

В «Сколково» считают, что Россия уже на пороге перехода к безналичной экономике, и ожидают, что к 2030 году безналичная экономика примет какой-то оформленный вид, при этом в крупных городах эра безналичной экономики наступит раньше.

ЗАПЛАТИТЬ ПО СТАРИНКЕ Несмотря на радужные перспективы повсеместной автоматизации, развитие рынка безналичных платежей тормозится несколькими факторами.

В Северо-Западном банке Сбербанк (в Петербурге у банка на обслуживании более 35 тыс. терминалов) говорят, что на данный момент повсеместному внедрению терминалов мешает менталитет собственников торгово-сервисных предприятий. «Действуют ли они в силу привычки, продолжая рассчитываться наличными с собственными поставщиками, контрагентами и персоналом наличными, или действуют осознанно — это вопрос. Однако спрос на рынке диктует собственные правила: ежегодный прирост количества терминалов в Петербурге в Сбербанке составляет 25–30%, в регионах темпы прироста — 40–45%. Безналичный расчет постепенно приходит и в традиционные наличные сегменты: продуктовые рынки и услуги (юристы, нотариусы, риелторы, ритуальные услуги)», — рассказываются в банке.

Александр Казанский, директор филиала «Санкт-Петербургский» Уральского банка реконструкции и развития (УБРиР), считает, что сдерживающих причин четыре. «Первая — низкий трафик в торговой точке. Вторая причина, которая вытекает из первой, — небольшой размер среднего чека. Если средний чек торговой точки составляет менее тысячи рублей, для продавца установка терминала принесет больше расходов на выплату комиссии. Третья — контингент клиентов и особенности бизнеса. Например, уличному чистильщику обуви вряд ли понадобится POS-терминал, а его клиенты, скорее всего, не имеют банковских карт. Четвертая причина — высокая доля расчетов наличными», — поясняет он.

Вячеслав Семенихин, директор по маркетингу сервиса мобильного эквайринга 2cashbox, говорит, что чаще всего причиной отказа принимать безналичные платежи становится желание предпринимателей получить наличную выручку здесь и сейчас. «Это может быть связано и с тем, что бизнес ведется по „серым“ схемам. Вторая причина — нежелание платить торговую уступку за безналичную операцию. Как ни странно, третья популярная причина — нежелание „усложнять процесс приема оплаты“. То есть некоторые предприниматели до сих пор искренне полагают, что принимать оплату наличными гораздо проще», — высказывается он.

А в «Сколково» считают, что основной барьер для повсеместного приема карт торговыми точками — непонимание собственных выгод. «Многие торговые точки учитывают исключительно издержки, связанные с приемом платежных карт. Помочь увидеть выгоды могут дополнительные программы повышения финансовой грамотности. Однако в связи с недавним требованием обязательного приема безналичных платежей при достижении минимального объема транзакций, на мой взгляд, переход к стопроцентному приему карт неизбежен», — заключает господин Кривошея. ■

25 → Если мы отталкиваемся от губернских региональных объектов, то понимаем, что в одном объекте с бассейнами, многофункциональными залами можно оказывать фитнес-услуги, физкультурно-оздоровительные услуги, реабилитационные бани, косметические салоны, детские комнаты, кафе, рестораны. Есть возможности реагировать на конъюнктуру рынка достаточно быстро и оперативно. Но спортивные сооружения, которые спроектированы для проведения какого-либо мероприятия (по футболу, волейболу), находятся в тяжелом состоянии. Чтобы им двигаться и развиваться, необходимо провести достаточно мероприятий. Это связано еще и с сертификацией объектов спорта на предмет требования к безопасности с включением в российский реестр. Средняя цена такой услуги составляет 100 тыс. рублей, но этих денег для некоторых объектов не хватает».

Господин Куролех считает, что однозначно утверждать, что самоокупаемость спортивных объектов — это миф, нельзя, но отмечает, что в современных условиях эффективными и самоокупаемыми могут быть только те учреждения, которые на этом рынке уже давно, у которых уже есть клиентская база и они получают государственные и муниципальные задания на спортивные услуги (при поддержке Москомспорта, Министерства образования, Министерства спорта РФ). «Тогда спортивные учреждения могут выйти на точку безубыточности, но самоокупаемость сейчас практически невозможна, и такая тенденция сохраняется последние три-четыре года», — пессимистичен эксперт. «Если говорить о примере самоокупаемых объектов за границей, то прежде всего это футбольные арены. Причем там, где соревновательный продукт востребован населением и раскручен: это футбольные продукты в Швейцарии, Германии, Испании, Италии. Также это площадки по волейболу и гандболу в Италии, горнолыжные трассы и мини-футбольные центры в Австрии», — добавляет господин Куролех.

НЕ ПРОСТО МОГУТ, А ДОЛЖНЫ Иной точки зрения придерживается Дмитрий Трофимов, заместитель руководителя коммерческой дирекции группы «Астерос»: «Спортивные объекты — это инвестиционные проекты. Они не просто могут, а должны быть окупаемыми. Как быстро спортивный объект достигнет точки безубыточности — напрямую зависит от грамотного управления. Например, после Евро-2012 комплексы „Олимпийский“ и „Донбасс Арена“ вышли на самоокупаемость в течение года».

По мнению эксперта, для того чтобы обезопасить спортивный объект от проста после завершения чемпионатов и других крупных мероприятий, стоит обратить внимание на несколько важных моментов. Во-первых, еще на этапе проектирования необходимо предусмотреть возможность эффективного функционирования спортивных площадок в «мирное» время, то есть «в режиме наследия». Инфраструктура спортивных объектов должна обеспечивать их универсальность, возможность многопрофильного использования, как, например, сейчас это реализуется в рамках «Казань Арены». «Важно продумать концепцию использования спортивных площадок не только в период проведения массовых спортивных событий уровня Олимпиады, Универсиады или чемпионата мира, но и потом — когда спортсмены и болельщики уедут, а горожане останутся. Допустим, вы ходите на стадион болеть за футбольный клуб, при этом ваш ребенок должен иметь возможность пойти в спортивную секцию, которая будет дислоцироваться в этом же самом месте. Стадион может и должен стать широкопрофильным центром спортивной и общественной жизни города», — говорит господин Трофимов.

Во-вторых, техническое оснащение спортивных площадок должно позволять проводить крупные развлекательные и культурные мероприятия. «Если мы говорим о самоокупаемости стадиона в режиме наследия, то он не должен рассматриваться исключительно как спортивный или еще уже — футбольный — объект. Арена

или стадион должны стать центром культурно-массовой жизни города: начиная от гала-концертов звезд мировой эстрады и заканчивая городскими праздниками. В рамках подготовки к чемпионату мира 2018 города, принимающие мундиаль, получают высокотехнологичную концептуально продуманную площадку, которая оснащена по последнему слову техники. Речь идет о самых современных технологиях в области аудиовизуальных сервисов, broadcastовых решений, комплексных систем безопасности. Так, в рамках одного из своих проектов группа „Астерос“ обеспечит ОК „Лужники“ системами безопасности, разместив на его территории целый комплекс современных технологий, которые будут защищать посетителей как во время проведения крупных спортивных мероприятий, так и после их завершения», — рассуждает господин Трофимов.

Кроме того, добавляет он, сегодня ни один современный стадион не строится без скайбоксов или VIP-лож, которые представляют собой отдельные инфраструктурные элементы, имеющие широкие возможности использования. «Это отличная возможность монетизации стадионного пространства: например, их сдают в аренду для проведения частных и корпоративных событий. Подобная система предусмотрена на всех площадках, входящих в контур ЧМ-2018, в том числе в реконструируемом ОК „Лужники“. Скай-боксами оборудованы эксплуатируемые „Казань Арена“, „Анжи Арена“ и другие спортивные площадки страны», — рассказал господин Трофимов.

Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик группы компаний «Финам», добавляет, что в случае с реализацией коммерческих спортивных проектов данные объекты, как правило, выходят на окупаемость. «У крупных объектов сроки смещены вверх относительно рынка и составляют семь-десять лет. Впрочем, в ряде случаев они приносят дополнительную пользу за счет позитивного влияния, к примеру, на стоимость расположенной неподалеку недвижимости», — резюмирует эксперт. ■



СТАДИОН ДОЛЖЕН СТАТЬ ЦЕНТРОМ КУЛЬТУРНО-МАССОВОЙ ЖИЗНИ ГОРОДА: НАЧИНАЯ ОТ ГАЛА-КОНЦЕРТОВ ЗВЕЗД МИРОВОЙ ЭСТРАДЫ И ЗАКАНЧИВАЯ ГОРОДСКИМИ ПРАЗДНИКАМИ

СПОРТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ