20 → Все более крупную сумму петербуржцы готовы выложить за одежду, обувь и аксессуары. Оборот премиум-товаров в этом сегменте растет на 2% быстрее рынка.

Эксперты подчеркивают, что существует грань между товарами премиум-класса и класса люкс. «Разница между предметом роскоши и предметом премиум-класса достаточно тонкая. К роскоши относят эксклюзивные товары, например, дизайнерские вещи в единственном экземпляре, товары премиум-класса — более массовый сегмент, но высокой стоимости, например, автомобили», — рассуждает Дарья Пичугина.

Управляющий директор группы компаний Esper Group Дарья Ядерная отмечает, что товары класса премиум — это товары марок, которым в среднем менее 20–30 лет. Это дизайнерские бренды, стоимость изделий которых в рознице в среднем превышает €400 за одну единицу. Товары класса люкс по стоимости могут совпадать с премиум-сегментом, но история таких марок насчитывает 40 лет и более, а узнаваемость этих брендов более универсальна.

Так, например, Michael Kors, по словам Дарьи Ядерной, — премиальная марка. По стоимости она довольно дорогая, но ее узнаваемость не будет универсальной среди широкого круга потребителей готовой одежды, обуви и аксессуаров в целом. В то же время Prada, Louis Vuitton, Gucci и другие бренды обладают универсальной узнаваемостью и существуют гораздо дольше.

В настоящее время в Москве и Петербурге спрос на премиальную одежду, обувь и аксессуары динамично растет. Дарья Ядерная объясняет это тем, что рынок люксовых товаров этих городов в значительной степени насыщен. Как следствие, появляется интерес к новым для российского рынка маркам, преимущественно премиальным. Все ключевые марки класса люкс в России уже представлены, а модель потребления премиальных товаров в стране только начинает формироваться. Перспективы роста серьезные, потому что раньше на рынке никто не был представлен, говорит Дарья Ядерная.

Она подчеркивает, что рынок Петербурга более восприимчив к премиальным товарам, чем рынок Москвы, потребители которого отдают предпочтение «старому люксу». Проводимые Esper Group опросы показывают, что потребители Петербурга более склонны приобретать товары класса премиум от молодых дизайнеров, проявляют интерес к неизвестным маркам и готовы при этом платить за них суммы, сопоставимые со стоимостью люкса.

Объем целевой аудитории товаров класса премиум в Петербурге ниже, чем в Москве, но этот рынок второй по привлекательности. В среднем продажи ведущих премиальных марок, представленных и в Москве, и в Петербурге, в Северной столице в 2–2,5 раза ниже. «При выходе на рынок Петербурга необходимо учитывать, что динамика спроса может быть оживленной, но в силу ограниченной емкости рынка по числу потенциальных покупателей быстро достигнуть максимального насыщения», — говорит Дарья Ядерная. По ее словам, пример ДЛТ (петербургский проект ЦУМа) отражает этот тезис как нельзя лучше. Рынок города интересен игрокам, которые уже представлены в ДЛТ, однако объемы закупок и ассортимент будут ниже, чем в Москве. ■

НЕПОСИЛЬНЫЙ ГРУЗ

ОБЪЕМ ПЕТЕРБУРГСКОГО РЫНКА ГРУЗОПЕРЕВОЗОК ДОСТИГНЕТ В ЭТОМ ГОДУ 7 МЛРД РУБЛЕЙ. ВПРОЧЕМ, НЕСМОТРЯ НА ВНУШИТЕЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, РЫНОК ПЕРЕЖИВАЕТ НЕЛЕГКИЕ ВРЕМЕНА, СЧИТАЮТ ЕГО КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ. В БИЗНЕСЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЕРЕВОЗОК ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ ЗАТРАТНАЯ ЧАСТЬ, А НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ ИГРОКОВ НЕ УСТРАИВАЮТ ПРАВИЛА ИГРЫ. КРИСТИНА НАУМОВА

Автотранспорт в России занимает около 70% в структуре грузоперевозок. Объем российского рынка коммерческих автомобильных грузоперевозок в денежном выражении, по оценкам крупнейших петербургских игроков, в 2011 году вырос на 20% и составил порядка 450 млрд рублей. Петербургский рынок участники рынка оценивают в 7 млрд рублей и констатируют, что давно перешагнули докризисную планку.

Всего в Ассоциации международных автомобильных перевозчиков (АСМАП) зарегистрировано порядка 450 компаний с юридическим адресом в Петербурге и Ленобласти, и все эти компании действительно работают на рынке. Впрочем, большинство из них имеют парк в среднем из 10–15 машин. Компаний, чей парк превышает сотню авто, в Петербурге и Ленобласти менее пяти. В число крупнейших игроков на рынке грузоперевозок входят компании CTS (входит в группу «Гепард»), «Миларин», «Мидас», «Трансэк».

Небольшие компании предоставляют лишь услугу транспортировки груза из пункта А в пункт Б. Руководитель компании «Грузо-поток» Руслан Васильев отмечает, что ежемесячный оборот небольшой компании составляет 60 млн рублей. Услугами таких игроков пользуются клиенты, которым надо транспортировать недорогой груз. В таком случае они обращают внимание в большей степени на стоимость услуги.

К услугам крупных компаний прибегают клиенты, которые везут дорогой или специфический груз, для транспортировки которого нужны особые условия. Крупные компании берут на себя также заботы по страховке и растаможиванию груза.

Генеральный директор CTS (международные и внутрироссийские грузоперевозки) Владимир Мокров рассказывает, что ежемесячный оборот компании составляет 90 млн рублей, а годовой — 1 млрд рублей. В настоящее время компания располагает парком, состоящим из 300 автопоездов Scania Volvo. На территории компании есть собственная ремонтная база, комплекс зданий для техобслуживания, складские помещения, автозаправка, медпункт, а также пункт технического контроля автомобилей. CTS совершает более тысячи рейсов в месяц, из них 65% по международным маршрутам (Финляндия, Эстония).

ООО «Миларин» также совершает около тысячи рейсов в месяц, однако международных контрактов в портфеле компании не больше 15%. На сегодняшний день компания эксплуатирует 293 автопоезда Scania и MAN. Компания обладает собственной территорией площадью 72 тыс. кв. м, на которой организованы парковки, ремонтные боксы, офисные и служебные помещения.

Парк компании «Трансэк» насчитывает 300 автопоездов. Ежемесячный оборот составляет в среднем 3,5 тыс. контейнеров.

НЕ СДВИНУТЬ С МЕСТА Потеснить крупных игроков бизнеса почти нереально, говорят эксперты. Чтобы прийти на рынок и быть конкурентоспособным, необходим соответствующий парк автомобилей, собственная территория для складских комплексов, ремонтной базы, медпункта, автозаправки, штат специалистов и водителей. Впрочем, и собственная инфраструктура не гарантирует успех на рынке грузоперевозок. Места для новых крупных игроков на рынке нет. У новой компании должна быть клиентская база. Тенденция последних лет такова, что объем контрактов, наоборот, сокращается, и этих контрактов гораздо меньше, чем игроков рынка.

Участники рынка отмечают, что за последние несколько лет работать на международном рынке стало гораздо сложнее. Из-за удорожания топлива и запасных частей серьезно увеличилась затратная часть бизнеса. Выживают те, у кого диверсифицированное производство, говорит господин Мокров. Как правило, компании, помимо транспортировки, занимаются экспедированием и хранением грузов.

Соответствовать международным стандартам сложно, отмечают участники рынка. Если для работы на внутреннем рынке нужно лишь пройти техосмотр и иметь полис ОСАГО, то для доступа к международным перевозкам перечень необходимых документов шире. Необходимо быть членом АСМАП, страховать транспортируемые грузы, иметь Green Card, водители должны быть сертифицированы для международных перевозок. Кроме того, сами автомобили должны соответствовать международному стандарту Евро-5. Это экологический стандарт, предусматривающий снижение окисей азота и углеводородов на 25%, а для дизельных двигателей — снижение на 80% выбросов сажи и на 20% — окисей азота.

Участники рынка констатируют, что менее хлопотно работать на внутреннем рынке, однако здесь гораздо более низкие ставки. Если рейс Петербург — Москва стоит 60 тыс. рублей, то рейс Хамина — Москва — 120 тыс. рублей.

При этом и на внутреннем рынке тоже не все гладко. Бизнесменов не устраивают правила игры. Так, например, если в Европе максимально допустимый вес груза 42 тонны, то в России — лишь 40 тонн. Это создает существенные неудобства при транспортировке грузов через границу. Кроме того, несправедливой участникам рынка видится и система штрафов перевозчиков. Чиновники не учитывают общее число рейсов компании, количество машин и к подсчетам нарушений относятся формально, считают бизнесмены.

СОПЕРНИЧЕСТВО ПОРТОВ Участники рынка отмечают, что в этом году многие клиенты изменили логистику и отказались от услуг финских портов. Это подтверждает и статистика. Грузооборот объединенного порта Hamina-Kotka за девять месяцев 2012 года снизился на 9,2% относительно показателя за январь—сентябрь 2011 года и составил 10,8 млн тонн. «Во многом падение грузооборота — следствие забастовок докеров в финских портах. Клиенты не хотят рисковать и „размазывают“ риски, транспортируя груз через порты стран Балтии», — поясняет господин Мокров. Сейчас, по его словам, обострилась конкурентная борьба между портами Финляндии, Эстонии и Петербурга. При этом Большой порт Санкт-Петербург отстает от зарубежных конкурентов из-за слабой инфраструктуры. Грузооборот Большого порта Санкт-Петербург в январе—сентябре 2012 года снизился на 3% по сравнению с аналогичным периодом 2011 года — до 43,3 млн тонн.

Порту Усть-Луга грузоперевозчики дают положительные оценки и отмечают, что многие клиенты отказались от финских портов именно в пользу порта в Ленобласти. Порт Усть-Луга за девять месяцев нарастил грузооборот в 2,1 раза — до 33,094 млн тонн.

Из России за границу везут в основном нефть, газ, лес, металл. В Россию из-за границы привозят алкоголь, одежду, обувь, химию, краски, комплектующие, медикаменты. ■