

ценовой политики, реально смогут подняться на кризисе. Я думаю, что попытка девелоперов выжать все через рост маржи (рост аренды и продаж) во время кризиса, скорее всего, будет обречена на неудачу.

Вероятно, и муниципалитеты со временем тоже осознают, что нельзя получать деньги с роста стоимости аренды земли, где нет платежеспособного спроса на аренду или он очень ограничен.

В условиях циклического кризиса платежеспособного спроса попытка повышения цен услуг имеет высокую вероятность быть обреченной на провал.

МАКСИМ КЛЯГИН. Конечно, последствия кризиса привели к заметному росту числа конфликтных ситуаций в данной сфере. Тем не менее практика показывает, что во многих случаях партнерам удается найти удовлетворяющие требованиям обеих сторон условия дальнейшего сотрудничества, что выражается прежде всего во взаимных уступках. Как правило, возможность достижения компромисса прямо пропорциональна объему арендуемых площадей и эффективности арендатора, с одной стороны (в условиях сужающегося рынка, снижения спроса арендодателю, очевидно, выгоднее «удержать» крупного арендатора, генерирующего существенную часть трафика), и популярности собственно ТЦ – с другой. От занимаемых площадей в ТЦ с низким уровнем посещаемости, собственники которого к тому же не готовы идти на снижение ставки аренды, арендатор может отказаться из соображений оптимизации бизнес-процессов.

АЛЕКСАНДР МАРКОВ. Это в начале кризиса была такая волна, когда и ритейлеры, и девелоперы начинали выпендриваться. А сейчас уже все осознали, что новые арендаторы в очереди не стоят. И поэтому повсеместного поднимания ставок не происходит. Наоборот, девелоперы идут сейчас если не на скидки, то на какие-то преференции в сторону арендаторов, работающих с какой-то перспективой.

Но я не слышал, чтобы муниципалитеты поднимали ставки аренды земли... Ну, пусть даже так. Но если кто-то из девелоперов вам говорит, что именно из-за этого повышает свои арендные ставки, то отвечу фразой из известного анекдота: «И вы тоже так говорите». Ставка аренды земли может быть для ларьков существенна. А для комплекса типа нашей «Армады», где мы сдаем в аренду 15 тыс. кв. м, ставка земельного налога будет колебаться в пределах плюс-минус 2-3 млн рублей в год. Допустим, сейчас ставка 3-4 млн рублей в квартал. Ну, пусть подняли на 50%. Это всего лишь 6 млн рублей в квартал, что в общем объеме валовой выручки составит 3-4%. Это несущественно.

АЛЕКСАНДР КАЛТЫКОВ. Мы поддерживаем связь с риелторами, которые отслеживают ситуацию в городе. По этим данным, по сравнению с тем всплеском, который был осенью, арендные ставки сейчас снизились на 15-20%. И я не думаю, что в ближайшее время что-то повысится. Потому что то самое «дно», о котором так много говорят, еще не наступило. Другое дело, что, в отличие от кризиса 1998 года, подъем рынка будет происходить гораздо быстрее. Этот старт должен быть

созвучен с развитием компании, когда надо будет вновь начинать строить и выходить с предложениями на рынок.

FINANCE. Прогнозируется ли увеличение законных и криминальных сделок M&A в ритейлерском и девелоперском бизнесе в связи с кризисом?

АЛЕКСАНДР БАРАНОВ. Сейчас, скорее, стоит вопрос не об увеличении сделок слияний и поглощений в секторе ритейла и девелопмента, сколько об очищении зерен от плевел. Многие компании данного сектора рынка, бизнес которых был сильно закредитован, возможно, прекратят свое существование или будут вынуждены реализовывать незавершенные проекты в пользу более удачливых коллег по цеху и своих кредиторов. Так что значительная часть сделок M&A в момент текущего кризиса будет носить вынужденный характер.

МАКСИМ КЛЯГИН. Да, мы полагаем, что одним из результатов кризиса может стать усиление в среднесрочной перспективе тенденции к консолидации ритейла и рынка торговой недвижимости за счет активизации крупнейших игроков в сфере M&A. Вероятно, что наиболее стабильные в финансовом отношении лидеры рынка будут приобретать активы конкурентов с существенным дисконтом к «докризисным» уровням.

АЛЕКСАНДР МАРКОВ. Я думаю, да. Будут проводить какие-то взаимозачеты, требовать за задолженности отдавать часть бизнеса и т.д. К сожалению, это возможно.

АЛЕКСАНДР КАЛТЫКОВ. Скорее да, чем нет. Когда творится хаос и правила игры стерты, такие вещи всегда происходят.

Как не сократить жизнь бизнесу, сокращая расходы

Сокращением расходов сегодня не заняты разве что ленивые. «Резать косты» и поднимать эффективность бизнеса стало не просто модным. Это жизненная необходимость, которую осознают и принимают все, кто намерен сохранить свой бизнес, несмотря на кризис. При этом под горячую руку попадает все, без чего раньше компании не мыслили своего существования: мобильная связь, командировки, просторные офисы, льготы и бонусы сотрудникам, нередко и сами сотрудники, которых еще недавно было очень сложно найти на перегретом рынке труда. Однако, сокращая плановые расходы, будет фатальной ошибкой забыть о непредвиденных.

Именно во время нестабильности на финансовых рынках любой форс-мажор может стать последним в жизни компании. Ведь доступ к кредитам для покрытия убытков, связанных, например, с порчей груза, заливом склада или поломкой оборудования, закрыт. «Остаться на плаву в таком случае можно, только заранее переложив эти риски на плечи страховой компании», — считает **директор Воронежского филиала группы Ренессанс страхования Михаил Перевозников.**

— Почему именно страхование, а не другие способы спасения бизнеса, например — аварийный фонд?

— По статистике, форс-мажорные обстоятельства происходят с каждым предприя-

тием, по крайней мере, раз в пять лет. В результате из-за существенных материальных потерь порядка 40% организаций вынуждены уйти с рынка. Для малого бизнеса отвлечение денег из оборота для создания «аварийных фондов» неприемлемо (лишних денег просто нет), а доступ к кредитам сейчас очень затруднен. В результате остается только страхование — самый дешевый (до 0,3% стоимости страхуемого имущества) и надежный инструмент защиты от непредвиденных убытков.

— Что и от каких рисков можно защитить на предприятии?

— В основном страхуют имущество (товары, оборудование, помещения) от пожара,



повреждения водой, аварий, краж и стихийных бедствий. При этом в зависимости от специфики деятельности предприятия полис может предусматривать возмещение упущенной прибыли из-за перерыва в деятельности и вреда, нанесенного здоровью или имуществу третьих лиц. Если деятельность компании связана с перевозками, можно застраховать груз.

— А если за несколько лет страхования предприятие так и не столкнулось с кризисной ситуацией, какие аргументы заставят его продлить договор?

— Если компании избегала форс-мажора в течение

нескольких лет, это не означает, что ничего не случится в будущем. При этом даже 20 лет страхования обойдутся дешевле, чем один год обслуживания кредита. Например, из-за прорыва трубы отопительной системы пострадал склад готовой продукции известной полиграфической компании. Ютовый к отправке тираж рекламной продукции погиб. Выплата по полису стоимостью в 10 000 рублей составила 315 000 рублей. То есть объем возмещения в 31,5 раза превысил стоимость страховки.

— Как финансовый кризис повлиял на надежность самих страховщиков?

— Все зависит от того, насколько страховая компания точно следует требованиям Минфина по обеспечению надежности. Например, Ренессанс страхование использует только консервативные низкодоходные инструменты, такие как долларо-

вые депозиты в надежных банках с государственным участием. Также большую роль играет диверсификация портфеля и независимость от узкого круга крупных клиентов. Это говорит о том, что кризис переживут крупные розничные федеральные компании. Пока в целом по итогам года за счет первых трех кварталов страховой рынок показал рост около 15%. Но, например, объем нашего бизнеса увеличился на 50% и достиг 13,2 млрд рублей страховых сборов. Объем премий Южного Дивизиона, объединяющего филиалы в Волгограде, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Ставрополе, Липецке и Воронеже, составил 635,1 млн рублей (прирост 109%). 2009 год мы расцениваем как год возможностей для укрепления своих позиций и увеличения доли рынка. В то же время это год, который прояснит истинные ценности страхования для клиентов.

000 «Группа Ренессанс страхования» учреждено в 1997 году инвестиционной Группой Спутник. Уставный капитал компании — 2,2 млрд рублей. Финансовая стабильность «Ренессанс страхования» подтверждена высшим рейтингом надежности «А++» агентства «Эксперт РА». По итогам 2008 года Компания вошла в топ-10 крупнейших российских страховщиков.