	-75,17	8,24	2008
4888,2	4115,4	5340,5	1031,2	1685,0	1022,4	-387,3	612,5	31039,8	31866,6	29331,9	20223,0	356,6	743,9	10,41	-7,92	14,88	3,29	-1,22	2,09	5,06	-108,60	82,33	2005
9893,3	9536,2	2705,1	1816,0	1429,4	484,0	744,5	245,4	19713,8	17026,9	13702,4	4188,5	3710,9	2669,8	3,18	7,53	2,57	2,46	4,37	1,79	11,56	20,06	9,19	2006
20224,4	17764,5	419,8	464,7	472,8	177,1	207,7	507,6	18694,1	19923,0	17469,0	1044,7	909,6	771,9	0,76	1,03	2,86	0,95	1,04	2,91	16,95	22,83	65,76	1998
17934,3	12612,1	2291,3	5035,7	885,2	2358,8	4617,1	1112,3	13368,5	10936,6	11971,5	6763,5	4404,7	6553,7	12,97	25,74	8,82	17,64	42,22	9,29	34,88	104,82	16,97	1999
13820,9	12323,6	1254,8	1186,8	1067,4	9429,8	791,4	141,8	208856,2	202986,2	7369,1	14334,5	6612,8	6030,9	52,73	5,73	1,15	4,51	0,39	1,92	65,78	11,97	2,35	2005
9391,2	8049,0	6278,6	2855,3	1881,5	2617,3	15,0	88,5	19665,8	14161,4	10701,3	2706,4	838,9	889,7	19,41	0,16	1,10	13,31	0,11	0,83	96,71	1,79	9,95	1999
12194,7	8859,2	6989,3	5420,4	3458,6	353,3	-14585,5	-1659,8	65081,5	66270,6	48846,8	10726,1	-13967,2	618,4	2,52	-119,61	-18,74	0,54	-22,01	-3,40	3,29	104,43	-268,42	2006
6902,2	3981,7	582,3	369,3	230,4	233,5	20,1	16,6	5156,6	6211,8	3025,1	240,8	40,2	24,6	2,57	0,29	0,42	4,53	0,32	0,55	96,98	49,87	67,35	2003
5139,2	2447,6	441,7	316,9	306,9	5,0	11,8	58,3	1628,9	1405,7	1185,8	-23,7	-28,6	-40,4	0,07	0,23	2,38	0,31	0,84	4,91	-21,02	-41,30	-144,21	1999
2058,5	308,5	325,6	259,4	106,9	10,8	44,6	5,6	6317,8	5094,1	193,8	15,0	48,8	4,2	0,20	2,17	1,81	0,17	0,88	2,87	72,27	91,48	134,11	2001

РЕЗУЛЬТАТЫ

В 2015 году рост крупнейших компаний Северо-Западного федерального округа, как, впрочем, и основной массы бизнеса в стране, резко замедлился. Цифры наглядно иллюстрируют размах экономических потрясений. В 2014 году прирост выручки бессменного лидера рейтинга, ООО «Газпромнефть — Региональные продажи», по отношению к 2012 году составлял 425,2 млрд рублей, в 2015-м прирост к 2013-му составил уже 197 млрд, сократившись более чем вдвое. ПАО «Газпром нефть» (в прошлом — ОАО) и вовсе опустилось со второго места на пятое, показав двухгодичный рост выручки в 3,5 раза меньше, чем в последнем исследовании (94,9 млрд против 344 млрд рублей).

Зато в топе нашего рейтинга — новички. Например, АО «Апатит», в прошлом году пребывавшее на 41-й строке. Кировское предприятие за год

«РАБОТАТЬ В РЕЖИМЕ ДОЛЕВОГО УЧАСТИЯ СТАНОВИТСЯ НЕИНТЕРЕСНО»

УРОВЕНЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ НА СТРОИТЕЛЬНОМ РЫНКЕ ПЕТЕРБУРГА НЕУКЛОННО СНИЖАЕТСЯ, КОНСТАТИРУЕТ ВАСИЛИЙ СЕЛИВАНОВ, ОСНОВАТЕЛЬ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ LEGENDA. ЛЕГКО ЛИ СМИРИТЬСЯ С НОВОЙ РЕАЛЬНОСТЬЮ, КАКИЕ УЧАСТКИ ВЫЗЫВАЮТ ИНТЕРЕС В КРИЗИС И КАК ЭВОЛЮЦИОНИРУЕТ ПОКУПАТЕЛЬ В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕНИЙ В ИКВИДНОСТИ, ОН РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВВ ЛИДИИ ГОРБОРУКОВОЙ.

BUSINESS GUIDE: Участники рынка отмечают, что себестоимость строительства выросла. Вы согласны с этим мнением?

ВАСИЛИЙ СЕЛИВАНОВ: Да, себестоимость продолжает расти. Причем не только из-за увеличения цены отдельно взятых компонентов, например, цемента и арматуры. Также на прирост стоимости влияют подорожание услуг монополистов по присоединению к сетям, цена энергоресурсов. А еще есть и активная позиция властей, перекладывающих на плечи застройщика решение многих инфраструктурных вопросов. В список попадают не только социальные объекты, за счет девелоперов теперь предлагают строить еще и дороги. Но чудес не бывает — все затраты отражаются на себестоимости жилья. Если мы посмотрим на отчетные данные за полугодие 2016 года публичных застройщиков, то заметим, что показатели рентабельности падают.

BG: А как вы оцениваете итоги полугодия для компании Legenda?

В. С.: Плановая маржинальность снижается. Мы понимаем, что сейчас наши продажи все равно ниже, чем были два года назад. Но мы просто перестроили свои планы, так как осознаем, что это новая реальность. Другое дело, что по двум нашим объектам, один из которых построен, а другой — на стадии ввода в эксплуатацию, себестоимость в большей части сформирована. Ряд других наших объектов находится на начальной стадии строительства. Но уже по земляным и фундаментным работам мы видим, что плановая себестоимость здесь будет выше, чем по уже построенным домам. Мы, конечно, стараемся закладывать рост себестоимости в цену квадратного метра. Но одновременно понимаем, что находимся на высококонкурентном рынке, где не наблюдается системного изменения цены. И все чувствуют это состояние спрессованной пружины. Себестоимость уже очень сильно зажала текущие цены. Думаю, что все сейчас находится в расчетной погрешности рентабельности на уровне 5%.

Например, по нашим оценкам, себестоимость купленной земли с наличием технических условий на присоединение к сетям в Петербурге составляет 40 тыс. рублей за квадратный метр. Одновременно Минстрой РФ устанавливает так называемую среднерыночную цену в 56 тыс. рублей за «квадрат». Но на самом деле, в Петербурге эта цифра равна 98–102 тыс. рублей за квадратный метр. По моим ощущениям, ужесточение правил игры на этом рынке со стороны государства приведет к снижению конкуренции и укрупнению бизнеса. Создаются предпосылки, при которых работать в режиме долевого участия становится неинтересно.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

BG: Вместе с тем со стороны некоторых компаний наблюдается демпинг. Вы его замечаете?

В. С.: Я не чувствую сейчас как такового демпинга. Очень много всяких акций, но они скорее направлены на первичное привлечение клиента, обращение его внимания на свой продукт. Средняя цена в сделках не снижается. Более того, серьезным сигналом того, что ценовая пружина сжалась, является небольшое повышение стоимости в самом жестком ценовом сегменте — экономе. Там как раз наблюдается тенденция, когда дальнейшее уменьшение цены не добавляет активности в продажах. Соответственно, зачем продавать отдельно взятые квартиры в ноль или в убыток, если ты все равно не решаешь задачу ликвидности. Поэтому в эконо-сегменте уже есть тренд на повышение цены, так как дальше снижать себестоимость невозможно. Подчеркну, что мы сейчас говорим о сохранении и удержании позиций. А для того чтобы системно развивать отрасль жилищного строительства, к существующей цене нужно добавить 25%.

BG: Как вы сокращаете свои затраты? Компании пришлось отказаться от каких-то элементов или пересмотреть производителей, поставщиков?

В. С.: Мы в хорошем смысле оптимизируем качество своих проектов, вынеся отделку за период строительства. В базовой комплектации покупатели получают «белую» отделку — полностью подготовленные стены к оклейке или покраске, финишную стяжку пола, обустроенную электрику. А отдельно, за рамками 214-ФЗ, по желанию дольщика мы готовы сделать чистовую отделку, но за дополнительную плату. В жестких сроках 214-ФЗ существующая ситуация в отрасли не даст сделать чистовую отделку на том уровне качества, который мы для себя видим как обязательный.

BG: Какие локации вам интересны?

В. С.: С точки зрения развития основного сегмента — комфорт-класса — мы ориентируемся на участки либо в качественно развивающихся территориях, куда как раз и относим «Балтийскую жемчужину», либо в давно сложившейся городской застройке. Интересно развивать и проекты бизнес-класса, фокус которых с точки зрения земельного ресурса полностью сосредоточен на перспективах редевелопмента «серого пояса». Мы ждем, когда с этими территориями начнут происходить системные градостроительные изменения. Модератором здесь должна выступить очень сильная городская структура, которая обязана будет создавать условия и привлекать в развитие проектов частных инвесторов. Также мы продолжим искать участки для создания объектов премиального сегмента. Первый реализованный проект такого плана — «Победы, 5» в Московском районе — показывает, что качественные премиальные объекты могут располагаться не только в центре Петербурга.

BG: Думаете, государство продлит господдержку ипотеки?

В. С.: Ипотека во всем мире — это основной инструмент приобретения недвижимости. Например, в наших комплексах объем ипотечных сделок составляет 40–50%. Субсидирование ипотечной ставки со стороны государства стало очень эффективным рабочим макроинструментом для рынка недвижимости. Компенсация государством более трех процентных пунктов, то есть удержание ипотечной ставки на уровне 12%, была важна, потому что полтора года назад стоимость денежных ресурсов сильно возросла. Сейчас цена ресурсов все равно снижается, и государство компенсирует уже 1–1,5%. Если стабилизация стоимости ресурсов будет продолжаться, то господдержка до уровня 12% не потребует. Другое дело, что 12% — это тоже много. Желательно, чтобы ставка была 8–9%. А для этого нужны другие фундаментальные рыночные инструменты.

BG: Что ждет рынок недвижимости осенью. Каковы ваши прогнозы по ценам, поведению покупателей?

В. С.: Традиционная осенняя активизация спроса приведет к небольшому росту стоимости жилья на уровне 5%, максимум 10%. Важно, что сегодня на рынке только реальные покупатели, которым действительно нужно решать жилищный вопрос здесь и сейчас. Инвестиционных покупок вообще нет. Длина сделки составляет три-четыре месяца. При этом есть определенный отложенный спрос. Рынок покупателя становится взвешенным, поступательным, потому что на нем сейчас нет спекулятивных ожиданий. ■

КВАРТИРЫ С ОТДЕЛКОЙ И БЕЗ ОТДЕЛКИ



ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС НА ПОЛЮСТРОВСКИХ ПРУДАХ

400 МЕТРОВ ОТ СВЕРДЛОВСКОЙ НАБЕРЕЖНОЙ, МЕЖДУ БОЛЬШЕОХТИНСКИМ И ЛИТЕЙНЫМ МОСТАМИ, НАПРОТИВ СМОЛЬНОГО

КОНТОРСКОЕ САМОВЫРАЖЕНИЕ

ТЕННИСНЫЕ СТОЛЫ, ГРАФФИТИ, ОРИГИНАЛЬНАЯ АРХИТЕКТУРА — ОБЫЧНЫЕ РАБОЧИЕ ПРОСТРАНСТВА РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ ВСЛЕД ЗА ЗАРУБЕЖНЫМИ КОЛЛЕГАМИ ПОПОЛНЯЮТСЯ «ФИЧАМИ» ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ИХ СОТРУДНИКАМ БЫЛО ПРИЯТНО РАБОТАТЬ, А КЛИЕНТАМ — НАХОДИТЬСЯ В ГОСТЯХ. ЭКСПЕРТЫ VG РАССУДИЛИ, НАСКОЛЬКО ТРАТЫ НА ЭТОТ «ИЗЮМ» ОПРАВДАНЫ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫ В НАШЕЙ ДЕРЖАВЕ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

В брендбуках многих западных фирм прописаны ассоциации, которые должно вызывать офисное пространство, помимо фирменных цветов, указаны желательные материалы для использования в отделке. В отечественной практике дизайн офиса, как правило, больше зависит от вкуса топ-менеджера, хотя в последнее время набирает обороты тенденция организации рабочего пространства в соответствии со спецификой бизнеса и потребностями сотрудников компании.

Кирилл Бигаи, соучредитель и управляющий партнер Preply, вспоминает: «В 1990-е сильные мира сего самовыражались за счет размещения в офисах диких хищников, например, змей. И это, пожалуй, еще самые безобидные варианты. Не понаслышке знаю о комичном случае, когда коллеги по цеху подарили шефу огромную черную свинью. Он не растерялся и проявил еще большую оригинальность, разместив ее непосредственно в офисе — в одной из комнат. Не знаю как сотрудник, но уборщица, наверное, была очень довольна новой „штатной единице“». По его мнению, то, как компания или ее руководство стремится самовыражаться через офис, во многом отражает степень зрелости и уровень корпоративной культуры.

Отечественным компаниям есть на кого равняться. Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик группы компаний «Финам», говорит, что офисный комплекс компании Facebook в Менло-Парк (спроектирован известным архитектором Фрэнком Гэри) считается одним из лучших в мире по условиям работы. Внутреннее помещение состоит из одной огромной комнаты, вмещающей 2,8 тыс. человек, то есть почти треть всех работников. Решение отражает открытую культуру компании. На крыше расположен парк из 400 настоящих деревьев (сотрудники могут совершать прогулки). Площадь составляет 40 тыс. кв. м. Стоимость не раскрывается, но, по некоторым оценкам, она превышает \$1 млрд.

Сегодня на организацию офисного пространства во многом влияют экономические факторы, говорит Руслан Хорошильцев, управляющий партнер компания «Базис». Так, появились «гибкие офисы» — новые стандарты распределения площадей внутри офисных интерьеров. «Например, за последние три года, по нашей статистике, доля площадей, отводимых под open space, выросла более чем на 30%. При этом специфика такого планирования основного числа рабочих мест заставила многие компании подумать о выделении зон отдыха для сотрудников», — рассказал господин Хорошильцев.

ПОХОЖИЙ НА КВАРТИРУ Юрий Неманежин, управляющий партнер Gravion



НЕ КАЖДЫЙ ПРЕДПОЧТЕТ РАБОТАТЬ В OPEN SPACE, ЗАТО ИГРОВАЯ В ОФИСЕ ПОРАДУЕТ БОЛЬШИНСТВО СОТРУДНИКОВ

Group, считает, что офис — это пространство для работы, которое должно подчиняться определенным правилам: настраивать на рабочий лад, быть комфортным и удобным для работы. «Я знаю много примеров, когда офис, например, очень похож на квартиру, есть все необходимое для того, чтобы сотрудники чувствовали себя как дома, там даже можно ходить в тапочках, но для творческого самовыражения это, возможно, подходит, а для точных специальностей, к сожалению, нет. В пользу того, что офис должен настраивать на рабочий лад, говорит еще и тот факт, что многие фрилансеры, работающие дома, наоборот стараются сделать кабинет с полноценным столом, удобным креслом, полками и тумбами. То есть рабочее пространство должно оставаться рабочим пространством в любом случае, невзирая на оригинальность разрисованных стен или буйство красок», — заключает господин Неманежин.

Руководитель отдела коммерческой недвижимости Knight Frank St. Petersburg Марина Пузанова уверена, что сейчас по местоположению офиса, его состоянию, оборудованию можно судить о том, насколько успешно идет бизнес у той или иной компании. «Комфортный офис позволяет компаниям привлекать и удерживать ценных сотрудников, поэтому наиболее оригинальные офисы у компаний IT-сектора, где высока конкуренция за квалифицированные кадры», — отмечает она. Офисы таких компаний часто оборудуются различными комнатами отдыха, игровыми, спортзалами, небольшими кинотеатрами, просторными кухнями-столами.

«Известно, что конкуренция за сотрудников в сфере IT очень высока и компании готовы пойти на все, чтобы привлечь и удержать сильных специалистов у себя или переманить их у конкурентов. Офис в данном случае — один из инструментов, и зачастую даже более важный, чем экономические стимулы. Именно поэтому известные всем офисы Google, Yandex, Mail.ru имеют такой необычный и насыщенный дизайн», — подтверждает Павел Якимчук, руководитель направления внутренней отделки помещений CBRE.

Впрочем, яркий и запоминающийся офис не всегда может быть благом. Екатерина Лапина, вице-президент по управлению коммерческой недвижимостью АРИН, полагает, что интересный офис может вызывать и негативные эмоции у клиента: «Клиенты — это всегда весьма разнообразный контингент граждан, от молодых креативных представителей до консервативных, более преклонного возраста, которым отклонение от общепринятой нормы может показать легкомысленность партнера». Госпожа Лапина считает, что в офисе не должно быть ничего отвлекающего от работы ни клиентов, ни сотрудников. «В нашей стране интересный офис — это просто желание владельца компании сделать свои будни более интересными, но на успех компании этот факт не влияет», — резюмирует она.

«Главное в офисе как представительском, так и обычном, — это его функциональность, удобство для работы. Все остальное — это скорее приятные дополнения. Понятно, что в сером, не имеющем собственного лица офисе будет скучно и неинтересно работать», — говорит дирек-

тор по продажам Docklands Development Екатерина Запороженко.

ВАЖНАЯ ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ Игорь Темнышев, директор департамента офисной недвижимости компании Colliers International в Санкт-Петербурге, считает, что к компаниям, которые используют необычное оформление офиса в качестве визитной карточки, можно отнести следующие: архитектурные компании, дизайн-студии, девелоперские компании, которые делают шоу-румы из своих офисов. Архитектурные компании используют оригинальное оформление офисных пространств путем необычных планировочных решений и оригинальных интерьеров. Ярким таким примером является офис архитектурной мастерской «Студия 44» в Манежном переулке. Визитной карточкой мастерской являются ее интерьеры со стропильной конструкцией из клееной фанеры, а также круглое окно. А в архитектурной студии «Витрувий и сыновья» между помещениями офиса имеется окно, выполненное в форме глаза.

У изданий, рекламных, креативных и брендинговых агентств офисы выделяются предметами интерьера, характерными для рода деятельности организаций. «Например, в офисе креативного агентства Damax Studio имеется диджейский пульт, граффити на стенах», — перечисляет господин Темнышев.

Банковские компании нередко создают оригинальное оформление в офисах для VIP-клиентов. Для них важными факторами являются престиж и люксовость офиса. Например, высокотехнологичный офис банка SIAB в Московском районе оснащен футуристической мебелью, камином, тематическими переговорными, полем для гольфа и винным погребом.

Юлия Маевская, директор по персоналу холдинга RBI, напоминает, что, помимо своих основных рабочих функций, офис также должен задавать настроение. «Это важная часть корпоративной культуры, которая обязана соответствовать общим целям, задачам и миссии компании. Например, один из главных вопросов корпоративной культуры нашего холдинга — профессиональное развитие и личностный рост каждого из сотрудников RBI и „Северного города“. Поэтому неслучайно у нас в офисе есть корпоративная библиотека, аудитории для образовательных лекций, которые читают приглашенные эксперты и сами наши коллеги, место для проведения художественных выставок — живописных картин и графических работ, выполненных в свободное время нашими сотрудниками, а также теннисный стол — как известно, развитие должно быть всесторонним», — рассказала госпожа Маевская. ■



2-я Советская ул., 4



Тюльковский пр.
ул. Восстания

Невский пр.

Тончайная ул.

Дом с большими ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

- › Исторический центр — 700 м до Невского проспекта
- › Станция метро «пл. Восстания» — 500 м
- › Помещения от 30 м²
- › Большие окна, мансардный этаж, террасы
- › Широкий ассортимент услуг службы сервиса
- › Стартовые цены от 5 млн. руб.

ЗДАНИЕ — ШВЕЙЦАРСКИЙ НОЖ

СЕГОДНЯ БОЛЬШИНСТВО ОФИСНЫХ ЦЕНТРОВ СЛОЖНО ПРЕДСТАВИТЬ БЕЗ СОПУТСТВУЮЩЕЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ — КАФЕ, БАНКОВ, СЕРВИСНЫХ ЦЕНТРОВ, СПОСОБНЫХ СДЕЛАТЬ РАБОТУ РЕЗИДЕНТОВ БОЛЕЕ КОМФОРТНОЙ. ЗАДАЧА СОБСТВЕННИКА — ВЫБРАТЬ ПРАВИЛЬНЫЙ ПУЛ АРЕНДАТОРОВ С ТЕМ, ЧТОБЫ ИХ ФУНКЦИИ ДОПОЛНЯЛИ ДРУГ ДРУГА И НЕ СОЗДАВАЛИ ПРОБЛЕМ СОСЕДЯМ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Инфраструктура в офисном здании существенно зависит от многих факторов. Важнейшие из них — тип объекта, его класс и локация. В классических бизнес-центрах (БЦ), расположенных рядом с метро, набор инфраструктурных арендаторов может быть небольшим. Однако в удаленных от города бизнес-парках, а также в деловых кварталах, объединяющих несколько строений на одной территории, он будет обширным и разнообразным.

Инфраструктура БЦ всегда должна быть согласована с его концепцией: в специализированных, премиальных или стандартных классических офисных зданиях набор инфраструктурных арендаторов будет разным, однако в первую очередь в любом объекте упор делается на арендаторов сферы общественного питания. В бизнес-центре класса А, к примеру, операторы питания представлены тремя различными форматами: ресторан высокого класса, предназначенный для топ-менеджмента и переговоров, бизнес-конференций; кафетерий для мидл-менеджмента, где также возможно проведение более неформальных встреч в комфортной обстановке, и, наконец, столовая для рядовых сотрудников с приемлемыми ценами и большим выбором блюд. В бизнес-центрах класса В+ собственники, как правило, ограничиваются кафетерием-буфетом, сетевым заведением общепита и столовой; в БЦ класса В обычно присутствует только столовая для арендаторов.

В среднем площади под столовые сдаются в диапазоне 200–300 кв. м, под кафе чуть меньше — 80–150 кв. м. Ставки по арендаторам первого этажа зачастую не зависят от типа помещения, а скорее связаны с локацией объекта и его классностью.

Есть исключения — в некоторых бизнес-центрах класса В и С, расположенных на первой линии транспортных магистралей, первый этаж является торговым, соответственно, ставки для него на 10–15% выше, чем у офисных помещений верхних этажей.

Под кафе и рестораны в деловых зданиях наиболее востребованы первые этажи, реже — подвальные помещения (под столовые). Ставки аренды для таких арендаторов рассчитываются как для стрит-ритейла (если заведение имеет отдельный вход с улицы). В таком случае они могут на 50% превышать ставки на офисные помещения в этом здании. Самые дорогие помещения предлагаются банковским структурам, а самую низкую ставку платят рестораны и кафе.

Если речь идет о подвальном или цокольном помещении, без отдельного входа, а арендатор должен рассчитывать только на внутренний трафик офисного центра, то ставки аренды в таком случае ниже — в среднем на 15–20%, по сравнению с другими помещениями.



НА ВЕРХНИХ ЭТАЖАХ ОФИСНЫХ ЗДАНИЙ НЕ РЕДКО РАЗМЕЩАЮТСЯ РЕСТОРАНЫ ПРЕМИУМ-КЛАССА С ПАНОРАМНЫМИ ВИДАМИ

Наиболее востребованы инфраструктурными арендаторами площади до 300 кв. м с отдельным входом, а также с возможностью разместить вывеску или витринные окна.

Часть ресторанов премиум-класса, однако, предпочитает размещаться на верхних этажах офисного здания с панорамным остеклением и хорошими видовыми характеристиками. Да и ставки аренды в помещениях на последних этажах, как правило, ниже.

ГЛАВНОЕ И СОПУТСТВУЮЩЕЕ Александр Устинов, директор по развитию компании RD Management, считает, что питание — главная и обязательная часть инфраструктуры объекта, остальная же для классического бизнес-центра опционально. Наиболее частый набор: кафе, банковское отделение или банкоматы, мини-маркет FMCG, аптека, салон цветов, салон красоты, фитнес-центр (если позволяет площадь). Реже встречаются турагентства, юридические и нотариальные конторы, типографии: постепенно они уходят в прошлое, так же как и бутики одежды и обуви, шоу-румы дизайнерских вещей (эти арендаторы активно переселяются в торговые центры, где ставки существенно снизились). В единичных случаях инфраструктуру классического офисного центра представляют школы-студии, танцевальные кружки, тренинг-центры и поликлиники.

Ведущий аналитик ГК «Доверие» Антон Банин говорит, что в объектах премиум-

класса могут располагаться арт-галереи, как, например, Art Re.FLEX Gallery на первом этаже офисного центра «Б5» в Санкт-Петербурге.

Из других необычных арендаторов, которые появляются в российских офисных гнездах, — квестуры (от англ. questroom), хотя ставки аренды для них нередко оказываются слишком высокими, винотеки и винные бутики, сигарные бутики, книжные магазины формата «Республики». На территории деловых кварталов в последнее время популярен формат фудтраков, которые заезжают на парковку и присутствуют на объекте в течение нескольких месяцев. Это актуально для арт-кластеров и творческих пространств в стиле «лофт», видит тенденцию господин Устинов.

В бизнес-парках же широкий набор инфраструктуры продиктован локацией: удаленные от города объекты обязаны предоставлять своим арендаторам все, что может потребоваться в повседневной жизни. Поэтому в таких объектах создаются полноценные торговые галереи, в которых представлены кафе и рестораны различного формата и уровня, салон красоты, супермаркет FMCG, фитнес-клуб, службы быта и сервиса, банкоматы различных банков, а также аптеки и медицинский центр.

СТАВКА НА СПОНТАННОСТЬ Как говорят эксперты общемировая тенденция состоит в том, что люди начинают проводить на работе все больше времени, и это означает, что набор сопутствующих арендаторов в офисных комплексах дол-

жен расширяться. В современных бизнес-центрах за рубежом инфраструктура представлена единой торговой галереей, а сам комплекс устроен таким образом, что сотруднику необходимо пройти через максимальное количество торговых точек, чтобы добраться до офиса. Таким образом, большая ставка делается на спонтанные покупки. В пешей доступности от офиса сотрудника должно быть все, чтобы человек мог жить своей обычной жизнью: кафе и рестораны, кинотеатры.

Из западных тенденций, постепенно переходящих на российский офисный рынок, — многофункциональность офисных зданий, которая, помимо собственно офисной функции, дает возможность работникам решить бытовые задачи и приятно провести время: фитнес-залы, досуговые центры, библиотеки, коворкинг-зоны, химчистки, врачебные кабинеты, мойки автомобилей, центры дневного ухода за детьми и даже мини-отели, в которых можно переночевать после работы.

«В качестве примеров „западного“ наполнения бизнес-центров Санкт-Петербурга — объект „Фернан Леже“ на Кондратьевском проспекте, в составе которого на первом этаже располагается фитнес-клуб Fitness Family со спортивным двадцатипятиметровым бассейном. В Москве довольно много бизнес-центров с нестандартной инфраструктурой: например, в БЦ RigaLand есть собственная гостиница, а в БЦ „Кантри Парк“ обустроена полноценная клиника», — рассказал господин Банин.

«Интересен опыт коворкингов. Креативные офисные пространства, которые располагают к нетворкингу, заполняются арендаторами по принципу поддержки: к примеру, офисные площади арендуют юридические и бухгалтерские структуры, рекламные агентства, которые в дальнейшем ищут клиентов среди других арендаторов и предоставляют им необходимые бизнес-услуги, находясь на позиции сопутствующих арендаторов», — замечает господин Устинов.

НЕ МЕШАТЬ! Эксперты при этом предупреждают: пул арендаторов должен быть таким, чтобы соседи не мешали друг другу. «Такое требование применяется к любым арендаторам. Лучшее всего, когда арендаторы несут сервисные функции — банки, общепит, фитнес, магазины. Ставки зависят от проходимости места: чем выше проходимость тем выше ставка», — говорит Екатерина Запорожченко, директор по продажам Docklands Development.

Среди сомнительных для делового сегмента — бары и рестораны с ночным режимом работы. Это соседство редко, но все же встречается даже в качественных объектах. «Площади на первых этажах нередко интересуют кальянные и лаунж-бары, и к таким соседям арендаторы относятся скептически», — говорит господин Устинов.

ДЕТСКИЙ ПУТЬ В последние годы наметилась тенденция по открытию инфраструктуры для детей. В зарубежных офисных центрах это встречается часто: крупные компании создают детские сады и центры развития, чтобы сотрудники могли оставить ребенка на время работы под присмотром. Такой тренд нашел развитие

и в России: в московском бизнес-парке «Крылатские холмы» функционирует детский сад, который пользуется спросом у сотрудников компаний-арендаторов. «Также в небольшие бизнес-центры и МФК постепенно стали приходить центры раннего развития для детей. Вполне возможно, что с учетом нехватки мест в государственных детских садах, такие арендаторы будут появляться в офисных центрах все чаще», — полагает Александр Устинов.

«В лофт-квартале Docklands будет детский сад с бассейном площадью более 2 тыс. кв. м. Здесь своего ребенка можно будет оставить как жителям, так и арендаторам бизнес-центра», — рассказала Екатерина Запорожченко.

Впрочем, пока на такие проекты решаются не многие. Оксана Николаева, заместитель директора отдела исследований рынка CBRE, вспоминает: в 2012 году стартап «Восход солнца», основной идеей которого стало открытие детских комнат в бизнес-центрах, стал одним из победителей конкурса социальных предпринимателей. Однако, по заверению основателя сети, ни один московский девелопер так и не решился на открытие полноценного детского сада, поэтому компания стала предлагать организацию временных детских комнат в офисах для малышей, а также детских пятниц и летних лагерей для сотрудников бизнес-центров.

Необычные примеры арендаторов деловых центров, встречающиеся в международной практике (дворец бракосочетаний, ночной клуб, торговые точки по продаже спортивных и детских товаров), также пока что все еще находятся в зоне риска для собственников БЦ и, скорее всего, появятся на российском рынке не скоро. ■

ИЗ РОССИИ С ИДЕЕЙ

ПО ДАННЫМ ФОНДА РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ИНИЦИАТИВ (ФРИИ), В 2015 ГОДУ КОЛИЧЕСТВО ЗАКЛЮЧЕННЫХ СДЕЛОК НА РЫНКЕ СТАРТАПОВ СНИЗИЛОСЬ НА 20%. ДЛЯ ЭКСПЕРТОВ ЭТО ПОКАЗАТЕЛЬ ПОЗИТИВНЫЙ: У ИНВЕСТИТОРОВ ПРОШЛА ЭЙФОРИЯ, СНИЗИЛСЯ ОБЪЕМ «ШАЛЬНЫХ» ДЕНЕГ, КОТОРЫЕ ШЛИ ДАЛЕКО НЕ НА САМЫЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРОЕКТЫ. КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ ЮЛИЯ ЧАЮН ВЫЯСНЯЛА, КАК ИЗМЕНИЛСЯ СОСТАВ РОССИЙСКИХ СТАРТАПОВ И ГОТОВЫ ЛИ ИНВЕСТИТОРЫ В НИХ ВЕРИТЬ.

Информация о динамике числа стартапов в России разнится от фонда к фонду. Одни говорят, что оно сокращается, другие, что остается на уровне прошлых лет.

А вот Денис Беляев, партнер DS Law, считает, что в кризис число стартапов неуклонно растет. Это обусловлено, с одной стороны, замедлением темпов экономического роста в традиционных отраслях экономики и поиском «невидимой рукой» рынка новых точек развития, с другой — уходом многих талантливых специалистов

из компаний ввиду неясных перспектив на текущем месте ради собственного проекта в эпоху перемен.

«Любые перемены несут в себе не только угрозы, но и возможности, — подчеркивает господин Беляев. — Большую роль играют и появившиеся сравнительно недавно различные инкубаторы при ведущих вузах, что отражает мировую практику, и различные институты развития инноваций, созданные при помощи государства, такие как ФРИИ и фонд „Сколково“». → 42

КВАРТИРЫ ДЛЯ КОМФОРТНОЙ ЖИЗНИ

Пушкинский район — это одно из лучших мест для покупки квартиры в нашем городе. Сочетание всех преимуществ активной городской жизни для работы и прекрасных условий для отдыха — все это можно найти в Пушкинском районе Санкт-Петербурга.

Проект «На Царскосельских холмах» расположен вдоль Петербургского шоссе между городом Пушкином и конгрессно-выставочным центром «Экспофорум». Петербургское шоссе соединяется с Витебским проспектом, Пулковским и Киевским шоссе, что позволяет быстро добраться как до центра города, так и до ближайших станций метро «Купчино» и «Московская», а также до аэропорта. В ближайшем будущем на территории проекта появится собственная железнодорожная станция, что позволит за 20 минут точно по расписанию прибыть на Балтийский вокзал Октябрьской железной дороги.

На территории проекта есть жилые комплексы с уже построенными домами, такие как «Образцовый квартал». И появляются все новые и новые.

Застройщик ООО «Терминал-Ресурс», много лет специализирующийся на строительстве малоэтажного жилья, начал в июле 2016 года возведение жилого комплекса «Образцовый квартал 2».

Рассказывая о проекте, хочется отметить, что у застройщика есть собственный питомник и озеленение комплексов начинается с момента котлована. На этой неделе, например, было произведено дополнительное озеленение. Вдоль Образцовой улицы появилась березовая аллея, а на Кокколевской улице высаживают дубы и ели. Рядом с жилым комплексом «Образцовый квартал 2» расположен сквер, который станет прекрасным местом для прогулок.

Пространство внутри жилого комплекса тоже будет решено необычно. Четыре корпуса образуют уютный зеленый двор, в котором будет построен детский сад и устроены детские и спортивные площадки. Простор-



Образцовый квартал

МАЛОЭТАЖНЫЕ КОМПЛЕКСЫ В ПУШКИНЕ

Квартиры для комфортной жизни в готовых и строящихся домах

719-19-19
www.devcent.ru

ная парковка расположится с внешней стороны жилого комплекса, что позволит сделать двор безопасным.

Застройщик ООО «Терминал-Ресурс» традиционно строит быстро, качественно и по современным технологиям.

Началось строительство жилого комплекса в июле 2016 года, к сентябрю уже было построено три этажа, а к ноябрю планируется уже завершить большую часть строительно-монтажных работ. И к зиме корпуса уже будут подведены под крышу. В каждом корпусе будет по четыре этажа и мансарда, где потолки будут достигать 4 м 47 см.

Учитывая возможность объединения пространства гостиной и кухни во многих квартирах, здесь появится возможность реализовать самые смелые дизайнерские проекты, например, создать атмосферу загородного дома.

Дома строятся по кирпично-монолитной технологии, внешние стены — из кирпича и покрыты структурной штукатуркой. Просторные места общего пользования позволят разместить велосипеды и детские коляски. Входные стеклянные группы и почтовые ящики с внешней стороны подъезда — это еще один элемент безопасности.

Отопление осуществляется по финской технологии «водяной теплый пол».

Несмотря на малую этажность жилого комплекса «Образцовый квартал 2», все дома оснащены лифтами импортного производства и подъемными устройствами для людей с ограниченными возможностями.

Благодаря тому, что за прошедшие два с половиной месяца с начала строительства объекта было уже произведено 40% строительно-монтажных работ, жилой комплекс «Образцовый квартал 2» аккредитован в трех банках: банк «Санкт-Петербург», «Абсолют Банк» и «СМП Банк».

Цены на квартиры пока остаются такими же, как и на старте продаж, кроме того, есть специальные предложения, с которыми можно ознакомиться на сайте компании www.devcent.ru. Жилой комплекс «Образцовый квартал 2» планируется сдать в сентябре 2018 года.

41 → Однако, несмотря на такие различные мнения, все инвесторы и стартаперы сходятся в том, что кризис значительно повлиял на количество одобренных проектов. Нестабильная экономическая ситуация в стране вынудила фонды поддержки венчурных идей строже подходить к предложениям в сфере инноваций, более жесткий отбор отсеивает слабые проекты и заставляет разработчиков тщательнее относиться к деталям и просчитывать риски.

По оценке Softline Venture Partners, на венчурном рынке ежегодно появляется около 1 тыс. проектов — об этом можно косвенно судить по числу заявок, которые получают к рассмотрению аналитики.

Если называть конкретные цифры, то, к примеру, в 2015 году специалисты «Ингрии» рассмотрели около 600 проектов. Подавляющее большинство из них нуждалось в инвестициях и грантах. В среднем из 50 городских стартапов — кандидатов на участие в инвестиционной сессии к диалогу с инвесторами оказываются готовыми только 10–15 проектов, говорит статистика «Ингрии».

С начала 2016 года в преакселераторе ФРИИ уже приняли участие 5,5 тыс. проектов, всего с февраля 2014 года — 13,5 тыс. В 2015 году интересы инвесторов сместились в сторону регионов. Там число сделок выросло на 23%. Доля ФРИИ в региональных сделках составляет 47%.

По данным отчета ФРИИ, лидером в 2015 году стали проекты решений для бизнеса, e-commerce и рекомендательных сервисов. При этом если доля b2b уверенно растет (в 2014 году она составляла 24%, а спустя год — 31%), то интерес ко второй сфере все же падает (с 28 до 19% за аналогичный период).

Кроме того, стало меняться позиционирование самих стартапов: если раньше разговоры о международной экспансии зачастую так и оставались разговорами, то теперь ее изначально стараются закладывать в стратегию развития. Понятно, что обычно это касается лишь самых продвинутых, но, с другой стороны, это именно те проекты, которые в итоге поднимают финансирование и имеют шанс на построение действительно большого бизнеса.

Что же касается количества выживших, то, по словам директора по развитию инвестиционной компании QBF Марго Горшневой, 90% отечественных стартапов оказываются не в силах преодолеть «долину смерти» — период от запуска проекта до выхода на самоокупаемость. Однако большой процент похороненных бизнес-начинаний — общемировая тенденция. Самой распространенной причиной краха проектов — в 42% случаев — является невостребованность товара или услуги. Недофинансирование — на втором месте, с ним сталкиваются 29% начинающих предпринимателей. На третьем — некомпетентный персонал. Из-за конкуренции с рынка вытесняются 19% бизнес-проектов, привела цифры эксперт.

ДЕНЬГИ «УБИЙЦАМ „ФЕЙСБУКА“» По просьбе ВГ игроки рынка венчурных инвестиций перечислили, какими признаками должны обладать стартапы, чтобы привлечь деньги, а также те проекты, которым средства найти сложнее всего.

Ленар Хафизов, вице-президент Smart Consulting Group, подчеркивает: для привлечения инвестиций проект в первую



ЕЖЕГОДНО НА РЫНОК РВЕТСЯ МНОЖЕСТВО ПОДОПЕЧНЫХ РОССИЙСКИХ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ И АКСЕЛЕРАТОРОВ. К ОТБОРУ ИЗ НИХ «ЖЕМЧУЖИН» ИНВЕСТОРЫ В КРИЗИС ПОДХОДЯТ ЖЕСТЧЕ

очередь должен быть масштабируемым. Стартап, который сможет существовать в пределах одного района, не будет интересен инвесторам. Во-вторых, идея должна быть понятна. Если о проекте можно кратко рассказать в течение 30 секунд (формат Elevator Pitch), то вероятность инвестирования возрастает в разы. В-третьих, у стартапа должна быть стратегия. Инвестор не даст денег, если не будет четко понимать, что с ними будет делать команда. В-четвертых, заключает господин Хафизов, в большинстве случаев человек инвестирует больше в команду, которая будет реализовывать идею, а не просто в идею.

Проект может быть весьма успешен, если он лечит конкретную головную боль, добавляет партнер ЕУ Антон Устименко. «На российском венчурном рынке, как и на мировом, есть определенные тренды, почти как в моде, и они почти ежесезонно меняются. Например, в какой-то момент в этом году фиксировали падение интереса к онлайн-играм из-за сложности понимания критериев их успеха сторонними инвесторами. Хороший стартап хорош своей идеей, командой и масштабируемостью бизнес-модели», — утверждает господин Устименко.

Глава венчурного фонда Softline Venture Partners Елена Волотовская говорит, что сложнее всего получить деньги на стартапы в высококонкурентных отраслях. «Инвесторы не верят в успех „убийц „Фейсбука“», почти каждый венчурный фонд получает по несколько подобных заявок в неделю», — рассказала она.

По мнению Георгия Ващенко, начальника управления операций на российском фондовом рынке ИК «Фридом Финанс», сложнее всего получить деньги на проекты, параметры финансовой модели которых не соответствуют требованиям инвесторов по срокам, доходности и прочим критериям. «Сектор не принципиален, но определенная корреляция присутствует, поскольку желание выделять средства основано на предпочтениях обладателей

денег, — говорит господин Ващенко. — Традиционно больше инвесторы предпочитают финансы, IT и ритейл. В химии, к примеру, разбираются меньше — и к ней меньше интерес. Статистика проектов это наглядно подтверждает».

Сложно получить деньги на капиталоемкие бизнесы, в которых изначальные затраты на производство довольно высокие, но спрос еще не подтвержден. «Например, для производства кремния, помимо исследовательских работ, необходимо сделать большие вложения в дорогостоящее производство, чистые комнаты, и продажи бизнесам не будут выстроены так быстро, как напрямую покупателям», — приводит пример Варвара Русскова, сооснователь CardioWave, StayInDrops. В прошлом госпожа Русскова руководила запуском Медицинского института EMC.

«Другая категория — медицинские проекты, им необходимо пройти стадию исследований и дорогостоящих клинических испытаний. Инвестиции на этом этапе могут быть очень высокими, а шанс, что технология будет работать и окажется востребованной рынком, — довольно низкий. При этом не стоит забывать, что такие проекты нацелены на локальный рынок. Развитие капиталоемкого бизнеса на новом рынке будет таким же высокозатратным, — поведала госпожа Русскова. — Проекты в медицинской сфере также имеют страновую привязку к системе здравоохранения и государственному регулированию, так как в каждой стране своя сертификация».

Что касается социальных проектов, то обычно венчурные фонды не инвестируют в подобные категории, так как они не предполагают не только высоких дивидендов, но и простого возврата инвестиций. В такие стартапы вкладываются филантропы и частные фонды наподобие Gates Foundation.

Сложнее всего получить денег на стартапы, у которых неочевидная бизнес-мо-

дель. «Это касается не только социально ориентированных стартапов, но и в целом тех, у которых не очевидно работает юнит-экономика, то есть доходы от пользователя не покрывают или слишком долго покрывают стоимость привлечения этого пользователя, — объясняет директор по инвестициям Rambler & Co Арсений Громов. — Также деньги сложно получить тем стартапам, которые просто копируют бизнес-модель уже устоявшихся игроков на рынке без какого-либо уникального торгового предложения. Например, очередной универсальный интернет-магазин уже малоинтересен для инвестиций, когда есть Ozon». Кроме того, проблемы с поиском финансирования возникают, если в проекте не укомплектована команда или нет четкого разделения обязанностей в ней, заключает эксперт.

ЭЙФОРΙΑ ВЫВЕТРИЛАСЬ Новые экономические условия изменили правила игры на рынке венчурных инвестиций, сделав фонды более осмотрительными. Впрочем, более жесткий подход к оценке проектов — это общемировой тренд последнего года, говорят собеседники ВГ.

Евгений Тимко, член совета директоров петербургской IT-компании LiveTex, отмечает, что в России на это время пришлось еще и девальвация, сделав отечественные стартапы одними из самых дешевыми в мире. «Сейчас запросто можно увидеть раунд А инвестиций в компанию по оценке \$2 млн, тогда как в Штатах даже на seed-стадии оценка в два-три раза выше. Свою роль сыграло и то, что большая часть фондов в поисках доходности устремилась за рубеж. В действительности на рынке осталась только треть, а то и меньше фондов, которые готовы обсуждать российские проекты. Это, конечно, значительно сказало на доступности капитала, особенно на поздних стадиях», — подчеркивает он.

По словам Николая Страха, трекаера заочного акселератора ФРИИ, в последнее время в России начала спадать так назы-

ваемая венчурная эйфория, когда можно было с легкостью получить инвестиции. «Российские инвесторы уже успели обжечься на больших сделках, стали более опытными, и перед тем как принять решение о финансировании, они стремятся поработать с командой, оценить трекшн — то, как команде стартапа удастся реализовать свой проект. В то же время в США, где достаточно открытая среда для венчурного инвестирования, а число приезжающих в поисках финансирования растет ежегодно, инвесторам приходится фильтровать проекты с помощью негласной системы рекомендаций. Если у проекта нет рекомендаций в профессиональной среде, то его заявку в акселератор даже не рассматривают — таким образом, отсеивается более 90%», — рассказывает господин Страх.

Эксперты указывают и на то, что сейчас практически не рассматриваются стартапы уровня pre-seed, больше внимания уделяется track record — конкретным результатам, достигнутым компанией с точки зрения развития продукта, выручки, заключения значимых партнерских соглашений. Интерес сместился в сторону стартапов, которые уже идут на расширение за границу.

Даниил Козлов, партнер Global Venture Alliance, добавляет, что по многим проектам появилась больше информации. Они уже прошли какие-то акселераторы, программы, общались с другими инвесторами — можно собрать более полноценную картину. «Значительно уменьшился интерес к посещению демодней, инвесторы разочаровались в этом инструменте и не видят в нем качественный источник проектов для инвестиций», — заметил господин Козлов.

Количество квалифицированных бизнес-ангелов практически не изменилось, однако возрос интерес к взаимодействию между инвесторами и появилось желание опираться на мнение коллег. Некоторые формализовали свое имя на рынке посредством вступления в клубы. В их рамках бизнес-ангелы в среднем проявляют большую активность, чем не состоящие в подобных организациях.

«Остается большая масса „неквалифицированных“ бизнес-ангелов, которые продолжают инвестировать достаточно необдуманно без каких-либо внятных критериев. Их количество продолжает расти. При этом они часто выдвигают совершенно драконовские условия, например, 51% компании плюс инвестиция оформляется как долг. Также очень часто ведут себя не в интересах бизнеса после того, как входят в него», — отмечает господин Козлов.

В ПОИСКАХ СЛАВЫ Несмотря на то, что в России стартапы получили распространение значительно позже, чем на Западе, немало реализованных отечественных проектов в разных сферах были признаны и востребованы в мире. Так, в последнее время о себе громко заявило приложение-фоторедактор Prisma, которое за пару месяцев скачали более 50 млн раз.

Но в целом, констатирует Евгений Тимко, на Западе про российские стартапы почти ничего не известно и громких историй из России не было уже очень давно.

Хотя, указывает Антон Устименко, все зависит от того, как понимать известность: не всегда это означает коммерческий успех. «Однако есть примеры. Avito, если конечно, можно считать их стартапом — с точки зрения того, как они завоевали ры-

нок в последние несколько лет. Они даже попали в список unicorns. Ostrovok.ru стал известен всему миру, когда в них вложилась целый ряд именитых международных венчурных инвесторов. Eswid набирает обороты, — перечисляет господин Устименко. — Такие компании, как Parallels, Acronis, Kaspersky, ABBYY — уже давно не стартапы, но когда-то ими были, их знает весь мир».

Кроме того, известна система для управления проектами Wrike, платформа по продвижению видеорекламы Virol, компания Veeam Software, специализирующаяся на разработке программного обеспечения для резервного копирования виртуальных машин и мониторинга виртуальных сред, мессенджер Telegram. В портфеле ФРИИ можно выделить компанию Easy Ten, которая разработала мобильное приложение для изучения иностранных языков и в начале 2016 года прошла отбор в акселерационную программу 500 Startups в Сан-Франциско, получив инвестиции в размере \$125 тыс.

Петербург также может похвастаться успешными начинаниями. Собеседники ВГ вспоминают ООО «Домвент», занимающееся разработкой и производством вентиляционных систем, с помощью которых можно проветривать помещение, не открывая окон — без шума и сквозняков; на XX «Бирже стартапов», которая прошла в ноябре прошлого года, презентовали модульный протез кисти Mech_Arm, сконструированный петербуржцем Антоном Кобаком (предполагается, что продукт способен значительно облегчить жизнь пациентов и оставаться дешевле западных аналогов, которыми в 2014 году отечественный рынок был заполнен на 90%).

К плеяде успешных петербургских стартапов, несмотря на то, что срок давности этого статуса давно истек, эксперты причисляют Центр речевых технологий, разработчика инновационных систем в сфере технологий синтеза и распознавания речи, анализа аудио- и видеoinформации, мультимодальной биометрии; а также RealWEB, работающий на рынке интернет-рекламы.

Среди более похожих на стартап — петербургские сервис учета личных финансов CoinKeeper, приложение для хранения в телефоне банковских, транспортных и скидочных карт «Кошелек», сервис по доставке еды «Дома вкуснее», технологическая платформа для размещения видеорекламы в премиальном контенте NativeRoll.

Денис Беляев к числу успешных добавляет интернет-магазин товаров для детей и родителей Babadu.ru, а также перспективный, по его мнению, сервис юридических онлайн-консультаций Pravoved.ru.

По мнению Полины Лукьяновой, директора бизнес-инкубатора «Ингрия», самые интересные стартапы Петербурга за последнее время — FindFace и Painty. Хвалит она «ингрийские» Cardone, Scratchduino и АГР. «Каждый проект сумел реализовать свое уникальное преимущество. Cardone позволил своим клиентам экономить на автотюнинг-услугах и расходниках и не нарушать условия гарантии СТО. Scratchduino неоднократно был отмечен призами Google за прорывные решения в образовательной робототехнике и теперь работает не только в России, но и в Финляндии. АГР предложил уникальное для рынка геологоразведки решение, которое может стать новым отраслевым стандартом в некоторых странах», — рассказала она. ■

РЕЗИДЕНЦИЯ НА КАМЕННОМ
1-я БЕРЕЗОВАЯ, 7

Комплекс особняков класса De Luxe в парке «Тихий отдых» на Каменном острове

- Всего 19 резиденций
- От 113 до 300 кв. м.
- Частный парк 1 Га
- Клубный дом
- Бассейн 25 метров
- Wellness-центр
- Подземный паркинг

+7 (812) 244 09 99

ENGEL & VÖLKERS
ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ БРОКЕР

nakamennom.ru



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

«РАДИ ИНТЕРЕСА И ЭКСПЕРИМЕНТА» СИСТЕМНОЕ ПОВЫШЕНИЕ ЦЕН НА ЖИЛЬЕ МОЖЕТ НАЧАТЬСЯ УЖЕ В 2017 ГОДУ, ОДНАКО ПРИ АДЕКВАТНОМ СОЧЕТАНИИ «РЕПУТАЦИЯ-КАЧЕСТВО-ЦЕНА», СПРОСУ НИЧЕГО НЕ УГРОЖАЕТ, ПРОГНОЗИРУЕТ ИГОРЬ КРЕСЛАВСКИЙ, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ ГК «РОССТРОЙИНВЕСТ». КОМПАНИЯ КУПИЛА НЕСКОЛЬКО УЧАСТКОВ В ПЕТЕРБУРГЕ, А В СЛЕДУЮЩЕМ ГОДУ ВЫЙДЕТ В МОСКВУ. О ВЗАИМНОМ ПРОНИКНОВЕНИИ РЫНКОВ, ОТСУТСТВИИ ИНТЕРЕСОВ В КРЫМУ И ВОЗМОЖНОСТИ УСИЛЕНИЯ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА ГОСПОДИН КРЕСЛАВСКИЙ РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ ЛИДИИ ГОРБОРУКОВОЙ.

BUSINESS GUIDE: Рентабельность застройщиков снижается, а цена системно не растет. Как в этой ситуации ваша компания выстраивает свою маркетинговую политику?

ИГОРЬ КРЕСЛАВСКИЙ: Сложившаяся на строительном рынке ситуация напрямую связана с общеэкономической ситуацией. Уже сегодня мы наблюдаем увеличение цен на жилье на первичном рынке в рамках инфляционных показателей. Думаю, что существенное повышение стоимости «квадратов» мы увидим в следующем году. Строители адаптируются к этой ситуации.

Мы ориентируемся на прежнюю планку рентабельности и стараемся достигнуть ее, сокращая издержки. Комплексная работа по снижению себестоимости проходит на всех стадиях строительства — от совершенствования проектных решений до оптимизации используемых материалов и оборудования.

BG: В группу компаний пока входят проектные, изыскательские, строительные компании. Есть ли планы по запуску производства строительных материалов?

И. К.: Нет, мы не видим такой необходимости. Мы не строим типовых, серийных проектов, каждый имеет свое лицо и индивидуальные особенности, поэтому при строительстве используется самый широкий спектр строительных материалов, присутствующих на местном рынке — российских и иностранных. Отрасль стройматериалов Петербурга и Ленобласти очень развита. Среди компаний, присутствующих в ней, существует большая конкуренция.

У нас есть собственное производство металлоизделий во Всеволожском районе. Исключительно для себя делаем металлические конструкции, которые используем при строительстве объектов. Мы получаем продукцию хорошего качества и по понятной цене, что также позволяет снижать издержки. В дальнейшем есть планы по увеличению мощности производства, но мы будем ориентироваться на наши реальные потребности и на потребности рынка.

BG: Как оцениваете процесс импортозамещения на строительном рынке?

И. К.: Практически все необходимые строительные материалы и комплектующие

можно купить в нашем регионе, выбор большой. Другое дело, что даже российское производство частично зависит от импортных компонентов и составляющих. Поэтому в связи с колебанием курсов валют есть повышение цен даже на отечественные материалы.

BG: Ваша компания покупает участки с прицелом на далекую перспективу?

И. К.: Около трех месяцев назад мы купили на торгах у города инженерно-подготовленный участок на проспекте Блохера. Получено разрешение на строительство для участка на Республиканской улице, тоже купленного не так давно. Здесь появится жилой комплекс «Два ангела», планируем в конце года начать его строить. И по другим участкам идут активные переговоры, еще рано говорить о результатах.

BG: В Ленобласти или в Петербурге?

И. К.: В Петербурге. В Ленобласти у нас уже сформированы объемы строительства в таких локациях, как Сертолово и Мурино. Например, в Сертолово до 2021 года будет длиться реализация проекта на 300 тыс. кв. м жилья — «Золотые купола». Это будет самодостаточный жилой район со всей необходимой социальной и торговой инфраструктурой, рассчитанный на проживание около 8 тыс. человек.

BG: Вы довольно поступательно выводите на рынок новые объекты в условиях не такого активного спроса. Не боитесь?

И. К.: Мы делаем это абсолютно осознанно, продумываем все нюансы. Например, новый объект на Республиканской улице — это будет жилой комплекс из двух пятнадцатизэтажных корпусов со своим неповторимым стилем, архитектурой. В этом месте хорошее окружение, сложившийся район. По нашим оценкам, объект будет востребован.

Во всех проектах мы большое внимание уделяем архитектуре, удобным планировкам квартир, созданию приятной среды проживания. Этот подход находит отклик на рынке. Результаты первого полугодия показывают, что продажи квартир в жилых комплексах «Росстройинвеста» идут по плану. Спрос на них не снижается, а в случае некоторых проектов растет.

BG: Компания неоднократно заявляла, что планирует покорить рынок Москвы.

И. К.: Мы сейчас находимся в процессе претворения этих планов в жизнь. Есть несколько земельных участков, по которым ведем переговоры с собственниками по возможной покупке или аренде. По одному из них уже заключили договор и теперь его развиваем. Подробно о проекте можно будет говорить после получения утвержденной градостроительной документации. Думаю, что полное понимание ситуации у нас сложится в первом квартале 2017 года.

BG: По вашим оценкам, смягчатся ли условия кредитования девелоперов со стороны банковского сектора? Проектное финансирование, например, было на грани исчезновения.

И. К.: В сложной экономической ситуации банки, безусловно, ужесточили требования к девелоперам. Проектное финансирование не исчезло полностью, но банки стали внимательнее относиться к компаниям, которым предоставляют этот продукт. Например, требуются дополнительные залоговые документы, гарантии. Сейчас этим инструментом кредитования могут воспользоваться компании, которые занимают более уверенные позиции на рынке, имеют большой опыт, некую финансовую устойчивость.

Наша компания в рабочем режиме решает все необходимые вопросы, связанные с кредитованием. Мы постоянно сотрудничаем с банками, при необходимости используем разные их продукты. Например, месяц назад заключили договор с ВТБ на получение возобновляемой кредитной линии для реализации проекта ЖК «Петр Великий и Екатерина Великая» в Рыбацком.

BG: Еще стоит ждать ухода новых компаний с рынка?

И. К.: Думаю, что волну банкротств в рамках нового кризиса мы пережили. Ушли такие крупные компании, как СУ-155, отсеялись и более мелкие. На мой взгляд, новых крупных банкротств не предвидится. Участники рынка приняли новые правила игры, наступила стадия адаптации. А дальше начнется плавное развитие.

BG: А как насчет покушения на рынок Петербурга игроков из других регионов, например московских?

И. К.: Думаю, что будут. Но так, ради интереса и эксперимента, а не всегда из-за рентабельности. Московские застройщики и дальше будут приходить в Петербург, а наши — в Москву: будем наблюдать взаимопроникновение двух востребованных рынков.

BG: Вам интересен рынок недвижимости Крыма?

И. К.: Нет, потому что там объемы застройки небольшие, а рынок довольно конкурентный и уже сформированный. В Крыму живет всего 2 млн человек. Даже с тем условием, что вновь построенное жилье будет ориентировано на приезжих, там нужны небольшие объемы локальной малоэтажной или среднеэтажной застройки. Это не формат нашей компании, «Росстройинвест» в большей части реализует крупные проекты.

BG: По каким из сегментов жилья сложная экономическая ситуация ударила больше всего?

И. К.: Значительно просел сегмент апартаментов. Так как подобный продукт востребован, когда на рынок на подъеме. По элитному жилью также есть снижение объемов спроса. Если рассматривать сегменты эконом- и комфорт-класса, то все зависит от конкретного проекта и локации, от застройщика и его политики ценообразования. Единого правила здесь нет. В выигрыше, безусловно, застройщики с лучшей локацией и разумной ценовой политикой.

BG: А как изменилось отношение покупателей к проектам за КАД?

И. К.: В районе КАД работает много застройщиков, конкуренция большая. Но все представленные проекты отличаются по цене, по качеству. Часть имеет более выгодное местоположение с точки зрения транспортной доступности, часть — менее выгодное. На мой взгляд, спрос на объекты в районе КАД по-прежнему есть, так как они близко расположены от города, да и цена у них невысокая, а именно она по-прежнему является ориентиром для большинства покупателей жилья. Кроме этого, многое зависит от репутации застройщика. При сочетании «надежный застройщик — хороший проект — адекватная цена» спросу ничего не угрожает. ■

laurèl

Фирменный магазин в Санкт-Петербурге: Галерея бутиков ГРАНД ПАЛАС
Невский пр 44 - Итальянская ул 15 • 1 этаж • Тел : +7(812) 449 95 95

ОДНОЙ ЛЕВОЙ

ПО ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИКЕ, В ПЕТЕРБУРГЕ ПРОЖИВАЕТ БОЛЕЕ ПОЛУМИЛЛИОНА ИНВАЛИДОВ, ИЗ НИХ ОКОЛО 101 ТЫС. НАХОДЯТСЯ В ТРУДОСПОСОБНОМ ВОЗРАСТЕ, РАБОТАЮТ ИЗ НИХ ПРИМЕРНО 42,8 ТЫС. И ОКОЛО 81,8 ТЫС. РАБОТНИКОВ — ПЕНСИОНЕРЫ. ПО ФАКТУ МНОГИЕ ЛИШЬ ЧИСЛЯТСЯ В ШТАТЕ КОМПАНИЙ. МОТИВАЦИЯ И КВАЛИФИКАЦИЯ ЛЮДЕЙ С ФИЗИЧЕСКИМИ ИЛИ МЕНТАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ ОКАЗЫВАЕТСЯ БОЛЬШОЙ ПРОБЛЕМОЙ ПРИ ТРУДОУСТРОЙСТВЕ, НО И УРОВЕНЬ ТОЛЕРАНТНОСТИ РАБОТОДАТЕЛЕЙ НЕДОСТАТОЧЕН. ГЛАВНОЕ: ГОСУДАРСТВО НЕ СФОРМИРОВАЛО ЗДОРОВЫЙ РЫНОК ТРУДА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ. ЮЛИЯ ЧАЮН

Всю свою жизнь я прожила в Петербурге и могу по пальцам пересчитать случаи, когда в обычной ситуации — в транспорте, в магазине, на улице — я встречала инвалидов. Возникает ненормальное чувство, что у нас — целиком здоровое общество, которое считает инвалидов чем-то «не из нашей реальности» и поэтому разучилось сочувствовать.

Так много по телевидению говорится об особенной душевности, доброте русских, выгодно отличающих нас от жителей других стран, что с каким-то недоумением читаешь новости о том, что в одной из школ Москвы родители учеников потребовали заменить фотоальбом, где на одном из снимков запечатлена дочка учительницы — девочка с синдромом Дауна. Или о том, что в Красноярске жители одного из многоэтажных домов выступили против установки пандуса для детей-колясочников, которые могли бы посещать инклюзивный учебный центр на первом этаже: не хотели видеть их каждый день.

В городах практически отсутствует инфраструктура для инвалидов, а то, что установлено, за редким исключением, сделано «для галочки». На YouTube опубликовано множество видеороликов из разных городов России, где здоровые молодые люди тестировали пандусы на инвалидных колясках. Видимо, для того, чтобы пользоваться этими пандусами, инвалидом быть нельзя.

СУХАЯ СТАТИСТИКА Невидимые инвалиды не такие уж несуществующие. Согласно официальным данным, в Петербурге насчитывается более 131,5 тыс. частично или полностью нетрудоспособных людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата, что составляет 19,7% от общего количества инвалидов (из них детей — 2,9 тыс.). Инвалидов-колясочников — 15,5 тыс. человек (из которых 2 тыс. детей); с нарушениями зрения — примерно 9,5 тыс. (372 ребенка); 17,5 тыс. — с нарушениями слуха (детишек — 739).

В Петербурге в трудоспособном возрасте, говорит статистика комитета по труду и занятости населения Смольного (КТЗН), 101,5 тыс. жителей с инвалидностью, а работает из них примерно 41,8 тыс. — 41,2% указанной возрастной группы. В комитете гордятся: это один из лучших показателей среди всех субъектов РФ (выше только в Белгородской области — 42,8%), в среднем по стране он составляет 30,4%. Кроме того, по официальному данным, в городе работает 15% инвалидов-пенсионеров, примерно 81,8 тыс. человек. Этот показатель в среднем по России, утверждают в комитете, составляет 9,9%.



В РОССИИ ЕЩЕ ПРЕДОИТ УСТОЯТЬСЯ ПОНИМАНИЮ, ЧТО ПРИ АДЕКВАТНОЙ ПОДДЕРЖКЕ И ДОСТАТОЧНОЙ ВЕРЕ В СЕБЯ ЛЮДИ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ ГАРМОНИЧНО ВЛИВАЮТСЯ В ТРУДОВОЕ СООБЩЕСТВО

Спектр профессий достаточно широк: администратор, архивист, водитель автомобиля, делопроизводитель, инженер, комплектовщик, оператор станков и оператор ЭВМ, повар, продавец, социальный работник, менеджеры и специалисты различных направлений деятельности. Среди неквалифицированного труда — подсобный рабочий и рабочий зеленого хозяйства, вахтер, уборщик. Есть примеры трудоустройства юристов, экономистов, экскурсоводов, фармацевтов, художников-ретушеров, художников-конструкторов, художников компьютерной графики, режиссеров, резчиков по дереву.

Правда, эксперты говорят, что нередко сталкивались с ситуациями, демонстрирующими отсутствие продуманных действий властей в части трудоустройства людей

с ограниченными физическими возможностями: в частности, знают слабослышащих, которых обучали на психологов.

Стоит отметить, что по закону организации штатной численностью свыше 100 человек обязаны создавать рабочие места для людей с различными ограничениями возможностей за счет квоты. В Петербурге их выделено 21,3 тыс., заняты — 15,1 тыс. вакансий. В 2015 году из бюджета города на создание и модернизацию таких рабочих мест было направлено 89,6 млн рублей. В результате модернизировано 337 мест, инвалидам обеспечен доступ к 275. В России при этом достаточно широко распространена практика, когда инвалидов трудоустраивают компаниям исключительно «на бумаге» — они числятся в штате, но фактически не работают.

ЦЕННОСТЬ БЫТЬ ПОЛЕЗНЫМ Несмотря на пугающие примеры озлобленных выпадов сограждан, в стране есть много неравнодушных людей, которые создают проекты, помогающие людям с различными формами инвалидности социализироваться.

К примеру, в Петербурге с 2002 года работает некоммерческая и негосударственная организация «Центр социально-трудовой адаптации инвалидов „Мастер ОК“». Он не занимается прямым трудоустройством, а мотивирует молодежь к нему. «По нашему опыту, если человек на труд мотивирован, он находит свое место на рынке труда», — поясняет Ольга Эгель, заместитель директора «Мастер ОК». — Также мы не занимаемся обучением, мы формируем и развиваем практические на-

выки труда и ремесел в шитье, столярном деле и плотничестве, ткачестве, росписи по ткани, изготовлении изделий из кожи».

Здесь молодым инвалидам дают и навыки самостоятельного проживания: учат готовить, покупать продукты, ухаживать за собой и за своим жилищем. «К нам в мастерские ходят в основном ребята, которые по ряду причин не могут быть трудоустроены в открытом рынке труда либо в силу особенностей своего заболевания, либо в силу наличия нерабочей группы инвалидности. Здесь для них созданы защищенные условия труда с поддержкой специалистов и сопровождением», — рассказывает госпожа Эгель.

Центр существует на гранты, субсидии и пожертвования от компаний и частных лиц. Испытывает сильную нехватку финансирования, в связи с чем не имеет возможности долгосрочно планировать развитие мастерских, а самое главное — помочь всем нуждающимся в его услугах. На данный момент очередь составляет более двадцати человек.

«Наша долгосрочная задача заключается в том, чтобы создать в Петербурге сеть защищенных мастерских, в которых могли бы работать люди с любыми нарушениями здоровья и зарабатывать в них столько, сколько они смогут. Даже дополнительная прибавка в 1–2 тыс. рублей в месяц, заработанная собственным трудом, существенно повысит качество жизни инвалида в целом, не только в материальном смысле. Для каждого человека важно быть полезным и востребованным, в наших мастерских ребята получают такую возможность», — подчеркивает Ольга Эгель.

Одним из наиболее известных в России проектов в сфере трудоустройства людей с инвалидностью является проект Евгения Рапопорта и его жены Екатерины «Авоська дарит надежду». Основной костяк составляют инвалиды по зрению, которые плетут авоськи. Помимо них задействованы работники с другими нарушениями —

по слуху, опорно-двигательной системы, ментальными. Они дорабатывают авоськи — красят, делают ручки и кожаные ярлычки, наносят логотипы, осуществляют основную часть продаж и логистики.

«Максимально в проекте было задействовано около 130 человек с инвалидностью. В настоящее время мы снова запускаем после вынужденного перерыва и пока привлекли немногим больше джуини. Количество занятых людей зависит от возможности продавать авоськи. Основная проблема в том, что нам физически негде их реализовывать, — говорит Евгений Рапопорт. — Проекты, направленные на трудоустройство инвалидов, поставлены в одинаковые рыночные условия с другими производителями и продавцами. Если проводить спортивные аналогии, то закон о защите конкуренции ставит на одну дорожку паралимпийцев и абсолютно здоровых спортсменов. Но арендодателям мы невыгодны, потому что на авоськах не получается высокая наценка, мы не в состоянии платить рыночные цены за коммерческую недвижимость. Это по факту невозможно, иначе стоимость авоськи возрастет до такого уровня, что никто не станет их покупать».

Производственный цикл долгий. Для того чтобы наращивать объемы и занимать больше людей, проекту необходимо долгосрочное планирование, которое возможно только при наличии постоянных точек сбыта. «В Москве можно было торговать в ларьках, которые теперь, как известно, уничтожены. Раньше были места продаж в подземных переходах, где хозяева предоставляли для проекта торговые павильоны за 5 тыс. рублей в месяц. Потом торговые площади отошли структурам московской власти, аренда стала возможна только через конкурсные торги. Цены зашкалили за 200 тыс. рублей в месяц. В общем, мы лишились этих торговых мест», — рассказал господин Рапопорт.

Если бы у организации была возможность долгосрочного планирования,

она смогла бы обеспечить занятость 700–800 человек, из них — 500 слепых. Но в России, по мнению руководителей проекта, сейчас нет никаких условий для людей с категориями инвалидности. «Допустим, те же слепые полностью сегрегированы. Трудоустройство — это путь социализации. Это не способ создать бизнес и заработать денег, а возможность встроиться в зрячее общество слепых людей. Слепые соглашаются на все, лишь бы быть кому-то нужными, они очень этого хотят. Мы хотим, чтобы они получали человеческие условия для жизни, которая включает в себя и труд», — объясняет собеседник ВГ.

По его мнению, властям стоит либо законодательно изменить условия предоставления торговых площадок для социальных компаний, либо субсидировать арендные ставки.

Сейчас у проекта «Авоська дарит надежду» две собственные точки продаж — на Большой Дмитровке и ВДНХ, есть несколько партнеров. В Петербурге авоськи проекта продает мультибрендовый магазин молодежной одежды Chikipiba Room, расположенный в ТРК «Галерея».

ОТНОШЕНИЯ РАВНЫХ Чиновники и руководители некоммерческих организаций согласны в оценке основных проблем, связанных с трудоустройством людей с ограниченными возможностями. Важно и то, что отнесись власти к этому вопросу чуть внимательнее и рассудительнее, возможности их решения были бы.

Мария Алексеева, советник председателя КТЗН, у описываемой группы видит низкую мотивацию к труду и уровень профессиональных компетенций, а со стороны работодателей и трудовых кол-

лективов — недостаточный уровень толерантности.

«Ситуацию можно поменять, с одной стороны, изменив отношение работодателей, с другой — самих инвалидов. Им необходимо избавляться от иждивенческой позиции и чувства неполноценности, а работодателям — от представлений, что труд людей с инвалидностью — социальное бременение, — сказала госпожа Алексеева. — Труд данной категории должен быть экономически целесообразным, ведь существует достаточно сфер, где они могут работать наравне с другими людьми и даже в чем-то успешнее. Для тех же граждан, кто не готов к выходу на открытый рынок труда, необходимо развивать систему защищенных мастерских, готовящих к трудоустройству, и систему наставничества».

Ольга Эгель согласна: к заблуждениям владельцев инвалидности она добавляет неадекватную самооценку собственных сил, лень, неумение и нежелание самому нести ответственность за свою жизнь. Наряду с этим госпожа Эгель отмечает, что оплата труда человека с любой степенью нетрудоспособности и его пенсия по инвалидности зачастую не дополняют друг друга, а наоборот — исключают.

«Для того чтобы решить эти проблемы, должна вестись планомерная политика и работа государства по формированию здорового рынка труда для инвалидов. Что касается закона о квотах, могу сказать, что если бы компаниям в их рамках дали возможность формировать рабочие места не только на базе своих предприятий, а в проектах и мастерских таких, как наши, то есть в общественных и некоммерческих организациях, то пользы от этого закона было бы значительно больше для всех», — подчеркнула госпожа Эгель. ■

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ СДЕЛАЙ САМ

Несмотря на то, что трудоустройство, социализация инвалидов — это ресурсоемкое занятие, требующее настоящей вовлеченности как общества, государства, так и самих людей с физическими и ментальными нарушениями, в России зачастую граждане, сами ориентированные на труд и не ожидающие никакого «особого» отношения, не могут получить даже гарантированную помощь.

Пример: Катя Крюк, молодая петербурженка, дизайнер одежды под собственной маркой Total Kruik, инвалид III группы, у которой с рождения нет левого предплечья, но есть локтевой сустав, не может добиться положенного ей государством протеза. Пенсия составляет 4215,9 рубля. Если со всеми надбавками вроде отказа от лекарственных средств — 8009,99 рубля.

«За все время у меня было примерно 15 протезов (сейчас Кате 21 год. — ВГ). У каждого инвалида есть индивидуальная программа реабилитации, где прописано, какие лекарственные средства нужны, протезы, коляски, костыли и так далее — они бесплатны. По закону положено выдавать один протез каждый год до 18 лет, и один — каждые два года после 18.

Первый протез сделали, когда мне было примерно полтора года, в Институте Альбрехта, с тех пор пользуюсь протезами их производства, так как альтернатив в России нет. Несмотря на то, что замену делают бесплатно, периодически ее приходится ждать больше двух лет, так как финансирования от государства нет. Последний раз мне делали протез четыре года назад. Впрочем, можно поменять только оболочку, которая визуализирует руку человека, но финансирования на это, говорят в институте, нет тоже.

Платно целый протез я никогда не делала, так как стоит он около 120 тыс. рублей. Если только оболочка — около 5 тыс. рублей. В этом случае есть государственная компенсация затрат, но деньги возвращают не всегда, а если и возвращают, то не всю сумму.

Примерно год назад я подала все необходимые документы в многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг для того, чтобы сделать протез бесплатно, старый сломался. После этого нужно было ждать решения — по идее это просто бумага, где пишут, что тебе положен протез.

Ждала бумагу долго, после чего отправила видеобращение президенту РФ, тогда как раз было открытое общение с Путиным. На следующий день мне позвонили и сказали, что этот листик с решением готов. Я поехала в Институт Альбрехта и отдала им все бумаги. Меня поставили в очередь на протез и сказали, что не ясно, когда подойдет моя очередь, потому что государство выделяет разные суммы с разной периодичностью», — рассказала Катя Крюк.

На момент подготовки материала Кате склеили сломанный протез и дали оболочку, новый протез не сделали.



Индустриальный парк Greenstate



Участки для промышленности
Приходи и подключайся

Наши преимущества:

- Великолепная логистика
- Готовая инфраструктура
- Подключения в требуемых объемах
- Сопровождение проектов
- Собственная управляющая компания

Транспортная доступность:

- ▶ КАД — 1 км
- ▶ Таллинское шоссе — 1 км
- ▶ Киевское шоссе — 9 км
- ▶ Московское шоссе — 20 км
- ▶ Порт Санкт-Петербурга — 16 км
- ▶ Аэропорт «Пулково» — 15 км

АО «ЮИТ Санкт-Петербург»
Дирекция по развитию
объектов недвижимости

Тел: 8 812 336 3757 (доб. 1086)
Тел: 8 812 448 9855
greenstate@yit.ru



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

«НА СЕРВИС СЕРЬЕЗНЫХ ДЕНЕГ НЕ ВЫДЕЛЯЮТ» В КРИЗИС ГОСУДАРСТВЕННОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В ЧАСТИ ОСНАЩЕНИЯ МЕДУЧРЕЖДЕНИЙ НАКОНЕЦ СТАЛО БОЛЕЕ ОБДУМАННЫМ, СЧИТАЕТ ВЛАДЕЛЕЦ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР KELEANZ MEDICAL ЕЛЕНА КИРИЛЕНКО. ОДНАКО ЛАКУНЫ В ЗАКОНАХ О ГОСЗАКАЗЕ СИЛЬНО ОТРАЖАЮТСЯ НА КАЧЕСТВЕ РАБОТЫ СО СЛОЖНОЙ ТЕХНИКОЙ. ДЕМПИНГ ПРИ АУКЦИОНАХ НА СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ ДОСТИГАЕТ 60–70%, И БЕЗ ВВЕДЕНИЯ ДОСТАТОЧНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ ТРЕБОВАНИЙ К ПОСТАВЩИКАМ ИЗБЕЖАТЬ ПРОБЛЕМ С НИМИ БУДЕТ ТЯЖЕЛО. ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА

BUSINESS GUIDE: Как вы оцениваете масштабы своей компании на рынке поставок медоборудования?

ЕЛЕНА КИРИЛЕНКО: Официальных данных об объемах этого рынка нет. По моим расчетам, он измеряется сотнями миллиардов рублей. Для Keleanz Medical 2015 год был не самым лучшим. Но на сегодняшний момент портфель заказов уже превысил весь оборот прошлого года, и к концу 2016-го мы надеемся приблизиться к выручке в миллиард рублей.

BG: А как ведет себя рынок: насыщенность, динамика?

Е. К.: В целом не просто, так как в основном финансирование в медицине государственное, а с ним сейчас не все гладко. Есть мнение, что денег в здравоохранении нет. Я убеждена, что деньги в здравоохранении есть, но они стали тратиться эффективнее. Каждый проект обдумывается и аргументируется — более взвешенно стали приниматься решения по оснащению медицинских учреждений.

Игроков много, но люди работают по-разному. Моя принципиальная позиция: не работать только в качестве поставщика оборудования, так как этого недостаточно, чтобы сделать нашего заказчика довольным. Мы очень активно занимаемся подготовкой объектов, отделений, помещений к поставке. Монтируем, вводим в эксплуатацию, обслуживаем во время и после гарантии оборудование. То есть решаем ту медицинскую задачу, которую ставит заказчик, подгоняя под нее комплекс работ и медицинского оснащение.

BG: Все же вы не одни так работаете. Кого считаете основным конкурентом?

Е. К.: Конечно, есть компании, которые прекрасно работают и идут с нами нога в ногу. Но есть специализация. Плюс-минус подобных нашей — около десяти компаний, однако рынка пока хватает на всех.

У меня большой опыт работы в этой области, в прошлом я одиннадцать лет руководила медицинским подразделением General Electric по СЗФО. Сейчас они одни из наших главных партнеров. Я являюсь стопроцентным владельцем Keleanz Medical. Компания растет, сняли новый офис, сегодня здесь работает 25 человек. Потому что есть интересные проекты — и мы расширяем техническую службу и отдел продаж, договорной отдел, логистику.

BG: Какова доля государственного заказа в бизнесе компании и есть ли разница для вас между государственным и частным клиентом?

Е. К.: Думаю, соотношение примерно 80 к 20 в пользу госзаказа. Как ни удивительно, в государственных учреждениях финансирование больше. Частники зачастую просто не могут приобрести качественное оборудование. Импорт серьезно подорожал. Российские производители предлагают более конкурентные цены. Правда, учитывая, что многие все же собирают оборудование из импортных комплектующих, цены на внутреннем рынке тоже растут.

BG: Перечислите навскидку российские компании, которым вы можете доверять, более того — оборудование которых реально готовы заказывать клиенты.

Е. К.: Мы очень давно сотрудничаем с крупным российским производителем — компанией «Фармстандарт медтехника», которая производит оборудование для мойки, дезинфекции и стерилизации. В частности, недавний совсем проект был реализован в Покровской больнице и в 16-м роддоме. Есть производители рентгеновского оборудования — завод «Электрон», который базируется в Петербурге. Опыта поставок пока не было, но совместные договоры уже есть. В Москве есть компания МТЛ — тоже российский производитель оборудования лучевой диагностики.

Локализованные производства: те же самые GE в Подмоскovie собирают КТ, УЗ-сканеры. Оборудование имеет сертификаты «сделано в России», хотя, конечно, собирается из импортных комплектующих.

Кстати, очень активно сотрудничаем с белорусами. Например, есть компания «Медин», которая делает мебель для медицинских учреждений, операционные столы. Отличного качества, современное производство, прекрасный опыт поставок, цены абсолютно конкурентные.

BG: И какую долю занимает российское оборудование в ваших поставках?

Е. К.: На сегодняшний день около половины. За счет цены — от оборота это процентов тридцать. Конечно, при вопросе о наращивании этой доли обязательно надо учитывать вопрос качества — заказчик ни в коем случае не должен страдать.

BG: Когда начал действовать закон «Третий лишний», вы сталкивались с проблемами по поставкам?

Е. К.: Вы знаете, нет. Если импортный аналог по каким-то свойствам уникален, как правило, у заказчика есть аргументы, чтобы отстоять свои требования. В законах о государственных закупках — 44-ФЗ, 223-ФЗ — есть моменты, которые требуют доработки. С моей точки зрения, есть смысл ввести большие требования к квалификации поставщика, опять же дифференцированные — не во всем. Если номенклатура и спецификация формальные и нужна просто поставка, особой квалификации не нужно. А когда требуется комплексное оснащение, задействованы современные медицинские технологии, уникальные, то квалификация важна.

BG: В одном из интервью вы говорили, что интересуетесь проектами локализации, в частности, в Ленинградской области. Что имеется в виду?

Е. К.: Есть несколько проектов по локализации — ряд наших зарубежных партнеров к нам уже обратились. Называть их преждевременно, так как процесс идет не так быстро, как хотелось бы: партнеры побаиваются переносить сюда технологии, производство, вкладывать деньги. Речь идет о сложной технике, производстве оборудования для скорой помощи. Я ищу пути развития компании.

BG: Какова ваша роль в этих проектах? Вы готовы вкладывать свои средства?

Е. К.: Я выступаю идеологом, инициатором и двигателем этих переговоров. И всегда прогновирую, что готова участвовать в этом бизнесе и вкладываться в него, а в дальнейшем и организовывать рынок сбыта для этой продукции. Наши партнеры — это в основном американские компании с производством в Европе, во Франции, в Швеции, Голландии. Сейчас есть масса политических нюансов, но это все обсуждаемо.

BG: Помимо упомянутых проектов по локализации, планируете ли вы как-то диверсифицировать бизнес?

Е. К.: Сейчас я делаю большой упор на работу со строительными компаниями. Есть проект в Крыму, где наша партнерская строительная компания «Петробалт» возводит Ялтинскую городскую больницу № 1, и у нас подписан контракт на полное ее оснащение.

BG: В Ялте прямой госзаказ, вы выступаете субподрядчиками. Сами строить не будете?

Е. К.: Я сторонница того, что каждый должен заниматься своим делом, заниматься профессионально. У нас есть медицинские технологи, которые могут помочь в части медпроектирования, но общей архитектурой пусть занимаются строительные фирмы. Мы планируем помогать им в создании раздела «медицинские технологии», подбирать оборудование и в дальнейшем оснащать объект и сопровождать его.

BG: Как вы видите структуру вашего бизнеса? Какую долю в нем занимают поставки, какую сервис?

Е. К.: Сервис на сегодняшний день еще не очень выгодная тема, пока это процентов пять от оборота компании. Наращивать эту часть сложно: на сервис серьезных денег не выделяют. И здесь как раз есть то, о чем я говорила: серьезные прорехи в законодательстве по госзаказу. Потому что очень часто в сервисные аукционы приходят абсолютно некомпетентные компании. При аукционах на сервисное обслуживание оборудования демпинг достигает 60–70%. За эти деньги оно, естественно, не обслуживается вовсе, иногда даже пыль не вытирается. А это беда, так как оборудование высокотехнологичное, дорогое и сложное.

По структуре: еще 50% — это непосредственно поставки медицинского оборудования, оставшиеся 45% — комплексные проекты.

BG: Какие интересные направления поставок вы сейчас видите? Реабилитация в России, например, почти не развита.

Е. К.: Ее практически нет. В медицинских учреждениях Санкт-Петербурга, где есть реабилитационные отделения, огромные очереди. Поэтому она и есть самое актуальное на сегодняшний день. Еще направление, которым мы активно занимаемся, — это поддержание эпидемиологического режима в медицинском учреждении: мойка, дезинфекция, стерилизация, обработка медицинских изделий. И по оснащению служб скорой помощи, которые работают во всех экстренных, чрезвычайных ситуациях, очень много проектов. Здесь как раз за счет того, что мы работаем комплексно, практически не встречаем себе конкурентов. ■

ПРАЗДНИК С КПД

ИССЛЕДОВАНИЯ ПОКАЗЫВАЮТ, ЧТО ПОВЫШЕНИЕ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА НА 5% ВЕДЕТ К ПРИРОСТУ ВЫРУЧКИ НА 3%. КОРПОРАТИВЫ МОГУТ БЫТЬ ДЕЙСТВЕННЫМ СПОСОБОМ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ, ПОЭТОМУ ЭКСПЕРТЫ СОВЕДУЮТ ОСОЗНАННО ВЫБИРАТЬ ИХ ФОРМАТЫ И НЕ ЭКОНОМИТЬ НА ОРГАНИЗАЦИИ.

ВЛАДА ГАСНИКОВА

На промышленных предприятиях с высоким уровнем вовлеченности на 75% меньше дефектов и на 26% меньше сумма исков, связанных с безопасностью. Уровень удовлетворенности покупателей на 5% выше в магазинах, сотрудники которых отличаются высокими показателями вовлеченности, подсчитали аналитики Aon Hewitt, консалтингового и исследовательского подразделения по кадровому рынку компании Aon. И корпоратив — это один из способов повысить лояльность работников.

Как рассказывает директор по HR-проектам группы компаний RCG Элина Полухина, корпоративы становятся все более бизнес-ориентированными. Вовлеченность, лояльность и удовлетворенность персонала измеряют различными способами: от самостоятельно разработанных компанией анкет до признанных в мире методик. Самые известные среди них — Gallup и Aon Hewitt. Они выдают оцифрованные результаты и понимание, какие изменения стоит внести в HR-стратегию.

Создавая условия для реализации личных потребностей сотрудника (например, научиться профессионально петь, танцевать, фотографировать), работодатель повышает его удовлетворенность. «Если человек принимает активное участие в создании мероприятия, подходит творчески к его воплощению, а не просто пассивно наблюдает за происходящим, у него повышается вовлеченность. В итоге мы видим растущую лояльность, ведь каждому хочется работать в компании, где столько возможностей не только для профессионального развития, но и для личностного. Конечно же, в этом случае сотрудники с большим удовольствием будут делать все, чтобы любимая компания и дальше процветала. Будут от чистого сердца рекомендовать ее своим знакомым и незнакомым профессионалам. Прямое следствие — выполнение производственных планов, увеличение числа желающих попасть в компанию», — уверена Светлана Скольцова, руководитель управления по работе с персоналом компании «СКБ „Контур“». К тому же совместная подготовка мероприятия дает возможность познакомиться и даже подружиться коллегам из разных подразделений.

Здесь есть и возможность для руководства сделать важные наблюдения: в неформальной обстановке топ-менеджеры обращают внимание на сформировавшиеся круги общения внутри компании, замечают лидерские задатки сотрудников и умение подчиненных решать общие задачи, не связанные с рабочими инструкциями. «Проводя корпоратив, предоставьте возможность людям самостоятельно определять, как и с кем спланировать: коллективные игры, соперничество, просто отдых на природе — везде свои задачи и везде кто-то должен будет взять на себя

ответственность. Важно слышать и видеть все, от процесса подготовки к мероприятию до последующего его обсуждения», — советует коммерческий директор бизнес-портала «БиБосс» (BeBoss) Альберт Хамзин.

ЛОЖКА К ОБЕДУ Формат всегда зависит от цели мероприятия. «Нужно крепче привязать сотрудников к компании? Тогда подойдет „Семейный день“ с массовыми активностями. Если нужно интегрировать компанию между собой, оптимальный вариант — командные несоревновательные тимбилдинги. Если необходимо познакомить сотрудников с продуктом, хороши квесты и официальные презентации», — говорит основатель проекта «Арт-Наука» Николай Новоселов. Директор по персоналу ГК Pure Татьяна Ковалева рекомендует поход в веревочный парк или проведение пейнтбольного турнира в периоды активного набора сотрудников — такие игры помогают новичкам интегрироваться в коллектив. Мотивационные мероприятия — это поощрительные поездки для лучших работников, мероприятия для детей сотрудников. Для укрепления корпоративной культуры и обучения сотрудников — тренинги, конференции, семинары, круглые столы, перечисляет директор по развитию продаж Urjet Travel Group Татьяна Конакова.

Генеральный директор рекламной группы «Успешные проекты» Илья Казарин выделяет два типа корпоративов: активный тимбилдинг в летнее время, направленный на сплочение и объединение коллектива, и новогодний праздник, у которого больше целей развлекательных. Господин Казарин не рекомендует экономить на коллективных мероприятиях. «Корпоратив — это еще и определенная форма поощрения: ребята, вы хорошо поработали, давайте теперь хорошо отдохнем. Если на выходе получается история „вы хорошо поработали, но не настолько, чтобы устроить вам нормальные развлечения“, значит, этот корпоратив вместо сплочения и объединения людей срывает в минус корпоративной культуре», — поясняет он.

Илья Казарин советует организаторам корпоративов уважительно относиться ко всему коллективу: когда для руководства накрывают отдельный стол с лучшим набором еды и напитков, разницу видит не только директор, но и все сотрудники компании. «Понятно, за чей счет банкет, но мы же делаем мотивационное мероприятие, заряжающее коллектив на весь год, где подводим итоги и задаем вектор развития на следующие годы. Поэтому думать нужно о людях: похвалить каждого человека за его вклад в развитие компании, дать возможность развлечься и почувствовать себя ценным специалистом», — говорит господин Казарин.

Эффективность проведенного мероприятия управляющий партнер PR-агент-

ства «Идеи & решения» Сергей Пархоменко оценивает по пяти параметрам: по количеству участников от полного числа сотрудников; по объему разрешенных «тлеющих конфликтов»; по количеству новичков в коллективе, с которыми команда перешла на «ты»; по уровню эмоционального подъема сотрудников и числу совместных активностей членов коллектива после корпоратива.

СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИИ Частота проведения корпоративов зависит исключительно от общей HR-стратегии на год, корпоративной культуры и утвержденного бюджета, но все-таки специалисты рекомендуют не пропускать Новый год и день рождения компании. Люди ценят, когда коллектив отмечает тематические профессиональные праздники, например День программиста или День социального работника. Каждая компания вправе заводить и собственные традиции и праздники, но сотрудники будут чувствовать их ценность, только если они органично появились и существуют в этой компании, а не поддерживаются искусственным образом.

Цены на организацию корпоратива варьируются в зависимости от наполнения

праздника. «Мероприятие для маленького коллектива из десяти человек может обойтись в 50–150 тыс. рублей. Для крупной компании из 500 человек — от 2,5 млн рублей. Заблуждение считать, что чем больше бюджет корпоратива, тем эффективнее он будет. Лучше провести бизнес-игру, инвестировать деньги в мобильный интернет для сотрудников, организовать совместную культурную программу, чем тратить баснословные суммы в десятки миллионов рублей на гонорары эстрадных звезд», — уверена основательница коммуникационного агентства PR Inc. Ольга Дашевская.

НЕТРИВИАЛЬНЫЙ РЕЦЕПТ ВG попросил компании рассказать об интересных корпоративах, которые им доводилось устраивать. «Совсем недавно происходило слияние двух фармкомпаний, и, конечно, в структуре и работе офисных сотрудников происходили серьезные изменения, которые нужно было донести на цикловой конференции. Одним из инструментов донесения идей руководства был тимбилдинг, в ходе которого участники создавали пластилиновые мультфильмы. → 50

УСАДЬБА НА ЛАНСКОМ

Пр. Энгельса, 2

При единовременной оплате в размере от 30% от стоимости квартиры предоставляется 5-ти процентная рассрочка. Стоимость квартиры от 1,5 млн руб. Работает с ипотекой от банка У. Общ. ДП Истейт Ланское. С проектной декларацией можно ознакомиться на сайте www.lanskoe.com.

БИЗНЕС-КЛАСС
В ОКРУЖЕНИИ ПАРКОВ

ДОСТУПНАЯ
ИНФРАСТРУКТУРА

СОВРЕМЕННЫЕ
КОММУНИКАЦИИ

БЕСПРОЦЕНТНАЯ
РАССРОЧКА

+7(812) **703-52-00**
www.lanskoe.com

ВСЕГО
207 КВАРТИР

БОЛЬШОЙ
ДВОР

СВОЙ ВЫХОД
В ПАРК

СЭР 19 лет с Вами!

РЕКЛАМА

49 → Такой игровой формат является достаточно редким на рынке, и сложнее всего было найти 35 мультипликаторов», — говорит Татьяна Конакова.

Для другого ее клиента из сферы сетевого маркетинга Urjet Travel Group провела кулинарный тимбилдинг: сотрудники компании вместе приготовили гигантскую селедку под шубой, рекорд фиксировал представитель Книги рекордов России. После официального признания рекорда сотрудники компании разрезали салат, упаковали в контейнеры и раздали бездомным людям.

«На прошлом корпоративном мероприятии стояла задача заниматься развитием креативности среди наших сотрудников в рамках нашего бизнеса. Поэтому на корпоративе сотрудники создавали свои инновационные арт-объекты. Например, одна из 11 команд сделала электронную карту коммуникаций внутри компании, где аккумулировались все контакты сотрудника через почту, LinkedIn и телефонные звонки. В итоге получился продукт, который мы используем внутри компании и планируем предлагать нашим заказчи-



СПОСОБНОСТЬ К ВЗАИМОПОМОЩИ, ЛИДЕРСКИЕ КАЧЕСТВА ИЛИ ОБЫЧНОЕ ЧУВСТВО ЮМОРА — НА ВНЕУРОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ НАЧАЛЬНИКУ ЛЕГЧЕ ЗАМЕТИТЬ ЗАДАТКИ ПОДЧИНЕННОГО

кам», — вспоминает Полина Хабарова, заместитель генерального директора по работе с персоналом системного интегратора «Крок».

А в СКБ «Контур» к новому 2015 году шесть месяцев готовили целый мюзикл, в котором было задействовано 120 сотрудников. Все это время за счет компании после работы они занимались с профессиональными педагогами вокалом, танцами, актерским мастерством. «У проекта было несколько целей: поддержание корпоративного духа и традиций компании, создание необходимой атмосферы в коллективе и построение эффективных внутрикорпоративных коммуникаций. Все цели были достигнуты, об этом говорит и то, что в проекте участвовали сотрудники из всех подразделений компании, и то, что новости о проекте стали самыми массовыми по количеству просмотров и комментариев по итогам года. А команда организаторов получила через внутренние ресурсы более 400 положительных отзывов о реализованном проекте, в том числе предложения повторить мюзикл», — подвела итог Светлана Скольцова. ■



ЛЮБИТЕЛИ КРАФТОВОГО ПИВА УВАЖАЮТ ЭСТЕТИКУ: ЛИМИТИРОВАННЫЙ ВЫПУСК, НЕОБЫЧНАЯ ЭТИКЕТКА, СЛОЖНЫЙ ВКУС

Однозначного определения «крафт» у нас пока не сформировалось, чаще всего в России в это понятие вкладывают смысл, законодательно закрепленный на его родине в США: «крафтовой» считается небольшая, независимая, традиционная пивоварня с годовой производительностью не более 6 млн баррелей (один американский баррель примерно равен 119 литрам). То есть объем производства, независимость от стороннего капитала или отсутствие связей с глобальными пивоварами, а также традиции, предполагающие отсутствие «экономии» на производстве, — основные факторы, по которым судят о причастности пивоварни к крафтовому направлению. Иван Шишкин, генеральный директор First Federation (петербургский дистрибутор импортного крафтового пива) определяет крафт как «качественное пиво, сваренное с идеей, не советом директоров, а пивоваром».

ПИВНОЙ СНОБИЗМ ПЕТЕРБУРГ — НЕОСПОРИМАЯ МЕККА КРАФТОВОГО ПИВА В РОССИИ. ИМЕННО ЗДЕСЬ ПОЯВИЛОСЬ СНАЧАЛА «ЖИВОЕ ПИВО», А ЗАТЕМ И СЕГМЕНТ «КРАФТ». ПО РАЗНЫМ ОЦЕНКАМ, ЕГО ДОЛЯ В ГОРОДЕ ДОСТИГАЕТ ОТ 0,3 ДО 8%, В ТО ВРЕМЯ КАК В ЦЕЛОМ ПО РОССИИ ОНА НЕ ПРЕВЫШАЕТ ПРОЦЕНТА. В СТРУКТУРЕ РЫНКА, ЕГО ПРЕДПОЧТЕНИЯХ И ТОМ, ПОЧЕМУ МИНИ-ПИВОВАРНЯМ НЕ СТРАШНА КОНКУРЕНЦИЯ СО СТОРОНЫ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА.

Впрочем, главный редактор журнала Real Brew Наталья Петрова отмечает, что некоторые производители в России уже отказались от использования слова «крафт». «Известно, что в 2000-х в Петербурге зародился термин „живое пиво“, который можно считать аналогом „крафта“. В то время, когда на рынок хлынул некачественный продукт, и термин „живое“ был дискредитирован, „крафт“ пришел ему на смену. Многие считают, что „крафт“ тоже себя изживает из-за недобросовестного его использования большими заводами. Однако, по той причине, что термин международный, он до сих пор остается действующим», — рассказывает она.

ШИРОКАЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ В УЗКИХ КРУГАХ Игроки рынка и аналитики сходятся в оценке доли сегмента на пивном рынке России: она мизерна. В рознице он занимает не более 0,3–0,5%, больше концентрируясь на HoReCa как канале продаж, уточняет директор по работе с глобальными клиентами компании Nielsen в России Марина Лапенкова. «Крафтовое пиво — все же премиальный продукт, с трудом вписывающийся в набирающую обороты ценовую конкуренцию и остающийся продуктом нишевым. В Санкт-Петербурге за счет известных в регионе производителей, таких как

„Василеостровская пивоварня“ и „Северная пивоварня“, доля выше и составляет около 1% розничной торговли. Специфика петербургского рынка в том, что эти крафтовые пивоварни ищут пути выхода в сетевую розничную торговлю», — говорит госпожа Лапенкова.

С такой оценкой согласен и совладелец пивоварни AF Brew Никита Филиппов: «Крафтовое пиво является частью той доли, что занимает мини-пивоварни, а это не больше 2–5%. Если отбросить производителей, занимающихся классическим пивом в чешской, немецкой или бельгийской стилистике, а также тех, кто по инерции варит типичные для России слабоохмеленные, солодовые, „живые“ лагеры, то в сухом остатке русского крафта останется 0,3–0,5% рынка максимум. В Петербурге картина может незначительно отличаться — количество мини-пивоварен здесь самое большое по России, крупных промышленных заводов всего три, а позиции крафтового пива исторически сильнее», — солидарен он.

Более высокие оценки дает совладелец KONIX Brewery Олег Татуев: с учетом совершенно полярных пивоварен, которые с трудом можно отнести к данному сегменту рынка, доля крафта в России колеблется в пределах 3–3,5% в натуральном выражении, а в Петербурге — на уровне 8–10%, в

деньгах при этом она, безусловно, выше. Спрос обусловлен готовностью потребителя платить за дополнительные потребительские свойства продукта, говорит Олег Татуев, в данном случае — за индивидуальность, аутентичность, даже притом что в среднем такое пиво в два-три раза дороже масс-маркета.

По мнению Ивана Шишкина, потребление крафтовых сортов в России растет примерно на 10% в год.

Рост их популярности замечают и представители крупных пивоварен. По словам Анны Маркиной, менеджера по внешним коммуникациям Heineken в России, запрос потребителей на такую продукцию (в первую очередь на различные эли) является одной из главных тенденций на рынке. «По нашим оценкам, в 2015 году отдельные крафтовые пивоварни могли увеличить отгрузки вдвое. Отечественное крафтовое пиво является приемлемой альтернативой импортному пиву с точки зрения вкусовых ощущений и цены», — видит причину она.

«В последнее время оно показывает самый активный рост среди пивных категорий, — добавляет Никита Филиппов. — Можно говорить даже о том, что крафтовое пиво „залезло“ на традиционную аудиторию сидра и вина, то есть туда, куда обычному пиву всегда было сложно

попасть в силу стереотипов потребления и восприятия». Впрочем, в «Ладоге Дистрибьюшен» не согласны: «Те, кто пили вина или коктейли, не перестали их покупать и заказывать и не перешли полностью на крафтовое пиво даже с ростом его популярности. Данная категория в большей части „отъедает“ долю рынка у импортного пива — крафт точно так же выгодно выделяется на полке благодаря интересному и нестандартному оформлению, а цена часто существенно ниже, притом что качество крафтовой продукции серьезно выросло за последнее время».

Бармены нередко говорят, что крафт — это мужское пиво. Наблюдения Никиты Филиппова сводятся к тому, что процент девушек среди современных потребителей крафтового пива существенно выше их доли в целевой аудитории всего пивного рынка десятилетней давности. «Крафтовое пиво — категория не объемная, в основном оно недешевое и его не пьют гектолитрами, как простые столовые сорта. Усредненно, потребитель крафтового пива — это городской житель 20–40 лет, обладающий достаточной покупательской способностью и широким кругозором, пьющий пиво один-три раза в неделю и готовый тратить на него 3–5 тыс. рублей в месяц и более», — рисует портрет господин Филиппов.

СТОЛИЦА КУЛЬТУРНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В топ производителей крафтового пива в России входят петербургские AF Brew и Bakunin, Knightberg, подмосковные Victory Art Brew и Stamm Beer, уральский Jaws, тульский Saldens. Крупными игроками также являются Московская пивоваренная компания, Василеостровская пивоварня, Gletcher, First Federation. Среди марок крафтового пива наиболее популярными

в России считаются BrewDog, Mikkeller, De Molen, TOOL, Anderson Valley. Наиболее популярные сорта — Indian Pale Ale, American Pale Ale, Imperial Porter/Stout, Sour/Wild Ale, Barley Wine, Gose, Saison. Одной из основных черт крафтового пивоварения является постоянное развитие, освоение и даже изобретение новых стилей, поэтому в Россию быстро пришел тренд на сорта спонтанного брожения, кислые и дикие эли.

Долю импорта в общем объеме крафта сами производители оценивают примерно в 30%, что связывают в том числе и с тем, что российские пивовары составляют достойную и серьезную конкуренцию привозным аналогам.

«Петербург как пивная столица России и родоначальник движения стал первым и долгое время являлся единственным рынком для крафта. Сейчас это качественно, но не объемно рынок №1. Проектов не так много, как в Москве, но большинство из них осмыслено и реализовано профессионально», — комментирует Иван Шишкин. В Москве за счет значительно большей емкости рынка (и из-за численности населения, и из-за его платежеспособности) крафта больше, но за счет низких входных барьеров здесь много случайных людей и дилетантских проектов, считает он.

Руководитель отдела маркетинга пивной компании «Монблан» Евгений Фролов характеризует развитие сегмента в Москве словом «бум». Другие регионы потихоньку подтягиваются. Традиционно это в первую очередь самые «гастрономичные» города: Ростов-на-Дону, Иркутск, Казань.

До 90% продаж крафта идет через общепит и специализированную розницу (крафтовые бары, магазины разливного пива). В последнее время наметился тренд на точечное включение крафтовых сортов в меню

ресторанов, гастропабов и традиционных баров.

БЕЗОБИДНЫЕ КОРПОРАЦИИ Участники рынка ожидают бурного развития крафтового направления в регионах. «Отечественный крафт будет стремительно развиваться в количественном и качественном плане, но импортный оставит за собой свою долю рынка, предлагая рынку большое количество новинок из Европы, Америки и ближнего зарубежья», — прогнозирует Евгений Фролов. Никита Филиппов полагает, что основной тренд ближайшего будущего на рынке крафтового пивоварения — это стремление перейти от умения удивить однократно до умения удивлять постоянно, то есть непрерывно обеспечивать производство интересных сортов на стабильно высоком уровне качества. Пивоварни будут стремиться уходить от контрактных моделей к собственному производству, будут расти инвестиции в оборудование и технологии, вырастет конкуренция.

Крупные производители в этой ситуации «клювом не щелкают». По словам Марины Лаленковой, доля «крафти» (так называют подобные продукты крупных пивных заводов) на розничном пивном рынке Петербурга сопоставима с долей небольших пивоварен и составляет 1%.

Промышленные производители, несмотря на свои попытки войти в сегмент крафтового пива со своими «крафти-сортами», не представляют серьезной угрозы, оставаясь на периферии движения. Крафти-пивовары не опасаются конкуренции даже при учете их огромных возможностей по производству, себестоимости и каналам сбыта. «Проще представить рост какой-то из крафтовых пивоварен до размеров крепкого регионального середняка, чем

превращение индустриального монстра в настоящую крафтовую пивоварню», — рассуждают они.

У компании «Балтика», например, есть экспериментальные мини-пивоварни, где, по словам вице-президента по маркетингу компании Максима Лазаренко, варится серия сортов Baltika Brew Collection — для экспорта в США. «Весной мы выпустили на рынок первое крафтовое предложение I am Stepan Razin», — говорит Анна Маркина. — Это пиво соответствует всем признакам крафтового: светлый эль, бутылка с яркой этикеткой, выполненной с элементами поп-арта, ее дизайн разрабатывался известной екатеринбургской студией Vizhu Design, которая сотрудничает с крафтовой пивоварней Jaws».

По словам главреда Real Brew Натальи Петровой, сорта в интересных стилях, выпускаемые крупными предприятиями помимо привычных лагеров, крафтом не считаются. Она говорит, что некоторые стили биргику (амер. beer geek) привычно видеть в исполнении небольших производств и появление их среди продукции крупных заводов вызывает у покупателя противоречивые чувства.

Максимальное в пользу крафта соотношение сегментов пивного рынка имеют США, где он занимает около 12% (по некоторым оценкам — 18%). В России это вряд ли возможно в силу причин экономического и социального порядка. «Любые попытки вывести крафтовое пиво в более объемные категории приводит к нивелированию тех особенностей, которые и делают его крафтовым. При любом уровне развития экономики такое пиво всегда будет оставаться в меньшинстве», — уверен Никита Филиппов. Олег Татуев тем временем оптимистично полагает, что Россия сможет достичь показателей Америки в течение пяти-восьми лет. ■

Ост. в 1785 году

АРИСТОКРАТИЧЕСКАЯ
РУССКАЯ
КУХНЯ

А. Палкинъ

• ПАЛКИНЪ •
Restaurant de Luxe

Реклама "Ресторан де Люкс"

Невский пр., 47 +7(812)703-5371, www.palkin.ru

«ВЫ ЗА ПАРУ ДЕСЯТКОВ ДОЛЛАРОВ БУДЕТЕ ЗДЕСЬ РУБИТЬСЯ?»

ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ 2000-Х В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ НАРЯДУ С АВТОМОБИЛЬНЫМ КЛАСТЕРОМ НАЧАЛ ФОРМИРОВАТЬСЯ КЛАСТЕР ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЭЛЕКТРОНИКИ. РАБОТАЛ ЗАВОД ELCOTEQ, ВЫХОДИЛИ НА ПРОИЗВОДСТВО FLEXTRONICS И FOXCONN. ВСЕ ТРИ, ОДНАКО, ПОЗЖЕ УШЛИ ИЗ СТРАНЫ, ОСТАВИВ РЫНОК АМЕРИКАНЦАМ JABIL И КИТАЙСКОМУ TPV. АНДРЕЙ КОРЖАКОВ, БЫВШИЙ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПЕТЕРБУРГСКИХ ЗАВОДОВ ELCOTEQ И FOXCONN, РАССКАЗАЛ О ВРЕДНОСТИ НЕИСТРЕБИМОЙ ВЕРЫ В «КУРС НА БУДУЩЕЕ» В ТРАКТОВКЕ РОССИЙСКИХ ВЛАСТЕЙ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ ДЕНИСУ ГАВРИЛОВУ.

BUSINESS GUIDE: Как Foxconn зашел в Россию?

АНДРЕЙ КОРЖАКОВ: Foxconn руководствовался стратегиями своих клиентов. В данном случае планы на Россию были у компании HP, которая решила создать здесь совместное предприятие с Foxconn, чтобы сократить срок поставки компьютеров на рынок. Если раньше импортная продукция из Китая или Тайваня доставлялась в Россию за 40 дней, то с открытием производства в Петербурге это время сокращалось до нескольких часов. Помимо этого, Foxconn как контрактный производитель рассчитывал на привлечение в Россию еще нескольких клиентов.

Однако еще со времени прихода Elcoteq главным вопросом в развитии контрактных производств, не решенным до сих пор, является таможенно-тарифная политика нашей страны. На тот момент и по-прежнему импортная пошлина на готовый компьютер — 0%, а на комплектующие для его производства, которые в стране катастрофически отсутствуют, в зависимости от номенклатуры, — от 0 до 20%. То есть ввозить компьютер (да и множество другой потребительской электроники) было дешевле, чем его собирать. В случае с Elcoteq шла речь о производстве мобильных телефонов, но пошлина на готовые мобильники составляла 5%, а на комплектующие агрегативно — 8%.

BG: Для решения этого вопроса вы встречались с чиновниками разных уровней.

А. К.: Для тогдашнего губернатора Петербурга Валентины Матвиенко проекты Elcoteq и Foxconn были интересны и важны. Мы встречались с Эльвирой Набиуллиной, в то время министром экономического развития, которая на переговорах заявляла, что будет применяться принцип эскалации таможенных пошлин (чем больше переработка изделия внутри страны, тем больше пошлина на эти изделия, ввозимые из-за границы. — **BG**). Основатель Foxconn Терри Гоу поверил этим обещаниям, хотя они даже не были зафиксированы в виде серьезного юридического документа. Этот принцип в России до сих пор не работает.

BG: Но проект все же был запущен.

А. К.: В 2008 году мы, основываясь на той же вере, приобрели 12 га под Колпино и приступили к строительству первой очереди площадью 32 тыс. кв. м с полной загрузкой на 5 тыс. человек. Параллельно продолжали переговоры по пошлинам и по вопросам логистики в целом. В конце того же года наступил кризис, а вдобавок — и проблемы с генеральным подрядчиком, который оказал-



АЛЕКСАНДР КОРЖАКОВ

ся недобросовестным в отношении нашей стройки и многих других проектов по стране. HP и Foxconn заморозили проект строительства завода. Весной 2009 года было принято решение о запуске производства на арендованной площадке в Шушарах. Мы наладили выпуск настольных компьютеров HP, а затем — телевизоров Sony. У последних были амбициозные планы, но в какой-то момент они кардинально изменились, и мы выпустили в десять раз меньше того объема, который заявляли.

BG: И тут появляется Миша Розенберг, который возглавлял российское подразделение Flextronics, второго в мире контрактного производителя электроники. Он разве не видел, что здесь очевидные проблемы?

А. К.: Flextronics появился не неожиданно и несколько раньше. До Flextronics и даже до Foxconn, если я правильно помню, в Россию пришел другой мировой контрактный поставщик — Jabil. Все три компании вместе с российскими производителями при поддержке различных ассоциаций пытались убедить правительство в очевидности выгоды для страны изменения политики импорта электроники и комплектующих для ее сборки. Показывали примеры развития контрактного производства в мире. В странах Восточной Европы сначала давали возмож-

ность старта отверточной сборке — разница между пошлинами составляла 10% в пользу комплектующих. При росте объемов выпуска постепенно увеличивается переработка и добавленная стоимость, растет локализация, как итог — формируются условия для развития всех участников цепочки создания изделий. Теперь уже предприятия вышли на объемы, где пошлина не играет заметной роли. Но «наверху» упорно считали, что мы — представители «отвертки» и не более того, поэтому принимали решения инвестировать в развитие микроэлектроники. Но как развивать микроэлектронику как массовый продукт в отрыве от рынка, где конечный клиент и есть «отвертка»? Если ее не будет в России, то необходимо вписываться в мировые цепочки. А это долгий и дорогостоящий процесс.

BG: Flextronics тем временем нашел площадку.

А. К.: Имея в наличии потенциального клиента, Flextronics решил приобрести российский актив Elcoteq. На самом деле, до этого мы предпринимали попытки убедить руководство Foxconn разместить на его площадках свое производство, но размер и цена Elcoteq в то время не соответствовали масштабным планам Foxconn. Flextronics практически купил эту площадку, но в момент

ФАКТЫ ЭЛЕКТРОННЫЙ ПРОФИЛ

Андрей Коржаков — с 1999 по 2006 год генеральный директор ЗАО «Элкотек» (Elcoteq), а с 2006 по 2007 год — директор по производству ОАО «Климов». В должности генерального директора ООО «Фоксонн Рус» (Foxconn) проработал с 2007 по 2012 год. В дальнейшем трудился в должности исполнительного директора благотворительного фонда IDeA в Армении. В текущий момент занимается частной консалтинговой практикой в сфере промышленности.

оформления сделки были найдены ошибки в документах, и регистрационные органы сделку остановили. Flextronics тогда рассчитывал на совместный проект с Philips, но те приняли решение поменять партнера. Elcoteq вообще ушел с карты мира: на его площадках запустил производство «Оптоган», создавший с Philips СП по производству ламп (сейчас завод простаивает, а Philips выкупил долю «Оптогана» в СП, см. ВГ от 16.12.2015. — **BG**), а с телевизорами Philips в конечном счете оказался на TPV. Он определил китайского контрактного про-

изготовителя не только как партнера по производству, но и по выстраиванию продаж.

У Foxconn тоже была возможность зацепить Philips. Мы делали расчеты и для Panasonic. Еще до начала строительства завода я встречался в Китае с руководителями Foxconn и предлагал привести в Россию больше клиентов. Но все переговоры с той стороны сводились к одному вопросу: каков баланс пошлин? После моего ответа интерес пропал у всех. Foxconn сосредоточился на Sony, на несколько «лошадок» было решено не ставить. В какой-то момент пошлины на определенные модели телевизоров были увеличены, а Philips оказался несколько сильнее Sony с точки зрения продаж.

BG: Разве нельзя было решать вопрос через местных поставщиков, как это постепенно стали делать автомобильные предприятия?

A. K.: Конечно, и для Elcoteq, и для Foxconn вопрос локализации поставок был одним из приоритетных. Мы искали поставщиков пластика и металла, наиболее приемлемых для локализации комплектующих, но это было практически невозможно. У нас готовы подковать блоху, но только одну, а требований по качеству массового производства никто не выдерживает. А планы по расширению бизнеса в России были серьезные. Терри Гоу, который влюбился в Петербург, как-то сказал мне: «Андрей, производство — это не конек для России, я хочу здесь создать мощнейший R&D-центр, а производство будет только первым шагом на пути к этому». Тогда Терри посетил Колпино, и у него возникла идея выкупить часть площадки «Ижорских заводов» под размещение R&D-центра. Кстати, он был заинтересован в производстве электроники и для автомобильной промышленности. Но со стороны властей к продолжению этой темы не было никакого интереса.

BG: До какого момента вы бились по вопросу пошлин? Была же, наверное, финальная точка?

A. K.: По этому вопросу продолжались переговоры, даже когда я уже ушел из Foxconn, а это было в 2012 году. Слышал, что недавно псковский губернатор направил письмо

президенту страны с предложениями, выданными когда-то мировыми контрактными производителями. Общее отношение к этому вопросу характеризует встреча, состоявшаяся в тот период с одним из высокопоставленных чиновников МЭР. Когда я сказал, что агрегативно пошлина на готовый компьютер, произведенный в России из ввезенных комплектующих, составляет 3%, в ответ была такая реплика: «Андрей, вы за пару десятков долларов будете здесь рубиться? Вот ты приходишь в магазин покупать килограмм мяса, а он подорожал на 3%. И ты его не купишь?» Такая логика. Умножьте этот килограмм мяса на миллион в год! Но они этого не понимали.

Макроэкономическая ситуация в 2009–2011 годах не отличалась от предыдущих лет, мы продолжали надеяться на логику экономики и ждали. Однако вступление России в ВТО и введение новых пошлин зачеркнули надежды на местное производство многой техники. В отсутствие роста рынка и очевидного стимула производства компания Sony решила перенести объемы обратно в Словакию. Foxconn из мощного завода с планами на 5 тыс. сотрудников и оборотом более \$1 млрд в год превращался, таким образом, в маленький цех открытого производства HP.

BG: Как Foxconn окончательно ушел из России и что в итоге произошло с той площадкой в Колпино?

A. K.: Когда мы остались без Sony, постепенно стали сокращать арендные площади в Шушарах. Когда я уже ушел, стали сокращать персонал. В итоге HP решили закрыть проект и перевел производство на завод Foxconn в Чехии. А в Колпино стоит недостроенная коробка с подводкой электросети. Площадь объекта 32 тыс. кв. м — в собственности Foxconn, и компания до сих пор пытается ее продать. Но сейчас это актив, амортизация которого уже ушла в негатив.

BG: Как думаете, реально сегодня упомянутым компаниям сделать второй заход?

A. K.: В новой обстановке при действующих пошлинах, определяемых требованиями ВТО, и на падающем рынке — нереально. Системных изменений в экономике нет.

Бизнес ориентируется на короткие деньги, а любой производственный проект имеет продолжительный срок окупаемости. Отечественные производители комплектующих, имея гарантированные госзаказы и лоббируя свои интересы через правительство, пытаются всячески защитить свои мелкосерийные производства. Низкий уровень управленческой и технологической эффективности, практическое отсутствие инновационной деятельности и закрытость от рынка, рост тарифов — все это делает отечественные производства неконкурентными на внешних рынках. В то время как весь прогрессивный производственный мир плавно входит в период четвертой индустриальной революции, мы прочно застряли в прошлом. Да, кто-то зацепился. Тот же Jabil взялся за проекты, где риски не такие большие и есть постоянный заказ. Пару лет назад они создали консультационное направление для российских предприятий

по развитию технологий и управлению производством. На мой взгляд, это был верный шаг: многие производственные компании сейчас выходят на продажу знаний, а через знания уже продают свою продукцию.

BG: Почему у автомобилистов все получилось, а у электронщиков нет?

A. K.: У них оказалось сильнейшее лобби. Под действием этих сил руководством страны в середине 1990-х баланс пошлин был изменен в сторону местной сборки автомобилей. Мне многие говорили, что мы идем на переговоры без сильного лобби. Нашему успеху сопротивлялись российские электронщики. Утверждали, что и так производят компоненты, и на наши доводы, что это несопоставимые объемы и не той номенклатуры, говорили: «Другие, для вас, будем производить завтра». Как результат — общий настрой правительства был в пользу планов развития микроэлектроники. Их лобби побеждало разум экономики. ■

ЛЕГЕНДА СОГЛАШЕНИЯ ПЕРЕМЕННОГО ТОКА

Foxconn и правительство Санкт-Петербурга заключили соглашение о намерениях и сотрудничестве в октябре 2007 года. Оно предусматривало создание в городе завода по производству компьютерной техники. В 2008 году на территории «Логопарка Колпино» состоялась торжественная церемония закладки первого камня будущего предприятия. В 2010-м компания Foxconn арендовала 10 тыс. кв. м на территории логистического комплекса «Мегалоджикс», где стартовало производство персональных компьютеров HP и телевизоров Sony. Позже компания Sony ушла с петербургского завода Foxconn, производство перевела и HP. Площадка была закрыта в 2015 году. Завод в Колпино достроен не был, он до сих пор находится в собственности Foxconn.

В 2008 году соглашение о строительстве завода для производства высокотехнологичной продукции с правительством Санкт-Петербурга подписала компания Flextronics, она намеревалась выкупить завод Elcoteq на Таллинском шоссе и собирать ЖК-телевизоры Philips. Однако сделка сорвалась, и Foxconn отказался от инвестиционных планов в Санкт-Петербурге.

Производство Elcoteq существовало в Санкт-Петербурге с 1997 года, располагалось на арендованных площадях. В 2005 году компания построила собственный завод на Таллинском шоссе и перевела мощности туда. Elcoteq производила в Санкт-Петербурге кабельную продукцию и оборудование hands free для Ericsson, материнские платы для швейных машин Husqvarna, антенное оборудование для компании Andrew, инфраструктурное оборудование для Nokia, Siemens и NEC. В 2009 году предприятие было закрыто. В 2010-м площадку купил «Оптоган».

В 2011 году завод по производству мониторов и LCD-телевизоров Philips открыла китайская компания TPV. Производство располагается на арендованной площадке в Шушарах, решение о строительстве собственного завода пока не принято. В Петербурге TPV собирает телевизоры, мониторы, продукцию с ЖК-экранами, приставки для приема сигналов цифрового телевидения.

Помимо этого, в Тверской области с 2009 года существует производство американской компании Jabil, где сейчас выпускаются потребительская электроника, телекоммуникационное и сетевое оборудование, приставки для приема сигналов спутникового и цифрового телевидения, POS-терминалы и другое промышленное оборудование.

ПОХРАНИТЕ МЕНЯ ЗА ПЛИНТУСОМ «АНТИТЕРРОРИСТИЧЕСКИЙ ЗАКОН» ИРИНЫ ЯРОВОЙ И ВИКТОРА ОЗЕРОВА, ПРЕДПИСЫВАЮЩИЙ ИНТЕРНЕТ-КОМПАНИЯМ ХРАНИТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ФАКТАХ ПРИЕМА И ПЕРЕДАЧИ ДАННЫХ НЕ МЕНЕЕ ОДНОГО ГОДА, А ОПЕРАТОРАМ СВЯЗИ — ТРИ ГОДА, МОЖЕТ ОБОЙТИСЬ ПОСЛЕДНИМ В ТРИЛЛИОНЫ РУБЛЕЙ. РЯД ЭКСПЕРТОВ ПОЛАГАЕТ, ЧТО ЕСЛИ ГОСУДАРСТВО НЕ ВОЗЬМЕТ НА СЕБЯ ЧАСТЬ РАСХОДОВ И НЕ СМЯГЧИТ ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИХ ИСПОЛНЕНИЮ, ЦЕНЫ НА УСЛУГИ СВЯЗИ ДЛЯ ГРАЖДАН МОГУТ ВЫРАСТИ В ДВА-ТРИ РАЗА. ДРУГИЕ СЧИТАЮТ ЗАКОН ПОВОДОМ ПОСТАВЩИКАМ ПЕРЕСМОТРЕТЬ ЦЕНЫ И ИЗБАВИТЬСЯ ОТ НЕВЫГОДНЫХ ДЛЯ СЕБЯ ТАРИФНЫХ ПЛАНОВ. ЗАТО ВСЕ СОГЛАСНЫ, ЧТО НИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НИ «ЖЕЛЕЗА» ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ЭТОГО ЗАКОНА В ПОЛНОЙ МЕРЕ В РОССИИ НЕ ПРОИЗВОДИТСЯ. ЮЛИЯ ЧАЮН

Антитеррористический пакет поправок к законодательству главы думского комитета по безопасности Ирины Яровой и председателя комитета Совета федерации по обороне Виктора Озерова был подписан президентом РФ 6 июля.

Хранить информацию интернет- и сотовые операторы будут обязаны с 1 июля 2018 года. При этом само содержание сообщений, включая текстовую, голосовую информацию и видео, эти компании должны будут хранить до шести меся-

цев. Точный срок правительство определит в подзаконных актах.

В связи с этим, ссылаясь на расчеты одного из операторов, к концу 2018 года суммарная нагрузка по трафику на сети фиксированной и мобильной пере-

дачи данных у «Ростелекома», операторов «Большой тройки», «Транстелекома», «Межрегионального Транзиттелекома» и остальных российских операторов вместе взятых составит 107142 Gbps (гигабит в секунду). → 54

53 → К примеру, «Вымпелком» будет вынужден хранить в течение полугодия информацию объемом 12,5 ЭБ (эксабайт), из которых 5 ЭБ — данные и голосовой трафик, а 7,5 — видео с IP TV и VoD. По расчетам МТС, в 2018-м компании придется сохранить за полгода около 3,4 ЭБ информации, из которой трафик абонентов фиксированной связи составит 2,5 ЭБ и 0,88 ЭБ — мобильной. «Ростелеком» насчитал 15 млрд минут, которые его абоненты фиксированной связи наговорят с июля по декабрь 2018 года, но конкретных объемов информации, необходимой к хранению, не указал. Так же поступил «Мегафон»: компания лишь сообщила число узлов уровня доступа абонентов и агрегации в ее сети на конец 2018 года — 48,5 тыс., суммарную нагрузку на них — около 13,5 тыс. Gbps, через 40 стыков сети с контент-провайдерами будет проходить еще 4170 Gbps.

Виктор Озеров в конце августа заявил, что реализация антитеррористических поправок обойдется операторам примерно в 3 млрд рублей в год.

По оценке компании RCNTEC, разработчика системы хранения данных «Полибайт», затраты операторов на реализацию «пакета Яровой» могут составить от \$5 до \$26 млрд и даже \$156 млрд в зависимости от требований по надежности хранения. Подсчеты были сделаны на основе требований «большой четверки», в соответствии с заявленными ими объемами данных. Реальные требования к хранению данных пока не сформированы и будут определяться по результатам нескольких итераций, поэтому на прак-

тике затраты, скорее всего, будут значительно ниже.

Прирост объема данных будет органически, добавляет генеральный директор RCNTEC Денис Нештун. Он и так экспоненциально растет. Апгрейд системы под это, как правило, требует от 10 до 20% стоимости оборудования в год.

НЕРВНЫЕ ПЕРЕТРЯХИВАНИЯ Эксперты считают эти нововведения шансом для операторов связи перетряхнуть тарифную политику и избавиться от невыгодных для себя направлений и пакетов. Оценки затрат здесь только повод, хотя бы потому что эти цифры никак не удастся проверить и сопоставить с действительностью. Зато, замечает Виктор Ерофеев, технический директор CG Projects Group, можно рассказать всем, как плохо живется отрасли и каждому конкретному оператору лично. «Если исключить из требований поправок заведомо невыполнимые, то остальной набор относительно связи довольно скромный и адекватный. И, конечно же, все упомянутые требования и так выполняются операторами по законам „О связи“, „О СОРМ“ (Система технических средств для обеспечения функций оперативно-розыскных мероприятий. — **ВГ**) и в рамках других пакетов. Разумеется, затраты будут, но многомиллионного их роста здесь нет и быть не может. Это нервное», — улыбается он.

Пакет поправок предполагает довольно ощутимый рост бумажной и бюрократической возни, а также выяснения, кто кому теперь что должен. «Да, это стоит денег. Да, ляжет на потребителя, потому что чудес не бывает. И да, это деньги, ко-

торые можно было распределить в развитие сервисов и сетей, а не хоронить в бумаге и железе в угоду законодателю. Но это вопрос уже политической плоскости и стратегии оператора, — подчеркивает господин Ерофеев. — Следует отметить, что требования ко всем одинаковые, и говорить об изменении баланса и перераспределении в чью-то пользу некорректно. А вот если кто-то не впишется в условия задачи, то извините — и это уже вопрос собственного внутреннего менеджмента».

ДЕНЬГИ НА «ЖЕЛЕЗО» Вложения, разумеется, потребуются и в инфраструктуру. Пока точные оценки затрат на технику дать невозможно, но скромными они не будут. Хуже всего придется мелким и средним игрокам. Все крупные так или иначе — в рамках внутренней аналитики, в системах собственной безопасности и прочей экспериментальной Big Data — подобные технологические проекты у себя уже начинали.

В мае, когда антитеррористический пакет только появился в первой редакции и предполагал хранение всей информации до трех лет, эксперты отраслевого НИИ «Гипросвязь» подготовили расчет, согласно которому при вступлении закона в силу потребуется хранить 157,5 ЭБ. Сейчас эту цифру можно смело разделить на шесть, говорит вице-президент по продажам компании «Техносерв» Андрей Бородин. И все равно цифра, бесспорно, будет большая.

«Большую роль сыграет решение правительства — что хранить, как долго и каким образом. Для выполнения требований

понадобятся как минимум мощные системы хранения данных (СХД), системы съема информации с сети, а также программные комплексы для анализа сохраненной информации и поиска в ней», — перечисляет господин Бородин.

В России делаются только первые шаги для создания собственных СХД: это касается решений «Булат», «Битблейз» и прочих. Полностью готовое отечественное ПО на сегодняшний день отсутствует.

По мнению экспертов, для реализации этого закона в полной мере отсутствует и производство российского «железа». Минкомсвязи и операторы собрали данные о параметрах необходимого оборудования и направили этот список в Минпромторг.

ЦЕНОВАЯ САМОДЕЯТЕЛЬНОСТЬ О ценовых изменениях для конечного потребителя до окончательной формулировки требований говорить сложно: это во многом зависит от того, как распределится финансовая нагрузка на операторов.

«В случае если государство не возьмет на себя часть финансовой нагрузки и не смягчит технические требования к реализации закона, мы действительно можем говорить об увеличении цен в разы, — добавляет господин Нештун. — Если же оба этих условия будут выполнены — цены могут остаться на том же уровне или повысятся незначительно».

По мнению Виктора Ерофеева, даже при текущей ситуации, «до закона», цены на услуги связи некоторых операторов в определенных каналах связи завышены. «Очевидно, что оператор и далее склонен пользоваться любой возможностью, чтобы повысить клиентские цены — это же бизнес! Но реального повода для подобных демонстративных движений „от клиента“ закон не устанавливает. Только на правах ценовой самостоятельности», — высказывается он.

Операторы заявляли, что гражданам стоит ожидать двукратного, а то и трехкратного роста цен услуги связи.

По словам руководителя направления «Мобильная связь и интернет» портала «Банки.ру» Антонины Самсоновой, эти оценки завышены. «На цены для клиентов влияет слишком много факторов, при условии, что операторы постоянно вкладывают средства в новое оборудование, но такого взрывного роста цен мы не наблюдали ни при переходе на 3G или 4G, ни при прочих значимых изменениях на рынке. Если рост цен будет, он будет плавным и, как мне кажется, не столь значительным», — полагает госпожа Самсонова.

Василий Горшенин, руководитель направления решений для операторов связи компании «Крок», думает, что операторы будут реализовывать требования закона, инвестируя из собственной прибыли. Вариант с перекладыванием возросших затрат на конечных пользователей, в условиях жесткой ценовой конкуренции, маловероятен.

Тем не менее под влиянием пакета поправок темпы развития рынка могут замедлиться. «В последние несколько лет финансовое состояние операторов и без того ухудшилось из-за кризиса и курса валют: доход идет в рублях, а расход, например закупка оборудования, в валюте. И дополнительные крупные проекты, которые не будут монетизироваться, делают задачу развития еще более сложной», — подчеркивает он. ■



АНАЛИТИКИ ПОЛАГАЮТ, ЧТО ОПЕРАТОРЫ ПРЕУВЕЛИЧИВАЮТ ПОСЛЕДСТВИЯ АНТИТЕРРОРИСТИЧЕСКОГО ЗАКОНА, ОДНАКО ПОЛНОСТЬЮ ЕГО ПРИНИМАТЬ СЧИТАЮТ ПРЕСТУПНЫМ

«ТОРГ ЗДЕСЬ НЕУМЕСТЕН, ЭМОЦИИ ТОЖЕ»

В 2016 ГОДУ ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЗАВОД TRV, СЫГРАВ НА ОКОНЧАНИИ ЛЬГОТ НА ПОШЛИНЫ ПО ВВОЗУ ЭЛЕКТРОННЫХ КОМПОНЕНТОВ ДЛЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОЭЗ, ПОЛУЧИЛ КОНТРАКТЫ НА СБОРКУ ТЕЛЕВИЗОРОВ НЕКОЛЬКИХ В-БРЕНДОВ. ИМЕННО ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, ГОВОРИТ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР TRV CIS БЛАЖЕЙ БЕРНАРД РАЙСС, ОСНОВАННАЯ НА ПРИСТАЛЬНОМ АНАЛИЗЕ РЫНОЧНЫХ ДАННЫХ, ПОЗВОЛЯЕТ ЗАВОДУ ОСТАВАТЬСЯ УСТОЙЧИВЫМ. СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ — РАСШИРЕНИЕ ТИПОВ ВЫПУСКАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ В ОТРАСЛЬ IT И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ.



ЕВГЕНИЙ ПАРВЕНКО

BUSINESS GUIDE: Какова модель работы завода сегодня?

БЛАЖЕЙ БЕРНАРД РАЙСС: Это стандартная контрактная бизнес-модель. Наш завод в состоянии контролировать весь цикл создания продукта с момента производства компонентов в Азии или Европе до момента поставки его в конечную точку (end-to-end service). В начале 2015 года мы окончательно внедрили after-sales service и полностью замкнули цепочку.

BG: Сколько с завода уезжает телевизоров Philips и иных, другой электроники?

Б. П.: Я таких цифр вам не дам, так как это нарушает клиентские интересы. Модель CMS (contract manufacturing services, контрактная сборка. — **BG**) подразумевает производство конкурирующих между собой брендов. Суммарно завод сейчас выпускает 8 тыс. телевизоров в сутки. Полная мощность — около 12 тыс. в сутки, или 2,2 млн единиц в год.

В этом году мы стали работать с В-брендами. Я ждал апреля 2016-го, так как знал, что калининградская ОЭЗ прекращает свое существование в части беспошлинного ввоза компонентов, и готовил к этому моменту диапазон услуг на заводе. Раньше у нас не было аргументов для разговора с теми же Dехр, Doffler или Haier, потому что разница в доставке компонентов, скажем, для самого массового телевизора 32 дюйма при цене в 100–120 долларов была в среднем пять долларов на единицу. Сейчас это 50 центов, но и она выравнивается на этапе доставки готового изделия.

BG: Вы только у Калининграда забрали долю?

Б. П.: Еще у минского «Горизонта». Но там другие проблемы — они не работают с качеством. Мы нашли общий язык с клиентами, которые следят за «чистотой» бренда. Наверное, на данный момент это вся основная конкуренция.

BG: Если оценивать рынок потребительской электроники в целом, каково сейчас соотношение импорта и внутренней сборки, какова степень локализации российских подразделений?

Б. П.: Если мы говорим про телевизоры, то около 85% объема продаж собирается здесь. 15% — это те бренды, которые не решились на локализацию из-за сжатия рынка, и сегмент, который никогда не будет локализован, high-end (телевизоры «элитного» класса, реализующиеся поштучно,

но занимающие достаточно большую долю рынка в деньгах. — **BG**). В других сегментах эти цифры отследить сложно. Например, в IT до сих пор подавляющая доля «серого» импорта. То же касается аксессуаров для мобильных устройств.

Уровень же локализации увеличивается в основном за счет новых требований федеральных законов: они говорят о том, что если ты участвуешь в тендере госкомпаний и твой продукт не произведен в России, то к цене прибавляется 15%, что делает продукт заводом неконкурентным.

BG: Но когда нет местных компонентов, это невозможно физически.

Б. П.: Много что возможно локализовать. Но пока нет точных требований к «глубине локализации», никто не будет спешить инвестировать в производство компонентов в России. Логичнее начать с локализации электронных блоков. Тут требуется оборудование для поверхностного монтажа (SMT), полного цикла пайки и тестирования. Стоимость одной такой линии составляет от миллиона долларов.

По некоторым отраслям, например из телекоммуникации, к нам на завод уже пошли запросы — люди готовятся к «пакету Яровой». Мы тоже внимательно отслеживаем, какие требуются узлы, и будем активно работать с телекоммуникацией и IT.

BG: У вас сейчас вообще есть компоненты российского производства?

Б. П.: Конечно! Упаковка!

BG: Не так давно губернатор Псковской области направил президенту письмо с предложением повысить ввозные пошлины на готовую продукцию с 14 до 60%. Ваше мнение?

Б. П.: Я согласен с подходом, не согласен с цифрой. Пошлина, которая мотивирует на внутреннее производство, но не бьет по конечному потребителю, — 30–35%. Свыше того создаются нерыночные условия, схемы для получения «серых» доходов. Для каждой группы товаров надо проводить отдельные исследования, чтобы получить ставку, которая инициирует импортозамещение, а не убивает рынок. Торг здесь неуместен, эмоции тоже.

BG: Андрей Турчак лоббирует интересы конкретного производителя — GS Group. Думаете, они смогут выйти в ОЭЗ «Моглино» с конкурентной продукцией?

Б. П.: GS известен тем, что умеет работать с государственной поддержкой. То, что

они сделали в Гусеве в Калининградской области, получив огромные субсидии от государства, с точки зрения бизнеса — крайне неразумное решение. Мы должны понимать, что основную часть в нашей индустрии занимает логистика. Логистика на гусевском заводе не может быть оправдана, даже если люди на нем будут работать бесплатно. «Моглино» — более подходящее в этом смысле место.

BG: А возможность, что сюда придет кто-то из мировых контрактных сборщиков, вы оставляете?

Б. П.: Объемы корпоративных клиентов при нынешнем уровне пошлин не располагают к организации производства. Рынок интересен, но для того чтобы выпить пива, не всегда надо строить пивоварню.

На данный момент я не понимаю, почему не локализованы телевизоры некоторых известных японских брендов, почему в момент введения новой ставки пошлин они не решились вернуться (весной прошлого года пошлина на ввоз готовой продукции снизилась до конечной отметки в 10%, однако контрактные производители Таможенного союза добились введения так называемой «евросоставляющей» — не менее 25,5 евро за единицу. — **BG**). У нас есть действующие контракты с такими брендами, но контракт без конкретных заказов — пустой.

BG: Как вышло, что из всех мировых контрактников остались только вы да Jabil?

Б. П.: Тут надо разделять ожидания, надежды на поддержку государства и реальность. Без оснований (а обещания были только на словах) надеяться на нее не стоило. Я считаю, что и в части ожиданий от клиентов работа была проведена недостаточная. Клиенту нужно показать все инструменты и цифры, чтобы убедить, что риски, связанные с переводом на локальное производство без поддержки пошлин, государства, будут как-то оправданы. Ищем кейсы под каждого конкретного клиента там, где даже он сам не видит выгоды, и доказываем ее, работая с цифрами. Это официальные данные, они всем доступны, мы просто анализируем рынок.

BG: Это работает, если вы хотите привлечь клиента. Но у Elcoteq было производство, у Foxconn тоже. Речь об их потере.

Б. П.: У Elcoteq была бизнес-модель, основанная на адвалорной доле: ввозишь товар сюда на переработку и вывозишь обратно

без оплаты пошлины и налогов. С таким колебанием курса и неточным определением локальных затрат она изначально находилась на грани прибыльности. Отсутствие диверсификации их почему-то не волновало. Тот же Foxconn работал только с одним клиентом.

BG: Вы тоже пришли с одним клиентом — Philips.

Б. П.: Да, этот клиент нам был гарантирован. Но никто не защищает нас от рисков рынка и маркетинговой политики этого клиента. Мы отстроили на Philips все процессы и эффективность и не остановились на этом. Мы ничем не отличались от Foxconn или Elcoteq, наши ожидания тоже были обмануты. Но мы смогли быстро переориентироваться. Китайцы тем и отличаются от других, что управление изменениями у них возведено в ранг мастерства.

BG: Мои первые вопросы были о структуре бизнеса. Как глобально на примере конкретных показателей меняется бизнес TPV в России?

Б. П.: Момент обнуления нашей истории — это 2014 год. Тогда весь рынок упал: производство сократилось с 10–11 до 5,5 млн телевизоров в год. С того момента, однако, наша доля на рынке выросла. Второе — количество клиентов: было два, стало шесть. Сейчас есть возможность разговаривать с В-брендами, а это 1,8 млн из 5,5 — больше 30%. Третье — диверсификация, в плане других индустрий: IT и телекоммуникации. Плюс, как я уже сказал, мы расширили цикл сервисов, и сейчас можем на разных его этапах предлагать конкретный продукт: заказчик может обратиться не только за сборкой, но и за доставкой комплектующих без дальнейшего производства, NPI (New Product Introduction, разработка нового продукта. — **BG**), и за функцией сервисного обслуживания.

В планах на 2017 год — увеличить выпуск продукции на 20% в отношении 2016-го. «Калининград» произошел в апреле, в октябре уже начинаются тендеры по объемам следующего года. Если по телевизорам, то если в этом году мы произведем 600 тыс. единиц, то в следующем — в районе 800 тыс. По IT и телекоммуникации первая задача — понять влияние новых ФЗ о локализации. Я думаю, снижение затрат при участии в тендерах должно добавить процентов десять к общему обороту. ■

«В РУБЛЯХ МЫ ИМЕЕМ ВОЗМОЖНОСТЬ, В ОТЛИЧИЕ ОТ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ, ДАВАТЬ И ДЛИННЫЕ КРЕДИТЫ»

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕЗИДЕНТА — ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ БАНКА ВТБ МИХАИЛ ОСЕЕВСКИЙ В БЕСЕДЕ С VG ПОДЕЛИЛСЯ СТРАТЕГИЕЙ ФИНАНСОВОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ПО ПОДДЕРЖКЕ СРЕДНЕГО БИЗНЕСА. ПО СЛОВАМ ГОСПОДИНА ОСЕЕВСКОГО, РУБЛЬ СТАНОВИТСЯ ВСЕ ПОПУЛЯРНЕЕ ПРИ КРЕДИТОВАНИИ СРЕДИ КЛИЕНТОВ В ЕВРАЗИЙСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ И СТРАНАХ СНГ. ПОМИМО НАСТОЙЧИВОСТИ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ РОССИЙСКОЙ ВАЛЮТЫ, БАНК В ЭТОМ СЕГМЕНТЕ ПРИНЯЛ ОРИЕНТИР НА КОМПАНИИ НЕСЫРЬЕВОГО ЭКСПОРТА. АНДРЕЙ ЕРШОВ



BUSINESS GUIDE: Михаил Эдуардович, расскажите, как развивается бизнес ВТБ в сегменте кредитования средних предприятий? Какова динамика основных показателей, размер кредитного портфеля, остаток на счетах, объем срочных депозитов, процентные доходы-расходы?

МИХАИЛ ОСЕЕВСКИЙ: Понятие «средний бизнес» очень широкое. В нашем банке это компании, которые имеют выручку от 300 млн до 10 млрд рублей. В этом смысле наши критерии не соответствуют тому, как это прописано в законе. По закону к этому сегменту относятся компании с выручкой до 2 млрд рублей. Поэтому в ВТБ средний бизнес представлен шире, но основную массу как раз представляют компании с выручкой в миллиард-два.

Наш кредитный портфель в этом сегменте превышает 600 млрд рублей, почти такая же цифра у нас по пассивам, депозитам, остаткам на счетах. И мы видим, что за последний год те же пассивы растут очень высокими темпами. Это связано и с нашей активной деятельностью, мы предлагаем много интересных для бизнеса программ. Кроме того, последовательная работа Центрального банка по отзыву лицензий банков — нарушителей закона приводит к тому, что компании более ответственно подходят к выбору банка-партнера, обращая внимание на его надежность и качество работы.

При этом наша деятельность не ограничивается территорией России, мы работаем на территории и евразийского сообщества, и стран СНГ. Здесь основная задача заключается в поддержке деятельности наших клиентов, тех, кто занимается экспортом, продает свою продукцию или предоставляет услуги на территории этих стран. И мы всячески стараемся использовать рубль в качестве валюты для заключения контрактов. Это тяжелая работа, очень вязкая, тем не менее мы видим, что постепенно клиенты в Белоруссии, Армении, Казахстане начинают кредитовать-

ся в рублях, использовать их для расчетов с Россией. Это одна из очень важных наших задач как у глобального, в рамках евразийского сообщества, банка.

BG: А не пугает ли ваших клиентов, которые находятся в евразийском пространстве, странах СНГ, что рубль все-таки не самая надежная валюта, скажем так, на данный момент? Довольно рискованно сейчас вести расчеты в рублях.

М. О.: Здесь логика следующая. Если ты продаешь, например, свою продукцию в Казахстане, то в Казахстане продекларирована задача по поддержанию паритета национальной валюты по отношению к рублю. Поэтому кредитование в рублях — это почти то же самое, что кредитование в тенге, с точки зрения его отношения к доллару или к евро. Но при этом в рублях мы имеем возможность, в отличие от национальной валюты, давать и длинные кредиты, и ограничений по ликвидности у нас нет. Поэтому если национальный банк на территории страны ориентируется на паритет (который определяется по корзине основных партнеров) и покупательную способность России, то мы считаем, что рубль вполне может быть использован.

BG: Какое количество компаний обслуживается у вас в этом сегменте?

М. О.: Более 50 тысяч.

BG: Какой процент приходится на Россию и на все остальные страны?

М. О.: Я думаю, что 95–97% приходится на Россию.

BG: Скажите, а каковы основные тенденции в банковском обслуживании среднего бизнеса? И движется ли ВТБ в русле этих тенденций или же у вас свой путь?

М. О.: Я всегда говорю, что у этих компаний с выручкой в сотни миллионов и миллиарды рублей есть несколько очень характерных отличий. Во-первых, это все частные компании, среди них практически нет публичных акционерных обществ, есть конкретные бенефициары, которые, как пра-

вило, и управляют компанией. Поэтому, выстраивая отношения, мы имеем дело не с наемным менеджером, а с собственником, который, в отличие от глобальных компаний, таких как «Газпром», ищет не конкретный банковский продукт, а финансового партнера. Поэтому наша задача не просто продать продукт, а выстроить коммуникацию с клиентом. И на этой основе предоставить конкурентные банковские инструменты.

Вторая особенность, связанная с первой, состоит в том, что частные компании быстрее принимают решения. Они оперативнее реагируют на изменения. И мы видим, что абсолютное большинство из них смогло пройти через эти шоковые изменения в экономике в 2015 году. Кто-то с большими потерями, кто-то с меньшими, кто-то, наоборот, открыл для себя новые возможности, но в целом они более гибкие, быстрее сжимаются и быстрее разжимаются, когда видят для себя новые перспективы.

У автодилеров, если взять очень заметный сегмент, рынок сократился в два раза. Это очень серьезно. Поэтому мы поддерживали и всячески стимулировали клиентов в этой отрасли. Они, в свою очередь, сократили свой кредитный портфель пропорционально рынку, это правильное рыночное реагирование. А если взять, например, сельское хозяйство, которое сейчас хит, то там мы видим значительный прирост инвестиций. Наш кредитный портфель за прошлый год вырос в два раза.

BG: Именно сельхозпроизводителей?

М. О.: Да, сельхозпроизводителей и пищевой промышленности. В силу того, что при правильной организации там высокая маржинальность, поток инвесторов из других отраслей пошел туда. Для компаний же этого сектора главный показатель — это доходность на капитал. И как только они видят какие-то ниши, они очень быстро принимают решение.

Я все время рассказываю такой пример: у нас есть производитель сапфиров в Ставрополе, он глобальный лидер, компания занимает 28% мирового рынка. У них высокая маржинальность и рентабельность, но при этом владелец компании значительную часть чистой прибыли направляет на покупку земли и ее обработку. Очень крупный лендлорд — около 100 тыс. га в Ставропольском крае, очень современное, высокотехнологичное предприятие, и там рентабельность практически на уровне сапфирового производства. То есть у него есть высокотехнологичное предприятие, которое продает свою продукцию для Apple, Samsung и других. И вот такая «вторая нога».

На рынке все очень быстро меняется. И наша задача — постоянно получать эту информацию и меняться самим. Сейчас мы в качестве приоритета для себя поставили поддержку компаний, занимающихся несырьевым экспортом. Пока их не очень много в среднем сегменте. Но, опять же, в связи с тем, что себестоимость снизилась из-за того, что при сопоставимых ценах труд стал дешевле, у них появилась возможность занять какую-то долю на своем рынке.

BG: Смотрите, высокая маржинальность в сельском хозяйстве обусловлена еще тем, что государство ввело контрсанкции. Продукции иностранных производителей стало меньше на российском рынке. И цены российские и европейские на тот же картофель, к примеру, отличаются в несколько раз. То есть у нас его купить выходит дороже, чем за евро в той же Финляндии. Отсюда, в том числе, и берется высокая маржинальность. Если контрсанкции будут отменены и на рынок опять хлынет поток дешевой сельхозпродукции из Европы и других стран, что тогда станет с этим бизнесом?

М. О.: Это классический закон рынка. Конкуренция существует, она может быть ограниченной или абсолютно открытой.

Поэтому, конечно, любой мудрый предприниматель оценивает различные риски, в том числе и связанные с введением или, наоборот, отменой административных ограничений.

Возвращаясь к вашему примеру. Да, что-то с рынка убрали, тот же импортный картофель. Этот рынок должен заполниться российским. Временно цены выросли, потому что предложение ограничено, но вот эта высокая маржинальность заставит прийти туда новый капитал, увеличить объем предложения и снизить цены. Если мы посмотрим на ситуацию со свининой, то еще несколько лет назад очень много свинины импортировали. Сейчас уже практически на 95% наш баланс закрыт внутренним производством, и мы это понимаем, притормаживаем свою активность в кредитовании новых производств.

ВГ: Не могу не спросить про проблему плохих долгов именно в этом сегменте.

М. О.: Наш показатель проблемной задолженности находится на уровне 4–4,5%. В целом это очень хороший показатель для текущих экономических условий.

Хотя, конечно, нас волнуют отдельные отрасли. В первую очередь — это продовольственная и непродовольственная торговля, особенно непродовольственная. Я уже упоминал автодилеров, где в силу снижения покупательной способности населения и роста цен, оборот очень серьезно снизился, и довольно крупные игроки, которые еще несколько лет назад чувствовали себя очень уверенно, активно развивались, вкладывали много средств в создание, развитие своей торговой инфраструктуры по всей стране, испытали сегодня большие сложности. Поскольку прибыль упала, ее зачастую не хватает, чтобы обслуживать долг в том объеме, как это было раньше. Это серьезная проблема, и мы не думаем, что она быстро решится, потому что сейчас население ведет себя крайне консервативно.

ВГ: И как банк ведет себя в этих случаях? Вы реструктуризуете задолженность или же забираете залог?

М. О.: Любой разумный банкир не хочет превратиться одновременно в производителя картошки, собственника магазинов по продаже женского белья или завода по выпуску цемента. Мы хотим заниматься своим делом, поэтому если владельцы компании поддерживают ее какими-то другими своими активами, у них активная позиция и они готовы вместе с нами биться, то, конечно, мы идем на реструктуризацию, откладываем погашение на более долгие периоды, иногда даже процентную ставку снижаем. Потому что для нас любая, пусть даже боле-

ющая, но живущая компания лучше, чем банкрот, у которого мы заберем активы и будем с ними мучиться.

ВГ: Скажите, а насколько эффективны в России существующие программы поддержки малого и среднего бизнеса? На ваш взгляд, как их нужно усовершенствовать?

М. О.: Программ всегда было довольно много, и определенный результат они давали. Но я считаю, что было принято правильное решение, когда решили создать федеральную корпорацию поддержки малого и среднего предпринимательства и сделать ее катализатором этой работы. Там целый набор инструментов. В первую очередь, конечно, обеспечивающих финансирование. Это и гарантии, и та программа, которая активно развивается с конца прошлого года. Называется она «Программа 6,5» — по размеру ставки, по которой Банк России фондирует банки-участники. Мы как участники этой программы должны обеспечить финансирование компаний сегмента малого и среднего бизнеса по приоритетным отраслям. Там нет, например, торговли, но есть промышленность, сельское хозяйство, IT и целый ряд других. При этом конечная ставка для малого бизнеса 11%, а для среднего бизнеса — 10%, что раза в полтора ниже, чем рыночная. Программы по понятным причинам пользуются огромным интересом, хотя там довольно жесткие ограничения и требования. Мы являемся абсолютным лидером в этом сегменте, уже заключено кредитных соглашений на сумму более 31 млрд рублей, это более 170 компаний из 52 регионов страны. Как я уже сказал, интерес большой, у нас там еще около двухсот потенциальных заявок и сделок в работе. В рамках форума малого и среднего предпринимательства мы как раз обсуждали эту программу, и Банк России, который является источником финансирования для нее, подтвердил свою готовность двигаться дальше, поскольку здесь есть очень четкий ориентир именно на те компании, которые государство хочет развивать.

ВГ: Какую долю этот 31 млрд рублей составляет в бизнесе ВТБ в сегменте кредитования малого и среднего бизнеса?

М. О.: Несколько процентов.

ВГ: А если те двести заявок будут одобрены?

М. О.: Будет под 50 млрд рублей — это уже чуть меньше десяти процентов.

ВГ: Примерно к какому сроку вы планируете их рассмотреть?

М. О.: Мы рассчитываем, что до конца года такой результат вполне может быть достигнут. ■

АРЕСТЫ НА УРОВНЕ

ЗАДЕРЖАНИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ВЫСШЕЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ПОЛТОРА ГОДА ПЕРЕСТАЛИ БЫТЬ ИЗ РЯДА ВОН ВЫХОДЯЩИМ СОБЫТИЕМ — ПОМИМО ВСЕХ ПРОЧИХ, В СИЗО ОКАЗАЛИСЬ ТРОЕ ДЕЙСТВУЮЩИХ ГУБЕРНАТОРОВ. ПЕРЕДЕЛ ДОСТУПА К БЮДЖЕТНЫМ ДЕНЬГАМ, КАК НАЗЫВАЮТ ЭТО ЭКСПЕРТЫ, ПРЯМОЙ СВЯЗИ С ВЫБОРАМИ НЕ ИМЕЕТ, НО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПИАР-ВОЗМОЖНОСТИ ГРОМКИХ СКАНДАЛОВ ГОСУДАРСТВО ВО ВСЕ НЕ ПРОТИВ.

ВЛАДА ГАСНИКОВА

До марта прошлого года в современной России действующего губернатора арестовывали только один раз: глава Ненецкого автономного округа Алексей Бариннов получил условный срок в 2007 году за присвоение квартиры, до этого экс-губернатор провел в СИЗО чуть больше года. В остальных случаях главы регионов обходились увольнением. Но в марте 2015 года по обвинению в получении взятки был арестован губернатор Сахалинской области Александр Хорошавин, в сентябре — глава Республики Коми Вячеслав Гайзер, подозреваемый в хищении государственного имущества, а в июне 2016-го, запечатленный якобы в момент получения взятки, арестован губернатор Кировской области Никита Белых.

Все трое, находясь под следствием, лишались губернаторских постов в связи с утратой доверия президента. В случае с Никитой Белых и Вячеславом Гайзером не помешало то, что оба были избраны на свои должности жителями регионов, а не назначены главой государства, и на момент отставки решений суда о признании вины ни одного из них не было. По мнению политолога Александра Кынева, это подчеркивает, что центр не воспринимает электоральные процедуры на местах как свободные.

Губернаторские аресты не имеют отношения к борьбе с коррупцией, они напрямую связаны с ухудшением экономических условий, с перераспределением

влияния элит. Борьба за доступ к бюджетным средствам обостряется в кризис и в условиях санкций, когда элитам приходится искать новые варианты экономического обустройства. «В таких условиях многие договоренности нарушаются, и в ход идут решения „по понятиям“, — констатирует политолог Евгений Негров.

Руководитель петербургского отделения Фонда борьбы с коррупцией (ФБК) Дмитрий Сухарев констатирует, что центр убирает тех, «кто стал слишком самостоятельным». «Сейчас происходит передел влияния, власть имущие делят бюджетную кормушку. В ближайшее время экономическая ситуация не будет меняться в лучшую сторону, поэтому центр заинтересован в более лояльных людях на местах, благодаря которым деньги будут оставаться у ближнего круга», — объясняет господин Сухарев.

Громкие дела существенно ограничили властные амбиции и аппаратный вес губернаторов в целом по регионам. По замечанию руководителя фонда «Петербургская политика» Михаила Виноградова, эта тенденция фиксируется с февраля этого года, а прошедшие аресты лишь подтверждают тренд. «Улучшение ситуации будет возможно, только если будут приняты меры для балансировки системы», — говорит господин Виноградов, считая, что громкие антикоррупционные дела в регионах ведут к нарастанию неопределенности во взаимоотношениях губернаторского корпуса и местных силовиков. → 58

В ЛУЧШИХ МЕСТАХ ПЕТЕРБУРГА

Коммерсантъ

Рестораны

MASARONI	Рубинштейна ул., 23
MARKET PLACE	Конституции пл., 3, лит. А
	Малоохтинский пр., 64
	Выборгская наб., 61
ШАЛЯПИН	Тверская ул., 12/15
ТАВЕРНА ГРОЛЛЕ	Большой пр., В.О., 20
GINZA	Аптекарский пр., 16
ЧИН-ЧИН	Мытнинская наб., 3
ГАСТРОНОМ	Марсово Поле, 7
ПЛЮШКИН	ТК «Промнад», Комендантский пр., 2
FIT FASHION	Казанская ул., 3
САДКО	Глинки ул., 2
МАРСЕЛЬЕЗА	Мартинова наб., 16
СТРОГАНОФ	
СТЕЙК ХАУС	Конногвардейский б-р, 4
FRANCESCO	Суворовский пр., 47

РУССКАЯ

ЯМОЧНАЯ №1	Конногвардейский б-р, 4
КОПТОРА	Орловская ул., 1
МОЯ ФЛОРЕНЦИЯ	Чернышевского пр., 9
TOSCANA GRILL	наб. кан. Грибоедова, 64 / Садовая ул., 47
КАВКАЗ	Стахановцев ул., 5
БРАТЯ ГРИЛЬ	Малая Садовая ул., 8
KRISTOFF/TWINPIX	Загородный пр., 9
SARULETTI	Большой пр., П.С., 74
НА РЕЧКЕ (ЯХТ-КЛУБ)	Ольгина ул., 8
ВЕСЕЛИДЗЕ	Восстания ул., 20
PICCOLO	Малый пр., П.С., 16
TONY'S KITCHEN	Малый пр., В.О., 88
ЭТАЖ 41	Конституции пл., 3/2, БЦ Leader Tower, 41-й этаж

Пироговые

ЛИНДФОРС	Московский пр., 128
	Декабристов ул., 19
	Декабристов ул., 33
	Полтавская ул., 3
	Ленинский пр., 151
ШТОЛЛЕ	1-я линия, В.О., 50
	Энгельса пр., 37
	Восстания ул., 32
	Невский пр., 11
	Владимирский пр., 15
	Савушкина ул., 3
	Просвещения пр., 34
	Каменноостровский пр., 31
	Стачек пр., 74
	1-я Красноармейская ул., 4
	Московский пр., 105

Садовая ул., 8

Комсомола ул., 35
Гражданский пр., 114,
корп. 1

Пекарни

ЛАСТОЧКА пекарня	Макарова наб., 28
	Ломоносова ул., 14

Кафе

МАГАЗИН У СМОЛЬНОГО	Бонч-Бруевича ул., 2/3
ЯКИТОРИЯ	Петровская наб., 4
ХРЕН	Загородный пр., 13
ДРАГО	Приморский пр., 15
ЖАН-ЖАК	Гатчинская ул., 2/54
КРОО САФЕ	Суворовский пр., 27 / 9-я Советская ул., 11

Кондитерская

МАРЦИПАН	Гражданский пр., 113,
	корп. 3

Пабы

ПАБ № 1	Чкаловский пр., 15
----------------	--------------------



Газета «Коммерсантъ» издается бесплатно не распространяется.
Информация по тел. (812) 271-3635
www.spb.kommersant.ru

РЕКЛАМА «18+»

57 → Уменьшение денег в бюджете не только обострило борьбу за финансовые потоки, но и изменило многие схемы отношений между «центрами силы», уверен генеральный директор «Русско-Европейского инвестиционного консорциума» (РЕИК) Павел Геннель. Кроме того, накануне выборов власти необходимо продемонстрировать борьбу с коррупцией, а заодно заместить ненадежных или слабых региональных чиновников более соответствующими новым задачам, думает руководитель РЕИК.

ЭФФЕКТНАЯ КАРТИНКА Политолог Евгений Негров не видит прямой связи губернаторских арестов с сентябрьскими выборами: по его словам, никто не использует в своих предвыборных материалах конкретные кейсы, связанные с подозреваемыми главами регионов. «Все лозунги абстрактны, и это неслучайно: еще не принято решение о тоне предвыборной кампании президента», — говорит эксперт.

Однако это не мешает государству и СМИ использовать эти события для пиар-сопровождения.

Аресты троих губернаторов проходили так, чтобы медиаэффект был бесспорным: дело Хорошавина запомнилось обывателям найденными при обыске миллиардом рублей наличными в разной валюте и предметами роскоши, дело Гайзера — коллекцией элитных часов и золотой ручкой. В случае с Никитой Белых — еще более впечатляюще: задержание в дорогом ресторане, меченые купюры на белоснежной скатерти, светящиеся в ультрафиолете руки... Формально до вынесения решения суда вина ни одного из подсудимых губернаторов не доказана, но «медиабуд» уже состоялся: эффективная

картинка осталась в сознании, образы политиков уже неразрывно связаны с показанным по телевизору. Например, популярные запросы в поисковиках с фамилиями экс-губернаторов — «Хорошавин миллиард» и «Гайзер часы».

ТЕОРИЯ ЭВОЛЮЦИИ Согласно исследованию Transparency International, по итогам 2015 года по индексу восприятия уровня коррупции Россия занимает 119-е место в мире (в 2014 году — 136-е место в аналогичном рейтинге). По оценке председателя Национального антикоррупционного комитета Кирилла Кабанова, емкость российского рынка коррупции составляет \$300 млрд в год. В основном это средства, вовлеченные в бюджетные процессы различных уровней.

Впрочем, Алексея Калачева, эксперта-аналитика АО «Финам», такая оценка пугает: тогда, по его расчетам, трафик коррупционных средств был бы равен почти четверти ВВП (по данным Росстата за 2015 год это 80,8 трлн рублей, а внешнеторговый оборот, по данным Банка России, — \$534,4 млрд).

Дмитрий Сухарев из ФБК полагает, что уровень коррумпированности конкретного региона не зависит от личности его губернатора. «Чем дальше от Москвы, тем меньше контроля — и тем больше воруют. В этом плане вертикаль власти оказалась нерабочей, это такой феодализм XXI века: феодалы могут делать на местах все, что хотят, чувствуя свою безнаказанность», — говорит господин Сухарев.

По его мнению, коррупция пронизала российскую власть на всех уровнях и во всех структурах: и судебную, и исполнительную, и законодательную. «Есть ошибочное мнение, что, получив доступ к кормушке, человек „наворуется“ — и больше

не будет. Чем больше у человека появляется роскошных автомобилей и недвижимости, тем больше требуется на их содержание», — поясняет глава петербургского отделения ФБК.

Несколько лет назад коррупцию можно было назвать тотальной, считает Павел Геннель. «Апофеозом стала ситуация, когда деньги брали все, но никто ничего не делал и против чиновников вместо получения взятки массово возбуждались дела по мошенничеству. Однако такой подход расшатывал вертикаль власти и не позволял решать политические задачи. Сегодня чиновники перешли от прямой коррупции к фактически феодально-клановому строю, когда дают и берут только свои и у своих. Это вернуло системе некоторую управляемость, особенно важную в преддверии выборов», — говорит он.

В МВД не ответили на запрос ВГ о том, как в ведомстве оценивают уровень коррумпированности представителей власти и соответствии полномочий министерства тому, чтобы реально было бороться со взяточничеством.

Без структурных изменений в подходе к работе чиновников ничего не получится, уверен директор Экспертно-аналитического центра РАНХиГС Николай Калмыков. «Чтобы повышать эффективность государственного управления и государственными служащими, необходимо повсеместно внедрять персональную ответственность за результаты работы. В первую очередь — начиная с самых низовых звеньев, каждый человек должен иметь возможность знать, кто отвечает за ту или иную задачу, за проблемные ситуации в конкретных областях и сферах. Точно так же граждане имеют право знать, кто из чиновников отвечает за тот или иной участок дороги, за тот или иной неосвещенный двор. И здесь

действительно необходимо работать как с государственными, так и с муниципальными служащими, пронизывая всю систему чиновничьего аппарата внедрением персональной ответственности за результаты работы», — говорит господин Калмыков.

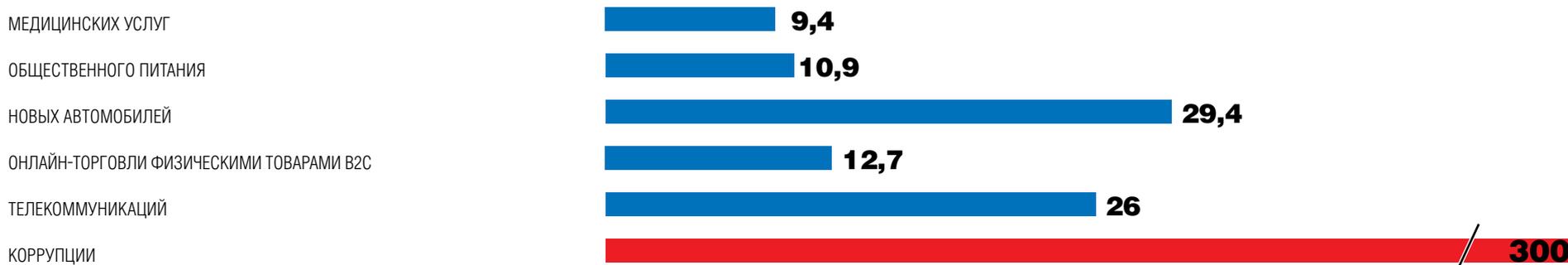
Сегодня снизить уровень коррумпированности чиновников никак нельзя, считает Павел Геннель. «Для этого придется заменить абсолютно всех чиновников рангом выше заместителя начальника отдела поселковой администрации и абсолютно всех силовиков. Это не просто парализует, а уничтожит всю систему государственной власти. Единственное, что можно сделать безопасно для всех, — это последовательно, но неуклонно сокращать полномочия всех органов государственной власти, передавая их функции коммерческим структурам с обязательным созданием конкуренции между ними», — советует господин Геннель. Однако он подчеркивает: в лучшем случае на это уйдут десятилетия. ■

АЛЕКСЕЙ КАЛАЧЕВ, ЭКСПЕРТ-АНАЛИТИК АО «ФИНАМ»: — СОМНИТЕЛЬНО, ЧТО ЕМКОСТЬ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОРРУПЦИИ РАВНА \$300 МЛРД. ВЕДЬ ЭТО ПО КУРСУ 64 РУБЛЯ ЗА ДОЛЛАР БЫЛО БЫ РАВНО 19,2 ТРЛН РУБЛЕЙ, ИЛИ ПОЧТИ ЧЕТВЕРТИ ВВП

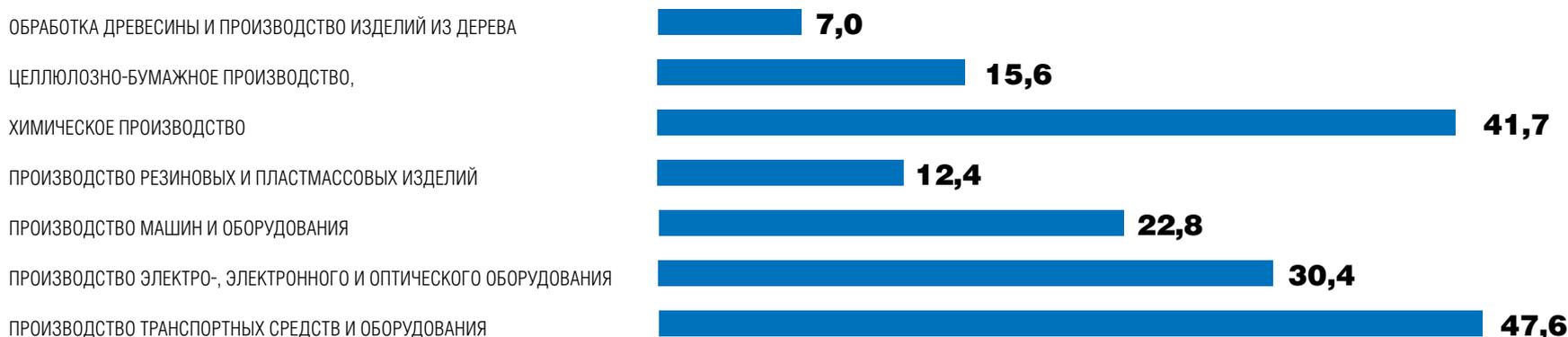


МАСШТАБЫ КОРРУПЦИИ НА ПРИМЕРЕ ЕМКОСТИ НЕКОТОРЫХ РОССИЙСКИХ РЫНКОВ И ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП ТОВАРОВ ПО ОТРАСЛЯМ

ГОДОВОЙ ОБЪЕМ РЫНКА, \$МЛРД (ПО КУРСУ 64 РУБ./\$1)



ОБЪЕМ ОТГРУЖЕННЫХ ТОВАРОВ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В 2015 ГОДУ, \$МЛРД (ПО КУРСУ 64 РУБ./\$1):



ИСТОЧНИКИ: РОССТАТ, АВТОСТАТ, АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ, ГК «ФИНАМ», НАЦИОНАЛЬНЫЙ АНТИКОРРУПЦИОННЫЙ КОМИТЕТ



Новый дилер «Мерседес-Бенц» ВАГНЕР на Таллинском ш., 157А

Mercedes-Benz

The best or nothing.





КЛИНИКА
АВА-ПЕТЕР

20 ЛЕТ

МЫ ЛЕЧИМ ЖЕНСКОЕ И МУЖСКОЕ БЕСПЛОДИЕ

с помощью вспомогательных
репродуктивных
технологий



- Искусственная инсеминация
- Экстракорпоральное оплодотворение (ЭКО)
- Инъекция сперматозоида в яйцеклетку (ИКСИ)
- Метод MCOME-ИМСИ
- Хирургические методы получения сперматозоидов (TESA, TESE, micro TESE, MESA, PESA)
- Преимплантационная генетическая диагностика
- ЭКО с донорской яйцеклеткой
- Суррогатное материнство

- Криоконсервация эмбрионов, спермы, ооцитов, яичниковой ткани
- Пренатальная генетическая диагностика
- Отсроченное материнство
- Сохранение биологического материала для онкологических больных
- Инновационная преимплантационная генетическая диагностика методом сравнительной геномной гибридизации на микрочипах (aCGH)
- Трансплантация ткани яичника

НЕВСКИЙ ПР., 22-24
ПР. ЮРИЯ ГАГАРИНА, 24/1

600-77-78
www.avapeter.ru

ЛЕЧЕНИЕ ПРОВОДИТСЯ ПОСЛЕ КОНСУЛЬТАЦИИ С ВРАЧОМ О ВОЗМОЖНЫХ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯХ