

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЭКОНОМИКА РЕГИОНА»

О ВЛИЯНИИ ГАЛИМАТЬИ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

Очередной год подходит к концу, и уже можно подводить предварительные итоги. Темпы роста многих сегментов бизнеса опережали инфляцию, что, вероятно, можно расценивать как положительный момент. Шла вверх торговля машинами — за первые восемь месяцев года прирост продаж по сравнению с аналогичным периодом прошлого года составил почти 50%. Вместе с этим рынком росло автокредитование (или благодаря ему росли продажи машин). Этот сегмент тянул за собой вверх страховой рынок. Продолжала победное шествие по стране ипотека, демонстрирующая совсем уж рекордные показатели. Субъекты бизнеса богатели, создавали «жировую прослойку» и заделы на будущее. Но при этом многие аналитики в один голос продолжают твердить о нестабильной ситуации на мировых рынках и предупреждать о неизбежном наступлении кризиса. Деловое сообщество по-прежнему живет без веры в светлое будущее.

Помимо подготовки к кризису, пророки всех мастей не устают напоминать о грядущем «конце света». Определенные слои общества это нервирует и деморализует. Петербургские депутаты даже хотели законодательно запретить разговоры и упоминания в СМИ о календаре майя. Наши законодатели знают толк в том, как всякая галиматья влияет на неокрепшие умы…

Конец света в истории человечества обещали не один раз. Однако давно уже общество так основательно к нему не готовилось. В том, что он наступит, у меня лично есть некоторые сомнения. А вот конец чьего-то бизнеса, на мой взгляд, неизбежен. И связано это как раз с предсказаниями майя.

Например, под ударом могут оказаться банки: можно предположить, что количество некачественных заемщиков в ближайшее время у них сильно вырастет — хотя бы в силу того, что слишком уж суеверный клиент наберет побольше кредитов да и уедет в теплые края отдохнуть напоследок перед концом света. И не факт что по возвращении сможет отдать.

А потому расслабляться перед Новым годом не стоит — партнеров и контрагентов стоит выбирать тщательнее, чем обычно. Мало ли как на слабых духом повлияют разговоры кликуш разных мастей.

ГРАФИКА НА ОБЛОЖКЕ: АРСЕНИЙ БЛИНОВ

ЦЕНА НЕ ПУГАЕТ

ОБЪЕМ РЫНКА ПРЕМИУМ-ТОВАРОВ В ПЕТЕРБУРГЕ АКТИВНО РАСТЕТ. ЖИТЕЛИ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ ВСЕ ЧАЩЕ ПОКУПАЮТ РОСКОШНЫЕ КВАРТИРЫ, АВТО И ОДЕЖДУ. ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, ЭТО СВИДЕТЕЛЬСТВУЕТ КАК ОБ УЛУЧШЕНИИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОПРЕДЕЛЕННОГО СЛОЯ ПЕТЕРБУРЖЦЕВ, ТАК И ОБ УВЕЛИЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ ГОРОДА. КРИСТИНА НАУМОВА

Спрос на товары премиального класса увеличивается год от года, отмечают эксперты. По данным аналитика «Инвесткафе» Дарьи Пичугиной, рост спроса на премиальные продукты питания составляет примерно 37% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, на премиум-косметику — 40%, бытовую химию — 25%, фармацевтику — 12%. Рост интереса к дорогостоящим товарам в Петербурге связан, по мнению госпожи Пичугиной, с общим повышением благосостояния населения и ростом расходов по всем сегментам рынка.

При этом доходы увеличиваются не у всех жителей, а только у определенной прослойки. Чаще всего рост доходов одних сопровождается снижением доходов у других и усилением социального расслоения, что отнюдь не свидетельствует об экономическом росте, говорит эксперт. Кроме того, рост потребления дорогих товаров в Петербурге связан с тем, что по сравнению с Москвой цены здесь чуть ниже. Московский рынок жилья, например, уже не так привлекателен, соответственно, денежные потоки переходят в Петербург. Спрос перетекает из Москвы в Северную столицу, поскольку Петербург становится экономически все более значимым. Перераспределение денежных потоков в дальнейшем должно позитивно сказаться на экономической ситуации, считает Дарья Пичугина.

Оживление покупательского интереса констатируют продавцы элитной недвижимости. Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости «Colliers International Санкт-Петербург», отмечает, что, несмотря на рост стоимости элитной недвижимости, в третьем квартале 2012 года значительно увеличился объем продаж. Госпожа Конвей связывает это с желанием обеспеченных людей инвестировать в жилье, тем самым сохраняя накопления. Выкладывая как минимум $4 тыс. за квадратный метр, покупатели хотят увидеть в своем доме социальную инфраструктуру, приватность и «именитых» соседей. Елизавета Конвей отмечает, что средний покупатель элитной квартиры в Петербурге «помолодел» до 28 лет. В основном позволить себе такое жилье могут топ-менеджеры, чиновники и собственники компаний.

«Сегодняшний клиент может легко отличить высокое качество от посредственного, действительно премиальный уровень от недотягивающего до него», — говорит эксперт. Это, по словам госпожи Конвей, положительно влияет на качество строительства, так как девелоперам приходится придумывать «фишки», привлекать иностранных специалистов (архитекторов, дизайнеров) к созданию облика зданий, оснащать дома инфраструктурой, разрабатывать необычную концепцию. Эксперт приводит в пример жилой комплекс «Леонтьевский мыс». В рамках проекта девелопер создает 600 м набережных и оснащает комплекс собственной мариной, чтобы у будущих жильцов была возможность позавтракать на собственной яхте или отправиться на катере на работу.



АЛЕКСАНДР ЧИЖЕНОК

ОТКРЫТИЕ ПРЕМИАЛЬНОГО УНИВЕРМАГА ПОД УПРАВЛЕНИЕМ MERCURY В БЫВШЕМ ДОМЕ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ТОРГОВЛИ ГОВОРИТ О ТОМ, ЧТО ПОСТАВЩИКИ LUXURY-ТОВАРОВ СЧИТАЮТ ПЕТЕРБУРГ ГОТОВЫМ К ПОТРЕБЛЕНИЮ НА «ВЫСШЕМ УРОВНЕ»

Динамику продаж демонстрирует и петербургский рынок премиальных авто. В Петербурге за первые восемь месяцев этого года продано 9,7 тыс. автомобилей премиум-сегмента. По итогам девяти месяцев 2012 года общий рост всех марок премиум-сегмента составляет 32% по отношению к аналогичному периоду прошлого года, отмечает Михаил Чаплыгин, генеральный директор «Auto-Dealer-СПб». Уверенно себя продолжают чувствовать BMW, Mercedes-Benz, Audi, Volvo, Land Rover. Их продажи по-прежнему демонстрируют внушительный рост.

Наряду с ростом динамики продаж увеличивается и доля премиум-сегмента в общем объеме продаж новых легковых автомобилей в Петербурге. Например, с января по август 2011 года она составляла 6,3%, а за первые восемь месяцев 2012 года уже 7,3%. Этот рост можно объяснить тем, что в прошлом году до начала осени действовала программа утилизации старых автомобилей, которая стимулировала продажи машин, главным образом бюджетного сегмента. Соответственно, ее окончание осенью 2011 года отразилось на увеличении роста доли премиум-сегмента в этом году, говорит господин Чаплыгин. → 22