

всех предприятий группы «Уралхим» за первые шесть месяцев 2010 года вырос на 13% по сравнению с аналогичным периодом 2009 года. Производство аммиачной селитры увеличилось на 7%, аммиака — на 85%, фосфорных удобрений — на 257%. Улучшение результатов в компании связывают с восстановлением рынка фосфорных удобрений и ростом спроса со стороны российских и западных потребителей. «Сейчас крайне благоприятная конъюнктура на мировых рынках: экспортные цены значительно выросли», — отмечает член совета директоров «Азота» Михаил Маркин. Мировая цена на аммиак от минимумов 2009 года этим летом поднялась на 77%, на аммиачную селитру — на 58%, отмечают в ИК «Финам».

МАШИНОНАСТРОЕНИЕ Пермские машиностроительные предприятия тяжело переживали кризис. ОАО «Пермский моторный завод» (ПМЗ) — крупнейший моторостроительный завод в Прикамье — за 2009 год показало рекордный убыток в 200 млн руб. Правда, за исключением Юго-Камского машиностроительного завода и вновь оказавшегося в конкурсном производстве машиностроительного завода имени Дзержинского, крупных банкротств в этом секторе не случилось. Как признаются машиностроители, во многом благодаря господдержке и не сократившимся заказам добывающих отраслей — нефтяников и газовиков. «В 2009 году благодаря мерам государственной поддержки в виде гарантий и субсидий, а также комплексу мер финансового оздоровления, осуществляемых предприятием, удалось избежать резкого спада производства, по итогам года объем производства выше ожидаемого пессимистичного прогноза на 13% (1,2 млрд руб.), — отмечают на Пермском моторном заводе. — На ПМЗ не производилось массового сокращения персонала».

Публикуемая пермскими машзаводами ежеквартальная отчетность (от раскрытия такой информации с 2010 года отказался Пермский моторный завод) соответствует тенденциям, которые фиксирует Пермьстат. Выручка ОАО «ПАО „Инкар“» (производит топливную аппаратуру для авиационных двигателей) по итогам шести месяцев 2010 года составила 760 млн руб. (за первое полугодие 2009 года — 665 млн руб.). При этом «Инкару» удалось значительно улучшить показатели по чистой прибыли: за шесть месяцев 2010 года общество заработало 32,5 млн руб. против чистого убытка в 79,3 млн руб. во втором полугодии 2009 года. По итогам второго квартала ОАО «Протон-ПМ» (производит двигатели первой ступени к ракетноносителю «Протон») получило прибыль 15,7 млн руб., в то время как в первом квартале предприятие отработало с убытком — 122,3 млн руб. Чистая прибыль ОАО «Авиадвигатель» (конструкторское бюро) в первом полугодии 2010 года составила 50,5 млн руб. против 5,9 млн руб. за аналогичный период 2009 года.

По итогам второго квартала объем продаж группы «Мотовилихинские заводы» составил почти 2,5 млрд руб., прибыль до налогообложения — 220 млн руб. В «Мотовилихе» рассчитывают, что по итогам 2010 года объем продаж группы в 1,8 раза превысит показатели 2009 года, достигнув 4,9 млрд руб. В машиностроительном холдинге ожидают роста продаж нефтепромышленного оборудования в 1,5 раза (до 1,1 млрд руб.), продаж строительно-дорожной техники — в 1,75 раза (до 325 млн руб.). «Мы рассчитываем, что постепенно будет восстанавливаться ситуация в отраслях-потребителях металлопродукции. Кроме того, сами придерживаемся более жесткой маркетинговой политики, особенно с учетом того, что в 2009–2010 году были введены новые мощности — то есть нам стали доступны новые рынки», — поясняют свои планы в «Мотовилихе».

Бизнес ищет, где теплее

Экономя на стройматериалах, инвестор может потерять часть планируемого дохода

Федеральный закон «Об энергосбережении и повышении энергетической эффективности», принятый почти год назад, устанавливает более жесткие требования относительно сбережения тепла в строящихся зданиях. Это заставило застройщиков и инвесторов более тщательно подходить к проектированию в целом и к выбору строительных материалов в частности. И если в жилищном строительстве эти требования уже начали учитывать, то при возведении коммерческой недвижимости об энергоэффективности все еще часто вспоминают в последнюю очередь. О том, чем может обернуться подобное невнимание, мы беседуем с директором по продажам ОАО «ПЗСП» Алексеем Дёмкиным.

— Алексей Николаевич, чем объяснить такое положение дел? К офисным зданиям и торговым центрам предъявляются менее жесткие требования?

— Дело не в этом. Проблема в том, что зачастую коммерческую недвижимость строят, используя второсортные и третьесортные материалы. И это не ошибки проектировщиков, а требования инвестора, который, пытаясь сэкономить, вносит изменения в проект уже по ходу строительства.

Еще один момент: отмена обязательной сертификации в строительстве привела к тому, что на рынке во множестве появились стройматериалы, которые, соответствуя «на бумаге» всем требованиям по качеству, фактически в ходе эксплуатации промерзают и разрушаются. Поэтому сегодня и застройщику, и инвестору нужно предельно внимательно, и даже придирчиво, относиться к выбору стройматериалов. И уж, конечно, не экономить на теплозащите.

— А получается ли экономить?

— В том-то и дело, что нет. Задав курс на энергоэффективность, государство четко обозначило, что и электроэнергия, и газ, а стало быть, и тепло, будут постоянно дорожать, по меньшей мере, в заявленных пределах — на 25% ежегодно. И та экономия, которую застройщики сегодня пытаются получить за счет выбора дешевых конструкционных материалов, в будущем обернется ветром в парусе. Теплопотери в здании, построенном из некачественных материалов, могут достигать до огромных значений.

— Но ведь расходы на коммунальные услуги собственник коммерческой недвижимости может с легкостью включить в арендную плату?

— В ходе множества встреч с застройщиками и инвесторами, осуществляющими проекты по строительству коммерческой недвижимости, я пришел к выводу: на это и расчет. Люди открытым текстом говорят: нам неважно, какие затраты будут ложиться на отопление. Все оплатят арендаторы. То есть — это попытка переложить свои расходы на плечи другого бизнеса. И ранее этот расчет всегда оправдывался — в связи с тем, что в Перми долгое время существовал дефицит офисных помещений. Арендаторы в этой ситуации были вынуждены идти на те условия, которые диктовал арендодатель. Но кризис сделал свое дело. У арендаторов коммерческой недвижимости, как ранее у покупателей жилья, появился выбор. И захотят ли они нести дополнительные затраты, расплачиваясь за «экономия» инвесторов на качестве стройматериалов? Очень сомневаюсь. Следовательно, у собственников более энергоэффективных зданий появляется серьезное конкурентное преимущество.

Представьте ситуацию: поблизости друг от друга стоят два примерно одинаковых офисных здания, одно из которых построено с применением качественного стройматериала, другое — из второсортного, но дешевого (инвестор «сэкономил» при строительстве). У собственника бо-



лее энергоэффективного здания будет больший люфт при варьировании арендной ставки, и он будет иметь возможность ее снижать. А собственник другого — не сможет: ему придется оплачивать огромные счета за отопление. В конечном итоге, арендаторы выберут более привлекательную для себя плату и плавно перетекут в соседнее здание.

— То есть вы считаете, что вложения в энергоэффективность на стадии строительства окупятся при эксплуатации?

— Причем очень быстро! Во-первых, на самом деле строить теплые здания не так дорого, как может показаться. А во-вторых, если наружная стена выполнена из материала с хорошими теплозащитными свойствами — это выгодно при эксплуатации здания в любое время года: зимой такая стена не пропускает холод, а летом точно так же защищает от жары, позволяя обходиться без кондиционеров.

— И вы, конечно, советуете выбирать газобетон?

— Сегодня на рынке представлено большое количество материалов, подходящих для возведения наружных стен. Наиболее качественные, экологически чистые и долговечные из них — это керамический кирпич и газобетонные блоки, которые в Пермском крае производит ОАО «ПЗСП». И, конечно, отдавая должное кирпичу, я советую выбирать газобетон. Но совсем не потому, что мы его производим, а потому, что он объективно имеет исключительные теплозащитные свойства. Более энергоэффективного конструкционного материала на сегодня не существует. Соответственно, газобетон — самый оптимальный вариант с точки зрения инвестиционных затрат. Наш отдел маркетинга проводил расчеты, во сколько обходится возведение квадратного метра наружной стены из различных материалов. Результаты говорят о том, что стена из кирпича с применением эффективного утеплителя обходится в разы дороже, чем та же стена, выполненная из негорючего, экологически чистого и долговечного газобетона. Я не буду здесь приводить цифры, но мы их не скрываем, любой специалист может пересчитать и убедиться — методики известны.

Время, когда арендатор начнет спрашивать, из какого материала построено здание, наступит уже совсем скоро. И уж совершенно точно, он будет интересоваться, какую часть его арендной платы составляет оплата коммунальных услуг. И на этом основании принимать решение — остаться здесь или пойти искать более теплую «юрту».

Инесса Суворова