экономика региона

Безналичные перспективы

Оплата по банковским картам набирает популярность

эквайринг

Доля безналичных платежей по банковским картам в Петербурге за год увеличилась почти в два раза, превысив 30% от общего объема операций по платежным картам. Большая часть операций по-прежнему приходится на снятие наличных, но доля покупок стремительно растет, а банки развивают эквайринг и тестируют новые технологии.

Развитие рынка безналичных расчетов в последние годы стало ускоряться. По данным Ассоциации банков Северо-Запада (АБСЗ), в 2011 году доля безналичных платежей в Петербурге была на уровне 18%, а по итогам 2012 года достигла почти 33% от общего объема операций по платежным картам. Само количество карт за года выросло почти на 1 млн штук и на начало октября 2012 года достигло 11,3 млн карт (включая кредитки).

В период с 2009 по 2012 год в России оборот по картам в среднем увеличивался на 31,5% в год, говорит Денис Власов, старший вице-президент по развитию банковских продуктов и маркетингу «Ренессанс Кредит». «Мы полагаем, что темпы роста на уровне 25–30 процентов в нашей стране сохранятся и в последующие несколько лет при условии, что не произойдет повторения ситуации 2008–2009 годов», — полагает он.

По данным Банка России, доля наличных денег в денежной массе в РФ составляет сейчас 23,8%, тогда как, согласно статистике Европейского Центробанка, в странах еврозоны этот показатель равняется 9,6%, отмечает аналитик банка «Хоум Кредит» Станислав Дужинский. «Становится понятно, что задача дальнейшего снижения доли наличных актуальна. Именно поэтому последнее время так часто говорят о необходимости стимулирования безналичных расчетов», — добавляет аналитик.

ОЛЕГ ХАРСЕЕВ

Тарифная политика платежных систем нередко приводит к отсутствию заинтересованности предприятий торговли и услуг в реализации товаров посредством платежных карт

Киоскам мешают тарифы

Основное преимущество безналичных платежей — сокращение издержек на обслуживание наличных (здесь же снижаются и расходы на обслуживание банками клиентов) и повышение прозрачности экономики путем направления основных денежных потоков через банковскую систему. Однако для перехода на безналичное денежное обращение необходим достаточный уровень проникновения банковских услуг на региональном уровне, который на сегодняшний день все еще низкий.

В Петербурге, где рынок банковских услуг достаточно насыщен, эта задача решается быстрее. Но и здесь остаются проблемы. По мнению Ольги Гончаровой, директора региональных продаж филиала «Санкт-Петербургский» Альфа-банка, основным сдерживающим фактором остается недостаточная финансовая грамотность населения. Еще один фактор — нежелание мелких компаний нести дополнительные расходы, связанные с организацией эквайринга и его обслуживанием. С каждой транзакции необходимо платить комиссию банку. Кроме того, приходится нести и технические издержки на установку и обслуживание терминала, а далеко не каждому владельцу магазина это выгодно, тем более в регионе. «Тарифная политика платежных систем приводит к отсутствию заинтересованности предприятий торговли и услуг в реализации товаров посредством платежных карт. На практике оплата товаров в низком ценовом диапазоне с использованием карты для торговых сетей является убыточной за счет комиссии эквайринга», — резюмирует управляющий филиалом Номос-банка в Санкт-Петербурге Виктор Питернов.

Конечно, в последние годы ситуация стала меняться в лучшую сторону, и со стороны торговых точек тоже растет интерес к эквайрингу. По данным АБСЗ, на 1 октября 2012 года в торгово-сервисных предприятиях города было установлено 22,266 тыс. POS-терминалов, тогда как в начале прошлого года их количество составляло 20,181 тыс. Сегодня платежные терминалы стоят практически везде за исключением небольших торговых точек — ларьков, киосков, рынков. Последние попросту не могут позволить себе установку оборудования для осуществления безналичных платежей, отмечает Владимир Климентьев, начальник отдела развития комиссионного бизнеса филиала «Петровский» банка «Открытие». Впрочем, даже в развитых европейских странах маленькие магазинчики, булочные и овощные лавки работают за наличный расчет.

Пластиковая полка

По данным АБСЗ, наиболее популярные операции по картам — это снятие наличных в банкоматах и оплата товаров и услуг. На них приходится 70% расчетов по картам. В целом по России этот показатель еще больше. «На оплату товаров и услуг картой на конец третьего квартала 2012 года в нашей стране приходилось только 15 процентов от общего объема операций. Однако положительная динамика в этом направлении есть: четыре года назад в России доля безналичных оплат была всего 7,6 процента», — говорит Денис Власов.

Платежи с использованием пластиковых карт занимают от 10 до 20% от оборота, отмечает Ольга Гончарова. Из них чуть более 16% приходится на магазины одежды и обуви, около 15% — на супермаркеты, 9% — на авиаперевозки и по 6% — на магазины бытовой или компьютерной техники и рестораны или кафе, остальное — получение наличных в банкомате. По данным VISA и MasterCard, по итогам 2012 года общий оборот E-commerce в России составил $5,5 млрд, из них оборот Альфа-банка — $2,35 млрд.

«У нашего потребителя еще не выработалась привычка расплачиваться картой и пользоваться всеми возможностями, которые она дает. Нет пока и высокого уровня доверия к безналичным платежам, многие люди до сих пор, получая зарплату на карту, стараются как можно быстрее ее обналичить. „Наличные — это надежнее“ — устоявшееся мнение», — подытоживает Станислав Дужинский. Те клиенты, которые проводят безналичные операции по картам, в первую очередь используют их для онлайн-перевода денежных средств со счета на счет, при оплате покупок в крупных гипермаркетах и торговых центрах, при покупке через интернет туристических путевок, авиа- и железнодорожных билетов, а также при оплате брони в отелях и прочих услуг, добавляет заместитель управляющего филиалом Абсолютбанка в Санкт-Петербурге Андрей Рублев.

«Список доступных услуг и количество операций, которые совершают клиенты банка с помощью удаленных каналов обслуживания, увеличивается с каждым годом. Развитие этого сервиса позволяет клиентам все меньше зависеть от сотрудников банка и режима работы офисов», — говорит заместитель председателя Северо-Западного банка Сбербанка России Марина Чубрина. В Северо-Западном Сбербанке количество операций по банковским картам в прошлом году выросло на 70%, а эквайринговый оборот увеличился более чем на 55%. Доля всех операций, включая снятие и взнос наличных, погашение кредитов, переводы со счета на счет, совершаемых клиентами банка через удаленные сервисы, в общем количестве транзакций достигла 78% против 67,7% в 2011 году.

Без лишних контактов

В ближайшее время доля безналичных расчетов по картам в общем объеме операций продолжит расти, этот сегмент останется одним из наиболее динамичных, считает Виктор Питернов. «Следует учитывать менталитет большой части населения, которая реальные деньги до сих пор воспринимает только в наличной форме. При этом в настоящее время рынок эквайринга под воздействием мощных факторов роста демонстрирует высокие темпы развития», — говорит он.

Тарифы на эквайринг будут снижаться, и, соответственно, точки продаж будут еще больше заинтересованы в увеличении доли безналичных платежей, считает госпожа Гончарова. Возможно, появление Национальной платежной системы ускорит этот процесс и картой можно будет расплатиться действительно везде, полагает она. Рост финансовой грамотности населения, развитие новых технологий и усиление степени защиты операций по картам, как и самих карт (например, чиповые карты) будут способствовать увеличению доли безналичных расчетов, добавляет Владимир Климентьев.

По мнению Андрея Рублева, первоочередной задачей банков сейчас является не увеличение объема выпуска пластиковых карт, а постоянное улучшение качества данного продукта и донесение до потребителей преимуществ их использования в повседневной жизни. Для этого многие банки развивают дополнительные сервисы для использования карт — интернет- и мобильный банкинг. Также популярно развитие дисконтных программ с партнерами, такие программы не только повышают узнаваемость бренда и развивают лояльность к банку за счет дополнительных скидок для клиента, но и увеличивают обороты по картам.

Что касается технологий проведения безналичных платежей, то в настоящее время банки начинают развивать направление бесконтактных технологий, таких как PayPass/PayWay. Активное внедрение этих карт приведет к тому, что торгово-сервисные предприятия будут все чаще устанавливать соответствующие терминалы, как это реализовано в Европе.

ВЕРОНИКА МАСЛОВА

Борьба с традицией

Мобильные операторы пока сдерживают натиск IP-телефонии

связь

Активное развитие в России VoIP (Voice over IP) сегодня оказывает заметное давление на работу традиционных операторов связи. Драйвером этого процесса является набирающее силу развертывание высокоскоростных сетей и впечатляющие темпы роста рынка смартфонов и мобильных компьютеров, в первую очередь планшетов. Санкт-Петербург может стать одним из лидеров на рынке IP-телефонии, считают эксперты.

На сегодняшний день на долю VoIP в РФ приходится, по разным экспертным подсчетам, около 5–6% мобильного трафика, а уровень проникновения с учетом количества пользователей оценивается в 15–20%. Такие цифры называет аналитик УК «Финам Менеджмент» Анна Зайцева. «На локальном рынке Петербурга в условиях обеспеченности инфраструктурой и развитой пользовательской системы данный показатель может быть заметно выше, чем в целом по стране», — считает она.

Уровень проникновения VoIP пока остается сравнительно невысоким. Тем не менее индустрия совершенно очевидно растет высокими темпами и располагает очень значительным потенциалом. Согласно отчету компании J'son & Partners Consulting, по итогам 2011 года голосовой трафик в российских сетях IP-телефонии вырос в четыре раза и достиг уровня 3,7 млрд минут.

Ранее высказывались прогнозы, что по итогам 2012 года в России доля трафика VoIP может достигнуть 40%. По оценке директора по маркетингу и PR компании «Смарт Телеком» Натальи Резниковой, эти ожидания не оправдались. «По-прежнему основная доля голосового трафика — это мобильные операторы, и вытеснить их такими приложениями, как Skype и FaceTime, очень сложно», — говорит госпожа Резникова. Она оценивает долю голосового трафика, передаваемого по VoIP в Санкт-Петербурге, в 15–20%. Более того, как полагает эксперт, постепенно корпоративный сектор перейдет на эти технологии и за год-два проникновение достигнет 60–70%.

Только если даром

Основное конкурентное преимущество IP-телефонии — низкие цены. В первую очередь это актуально, конечно, для роуминга и, соответственно, международных и междугородних звонков у операторов фиксированной связи. В среднем услуги VoIP обходятся пользователям на 50–100% дешевле.

Между тем платить за такие услуги готов далеко не каждый. Петербуржцы предпочитают оставаться абонентами «Ростелекома», и массового перехода на IP-телефонию не наблюдается. Это объясняется целым рядом факторов, в числе которых необходимость смены номера, зависимость связи от электричества. Также абоненты не видят смысла переключаться на IP-телефонию, так как экономия не столь значительна. «Частным клиентам некогда тратить время на изучение новой технологии. Распространено также мнение, что использование решений IP-телефонии не так удобно, как, скажем, просто взять в руки мобильный телефон и осуществить вызов привычным образом», — отмечает Наталья Резникова.

«Мобильная связь постепенно вытесняет домашнюю стационарную телефонию. IP-телефония не сможет заменить мобильную связь», — считает директор по маркетингу компании Telphin Антон Винник.

По словам заместителя руководителя группы развития проекта IP-телефонии компании «ВестКолл» Игната Кудрявцева, частные клиенты готовы платить прежде всего за удобный сервис и новые возможности, которые предоставляет им IP-телефония. «Следует как минимум разделять IP-телефонию как интернет-телефонию (услугу голосовой связи через интернет) и IP-телефонию как услугу подключения абонента к оператору на „последней миле“. В первом случае весь голосовой трафик проходит по публичным IP-сетям, нередко такой способ подключения используется для дешевых междугородних и международных звонков, — поясняет Игнат Кудрявцев. — Во втором случае голосовой трафик передается по IP-сети только на участке между абонентом и оборудованием оператора, дальше сразу же попадает на городскую станцию и в сеть ТфОП. В данном случае стоимость IP-телефонии может быть сопоставима со стоимостью обычной телефонной линии, но, в отличие от нее, позволяет предоставить различные дополнительные сервисы для абонента, которыми он сам может управлять, например, личный кабинет, переадресацию по условиям, детальную статистику о вызовах, персональное приветствие и многие другие».

В связи с инертностью физических лиц некоторые игроки на рынке IP-телефонии в качестве ориентира выбирают корпоративный сегмент. К примеру, представители компании «Телфин» ранее заявляли, что намерены больше внимания уделять развитию услуг для компаний, нежели для физических лиц. В результате по итогам 2012 года доля корпоративных абонентов в общем плане подключений увеличилась почти в три раза. По оценке Натальи Резниковой, доля голосового трафика, передаваемого по VoIP в Санкт-Петербурге в корпоративном секторе, составляет 20–30%.

Наступая на пятки

Активное развитие в России VoIP на фоне дальнейшего развертывания высокоскоростных сетей и впечатляющих темпов роста рынка смартфонов и мобильных компьютеров уже сейчас оказывает заметное давление на бизнес традиционных операторов связи. Новые вызовы создают растущие возможности интеграции VoIP с потребительскими устройствами мобильной связи. «Приложение IP-телефонии в вашем смартфоне позволяет совершать практически бесплатные, по цене мобильного трафика, звонки P2P. Агрессивно низкие цены на другие виды связи при динамичном росте качества услуг на фоне повышения пропускной способности в условиях развития сетей 3G и 4G, несомненно, будут остро конкурировать с предложениями традиционных операторов», — прогнозирует Анна Зайцева.

Одной из главных причин, затрудняющих развитие IP-телефонии в России, эксперты называют относительно невысокое покрытие мобильного интернета. Мешают и недоработки в нормативно-правовой базе. Игнат Кудрявцев к барьерам относит некоторый консерватизм и привычку потребителей ориентироваться на уже хорошо известную ему технологию. «Бытует мнение, что технология еще недостаточно обкатанная. Это мнение не соответствует действительности, сейчас многие протоколы стандартизированы, а оборудование хорошо совместимо. Также свое доживают старые мифы о том, что услугу сложно подключить, а оборудование сложно настроить, и, конечно, представление о том, что качество IP-телефонии оставляет желать лучшего», — говорит эксперт.

IP-телефония показывает уверенный рост, и наверняка в ближайшие годы этот тренд сохранится как в частном, так и в корпоративном сегментах. Положительно скажутся на развитии этого сегмента телефонии также планы правительства РФ по разработке для операторов комплекса мер по снижению стоимости подключения квартирных абонентов к интернет-доступу.

МАРИНА АКАТОВА

Новый уровень конкуренции

За экспонентов Петербург будет бороться с Москвой

выставочный бизнес

В следующем году на рынок Петербурга выйдет новая выставочная площадка — «Экспофорум» в Шушарах. Безусловно, это не сможет не повлиять на весь рынок конгрессно-выставочной деятельности Петербурга. Но большинство участников рынка считают, что с вводом нового современного центра другие выставочные площадки не умрут, а конкурировать новый центр будет не с петербургскими площадками, а со столичными.

В Санкт-Петербурге часть коммерческих выставок проводится на специализированных выставочных площадках, остальные же — на стадионах, в гостиницах и других неспециализированных залах. По данным Maris | Part of the CBRE Affiliate Network, на май 2012 года в городе было представлено шесть специализированных выставочных площадок и три приспособленных. «Специализированные выставочные центры в среднем только на 50–70 процентов соответствуют международным требованиям (Союза международных ярмарок, UFI. — **„Ъ“**). Среди основных недостатков — узкий спектр услуг, неразвитость инфраструктуры, отсутствие необходимых технологий и оборудования, проблемы с парковками. Пока в Петербурге нет ни одного выставочного комплекса, который полностью отвечал бы международным требованиям. Таким образом, потребность в новых качественных выставочных площадях достаточно высокая и открытие „Экспофорума“ будет своевременным», — полагает Елена Прозорова, консультант отдела консалтинга и оценки компании Maris | Part of the CBRE Affiliate Network.

Как уверяют в самом «Экспофоруме», введение в строй нового конгрессно-выставочного центра позволит развивать выставочные проекты за счет увеличения площадей и использования для организации стендов соответствующей инфраструктуры.

Один специализированный

По подсчетам специалистов «Экспофорума», в данный момент город располагает 60 тыс. кв. м выставочных площадей (сам «Экспофорум» будет насчитывать около 100 тыс. кв. м выставочных площадей). Но крупная специализированная выставочная площадка только одна — комплекс «Ленэкспо». «Все остальные не позволяют проводить масштабные промышленные выставки (более 5 тыс. кв. м) и не располагают инфраструктурой для обеспечения, скажем, промышленных или автотранспортных выставок. Конгрессных центров в городе нет вообще, поэтому у нас и проводится только одно регулярное крупное бизнес-событие — Петербургский международный экономический форум», — говорит руководитель отдела маркетинга «Экспофорума» Михаил Красавцев.

«Экспофорум» предполагает использование технически усовершенствованных площадок с развитой инфраструктурой: гостиницей, бизнес-центром, кафе и ресторанами, надземными и подземными парковками. «С одной стороны, эта площадка приблизит Петербург к уровню западных стран, но с другой стороны, такой формат не подходит многим выставочным компаниям города. Думаю, что „Экспофорум“ обозначит высокие цены, судя по качеству услуг, который он будет предоставлять. Что касается потребности в мелких выставочных площадках (300–1000 кв. м), то она по-прежнему сохранится. Ведь Петербург славится множеством известных выставок, которые по бюджету не соответствуют требованиям „Ленэкспо“ или „Экспофорума“. Например, православные выставки, выставки хлебосолья, меда, „Мир камня“ и другие, которые предпочитают арендовать более дешевые, в том числе и не приспособленные для экспозиций помещения, а не занимать площадку в „Ленэкспо“ из-за высоких цен», — комментирует генеральный директор компании NWTS / «Северо-Западные тентовые системы» Анастасия Ильина.

Зося Захарова, генеральный директор компании London Real Invest, также считает, что выставочные площадки меньшего масштаба продолжат работу. «В Петербурге ежегодно проводится около 300 мероприятий различного характера и масштаба, и их число постоянно увеличивается», — поясняет она.

Ниша есть

Михаил Красавцев считает, что для проведения крупных промышленных конгрессов и выставок достаточно одной большой и современной площадки. «Небольшие площадки, находящиеся в центре города, займут нишу потребительских выставок-ярмарок», — полагает он. Эксперты отмечают: чтобы обеспечить полноценное функционирование на качественном уровне всего выставочного комплекса, в нем необходимо проводить несколько выставок российского или международного уровня, а не ограничиваться только рынком СЗФО. В этом плане «Экспофорум» будет конкурировать не с площадками в Петербурге, а с московскими объектами («Крокус», «Экспоцентр» и др.).

«Сегодня „Экспофорум“ является крупнейшим проектом, включающим выставочные площади. Поэтому, безусловно, его появление на рынке изменит ситуацию. Однако с учетом единых владельцев „Ленэкспо“ и „Экспофорума“ во многом произойдет перераспределение выставок из одного комплекса в другой. Да, „Экспофорум“ будет предоставлять более современные и качественные площади и „перетянет“ на себя крупнейшие выставки, однако едва ли не в большей степени все зависит от спроса на эти мероприятия. К сожалению, инвестиционный климат в Санкт-Петербурге сейчас не на высоте, в результате чего уже с этого года крупнейший инвестиционный форум по недвижимости и девелопменту будет проводиться в Москве, и дело тут не в качестве выставочных площадей», — говорит Владислав Фадеев, руководитель отдела маркетинга департамента консалтинга GVA Sawyer.

Господин Фадеев считает, что небольшие площади останутся, если они имеют преимущество в транспортной доступности. «В „Экспоформуме“ представлены выставочные залы по 13 тыс. кв. м — все они одинаковой площади. То есть в случае потребности в 6–8 тыс. кв. м организатор не займет всю возможную площадь. Как следствие, при проведении двух выставок одновременно приоритет будет отдан той, которая занимает большие площади. У „Экспофорума“ будет меньше возможности варьировать масштабы проводимых мероприятий», — считает эксперт.

Сколько городу нужно

Владислав Фадеев считает, что в Петербурге должно быть не менее 150–200 тыс. кв. м качественных выставочных площадей. «Однако эта потребность существенно меньше в периоды охлаждения экономики», — полагает он.

Иные оценки дает Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI). По данным ее специалистов, необходимый объем выставочных площадей для Санкт-Петербурга, основанный на объеме регионального валового продукта, составляет 80–100 тыс. кв. м. «С вводом в эксплуатацию „Экспофорума“ в 2013 году обеспеченность города выставочными помещениями может достичь избыточного уровня, особенно с учетом того факта, что в настоящий момент в Петербурге спадает деловая и девелоперская активность. Так, ежегодную выставку PROEstate решено перенести в Москву», — напоминает Василий Довбня, директор департамента консалтинга «Colliers International Санкт-Петербург».

Инвестиции в конгрессно-выставочную недвижимость экономически менее эффективны по сравнению с другими сегментами рынка. Как правило, конгрессно-выставочные функции либо являются дополнением к гостиничным или торговым объектам, либо существуют как отдельный бизнес. Инвесторы и девелоперы, которые могут развивать этот сегмент, не заинтересованы в реализации проектов конгрессной инфраструктуры. Поэтому властям необходимо либо создавать условия, способствующие повышению интереса со стороны инвесторов и девелоперов к этому сегменту, либо хотя бы частично брать на себя обязательства по обеспечению жизненного цикла объекта. В мире распространена практика, когда проекты в сфере выставочной инфраструктуры дотируются из бюджета. В самом «Экспоформуме» говорят, что срок окупаемости различных объектов будущего центра в Шушарах будет зависеть от их функционального назначения: бизнес-центры, по подсчетам господина Красавцева, окупаются за 5–7 лет, отели — за 7–10, а вот конгрессно-выставочные площади — за 20–30 лет.

Конгрессный вектор

Санкт-Петербург прочно удерживает позиции второго по значимости «конгрессного центра» страны. Сильной стороной Петербурга в области развития конгрессно-выставочного туризма (MICE-туризма) является культурно-историческое и архитектурное наследие города. Также плюсами являются большой научный потенциал города и его удобное географическое положение.

«Слабыми сторонами Петербурга в области развития MICE-туризма являются неразвитость инфраструктуры для приема крупных международных конгрессов; небольшая количество крупных международных конференций; нехватка мест размещения в сезон; неэффективная ценовая политика гостиничных предприятий; недостаточные мощности аэропорта Пулково-2; сложности с оформлением въездной визы; нехватка профессиональных организаторов», — говорит Василий Довбня.

Любава Пряникова, эксперт по коммерческой недвижимости КЦ «Петербургская недвижимость», считает, что на сегодняшний день общий объем предложения на рынке конгрессных услуг составляет 45–50 тыс. мест. Основная часть (примерно две трети) проходящих в Петербурге деловых мероприятий рассчитана на количество участников до 100–150 человек. Этот сегмент не испытывает дефицита в специальных площадях, спрос практически полностью удовлетворяется предложением. Более крупные мероприятия, с количеством участников 200–500 человек, проводятся значительно реже, но все же их доля в общем объеме достаточно высока. В последние годы город обзавелся достаточным количеством площадок, подходящих этой аудитории.

Василий Довбня говорит, что, несмотря на то, что общее количество конференц-площадей составляет около 70 тыс. кв. м совокупной вместимостью около 50 тыс. мест, это в основном площадки размером 3–4 тыс. кв. м: концертные залы и спортивные объекты, которые ориентированы на культурно-массовые мероприятия, но малопригодны для проведения крупных деловых саммитов. «Современных залов для проведения крупных мероприятий в Петербурге практически нет. В „Ленэкспо“ всем требованиям к оснащению конференций фактически отвечает только один павильон», — говорит господин Довбня.

Большая часть залов, сдаваемых в аренду для проведения деловых мероприятий, расположена в гостиницах, предоставляющих участникам возможность проживания в месте проведения мероприятия. Так, в Петербурге примерно 50 отелей предлагают в аренду около 300 залов общей площадью более 30 тыс. кв. м. Распространена организация мероприятий и конференций в дворцовых интерьерах, в залах исторических зданий. Наибольшим спросом в данном сегменте пользуются здания, расположенные в центре города.

«Реализация проектов двух крупных конгресс-холлов — „Звездный путь“ в Стрельне (90 тыс. кв. м) и „Экспофорум“ (100 тыс. кв. м) — может решить проблемы конгрессно-выставочной отрасли только с одной стороны. А для того чтобы Петербург превратился в европейскую конгресс-столицу, необходимо улучшать всю инфраструктуру — транспорт, дороги, сервис. Показательны дни проведения Петербургского экономического форума: с одной стороны, город оживает и увеличивается деловая активность, с другой — на дорогах пробки, а гостиницы переполнены. При существующей инфраструктуре необходимость таких масштабных проектов под вопросом», — резюмирует Василий Довбня.

РОМАН РУСАКОВ

Типографские страницы отпечатаны в типографии ООО «ЛД ПРИНТ» 198095, г. Санкт-Петербург, ул. Розенштейна, д. 21, лит. Ф. Заказ № 5042
Территория предприятия «Балтика», д. 6/4, лит. Ф. Заказ № 5042