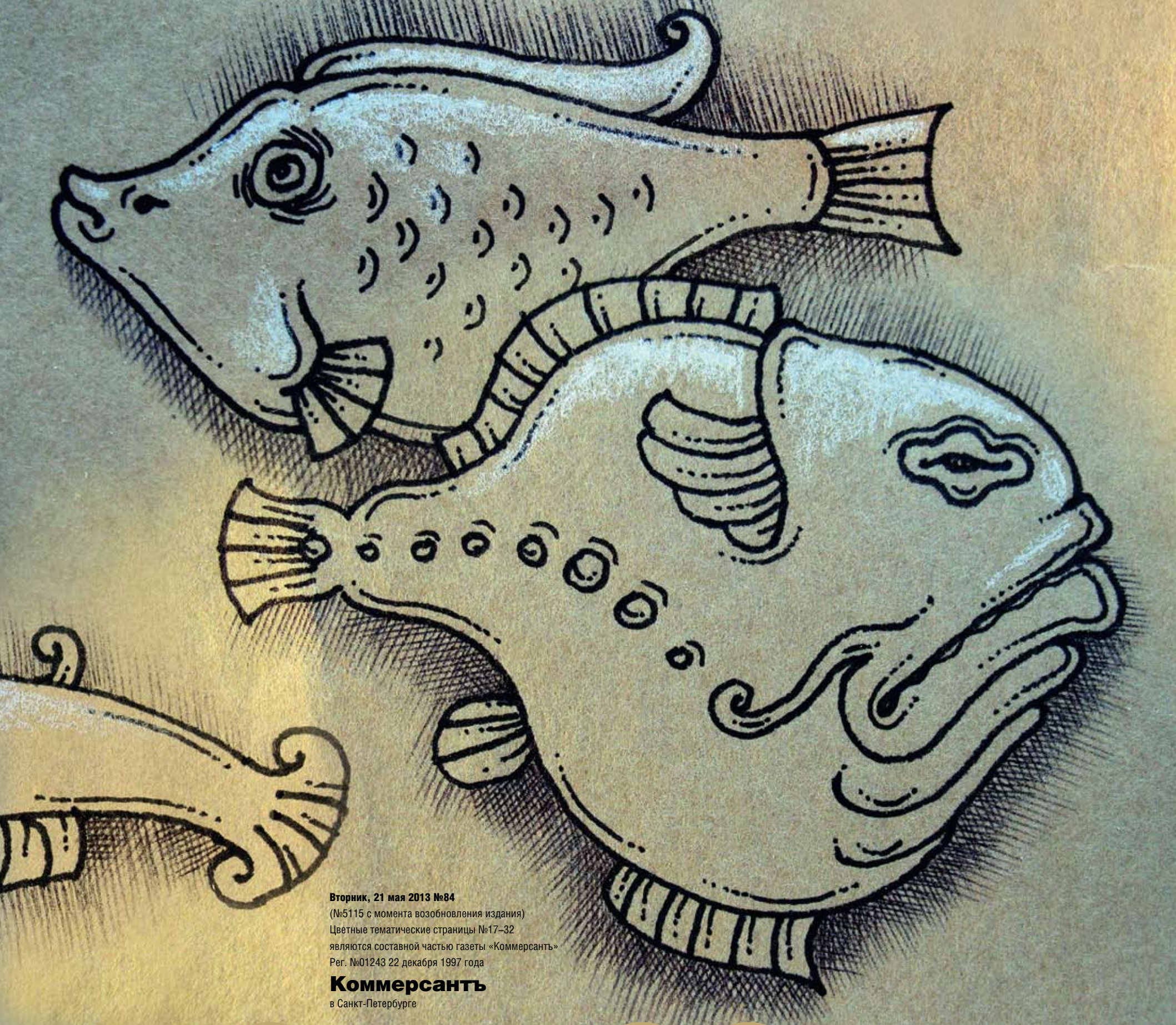


САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЭКОНОМИКА РЕГИОНА



Вторник, 21 мая 2013 №84
(№5115 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №17–32
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года
Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

BUSINESS GUIDE

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА



ОАО «Банк БФА»

ПАРТНЕР ВЫПУСКА

АТРИА РОССИЯ
Когда еда – в радость.

Реклама

Реклама



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЭКОНОМИКА РЕГИОНА»

ПОД КОЛПАКОМ У «БОЛЬШОГО БРАТА»

Эра интернета всего за несколько лет серьезным образом поменяла жизнь на планете. Коммуникации усложняются, информационные технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни.

Отечественные чиновники стараются хотя бы внешне следовать мировым трендам. Прежний президент РФ Дмитрий Медведев, объявляя модернизацию, выступил инициатором и создания «электронного правительства», которое бы позволяло рядовым гражданам получать услуги госструктур, минуя личное общение с сотрудниками этих госструктур. В Петербурге на реализацию программы за последние два года были потрачены миллиарды рублей. И планируется потратить в ближайшие три года в разы большие суммы. Однако на деле услугами «электронного правительства», несмотря на декларации чиновников, пользуется очень небольшая часть горожан.

Статистика неумолима: во втором по численности населения городе страны проникновение интернета находится на средневропейском уровне и свалить все на неподкованных сограждан в данном случае у чиновников не получится.

Президент корпорации «Руссофт» Валентин Макаров жалуется, что при разработке программ по созданию «электронного правительства» чиновники практически не обращались к крупным разработчикам, имеющим опыт реализации проектов, в том числе и за рубежом. В результате программы громоздки, непонятны и не обеспечивают взаимодействие городских ведомств.

Хотя удивляться тут нечему. Чиновникам потеря личного контакта с «просителем» вовсе и не нужна. Зато нужно чтобы было формально выполнено поручение сверху, нужно, чтобы можно было осваивать миллиарды рублей на внедрение новых информационных технологий.

Одно должно радовать активных пользователей интернета, которые, как известно, в большинстве своем выступают противниками существующего режима. Уже сейчас в сети собрана самая разнообразная идентифицирующая информация. Осталось только ее структурировать. Если электронными госуслугами начнут пользоваться все, как это заявлено, кто гарантирует нашу конфиденциальность? Слабое взаимодействие ведомств и непрофессионализм чиновников — пока единственная преграда попадания всех и каждого под колпак к «Большому брату».

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ПРИВЕТ, МЕЖВЕД

по данным Смольного, почти 100% госуслуг в Петербурге можно получить в электронном виде, но в большинстве случаев общаться с госорганами приходится по старинке. Сложенного межведомственного взаимодействия ведомств и служб пока не выходит. Несмотря на миллиардные инвестиции, «Электронное правительство» — это скорее некий чиновничий речевой оборот времен президентства Дмитрия Медведева, нежели эффективно работающая система.

МАРИНА АКАТОВА

Электронное правительство (англ. e-Government) — система, при которой госорганы предоставляют информацию и услуги, максимально используя информационные технологии, в том числе интернет. Личное общение в этом случае минимизировано, а главная цель — простота и удобство в общении с государственными службами.

На федеральном уровне более двух лет назад был запущен портал государственных услуг www.gosuslugi.ru. Главная петербургская площадка e-Government — портал государственных и муниципальных услуг Санкт-Петербурга www.gu.spb.ru. На сайте работает интерактивный сервис «Электронная приемная», который предусматривает возможность получения документов через интернет. По данным правительства Санкт-Петербурга, сейчас в электронном виде доступно почти 100% госуслуг. В «Электронной приемной» доступно менее трети из 460 услуг, информация о которых есть на сайте www.gu.spb.ru.

Через сервис можно отправить документы для получения водительского удостоверения, разрешения на ввод объектов капитального строительства, лицензии на розничную продажу алкогольной продукции, разрешения на строительство объектов ИЖС; можно получить номерок к врачу или записать ребенка в детский сад. Всего в перечне 163 услуги. Чаще всего россияне через порталы госуслуг оплачивают услуги ЖКХ, оформляют загранпаспорта, платят налоги и записываются к врачу.

Схема действия может отличаться, но в целом процедура такова. Необходимо заполнить и подать заявку, приложить необходимые документы в электронном виде, получить уведомление от портала с указанием адреса и даты приема в ответственный органе, явиться на прием.

Часть услуг можно получить только через федеральный портал. К примеру, заявление на загранпаспорт в электронном виде принимают только таким образом. Чтобы использовать ресурс, предстоит пройти регистрацию. Необходимо будет подтвердить личность. Сделать это можно с помощью кода активации, который можно получить почтовым отправлением через ФГУП «Почта России» или лично в Центре продаж и обслуживания клиентов ОАО «Ростелеком». Подтвердить личность можно также с помощью электронной подписи.

Пока в интернете доступны не все услуги, город развивает сеть многофункциональных центров. МФЦ принима-



ПРЕЗИДЕНТ АССОЦИАЦИИ «РУССОФТ» ВАЛЕНТИН МАКАРОВ ОГОРЧАЕТСЯ, ЧТО ЧИНОВНИКИ ГОРОДА ДОЛГИЕ ГОДЫ ОХОДИЛИСЬ БЕЗ ПОМОЩИ КРУПНЫХ РАЗРАБОТЧИКОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ ПО ВНЕДРЕНИЮ ИНТЕРАКТИВНОГО СЕРВИСА

ют запросы от жителей, переводят их в электронный вид, направляют в нужные инстанции и выдают результат заявителю. За первые три месяца 2013 года 525,2 тыс. петербуржцев воспользовались услугами МФЦ. Сейчас таких центров более 30. В ближайшей перспективе их количество будет увеличено. Создание одного окна для приема в таких центрах обходится примерно в 1,5 млн рублей.

ЦЕНА ВОПРОСА В России есть два региона, преуспевших в развитии электронных услуг населению. Это Москва и Татарстан. По словам генерального директора ГК «Корус Консалтинг» Александра Семенова, хотя в Санкт-Петербурге существует достаточно большой круг IT-компаний, которые могли бы предлагать услуги по реализации таких проектов в СЗФО, город пока отстает от лидеров. Президент ассоциации «Руссофт» Валентин Макаров говорит, что за долгие годы пребывания на посту главы Валентины Матвиенко даже известные мировые компании, входящие в «Руссофт», крайне редко привлекались к городским проектам. «Город как-то обходился без их мировой компетенции. Хотя

жаль, много времени потеряно. Еще больше потеряно городских денег», — сетует господин Макаров.

На реализацию в Санкт-Петербурге плана мероприятий по развитию информационного общества и формированию электронного правительства на 2010–2012 годы было затрачено более 10 млрд рублей, в том числе 2 млрд рублей по статье «Формирование электронного правительства». Есть проект программы развития информационного общества Санкт-Петербурга на 2013–2016 годы. Прогнозируется, что совокупный объем ассигнований по программе составит около 45 млрд рублей, из которых более 10 млрд рублей значится в статье «Развитие электронного правительства». Еще почти 4 млрд рублей по задаче «Формирование электронного правительства» в качестве бюджетных ассигнований предусмотрено постановлением городского правительства от 13.09.2011 № 1325 «Об основных направлениях деятельности правительства Санкт-Петербурга на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов». Средства на мероприятия, касающиеся формирования в городе электронного правительства, содержатся и в других статьях городского бюджета.

Александр Семенов считает, что на данном этапе невозможно полноценно обсуждать эффективность инвестиций и их действительную отдачу и окупаемость. Просто потому что проекты находятся еще в стадии реализации, и сейчас идет процесс перехода количества потраченных ресурсов и усилий в качество, выраженное в доступности соответствующих сервисов.

Согласно упомянутому выше проекту программы развития информационного общества, к 2017 году Петербург должен занять 16-е место в рейтинге субъектов по уровню использования технологий электронного правительства в органах исполнительной власти. По итогам этого года город рассчитывает на 19-ю позицию. Долю электронного документооборота между органами власти в общем объеме предстоит увеличить с 20% по итогам 2012 года до 35% в этом году и до 70% к окончанию программы.

НЕ В КОНЯ КОРМ Количество пользователей федерального портала электронных госуслуг в 2012 году выросло в пять раз по сравнению с 2011 годом. Сейчас у портала более 15 млн пользователей и 4 млн зарегистрированных личных кабинетов.

Если верить данным статистики, в прошлом году через портал Санкт-Петербурга

ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО

в госорганы в общей сложности поступило 106,3 тыс. обращений, за прошедший период 2013 года — 49,6 тыс. При этом, к примеру, УФМС России по Санкт-Петербургу и Ленинградской области по итогам 2012 года выдало 223,1 тыс. заграничных паспортов. По мнению советника департамента координации информатизации Министерства связи и массовых коммуникаций РФ Романа Урнышева, надо не только создать возможность получения электронной услуги, но и сделать все возможное, чтобы люди за ней стали обращаться.

В Смольном уверены, что услугами электронного правительства станут больше пользоваться после введения в обиход универсальной электронной карты (УЭК). Проект был запущен в конце прошлого года. Сейчас, по данным городского комитета по информатизации и связи, выдано около 600 карт, еще 1,4 тыс. заявлений обрабатываются. В 2011 году прогнозировалось, что к концу 2013 года доступ к госуслугам в электронном виде с помощью универсальной электронной карты будут иметь 2,5 млн человек. Вероятно, планы не сбудутся. Сейчас выпуск УЭК производится по централизованной квоте в 3 тыс. штук, которая финансируется за счет федерального бюджета. Возможно, будет выделено дополнительное региональное финансирование, но не более чем на выпуск 100 тыс. УЭК. Интересно, что к процессу развития электронного прави-

тельства подключились банковские структуры, предлагающие карты с электронной подписью. Пока опция доступна только клиентам нескольких банков. Но планируется, что в ближайшее время карту станут выдавать примерно 30 банков.

СВОБОДНЫЕ ДНИ В ПОДАРОК По результатам исследования Фонда общественного мнения (ФОМ), 68% россиян никогда не пробовали получить госуслуги через интернет. Более того, 43% из них не имеют никакого желания этим заниматься. Чаще всего из-за неумения или нежелания пользоваться компьютером, недоверия к интернету или привычки к личному общению.

Но преимущества не очевидны и для активных пользователей сети. Около 20% продвинутых «интернетчиков», которые приняли участие в исследовании ФОМ, не пожелали связываться с госорганами через интернет.

В ОАО «Ростелеком», которое является официальным оператором порталов госуслуг, подсчитали, что благодаря Системе межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) очереди в стране сократились на 200 тыс. км, а в сумме СМЭВ подарила россиянам около 30 млн свободных дней, которые им не пришлось тратить на получение документов в госорганах.

По мнению Валентина Макарова, несмотря на то, что внедрение ряда услуг, таких

как оформление паспортов или оплата налогов, идет опережающими темпами, уровень межведомственного взаимодействия в целом, по его словам, оставляет желать много лучшего. «Эта проблема связана не с техникой, а с нежеланием потери полномочий и денег», — считает он.

Официальных индикаторов уровня развития электронного правительства, по словам специалистов, нет. С точки зрения общей концепции электронного правительства оценивать эффективность проведенной работы и затраченных средств логично не по количеству обращений, а по уровню удобства и комфорта россиян. Эксперты полагают, что именно такой оценки и не хватает. «Чиновники отчитываются внедренной системой и количеством обращений. Качественно рост числа запросов говорит о том, что это удобнее и дешевле, чем стоять в очередях. Но лучше отчитываться отношением снижения суммарных затрат времени на получение информации в государственной системе к суммарной стоимости внедрения и поддержки функционирования этой системы. Это соотношение надо измерить и сравнить с аналогичными существующими системами мира», — считает Валентин Макаров.

Книга отзывов и предложений на петербургском портале, созданная для определения «узких мест», демонстрирует, что таковых в системе на данный момент довольно много. «Критический фактор —

удобство использования соответствующих сервисов. Сейчас картина прямо противоположная — даже тем, что есть, зачастую пользоваться элементарно неудобно», — утверждает Александр Семенов.

В дальнейшем многое будет зависеть от организации процесса. «Если будет продолжена линия на выбор 1–2 ключевых поставщиков, как это было в Минкомсвязи всего несколько лет назад, все затянется на годы, будет вызывать протесты игроков рынка и приводить к переделке систем», — опасается Валентин Макаров. Если на равных смогут участвовать все, основной этап автоматизации и установления межведомственного взаимодействия пройдет оперативно.

В Кремле считают, что на федеральном уровне механизм электронного правительства уже действует. Теперь слово за регионами и муниципалитетами. В Южной Корее процесс внедрения базовой системы электронного правительства занял 30 лет. Германии и Франции на это потребовалось примерно 20 лет. Для России точкой отсчета можно считать 2002 год, когда была принята федеральная целевая программа «Электронная Россия». Планируется, что основные электронные услуги будут реализованы в 2015 году и доработаны до 2018 года. Таким образом, для 70% населения общение с госорганами в сети к 2018 году должно стать привычным делом. По крайней мере, в воображении чиновников. ■

ПРОМЫШЛЕННАЯ СЕРЕДИНА

ИНДЕКС ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА (ИПП) ЗА ПЕРВЫЙ КВАРТАЛ 2013 ГОДА В ПЕТЕРБУРГЕ СОСТАВИЛ 100,7% ПО ОТНОШЕНИЮ К ТОМУ ЖЕ ПЕРИОДУ 2012 ГОДА. ЗА ТОТ ЖЕ ПЕРИОД ПРОШЛОГО ГОДА ИПП ПЕТЕРБУРГА ВЫРОС НА 4%. СЕРЬЕЗНО «ПРОСЕЛА» ДЕРЕВООБРАБОТКА — ПРИМЕРНО НА 40%. ПРИ ЭТОМ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ И ПРОИЗВОДСТВО В ПЛАСТМАССОВОМ И РЕЗИНОВОМ СЕГМЕНТАХ ПОКАЗАЛИ ДВАДЦАТИПРОЦЕНТНЫЙ РОСТ И БОЛЕЕ. НА 15% ВЫРОСЛА ХИМИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ. А ВОТ ПРОИЗВОДСТВО ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ ПОКАЗАЛО РОСТ ЧУТЬ МЕНЕЕ 4%. В ЦЕЛОМ ПОКАЗАТЕЛЬ ПЕТЕРБУРГСКОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА НАХОДИТСЯ НА ОБЩЕРОССИЙСКОМ УРОВНЕ. АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

В частности, ИПП в целлюлозно-бумажной промышленности, издательской и полиграфической деятельности составил 105,9%, при этом, обработка древесины и производство изделий из дерева занимают 59,2%, то есть падение в отрасли достигло почти 40%. Аналитики отмечают, что Петербург никогда не был центром деревообработки. Отрасль они связывают лишь с сегментом мебельного производства. При этом эксперты указывают на возможную некорректность учета данных, используемых Петростатом, и погрешность в методике. «Падение производства изделий из дерева связано с замедлением строительного сектора и увеличением импорта мебели из Белоруссии и Европы, — полагает Дмитрий Кумановский, начальник аналитического отдела ИК «ЛМС». — В таких обстоятельствах перерабатывающие производства существенно сократили закупку сырья, чтобы не затапливать склады. Производство мебели — одно из



ПАДЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ИЗДЕЛИЙ ИЗ ДЕРЕВА СВЯЗАНО С ЗАМЕДЛЕНИЕМ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА И С УВЕЛИЧЕНИЕМ ИМПОРТА МЕБЕЛИ. В ТАКИХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЕ ПРОИЗВОДСТВА СУЩЕСТВЕННО СОКРАТИЛИ ЗАКУПКУ СЫРЬЯ, ЧТОБЫ НЕ ЗАТОВАРИВАТЬ СКЛАДЫ

самых популярных направлений малого и среднего бизнеса, всего таких предприятий в Петербурге несколько сотен. Однако есть лидеры рынка, крупные производители — ЗАО «Первая мебельная фабрика», ОАО «Севзапмебель». Он добавляет, что производство мебели снижается уже несколько лет из-за высокой конкуренции.

КОВАРСТВО И ПОДСЧЕТ По данным Петростата, ИПП в металлургической отрасли и производстве готовых металлических изделий составил 121,8%. Главный редактор журнала «Металлообработка и сбыт» Дмитрий Ляховский не согласен с таким показателем. «Статистика — вещь коварная. В условиях наблюдающейся третий квартал подряд в России экономической рецессии и стагнации производства аномальным выглядит рост на 121 процент в отдельно взятом регионе в отдельно взятой отрасли», — говорит Дмитрий Ляховский. → 20

СТАТИСТИКА

19 → Производство машин и оборудования в Петербурге незначительно снизилось и составило 98,6%, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования — 77%, то есть падение примерно на 23%. «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования имеет ярко выраженную сезонность из-за зависимости от госзаказа, размещаемого во втором квартале, в апреле. Поэтому снижение на 23 процента — естественное, оно будет компенсировано ростом в последующие кварталы», — полагает Дмитрий Кумановский.

Производство транспортных средств и оборудования за первый квартал 2013 года в Петербурге увеличилось на 3,8% (103,8%). Михаил Чаплыгин, генеральный директор «Auto-Dealer-СПб», комментируя сегмент автомобилестроения, отмечает, что, по данным агентства, в первом квартале текущего года рост производства машин в Петербурге составил 9% — 100,3 тыс. автомобилей против 92 тыс. в январе — марте 2012 года. «С одной стороны, динамика роста уже не такая, как в прошлом году, — 50 процентов к 2011 году, — говорит Михаил Чаплыгин. — С другой стороны, нет существенного сокращения производства, что могло бы произойти в случае снижения покупательского спроса на модели, выпускаемые в Петербурге. Хотя на отдельные марки снижение уже наблюдается». По мнению эксперта, рост по итогам квартала обеспечен главным образом за счет низкой базы завода Toyota, который первую половину прошлого года работал в одну смену. Господин Чаплыгин обращает внимание также на то, что на 4% с начала года увеличил объем производства Hyundai по сравнению с первым кварталом 2012 года, а другие три завода в совокупности увеличили выпуск машин на 16%.

«На данный момент в автопроме мы видим умеренный рост производства. Но падение потребительского спроса на продукцию петербургских предприятий может скорректировать темпы производства местных заводов, — комментирует он. — Мы прогнозируем, что при наличии нынешнего спроса на выпускаемые заводами модели по итогам года в Петербурге может быть произведено 400–405 тыс. автомобилей. Рост производства составит около 5 процентов, а загрузка производственных мощностей предприятий достигнет 95 процентов».

Производство и распределение электроэнергии, газа и воды составило 100,5% за первый квартал 2013 года. Производство пищевых продуктов (напитки и табак) — 97%. ИПП в текстильном и швейном производстве — 100,5%, в производстве кожи, изделий из кожи, обуви — 95,8%. Химическое производство показало рост в 15,7% (ИПП 115,7%). В компании Tikkurila (владеет производственными площадками в Петербурге) говорят, что экономическая ситуация в Европе продолжает оставаться чрезвычайно сложной. «Уровень потребительского доверия был низким, сократились объемы строительства. В сочетании с холодной погодой это привело к падению продаж на ключевых рынках. В России замедленное экономическое развитие и общая неопределенность негативно сказались на росте потребления высококачественных продуктов», — заявил президент компании Эрки Ярвинен. Он отметил, что доля Tikkurila на рынках России и Швеции снизилась еще в конце прошлого года — в

Росси популярность набирают товары более низкого ценового сегмента. По прогнозу аналитиков Discovery Research Group, на 2013 год объем рынка лакокрасочных материалов России увеличится на 9 и 17% в натуральном и стоимостном выражении соответственно и составит 1,4 млн тонн и 202,6 млрд рублей.

Производство резиновых и пластмассовых изделий также выросло и составило 121,9%. Дмитрий Кумановский считает, что ростом в этих отраслях мы обязаны автокластеру и росту импортозамещения в производстве труб и металлических листов с покрытием, полимерных труб. «Кроме того, Ижорский трубный завод (принадлежит „Северстали“) активно участвует в тендерах на поставку труб с многослойным полимерным покрытием, Трубный завод „Инкапласт“ и федеральная трубная компания „Ростр“ поставляют полимерные трубы для систем водоснабжения и водоотведения. Это стремительно растущий рынок, испытывающий недостаток предложения из-за износа на 70 процентов коммунальных сетей в российских регионах», — говорит он.

ВЫЕЗЖАЕМ НА АВТОМОБИЛЯХ Георгий Полтавченко, выступая в конце апреля перед депутатами ЗакСа, заявил, что промышленность остается локомотивом экономики Петербурга. «ВРП города за 2012 год вырос на 4,5 процента — в два раза больше, чем в целом по стране. В частности, за прошлый год производство новых автомобилей и автокомпонентов увеличилось более чем в 1,5 раза, все судостроительные предприятия загружены заказами, а фармацевтический кластер должен стать образцом для всех инновационных отраслей», — сказал Георгий Полтавченко.

Михаил Чаплыгин говорит, что на фоне нынешнего увеличения ИПП города автопром, безусловно, остается драйвером роста городской экономики. «Но, например, в 2014 году существенного роста производства автомобилей в Петербурге также ожидать не следует, — предупреждает он. — Заводы практически достигли максимума своих возможностей, а новое увеличение производства будет отмечено уже в 2015 году, когда, в частности, GM и Nissan введут вторые очереди. Что, впрочем, не означает, что автопром не будет двигать экономику города». По его мнению, автопром в Петербурге сегодня — это уже не новичок в промышленности, а полноправный сегмент городской экономики. Наличие в городе четырех крупных автозаводов за последние три-пять лет серьезно поменяло многие процессы развития бизнеса в определенных отраслях экономики.

Господин Кумановский считает, что в целом ИПП в первом квартале 2013 года Петербурга находится в общем федеральном тренде, балансирующем около нулевой отметки из-за замедления экономической активности в промышленности. «Это связано с оттоком капитала и снижением цен на сырьевые товары, основу российского экспорта. Из-за этого добывающие отрасли сокращают заказы промышленности, и Петербург, с традиционно большой индустриальной составляющей, это четко на себе ощущает. Выручает пока рост внутреннего потребления населения и госзаказ, поддерживающий широкий спектр производств на территории города», — подытоживает эксперт. ■

РЫНОК ОТДОХНЕТ НА ДИВАНЕ

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕБЕЛЬНЫЙ РЫНОК ЗАМЕДЛИЛ ДИНАМИКУ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖ. ПРИ ЭТОМ МЕЖДУ ОСНОВНЫМИ ИГРОКАМИ УСИЛИЛАСЬ КОНКУРЕНЦИЯ, КОТОРАЯ ВЫНУЖДАЕТ ПОВЫШАТЬ КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ И СНИЖАТЬ ЕЕ СТОИМОСТЬ. ЧТОБЫ СОХРАНИТЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ БИЗНЕСА, КОМПАНИИ ДИВЕРСИФИЦИРУЮТ БИЗНЕС. КРИСТИНА НАУМОВА

Оценить объем мебельного рынка России непросто, так как мнения экспертов и производителей сильно разнятся. Некоторые специалисты уверены, что оценить рынок невозможно из-за его непрозрачности.

ПРОТИВОРЕЧИВЫЕ ДАННЫЕ Аналитик УК «Финам Менеджмент» Максим Клягин отмечает, что, по данным официальной статистики, объем российского рынка бытовой мебели по итогам 2012 года вырос в номинальном денежном выражении примерно на 15,4% и составил около 352 млрд рублей. Эксперт говорит, что некоторые оценки в среднем на 20–30% выше, так как в них предпринимается попытка учесть долю теневого рынка.

По данным аналитика «Инвесткафе» Дарьи Пичугиной, объем мебельного рынка России значительно меньше — около 123,8 млрд рублей. По ее оценкам, на долю Северо-Западного региона приходится 10,7% от общего производства, то есть 13,25 млрд рублей, на долю Петербурга — 1,8%, или 2,23 млрд рублей.

На долю Ленобласти, по мнению господина Клягина, приходится 4%. «Интересно отметить, что, по данным ФСГС РФ, рынок Петербурга в прошлом году демонстрировал отрицательную динамику — объем продаж сократился на 10 процентов, до 4,5 млрд рублей. При этом в Ленобласти продажи по-прежнему сохраняют высокий уровень и по итогам 2012 года выросли на 25 процентов», — говорит господин Клягин. Подобная динамика, по его мнению, свидетельствует о частичном смещении спроса на периферию на фоне высокого насыщения локального рынка города и расширения деловой и потребительской активности в области.

Директор по продажам компании «Севзапмебель» Елена Хлопина отмечает, что анализ предоставленных трафиков ряда торговых центров показывает снижение посещаемости на 6–15%. Кроме того, компания ведет учет клиентского трафика в собственных торговых точках и, по данным госпожи Хлопиной, в первом квартале 2013 года он снизился на треть по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Однако количество покупателей осталось прежним, как и объем продаж, настаивает Елена Хлопина.

Начальник отдела рекламы торгового комплекса «Интерิโอ» Людмила Беликова

полагает, что петербургский мебельный рынок стоит на месте в ожидании кризиса. «При этом рост производства мебели наблюдается в Воронежской, Калининградской и Саратовской областях. Например, воронежская компания „Мебель Черноземья“ ведет активную кампанию по развитию в федеральном округе. Они уже вышли в 30 регионов и активно продвигают свой бренд в Петербурге», — рассказывает госпожа Беликова.

Владелец холдинга «Первая мебельная фабрика», глава Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России Александр Шестаков полагает, что объем мебельного рынка адекватно оценить невозможно. «Если объем импорта мебели можно посчитать по таможенному коду, то коды, по которым отчитываются российские предприятия, не стыкуются. Мебель, изготавливаемая на заказ, входит в отчетность под строкой „бытовые услуги“. Более того, только половина из тысячи российских предприятий предоставляет свои данные», — поясняет господин Шестаков.

По субъективным оценкам господина Шестакова, объем российского рынка не растет. Проблема, по его словам, в падающем спросе. «Сейчас никто из производителей не работает на склад. Все стремятся поддерживать уровень, который уже есть сейчас», — говорит Александр Шестаков.

В структуре рынка, по мнению экспертов, в последние годы существенных изменений не происходит. По-прежнему доминируют такие сегменты, как корпусная и мягкая мебель, на долю которых в совокупности приходится, согласно различным измерениям, более половины всех продаж.

СОХРАНЯЯ ПОТЕНЦИАЛ Фундаментально российский рынок мебели, безусловно, сохраняет существенный потенциал роста, уверен Максим Клягин. Среднедушевое потребление бытовой мебели в России, по его словам, в 4–5 раз ниже аналогичных показателей, характерных для большинства европейских стран. «На наш взгляд, в данном секторе по мере увеличения реальных денежных доходов и дальнейшего восстановления индустрии жилищного строительства в среднесрочной перспективе сохранятся высокие темпы роста», — говорит эксперт. → 22

Комплексное
обслуживание
крупного
бизнеса



Индивидуальные банковские решения для корпоративных клиентов



- специальные программы кредитования
- размещение средств на выгодных условиях
- расчетно-кассовое обслуживание
- обслуживание ВЭД

bfa.ru

Реклама. ОАО «Банк БФА». Лицензия ЦБ РФ № 3038 от 13.06.2007.

(812) 458 54 54
(495) 662 63 63

20 → По оценкам Дарьи Пичугиной, наиболее крупными производителями в России являются компании «Шатура», «Электрогорскмебель», «Мебель Черноземья». В Петербурге лидерами являются компании «Севзапмебель» и «Первая мебельная фабрика».

«Между российскими мебельными компаниями существует конкуренция, так как данный вид бизнеса является вполне рентабельным, наценка на типовые модели составляет 30–40 процентов. Отечественные производители мебели могут конкурировать с зарубежными в формате низкокачественной и недорогой мебели, а также в сегменте бытовой и офисной мебели», — полагает эксперт.

Игорь Герасименко, коммерческий директор объединенной проектной группы RedLine, отмечает, что в глобальном смысле региональные производители не влияют на петербургский рынок, поскольку они, как правило, поставляют продукт не в значительном объеме. В связи с вступлением России в ВТО, по словам господина Герасименко, рынок ожидает появления в Петербурге новых европейских брендов, преимущественно в средней и высокой ценовой категории. «Надо отметить, что борьба за долю на рынке достаточно высокая, поэтому начинает все больше развиваться не только ценовая конкуренция, но и конкуренция по качеству обслуживания», — говорит эксперт.

Господин Шестаков прогнозирует, что с каждым годом выйти на мебельный рынок будет сложнее. «Это очень трудный хлеб. Мебель — это не предмет ежедневного спроса. По некоторым исследованиям, даже автомобиль стоит выше в списке необходимых приобретений», — говорит Александр Шестаков.

КИТАЙ ВЫШЕЛ В ЛИДЕРЫ Людмила Беликова уверена, что российский рынок производителей может составить достойную конкуренцию Западу, однако отечественным дизайнерам нужен «драйв». «Хочется видеть больше красок, различных форм, необычных тканей, например, использование наноткани и других необычных материалов», — говорит госпожа Беликова.

По ее словам, психографические признаки сегодняшней платежеспособной аудитории — это бизнесмены, ведущие специалисты, топ-менеджеры крупных компаний, «которыми движут альфамотивы». Они гонятся за качественными, креативными, инновационными товарами, а мебельный российский рынок не может им этого предложить, констатирует специалист.

Несмотря на устойчивое положение российских производителей мебели, доля импорта по-прежнему высока. С учетом поставок из СНГ доля импорта, по разным оценкам, достигает 40–50% в общем объеме продаж бытовой мебели в России. В число крупнейших импортеров дальнего зарубежья входят Италия, Китай, Польша, Германия и ряд других регионов. При этом можно отметить, что доля Китая в последние годы постоянно и динамично растет, и на сегодняшний день он уверенно входит в число лидеров среди стран-поставщиков, контролируя, по разным оценкам, более 20% всех зарубежных поставок мебели в России, говорит Максим Клягин.

Александр Шестаков добавил, что Китай стал основным импортером, вытеснив с лидерской позиции Италию и Германию. Китайские производители конкурируют с российскими и белорусскими произво-

дителями в среднем и низком ценовом сегментах, отмечает Дарья Пичугина. Поставки мебельной продукции из Китая, по ее оценкам, превысили докризисный уровень на 50% и в общем объеме экспорта составляют 20–25%.

Людмила Беликова неоднозначно оценивает позиции китайских производителей мебели. «Конечно, Китай — номер один по производству, причем не только мебели. Многие европейские компании производят продукцию в Китае, потому что это выгодно. Там дешевая рабочая сила и дешевая растаможка, поэтому даже известные мебельные бренды производят продукцию в Китае», — говорит госпожа Беликова. Качество произведенной в Китае мебели, по ее словам, может быть разным. Однако если говорить о непосредственно китайских брендах, то их положение на рынке пока совсем непрочное, говорит Людмила Беликова. «У них слабые позиции, потому что сейчас потребительский спрос наблюдается на качественную мебель. По поводу китайской продукции есть предубеждения, и нередко они оправданны. Некоторые китайские бренды даже скрывают свое происхождение», — рассказывает собеседник издания.

НА ЗАКАЗ В последнее время рынок строящегося жилья изменился, отмечают эксперты. Проектировщики все чаще отдают предпочтение нестандартным планировкам, пятиугольным комнатам, малогабаритным квартирам. К таким планировкам очень сложно подобрать мебель, подчеркивают специалисты. Как следствие, стало востребованным изготовление мебели на заказ. В Петербурге сегодня около сотни небольших компа-

ний, предлагающих такие услуги. Но и крупным мебельным фабрикам пришлось приспособиться к новой тенденции.

Елена Хлопина отмечает, что производство мебели на заказ было всегда актуальным в группе шкафов-купе и гардеробных, но в последнее время наблюдается устойчивая тенденция к индивидуализации интерьерных проектов других жилых зон. «Для крупного предприятия производство мебели по индивидуальным размерам или с использованием непрограммных материалов является проблемой. На высокопроизводительном поточном оборудовании невозможно производить индивидуальные заказы. Мы несколько лет назад решили этот вопрос путем приобретения дополнительного дублирующего парка оборудования меньшей производительности и создали отдельное производственное подразделение», — делится Елена Хлопина.

Александр Шестаков рассказывает, что «Первая мебельная фабрика» также постепенно перешла на индивидуальную работу с клиентами. Те, кто продолжил выпускать продукцию в большом количестве на поток, не смог устоять на рынке, говорит господин Шестаков.

Однако индивидуальный подход к клиентам требует больше ресурсов. «Чтобы бизнес оставался рентабельным, его необходимо диверсифицировать. Так, например, в составе холдинга „Первая мебельная фабрика“, помимо мебельного производства, бизнес-центры и торговые центры. Пример подобной диверсификации — промышленная группа „Союз“, в состав которой входит ряд производственных предприятий и региональных торговых домов», — рассказывает Александр Шестаков. ■

БУНКЕРНЫЙ БИЗНЕС НА ПОРОГЕ ПЕРЕМЕН

БУНКЕРНЫЙ БИЗНЕС СЕВЕРО-ЗАПАДА УКРУПНЯЕТСЯ. ЛИДИРУЮЩИЕ ПОЗИЦИИ ЗАНИМАЮТ ДОЧЕРНИЕ СТРУКТУРЫ КРУПНЫХ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ. НЕБОЛЬШИМ КОМПАНИЯМ ВСЕ СЛОЖНЕЕ КОНКУРИРОВАТЬ С ИГРОКАМИ, У КОТОРЫХ ЕСТЬ СОБСТВЕННАЯ ЛОГИСТИКА И ИНФРАСТРУКТУРА, СОБСТВЕННЫЕ НЕФТЕБАЗЫ, МОРСКИЕ БУНКЕРОВОЧНЫЕ ТЕРМИНАЛЫ И ФЛОТ. КРОМЕ ТОГО, НЕЗАВИСИМЫМ КОМПАНИЯМ БУДЕТ ГОРАЗДО СЛОЖНЕЕ ПРИСПОСОБИТЬСЯ К НОВЫМ ПРАВИЛАМ МЕЖДУНАРОДНОЙ МОРСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, КОТОРЫЕ КАСАЮТСЯ СНИЖЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ СЕРЫ В СУДОВОМ ТОПЛИВЕ. КРИСТИНА НАУМОВА

Директор по развитию ИАА «Портныйос» Надежда Малышева рассказывает, что крупнейшим бункеровочным рынком Северо-Запада является Большой порт Санкт-Петербург. На его долю, по оценкам эксперта, приходится более четверти продаж судового топлива во всех морских портах России. По итогам 2012 года, по оценке аналитического отдела ИАА «Портныйос», в Петербурге было продано 2,2 млн тонн бункерного топлива (темных и светлых нефтепродуктов).

Бункеровка представляет собой прием и выдачу топлива, для главного двигателя, паровых котлов, вспомогательных механизмов судов. Цель бункеровки — пополнение судовых запасов, которые необходимы для полноценной эксплуатации

судна. Бункеровка может проводиться на реке, озере, море, либо в океане. Единственная применимая на Северо-Западе форма заправки судов — бункеровка жидким топливом. Она может осуществляться как у причала, то есть с бункерующего судна, так и с бункеровщика на судно в дрейфе или на рейде.

«Бункерный рынок Петербурга в последние годы отличается устойчивым ростом. За исключением самого пика мирового кризиса (2009 год), этот рынок из года в год показывает рост. За 2012 год рынок вырос на 15 процентов по отношению к объемным показателям 2011 года», — констатирует госпожа Малышева.

Эксперт поясняет, что рост бункерного рынка происходит вследствие роста объ-

емов перевалки грузов в Большом порту Санкт-Петербург, а также за счет роста количества судозаходов пассажирского флота. Другие порты Северо-Запада, по ее словам, значительно отстают от Большого порта Санкт-Петербург по своим объемам продаж и структуре рынка. Наиболее интересными и перспективными рынками являются Усть-Луга (за счет высокой динамики роста грузооборота и ввода в эксплуатацию новых терминалов) и Мурманск (перспектива развития судохозяйства по Севморпути).

ПО ВЕРТИКАЛИ Аналитик «Инвесткафе» Андрей Шенк отмечает, что на рынке Северо-Запада работает около двадцати компаний, оказывающих услуги бункеров-

ки. При этом наибольшая часть рынка, по его оценкам, приходится на подразделения крупных нефтегазовых компаний — «РН-Бункер», «ЛУКОЙЛ-Бункер», «Газпромнефть Марин Бункер», «Транснефть-Сервис». Сейчас за первое место борются лидеры российского бункеровочного рынка — «Газпромнефть Марин Бункер» и «ЛУКОЙЛ-Бункер» с объемом реализации более 320 тыс. тонн.

При этом на рынке присутствуют и независимые компании, предоставляющие услуги бункеровки. В Петербурге их около двадцати, отмечает господин Шенк. Наиболее сильные позиции из их числа у Балтийской топливной компании, которая по итогам года заняла третью по объему реализации топлива позицию в регионе. → **24**

«БАНКАМ НЕОБХОДИМО ИДТИ ЗА КЛИЕНТОМ И ПОГРУЖАТЬСЯ В ЕГО СРЕДУ»

КАК БУДУТ МЕНЯТЬСЯ СТАВКИ КРЕДИТОВАНИЯ В БЛИЖАЙШИЙ ГОД, КАКИМ ОБРАЗОМ БАНКИ ИЗУЧАЮТ СОСТОЯНИЕ КОНКУРЕНТОВ И КАК ИЗМЕНИТСЯ БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В БУДУЩЕМ, КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ ВЛАДЕ ГАСНИКОВОЙ РАССКАЗАЛА ЮЛИЯ КОПЫТОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ ДИРЕКЦИИ БИЗНЕС-РАЗВИТИЯ И КООРДИНАЦИИ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ЦЕНТРА (СЗРЦ) ВТБ.

BUSINESS GUIDE: Как вы можете охарактеризовать общую экономическую ситуацию?

ЮЛИЯ КОПЫТОВА: Темпы роста российской экономики снижались в течение всего 2012 года, в текущем году мы ожидаем сохранение подобной динамики. В январе — феврале 2013 года ВВП продемонстрировал самые низкие темпы роста с 2008 года, падает объем экспорта, сокращается рост объема инвестиций. Причиной тому как внутренние структурные проблемы нашей экономики, так и ситуация на мировых рынках.

BG: И как вам работает в таких условиях?

Ю. К.: С профессиональной точки зрения это интересно, потому что необходимо все время искать новые нестандартные решения. Но с точки зрения банковского бизнеса очевидно, что рассчитывать стоит на сдержанные результаты.

BG: На какие итоги года ориентируется банковское сообщество?

Ю. К.: Рост рынка кредитования в 2013 году, по нашим прогнозам, будет в диапазоне 8–12%. В прошлом году кредитный рынок Северо-Западного региона вырос на 10%, по всей России — на 15%. Наш регион уже на протяжении нескольких лет отстает от общероссийских показателей: будучи промышленным центром с преобладающими обрабатывающими производствами, предприятиями оборонного сектора, он не имеет таких локомотивов, как нефтяная или газовая промышленность.

BG: Как рассчитываются ставки кредитования в СЗРЦ?

Ю. К.: Полтора года назад в ВТБ была внедрена новая система ценообразования по ресурсным продуктам, которая, в том числе, позволила повысить, скажем так, степень справедливости процентной ставки по кредиту для каждого клиента и сделать наш подход более индивидуальным. Так, помимо стоимости фондирования, то есть как таковой стоимости денег для самого банка, и себестоимости оказания услуги, ставка по кредиту включает в себя премию за кредитный риск, рассчитываемую индивидуально для каждого конкретного заемщика в зависимости от оценки его финансового состояния, обеспечения по сделке и других факторов. Это составляющая, которую банк закладывает, прогнозируя, что кредит может быть не возвращен. Дополнительно ставка может корректироваться в зависимости от индивидуальных пожеланий заемщика по структурированию, например, относительно условий досрочного погашения кредита.

BG: Чем отличается этот подход от предыдущего?

Ю. К.: Нынешний подход позволяет отойти от принципа «единого котла», когда хорошие заемщики должны платить за то, что другой, более высокорискованный клиент может не вернуть свой кредит.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

BG: Но есть ли какая-то ставка, ниже которой банк не пойдет даже при большом желании создать комфортные условия для клиента?

Ю. К.: Банк не сделает ставку ниже той, по которой он сам приобретает деньги, если, конечно, не собирается демпинговать. Демпингом ставок могут заниматься и крупные, и мелкие банки, но ценовая конкуренция — это путь в никуда. Разовая низкая цена привлекает временных клиентов, которые не будут лояльны банку: как только конкурент предложит ставку ниже, они уйдут к нему. Банк же при этом останется в убытке.

BG: Как будут меняться ставки в ближайшее время?

Ю. К.: Если сложившиеся тенденции с ликвидностью и уровнем спроса не изменятся, возможно, ставки будут постепенно снижаться по 0,1–0,2 п. п. В пределах года они могут снизиться на 1 п. п. максимум, но, повторюсь, если конъюнктура не изменится.

BG: Тарифы, которые вы предлагаете клиентам, определяются головным офисом в Москве для всех частей страны?

Ю. К.: Мы самостоятельно определяем размер региональных тарифов и можем устанавливать индивидуальные тарифные предложения.

Например, сейчас мы снизили в три раза стоимость открытия расчетного счета в Санкт-Петербурге, предлагая данную услугу, по сути, как приглашение клиента в банк.

BG: За счет чего полномочия СЗРЦ шире, чем у других региональных представительств ВТБ?

Ю. К.: СЗРЦ был создан в 2011 году путем присоединения банка «ВТБ Северо-Запад» к ВТБ. У местного банка была своя клиентская база и свои продукты, поэтому для сохранения качества и скорости обслуживания, к которым уже привыкли наши партнеры, многие решения мы можем принимать сами.

BG: Какие вопросы вы должны решать с центральным офисом?

Ю. К.: С головным офисом мы координируем работу с федеральными клиентами, которые обслуживаются в нескольких регионах — в том числе и в нашем. И, конечно, мы координируемся с Москвой в вопросах развития и общей стратегии.

BG: За счет чего формируется лояльность клиента и как вы ее поддерживаете?

Ю. К.: Лояльность клиентов во многом зависит от условий и качества обслуживания. У нас, в частности, создана комплексная система контроля качества обслуживания: регулярный внутренний аудит касается оформления офисов, рекламных материалов, сроков предоставления услуг. Мы используем и внешних партнеров — тайных покупателей, чтобы выявлять недостатки работы и минимизировать их.

BG: Какие продукты пользуются наибольшим спросом в вашем банке?

Ю. К.: Набор традиционный: это кредитование, расчетно-кассовое обслуживание

и привлечение средств. На рынке существует такой стереотип, что ВТБ — это финансовый бутик. Видимо, это происходит потому, что у нас обслуживается большинство крупнейших корпораций, которым мы предлагаем самые сложные индивидуальные продукты и условия. Хочется развеять этот миф и отметить, что основную долю наших клиентов составляют представители среднего и малого бизнеса. Так, 80% транзакционного бизнеса СЗРЦ ВТБ сформировано именно данной категорией клиентов, которые нам не менее важны и для которых мы также разрабатываем продукты и новые предложения.

BG: Над какими новыми продуктами сейчас работает СЗРЦ?

Ю. К.: Базовые продукты практически идентичны во всех банках, и если кому-то удастся придумать какую-то «фишечку», через два-три месяца такая же услуга появится у всех конкурентов.

На сегодняшний день главное направление развития банковских продуктов — это, конечно, их виртуализация: интернет, гаджеты и соцсети стали неотъемлемой частью работы любого банка. Как бы консервативен ни был банковский сектор, банкам необходимо идти за клиентом и погружаться в его среду. В ближайшее время уже будет трудно представить себоторгово-сервисное предприятие, где нет как минимум обычного, а по-хорошему и интернет-эквайринга. → 24

23 → Дистанционное банковское обслуживание — это уже не только удобный инструмент проведения расчетов, но и канал обмена документами валютного контроля, размещения депозитов, привлечения кредитов, управления ликвидностью и дочерними предприятиями в рамках услуг cash-management. Это важно не только для банков, для которых дистанционные сервисы облегчают обслуживание клиентов, но и для самих клиентов, которые получают возможность работать удаленно и снизить стоимость банковских услуг. Сейчас мы запускаем новый тарифный план «Старт», который позволит как новым, так и действующим клиентам банка при первичном подключении системы «Клиент-Банк» в течение трех месяцев пользоваться рядом услуг со скидкой 30%.

ВГ: Как банки используют соцсети и смогут ли они в них оказывать клиентам финансовые услуги?

Ю. К.: Сейчас практически все банки, особенно работающие в розничном сегменте, имеют свои страницы в соцсетях, но это, по сути, выполнение представительских функций, канал продвижения, изучения спроса, получения обратной связи от клиентов. Для получения услуги в интернете клиенту необходима как минимум либо пластиковая карта, либо дистанционное обслуживание, таким образом, без посещения банка, к сожалению, пока не обойтись.

ВГ: Банки активно используют приложения для гаджетов в своей работе?

Ю. К.: В этом направлении развиваются все банки — это отлично работает. Так, для корпоративных клиентов у нас есть услуга, которая позволяет, например, руководителю или собственнику предприятия мониторить движение финансовых потоков с мобильного устройства благодаря специальным приложениям для различных платформ, которые клиент скачивает самостоятельно.

ВГ: Как вы анализируете предложения конкурентов, на основании каких данных?

Ю. К.: Мы изучаем официальные данные других банков — их рекламные материалы, сайты, общие финансовые показатели. Используем данные официальной статистики ЦБ и информгентств. В других банках мы тоже используем тайных покупателей, чтобы узнать сильные и слабые стороны конкурентов. Анализируем информацию в СМИ, зачастую наши клиенты рассказывают нам о том, что им предлагали в других банках, что им понравилось.

ВГ: Как вы проверяете достоверность полученной информации?

Ю. К.: Естественно, в первую очередь мы доверяем официальной информации, интервью руководителей и официальных представителей банков. Если появляются какие-то данные, происхождение которых не так однозначно, мы принимаем информацию к сведению и проверяем ее.

ВГ: Какие основные задачи стоят перед СЗРЦ в этом году?

Ю. К.: На сегодняшний день банк занимает значимую долю на рынке СЗФО — 13–15%, поэтому одной из непростых задач является сохранение наших позиций. Вместе с тем мы, безусловно, ставим задачи и по опережающему росту, планируем привлекать новых клиентов и повышать лояльность существующих, оптимизировать внутренние бизнес-процессы с целью улучшения качества и скорости оказания наших услуг. ■

22 → «Рынок растет, и на него приходят новые игроки, однако в целом ситуация не меняется. Более 70 процентов рынка контролируется крупными игроками. Я думаю, что в 2013 году рост рынка в связи с замедлением роста объема грузооборота также замедлится, и существенных изменений мы не увидим», — рассуждает Андрей Шенк.

Представители бункеровочного бизнеса отмечают, что конкуренция со стороны вертикально интегрированных нефтяных компаний обостряется и положение независимых игроков становится более шатким. Директор московского филиала компании «Акваойл» Сергей Петров отмечает, что в прошлом году некоторые независимые компании ушли с рынка, а некоторые — объединились. «Ситуация становится все более тяжелая. Конкурировать с крупными игроками, аффилированными с нефтегазовыми компаниями, сложно, потому что у них есть свой сырьевой ресурс. При этом без независимых участников рынка они не могут осуществлять деятельность. В этом случае ФАС обвинит их в монопольном положении», — рассуждает господин Петров.

Надежда Малышева констатирует, что бункеровочный рынок продолжает укрупняться. Лидирующие позиции занимают крупные компании с развитой собственной логистикой и инфраструктурой, то есть наличием прямых договоренностей с поставщиками нефтепродуктов, собственных нефтебаз, морских бункеровочных терминалов и собственного (либо зафрахтованного) флота. Это позволяет не только минимизировать цену продукта, но и отслеживать качество бункерного топлива, требования к которому со стороны судовладельцев и мирового сообщества предъявляются все более высокие, говорит госпожа Малышева.

ЗАМЕНА ТОПЛИВУ Андрей Шенк отмечает, что грузооборот в портах Балтийского региона растет на 10–12% в год, следовательно, растет и количество закупаемого бункерного топлива.

Бункерное топливо подразделяется на два вида: мазуты и дизельное топливо.

Специалист Крыловского государственного научного центра Антон Луцкевич рассказывает, что большие морские суда, как правило, потребляют в основном мазуты, а небольшие — дизельное топливо. Когда судно отправляется на дальний рейс, ему, как правило, необходимо мазутное топливо. Трудно сказать, на какой вид топлива приходится наибольшая доля рынка, отмечает господин Луцкевич.

Бункерное топливо, как и любое другое, сильно зависит от цен на энергоресурсы, в частности, цен на нефть, говорит Андрей Шенк. «Нефтепродукты, как правило, дешевле с небольшой задержкой к сырой нефти, поэтому я думаю, что топливо по-прежнему стоит довольно дорого. Закупается оно у местных нефтеперерабатывающих заводов, которые принадлежат крупным нефтяным компаниям», — отмечает эксперт.

Поставки нефтепродуктов в морские порты для последующей бункеровки осуществляются железнодорожным транспортом, автомобильным и на танкерах-продуктовозах. Цена темного судового топлива в 2012 году в Большом порту Санкт-Петербург показывала достаточно высокую волатильность. По данным аналитиков ИАА «Портньюс», в зависимо-



КРУПНЕЙШИМ БУНКЕРОВОЧНЫМ РЫНКОМ СЕВЕРО-ЗАПАДА ЯВЛЯЕТСЯ БОЛЬШОЙ ПОРТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ. НА ЕГО ДОЛЮ ПРИХОДИТСЯ БОЛЕЕ ЧЕТВЕРТИ ПРОДАЖ СУДОВОГО ТОПЛИВА ВО ВСЕХ МОРСКИХ ПОРТАХ РОССИИ

сти от марки его минимальная стоимость в 2012 году составляла около \$430 за тонну, максимальная — примерно \$570 за тонну. Менее динамично менялась в прошлом году стоимость светлого топлива: минимум зафиксирован на уровне \$760, максимум — \$880 за тонну.

Господин Луцкевич напомнил, что в 2015 году полностью вступают в силу требования шестого приложения к Международной конвенции по предотвращению загрязнения с судов (МАРПОЛ). Документ предписывает меры по предотвращению загрязнения водных объектов энергетическими установками судов. В нем прописаны максимально допустимые параметры загрязнения оксидами серы, азота и твердыми частицами (сажей). Сера содержится в топливе. В мазутах ее содержание не превышает 4%, в дизельном топливе — 2%. Документ предписывает в 10–15 раз снизить содержание серы в топливе. Альтернативой в данном случае может быть обессеренное дизельное топливо, которое при этом будет в два раза дороже и без того дорогого дизельного топлива. Кроме того, с использованием обессеренного топлива будут расти эксплуатационные расходы.

Азот образуется в процессе сгорания топлива в цилиндре двигателя. Чтобы снизить его выбросы, можно принять меры, чтобы двигатель не вырабатывал азот или оборудовать судно катализатором. Это дорогостоящее оборудование, его стоимость от \$0,5 млн.

Чтобы снизить выработку твердых частиц, можно использовать в качестве топлива сжиженный природный газ (СПГ). Он подойдет для всех видов судов, но у него есть ряд особенностей. Например, для работы на газе суда должны быть модернизированы или построены заново. Пока такие инвестиции нерентабельны. СПГ сейчас дешевле дизельного топлива, но дороже мазута. Сложность в том, что такой газ является скоропортящимся продуктом. Хранить его на борту бункеровщика нельзя. В то же время переоборудовать бункеровщики и создавать необходимую инфраструктуру для бункеровки судов на газе нецелесообразно, поскольку такие суда пока встречаются редко. Однако если в наш порт попадет такое судно, его нельзя будет заправить.

Таким образом, появление газотопливных судов сдерживается сложностью бункеровки, и развитие бункеровочной инфраструктуры, наоборот, развивается медленно из-за отсутствия таких судов.

Вариантов действий два. Нужна воля государства или воля крупных нефтегазовых игроков. Либо можно пустить все на самотек, но в этом случае сценарий будет развиваться не в пользу России. Наши суда вскоре перестанут соответствовать европейским требованиям по экологии и покинут европейские воды.

НА ПОРОГЕ НОВОЙ ЭРЫ Уже сейчас требования МАРПОЛ актуальны, говорит директор московского филиала компании «Акваойл». В Европе некоторым судовым компаниям отказывают в долгосрочном сотрудничестве, если суда не соответствуют экологическим стандартам. Бункерные компании готовы перейти на СПГ, но для этого нужно строить специальные емкости для хранения, переоборудовать бункеровщики, потому что СПГ значительно отличается от дизельного топлива и предполагают иную техническую характеристику судов. Приспособить технику можно, но это дорого. «Я готов построить бункеровщик или переоборудовать имеющиеся, но они просто не будут загружены заказами. Поэтому пока этот проект нецелесообразный», — рассуждает господин Петров.

Генеральный директор группы компаний «Балтийская топливная компания» Станислав Корнеев смотрит на перспективы более оптимистично. «Очевидно, что такой сервис, как бункеровка судов, должен быть безопасным и экологичным. Минтранс России и администрация Большого порта Санкт-Петербург последовательно принимают меры, направленные на повышение этих двух показателей. Бункеровочные компании, в свою очередь, обновляют флот, а также приводят имеющиеся суда в соответствие с международными требованиями и нормами. Мы уверены в том, что бункерный рынок Санкт-Петербурга конкурентный, безопасный и экономически интересный», — говорит господин Корнеев.

«Вероятно, бункерный рынок в портах Балтики в первую очередь и во всем мире в дальнейшем будет вынужден вступить в новую эру. Как когда-то в начале XX века судовладельцы перевели свой флот с угля на мазут, так можно ожидать и скорого перевода топливных систем флота с мазута на СПГ. Однако в настоящее время в России не создано инфраструктуры для бункеровки судов СПГ, также не развито производство и логистика поставок этого вида топлива. Проекты судов для работы на СПГ также не являются массовыми», — говорит Надежда Малышева. ■

НЕУВЕРЕННЫЙ РОСТ

РЫНОК СТРАХОВАНИЯ СЕВЕРО-ЗАПАДА В ЭТОМ ГОДУ ПРОДОЛЖИЛ РАСТИ. ВПРОЧЕМ, ТЕМПЫ РОСТА НЕВЫСОКИЕ, ОТМЕЧАЮТ УЧАСТНИКИ РЫНКА. ПРИЧИНА ТОМУ — СНИЖЕНИЕ ОБЪЕМОВ АВТОКРЕДИТОВАНИЯ И ДМС, КОТОРЫЕ ТРАДИЦИОННО ЯВЛЯЮТСЯ ДРАЙВЕРАМИ РОСТА СТРАХОВОГО РЫНКА.

КРИСТИНА НАУМОВА

Участники рынка отмечают, что в этом году объем страхования продолжает расти, но темпы роста замедлились. По словам руководителя Северо-Западного дивизиона компании «Ренессанс страхование» Владимира Тинякова, рост компании в Северо-Западном регионе по итогам первого квартала составил 19,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. «Ситуацию на рынке в целом оценить сложно, но мы полагаем, что темпы его роста немного снизились по сравнению с прошлым годом, так как продажи новых автомобилей — основной драйвер роста — практически равны прошлогодним показателям», — говорит господин Тиняков. По его прогнозам, по итогам года темпы роста рынка страхования Северо-Запада не превысят 8–10%.

Заместитель генерального директора компании «Либерти Страхование» Александр Потитов отмечает, что по результатам первого квартала 2013 года рост подписанной премии составил 15% относительно показателей аналогичного периода прошлого года. Господин Потитов в целом по рынку ожидает по итогам 2013 года роста премий на уровне 15% по отношению к показателям прошлого года.

Генеральный директор страховой группы «Капитал-полис» Алексей Кузнецов говорит, что по медицинскому страхованию продажи компании выросли примерно на 10%, по имущественным видам — на 40%, в основном за счет каско.

ДРАЙВЕРЫ РОСТА Традиционно страховой рынок растет за счет автострахования и ДМС. Эти сегменты по-прежнему занимают наибольшую долю в общем объеме сделок на страховом рынке, однако темпы их роста замедлились. На это обращает внимание господин Тиняков, отмечая, что быстрый рост каско, вызванный посткризисной реализацией отложенного спроса на новые автомобили, закончился, так же, как и увеличение объемов ДМС, связанное с восстановлением соцпакетов предприятиями.

По мнению директора Северо-Западной дирекции СК «Альянс» Евгения Дубенского, объем каско в прошлом году в регионе вырос на 18%, ДМС — на 14%. По его словам, быстрыми темпами в 2012 году росли премии по страхованию от несчастных случаев и болезней (+43% по итогам 2012 года по сравнению с 2011 годом). Рост сборов по данной линии бизнеса обеспечивается страхованием жизни и здоровья розничных банковских заемщиков. Увеличение сборов наблюдалось и в сегменте страхования жизни (+28%).

По оценкам Александра Потитова, выше средних показателей по рынку растет страхование, смежное с банковской сферой: ипотечное (имущество, жизнь, титул), жизнь и здоровье заемщиков, риски владельцев банковских карт.

Кроме того, динамично развивается и страхование опасных объектов. В стра-



СЕРГЕЙ ТРУДОВ

В КОНЦЕ ПРОШЛОГО ГОДА ОЧЕНЬ МНОГИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЪЯВЛЯЛИ КОНКУРСЫ НА СТРАХОВАНИЕ ОПАСНЫХ ОБЪЕКТОВ. ПОЭТОМУ В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ ТЕКУЩЕГО ГОДА НАБЛЮДАЛСЯ ОЧЕРЕДНОЙ ВСПЛЕСК СБОРОВ ПО ДАННОМУ ВИДУ

ховой группе «Согаз» напоминают, что 1 января 2012 года вступил в силу Федеральный закон № 225, а с 1 апреля 2012 года вступили в силу штрафные санкции за отсутствие полиса ОСОПО (обязательное страхование особо опасных объектов), причем в разы превышающие стоимость страховых полисов. Поэтому основная масса опасных объектов была застрахована в первом квартале 2012 года, отмечают в компании. «С 1 января 2013 года положения закона применяются в отношении опасных объектов, которые являются государственным или муниципальным имуществом. И в конце прошлого года очень многие государственные и муниципальные предприятия объявляли конкурсы на страхование опасных объектов. Поэтому в первом квартале текущего года наблюдался очередной всплеск сборов по данному виду», — говорят в компании.

По оценкам Йиржи Бадр, коммерческого директора «PPF Страхование» в России, по итогам 2013 года рост рынка страхования Петербурга составит 8–12%. «На рынок воздействует запуск новых обязательных видов страхования и пересмотр условий работы страховщиков. Кроме того, на объем и структуру рынка влияние оказывает состояние экономики страны, включая такие факторы, как рост или снижение доходов населения, налоговое или дотационное стимулирование бизнеса, смягчение кредитной политики банков, сокращение или повышение объема инвестиций государства в производство и строительство», — резюмировал господин Бадр.

СЛИШКОМ ТЕСНО Участники рынка страхования констатируют, что тройка лидеров сегодня выглядит следующим образом: «РЕСО-Гарантия», «Росгосстрах» и «Ренессанс-страхование».

Владимир Тиняков отмечает, что состав компаний из топ-10 лидеров рынка изменяется не за счет прихода новых компаний (практически все федеральные игроки активно работают на рынке Петербурга),

а за счет слияний и поглощений существующих компаний. Уровень конкуренции на рынке Петербурга, по словам господина Тинякова, можно оценить как высокий, но он остается привлекательным для новых игроков. Однако новые игроки неактивно приходят на рынок страхования. «Сегодня рынок идет по тому пути, что игроки скорее уходят с рынка, нежели приходят на него. И эта тенденция, вероятно, будет продолжаться», — говорит господин Кузнецов. Возможности для новых компаний, по его словам, весьма неширокие. «В Петербурге живет около 5 млн человек, при этом в городе работает примерно 200 страховых компаний, среди которых большая часть — это представительства и филиалы федеральных компаний. Из них энергично, активно работают примерно 100 страховых компаний. Для сравнения возьмем Финляндию. Население — примерно те же 5 млн человек, а на рынке работает лишь десять страховых компаний. Соответственно, можно представить себе, каков уровень конкуренции в Финляндии, и каков — в Петербурге. В Петербурге конкуренция зашкаливает», — рассуждает Алексей Кузнецов.

Это подтверждают и цифры. Евгений Дубенский отмечает, что по итогам 2012 года рынок покинули 18 компаний. По его словам, это объяснимо обязательным повышением минимального размера уставного капитала страховщиков с января 2012 года и объединением компаний в рамках единых акционеров.

Господин Дубенский отметил, что для рынка в последнее время характерна консолидация вокруг компаний, входящих в топ-10 операторов рынка. Так, на долю первой тройки страховщиков Северной столицы приходится 36% всех сборов. При этом сборы небольших региональных компаний продолжают сокращаться.

В сложившихся условиях единственной возможной стратегией нового участника рынка может быть предложение цен значительно ниже рыночных, то есть демпинг.

Для уже устоявшихся игроков рынка основным конкурентным преимуществом является качество, полагает Алексей Кузнецов. «Безусловно, клиент в первую очередь обращает внимание на цену. Но затем, постепенно, если за этой низкой ценой обнаруживается низкое качество услуг, особенно в инфраструктурных видах страхования, таких как ДМС, каско, частенько клиент прозревает. Как говорится, разочарование от низкого качества длится гораздо дольше, чем радость от низкой цены», — говорит господин Кузнецов.

СТРАХОВОЕ ПОСРЕДНИЧЕСТВО Евгений Дубенский отмечает, что в настоящее время канал продаж через посредников — один из наиболее динамично развивающихся на рынке страхования. Все большее количество страховщиков стремится установить партнерские отношения с банками, дилерами, лизинговыми компаниями, туроператорами и другими страховыми и нестраховыми посредниками, что позволяет значительно расширить охват целевых клиентов, говорит эксперт. В то же время посредники, в первую очередь страховые брокеры, осознавая свое значение для бизнеса страховых компаний, стремятся получить максимальное вознаграждение за свои услуги, вследствие чего страховщики вынуждены платить необоснованно завышенное комиссионное вознаграждение за посреднические услуги, говорит господин Дубенский. «Вопрос законодательного ограничения размера комиссий, уплачиваемых посредникам, в настоящее время находится на обсуждении страхового сообщества, и можно ожидать, что в ближайшее время будут разработаны соответствующие поправки к действующему законодательству», — говорит эксперт.

По словам Владимира Тинякова, с посредниками можно успешно работать, но необходим жесткий контроль во время заключения с ними договора, а также в процессе работы. «Количество крупных страховых брендов, готовых работать с брокерами, ограничено, рынок посредников становится прозрачнее, сильные игроки консолидируют бизнес. Взаимодействие уже давно перешло к взаимному партнерству, и посредники понимают необходимость четких и где-то даже жестких правил», — говорит господин Тиняков. По его словам, рынок принципиально изменился после введения с 1 января новых требований Российского союза автостраховщиков по проверке коэффициента бонус-малус через систему союза и о сдаче полисов в течение двух недель. Чтобы выполнять эти требования вне зависимости от объема розничной сети посредника, все бизнес-процессы были серьезно пересмотрены, что позволило выполнять все требования РСА, говорит Владимир Тиняков. ■

ДЕОФШОРИЗАЦИЯ ПОШЛА СУДАМИ

ПОКА РОССИЙСКИМ ПРАВИТЕЛЬСТВОМ РАЗРАБАТЫВАЮТСЯ ПОПРАВКИ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО, ОГРАНИЧИВАЮЩИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОФШОРНЫХ КОМПАНИЙ, ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ СУДЫ НАЧИНАЮТ ВСЕ ЧАЩЕ ВСТАВАТЬ НА СТОРОНУ ГОСОРГАНОВ ПРИ РАССМОТРЕНИИ СПОРНЫХ СХЕМ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ.

АНТОНИНА АСАНОВА

В дальнейшем ограничения применения международного налогового планирования и зарубежного законодательства будут только расти, рассказали участники семинара «Правовые решения с использованием иностранных юрисдикций», организованного ИД «Коммерсантъ».

Правительство России взяло курс на деофшоризацию отечественной экономики. Еще в марте 2012 года Владимир Путин поручил Минфину, Минэкономразвития, ФНС и Росфинмониторингу подготовить поправки в законы, предусматривающие введение налогообложения прибыли иностранных компаний, контролируемых из России, и санкции за нераскрытие зарубежных активов.

Уже с 1 января 2013 года в рамках соглашения об избежании двойного налогообложения вводится новый режим обмена информацией госорганов России с Кипром, Швейцарией и Латвией. А с начала 2015 года — и Люксембургом. А к четвертому кварталу этого года правительство должно все-таки подготовить поправки в законодательство по противодействию использования офшоров: ввести термин «налоговый резидент», «фактический получатель дохода» и понятие контролируемой компании, а также определить порядок налогообложения «нераспределенной прибыли иностранных контролируемых компаний» и штрафы за сокрытие информации об иностранных аффилированных компаниях.

Между тем на практике противодействие офшорам уже ведется. Рассматривая иски налогоплательщиков, оспаривающих применение схем международного налогового планирования и зарубежного законодательства, суды все чаще встают на сторону государственных органов, считают юристы.

НАЛОГОВЫЙ ИНТЕРЕС Иностранные юрисдикции зачастую предоставляют более удобные финансово-экономические и юридические инструменты для оптимизации налоговых выплат, структурирования сделок и защиты активов, чем существующие в России. «Многие юрисдикции хороши по-своему, то есть предоставляют удобный льготный режим для отдельной группы операций», — говорит партнер компании «Максима — Консалтинг и право» Владимир Килинкар. Соединенное Королевство — для создания респектабельных холдинговых компаний, кредитования в Европе, осуществления экспортно-импортных операций, выдачи лицензий. Кипр и Мальта — для минимизации налоговых выплат при осуществлении сделок по импорту и экспорту, для создания холдингов, в том числе — с целью предоставления займов и выплаты дивидендов в льготном порядке, для оптимизации использования интеллектуальной собственности. Латвия предоставляет условия для создания холдинговых структур, открытия банковских счетов, Британские Виргинские Острова, Белиз и Сейшелы — для сокрытия бенефициаров, перечисляет юрист.

Российский Налоговый кодекс не закрепляет за налогоплательщиком права на налоговую оптимизацию. Однако высшие судеб-

ные инстанции, Конституционный суд РФ и Высший арбитражный суд, в целом допускают возможность осуществления налогового планирования налогоплательщиком, рассказывает советник юридической компании «Максима — Консалтинг и право» Елена Килинкар.

Тем не менее в интересах российских государственных органов оспорить законность получения налоговых льгот с помощью международного налогового планирования. И первый из рисков для российских компаний, пользующихся иностранными юрисдикциями, связан с возможностью признания налоговой выгоды необоснованной. Она признается таковой в случае нарушения требований реальности экономической деятельности, отсутствия деловой цели осуществления операций, то есть разумных экономических или иных причин для сделки, и несоблюдения требований налогового законодательства.

Наиболее часто налоговыми органами оспариваются сделки, в рамках которых осуществляется импорт товаров по договору с иностранной организацией и последующая его реализация с использованием договора комиссии, экспорт товара по договору с иностранной организацией, выплата роялти иностранной организации и использование различных форм финансирования российских компаний по договорам займа. Эти сделки зачастую являются одними из элементов механизмов налогового планирования, говорит Елена Килинкар.

Одна из распространенных схем, которую оспаривают налоговые органы, связана с использованием российской компанией товарного знака по лицензионному или сублицензионному договору с иностранной организацией. В судебной практике уже рассматривались дела по таким товарным знакам, как «Пятерочка», «Монетка». В этом случае налоговики могут предъявить претензии к отсутствию деловой цели подобных сделок, заявив, что они совершаются исключительно с целью налогового планирования.

НЕПРОФЕССИОНАЛИЗМ ПОБЕЖДАЕТ СТРОГОСТЬ Риск возникновения претензий со стороны налоговых органов компенсируется реалиями российской судебной практики. Большинство решений судов по вопросам обоснованности получения налоговой выгоды в эпизодах, связанных с международным налоговым планированием, выносятся в пользу налогоплательщиков.

«Зачастую суд выносит решение в пользу налогоплательщика лишь потому, что налоговый орган не справляется с бременем доказывания нарушений, допущенных при получении налоговой выгоды», — поясняет Елена Килинкар. — Налоговые органы либо неправильно составляют акценты, либо предоставляют недостаточно доказательств. В среднем только два-три процента решений выносятся не в пользу налогоплательщиков. Но возможные причины такой статистики могут и измениться».

Вторая группа рисков для компаний, осуществляющих международное налоговое планирование, связана с неприменением со-

глашения об избежании двойного налогообложения. Практика российских арбитражных судов свидетельствует о формировании отрицательной тенденции для налогоплательщиков, предупреждает Елена Килинкарова. Наиболее яркий пример — правило «тонкой капитализации». Сложившаяся судебная практика исключает возможность учета процентов по займу в полном объеме в ситуации контролируемой задолженности компании на основе ссылки на закрепленный в соглашении принцип недискриминации. А это снижает эффективность механизмов международного планирования с использованием займов от иностранных организаций, с государствами резидентства которых Россией заключены соглашения об избежании двойного налогообложения.

ИСТОРИЧЕСКАЯ НЕПРИЯЗНЬ Кроме инструментов для налоговой оптимизации право Англии или Кипра предоставляет и хорошие возможности для оформления юридических документов за счет предсказуемости толкования правовых норм и принимаемых судебных решений. Однако российские суды активно используют коллизионный метод правового регулирования, сокращая возможность применения зарубежного права, а также отказывают в признании и исполнении иностранных судебных решений.

«Российские суды исторически негативно относятся как к разрешению споров по английскому или кипрскому праву, так и к признанию и приведению в исполнение решений кипрских судов и международных арбитражей», — говорит Владимир Килинкар.

Согласно законодательству при заключении сделки стороны могут выбрать в качестве применимого как кипрское или английское право, так и российское, заключив соответствующее соглашение или включив в контракт соответствующую оговорку. На первый взгляд все просто. Сложности возникают с необходимостью дополнительно учитывать целый ряд императивных норм страны, с которой реально контракт связан, сверхимперативных норм, основная цель которых — защита публичного интереса, вопросов публичного порядка, соответствия контракта или решения арбитража основам правопорядка Российской Федерации. «Существует ряд ограничений, связанных с расщеплением правового режима, когда отдельные вопросы, связанные с контрактом, регулируется правом различных государств», — поясняет Владимир Килинкар. При этом на практике нормы отечественного и зарубежного законодательства могут вступать в противоречие. А в ряде случаев, таких как определение оснований недействительности контракта, и вовсе зачастую возникает правовой вакуум.

ГРАНИЦЫ ЗАКРЫВАЮТСЯ Подобных сложностей можно попытаться избежать, перенес спор на территорию Кипра или другой низконалоговой юрисдикции. «Если вы выбираете кипрское право, то целесообразно выбирать и кипрский национальный суд, если решение можно исполнить на Кипре, — объ-

ясняет Владимир Килинкар. — Можно выбрать и российский суд, но это чревато применением всего спектра императивных норм и оговорок о публичном порядке». Однако и в случае рассмотрения спора в кипрском суде нельзя полностью исключать применение российских сверхимперативных норм или категорий публичного порядка, поскольку суд принимает решения исходя из возможности его признания и исполнения в России, оговаривается эксперт.

Кроме того, нашим национальным законодательством установлены и определенные пределы применения зарубежного права. «Для того чтобы в принципе ставить вопрос о применимом праве в отношениях необходим иностранный элемент, — говорит господин Килинкар. — Однако в законе понятие „иностранного элемента гражданского правоотношения“ в полной мере не раскрывается, перечень видов иностранного элемента сформулирован неисчерпывающим образом».

Компаниям, работающим с зарубежными контрагентами, следует уделять пристальное внимание российским тенденциям относительно арбитрабельности споров, публичного порядка, считают юристы. «Мы видим и из высказываний президента, и из развивающихся доктрин высших судов, что есть риск того, что в дальнейшем практика будет складываться не в пользу налогоплательщика, что практика применения зарубежного права и вывода споров в зарубежные юрисдикции будет ограничиваться, — считает Владимир Килинкар. — Возможно и возникновение новых проблем с признанием и исполнением решений зарубежных судов по спорам, которые связаны с Российской Федерацией».

ЗАПРЕТНЫЙ НАЛОГОВЫЙ РАЙ До разразившегося в марте банковского кризиса Республика Кипр была одним из самых распространенных мест для регистрации холдинговых, трейдинговых, торговых, финансовых и других компаний среди как российских предпринимателей, так и компаний из ЕС, рассказала директор кипрской юридической компании Ioannides Demetriou LLC Найя Морфи. «Регистрация кипрской компании занимает буквально несколько дней, в пределах одной недели, — объясняет директор Ioannides Demetriou LLC Кристина Иоаниду. — Однако любая компания, предлагающая такие услуги, имеет заготовки — юридические лица, которые могут быть „оживлены“ прямо за столом переговоров».

Однако после произошедшего кризиса и «заморозки» счетов, в том числе дочерних компаний российских госкорпораций, имидж республики как финансового центра ухудшился. Впрочем, странам, страдающим от оттока капитала, такие кризисы только на руку. Несмотря на финансовые потери российских компаний, ситуация на Кипре может поддерживать начатую в России политику деофшоризации, заявил премьер-министр Дмитрий Медведев. В 2012 году, по данным Центробанка, отток капитала из России составил \$56,8 млрд, а в 2011-м он был равен \$80,5 млрд. ■

ДЕТЯМ СУЛЯТ ПАРК

МОСКВА РЕШИЛА СТРОИТЬ ОГРОМНЫЙ ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ, «НАПОДОБИЕ ДИСНЕЙЛЕНДА», КАК ЗАЯВИЛ МЭР СТОЛИЦЫ СЕРГЕЙ СОБЯНИН. ПЕТЕРБУРГ ПЕРЕБОЛЕЛ ЭТОЙ ИДЕЕЙ ЕЩЕ 25 ЛЕТ НАЗАД — ИМЕННО ТОГДА БЫЛО ЗАЯВЛЕНО, ЧТО В ЛИСЬЕМ НОСУ МОЖЕТ ПОЯВИТЬСЯ ДИСНЕЙЛЕНД. КАК И МНОГИЕ МЕГАПРОЕКТЫ ТОГО ВРЕМЕНИ, ЭТА ИНИЦИАТИВА ДАЛЬШЕ ОБСУЖДЕНИЯ НЕ ПОШЛА. А ЭКСПЕРТЫ СПОРЯТ ДО СИХ ПОР — НУЖЕН ЛИ ПЕТЕРБУРГУ ТАКОЙ ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ И СКОЛЬКО ВООБЩЕ ПОДОБНЫХ ОБЪЕКТОВ НУЖНО В РОССИИ.

РОМАН РУСАКОВ

На данный момент в России нет крупных развлекательных парков, которые бы привлекали посетителей со всей страны и зарубежных туристов. Нет в России и таких тематических развлекательных парков, как Disneyland (Париж), Legoland (Дания), парк «Астерикс» (Плайи).

В настоящее время в Петербурге работает только один парк, который предлагает достаточно широкий спектр аттракционов для различных групп потребителей, — «Диво-остров». А также несколько более скромных парков районного масштаба в разных частях города. Потенциал спроса для создания более крупного и насыщенного развлекательного парка есть, говорят эксперты. Оптимально его совмещать с тематическими зонами, как это сделано в том же Диснейленде или некоторых других крупных парках, например, в PortAventura.

Не так давно появилась идея создания парка под эгидой Dream Works в Санкт-Петербурге. Как считают эксперты, по причине ограниченного предложения подобного вида развлечений парк будет пользоваться популярностью у населения и туристов. Такая же ситуация, скорее всего, сложится и при реализации идеи парка Disneyland в Москве.

ПОЗАДИ ЕВРОПЫ ВСЕЙ «Сейчас только в Европе расположено около 300 парков развлечений, самые популярные принимают в год до 50 млн человек. Также можно отметить, что тематические парки приносят в несколько раз больше доходов, чем обычные парки развлечений», — говорит Елена Прозорова, консультант отдела консалтинга и оценки компании Maris.

Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент», сегмент аттракционов и парков развлечений различного формата в России оценивает в 15–20 млрд рублей. «Данный сегмент рынка в России скорее находится на первоначальной стадии своего формирования. Заметных проектов на рынке пока весьма немного. Даже в наиболее крупных российских городах сегмент определенно не насыщен, при этом спрос на фоне роста доходов формируется уже на вполне высоком уровне. По примерным расчетам, при выходе на „проектные мощности“ выручка таких проектов вполне может быть сопоставима с западными аналогами. Поэтому такие проекты, несмотря на, как правило, необходимый существенный объем инвестиций (в среднем от \$50–100 млн), сезонные ограничения для некоторых видов аттракционов и сравнительно длительные сроки окупаемости (условно от 8–10 лет), могут представлять высокий интерес для инвесторов», — говорит господин Клягин.

Он не исключает, что в ключевых мегаполисах РФ в среднесрочный период вполне



НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО ПАРКОВ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В РОССИИ НЕ ХВАТАЕТ, БОЛЬШИНСТВО ЭКСПЕРТОВ СОМНЕВАЮТСЯ В ТОМ, ЧТО МОДЕЛЬ ДИСНЕЙЛЕНДА МОЖНО БЕЗ СУЩЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ И КОРРЕКТИРОВОК ПЕРЕНЕСТИ НА ОТЕЧЕСТВЕННУЮ ПОЧВУ

может быть реализовано несколько крупных проектов парков развлечений.

«Детские развлекательные зоны в составе ТРК и детские парки уровня Диснейленда — это разные форматы, предполагающие и разный тип потребления. Как правило, в ТРК семья проводит несколько часов, тогда как выезд в Диснейленд — это целый день. Кроме того, детские парки (обращаясь к западному опыту) предполагают еще и большое количество предприятий питания, а также услуги по проживанию. Что касается окупаемости, то парк уровня Диснейленда — относительно долго (если продолжить сравнение с детской инфраструктурой в составе ТРК) окупающийся проект», — отмечает Юрий Тараненко, директор департамента коммерческой недвижимости группы компаний RRG.

Борис Юшенков, партнер «S.A.Ricci — Санкт-Петербург», согласен, что потенциально уровень спроса у населения очень высок, но в реальности он во многом ограничен стоимостью посещения парка. «Средний чек при посещении парижского Диснейленда составляет 60 долларов на одного ребенка. Учитывая, что в России, и в частности в Петербурге, стоимость земли, строительства выше, то такой „средний чек“ еще возрастет», — говорит он.

КОГДА ВЕРНУТСЯ ДЕНЬГИ? В Петербурге идеи строительства открытых мегапарков возникали не единожды. Госпожа Прозорова вспоминает, что, помимо идеи строительства Диснейленда в Лисьем Носу, был проект создания тематического парка «Сказкоград» на базе парка «Екатерингоф».

Владимир Скигин, председатель совета директоров UK Satellit Development, считает, что окупаемость открытых парков развлечений в условиях плохого климата Москвы и Петербурга сомнительна. «Поэтому при-

бытность проекта зависит от того, будет ли московский Диснейленд крытым или открытым», — говорит он.

«Если принимать во внимание климатические условия в Санкт-Петербурге, то парк следует организовывать или с большим количеством закрытых павильонов и аттракционов или рассчитывать на получение основной прибыли за 4–5 месяцев в году (а то и меньше)», — говорит госпожа Прозорова. Она полагает, что при успешной реализации проекта, который должен привлекать большое количество туристов и жителей города, окупить вложения будет нетрудно. «Однако есть такие препятствия, как погодные условия, качество предоставляемых услуг, повышенные меры безопасности», — добавляет госпожа Прозорова.

Юрий Тараненко говорит, что ориентироваться на западный опыт в этом вопросе не лучший выход — по его мнению, при переносе западного формата на российский рынок часто требуется корректировка с учетом отечественной специфики (в частности, особенностей, связанных с сезонностью).

Зоя Захарова, генеральный директор компании London Real Invest, отмечает, что определить доходность такого проекта без понимания концепции очень сложно, поскольку здесь недостаточно просто посчитать стоимость каруселей и поделить их на количество посетителей. В стоимость проекта нужно включить стоимость разработки идеи, инновационных технологий и прочее. При этом она обращает внимание на то, что если окупаемость проекта займет более 10–12 лет, то инвесторам это будет не очень интересно.

Вопрос окупаемости, как уверяют эксперты, актуален не только для российских парков развлечений.

Эвелина Павловская, вице-президент по консалтингу компании GVA Sawyer, говорит: «Срок окупаемости зависит от концепции парка. Расставить карусели на подготовленные места, немного вложиться в озеленение — это можно отбить за два-три года. А вот более серьезные вещи могут быть скорее имиджевыми, чем коммерческими... Парижский Диснейленд, например, до сих пор не окупился».

КАРУСЕЛЬ НА ВСЮ СТРАНУ В среде экспертов нет однозначного мнения о том, сколько парков способен «переварить» российский рынок.

Эвелина Павловская считает, что в России можно открыть в разных частях страны два или три парка формата Диснейленда. «Однако надо очень четко понимать позиционирование, а также то, откуда формируются потоки. Идеально, чтобы создаваемый парк развлечений строился на уже сформированных турпотоках, а не в „чистом поле“, тогда затраты на его создание будут ниже», — говорит она.

Зоя Захарова думает, что проект такого масштаба необходимо строить именно в Москве: в самом большом по численности, туристическому потоку и платежеспособности населения городе. Для того чтобы у такого проекта были адекватные сроки окупаемости, необходимо большое количество посетителей на протяжении всего года. «Здесь надо отметить, что другие Диснейленды строились в местах с более благоприятным климатом. В нашем климатическом поясе важно придумать что-то, чтобы проект был востребован и зимой, и в межсезонье», — говорит она. Госпожа Захарова считает, что одновременно запустить два грандиозных проекта в Москве и Петербурге — нецелесообразно. «В США всего один такой парк, а уровень платежеспособности населения там гораздо выше. Хотя „Диво-остров“ в Петербурге очень востребован. Его основной плюс — то, что он расположен в центре города и рядом с метро, поэтому проходимость парка очень высокая, особенно в дни каникул», — говорит госпожа Захарова. — Думаю, что реализация схожего проекта для Петербурга сейчас не совсем актуальна. Вообще, надо сказать, что сейчас на этом рынке востребованы только действительно креативные, уникальные проекты; с типовыми проектами в эту сферу идти не стоит. Но в то же время какой-то другой развлекательный формат мог бы быть интересен. Например, располагающийся на природе, в удачной локации: на берегу Финского залива или разлива, в курортном пригороде Петербурга. Но повторюсь: концепция проекта должна быть оригинальна, ее аналогов не должно быть в России, а может быть, и в Европе». ■

«МЫ СМОЖЕМ КОНКУРИРОВАТЬ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ»

ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ КОМПАНИИ «АТРИА РОССИЯ», ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ПИТ-ПРОДУКТ» И ООО «МПЗ „КАМПОМОС“» ЯРМО ЛИНДХОЛЬМ РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВG ЮЛИИ ЧАЮН О ТРЕНДАХ НА МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕМ РЫНКЕ И О ТОМ, ПОЧЕМУ ПРОИЗВОДСТВО В ФИНЛЯНДИИ ЭФФЕКТИВНЕЕ, ЧЕМ В РОССИИ.

BUSINESS GUIDE: Недавно ваша компания получила сертификат международного стандарта FSSC 22000, расскажите, пожалуйста, подробнее, что это за сертификат и что он вам дает?

ЯРМО ЛИНДХОЛЬМ: Можно сказать, что это самая строгая сертификация предприятий пищевой промышленности в мире. Она призвана гарантировать абсолютную безопасность продукции. Сертификация охватывает не только сам конечный производимый продукт, но и все обстоятельства того, как и где он производится. Для того чтобы получить этот сертификат, мы разработали и внедрили процедуры, описывающие все этапы производственной цепочки. Например, в том, что касается потенциальных аллергенов: нам пришлось создать отдельное хранилище для специй, чтобы гарантировать, что они никак не соприкасаются с гипоаллергенными ингредиентами.

Производитель, заинтересованный в получении FSSC 22000, должен доказать, что его предприятие работает в соответствии с подобными процедурами. Для этого производитель приглашает независимых специалистов, которые проверяют предприятие на соответствие заявленным нормам. Для проверки нашего завода в Горелово мы приглашали швейцарскую компанию SGS, которая занимается аудитом производственных предприятий более 130 лет.

BG: Какие вообще существуют виды сертификации пищевой продукции?

Я. Л.: Есть базовый уровень — соответствие официальным требованиям законодательства. В Европе в течение последних 30 лет к обязательным требованиям государства добавилась добровольная стандартизация. Самый популярный сертификат на данный момент — это ISO 9000, который распространяется не только на само производство, но и на все виды бизнес-процессов. Однако если говорить о пищевом производстве, то самые строгие сертификаты — это BRC и FSSC 22000. Их основные отличия от других видов требований к продукции в том, что производитель обязан проследить за продуктом от ингредиентов до полки магазина. Предусматриваются также процедуры отзыва готовой продукции, если выяснится, что на какой-то стадии производства были допущены нарушения. И система постоянного контроля. Строго говоря, сертификат FSSC 22000 позволяет нам гарантировать качество нашей продукции как потребителям, так и нашим партнерам-ритейлерам, заявлять о том, что мы максимально прозрачны. Кроме того, этот сертификат позволяет экспортировать продукцию на европейские рынки, где требования к качеству строже, чем в России. Сейчас мы рассматриваем возможность экспорта продукции в связи со вступлением в ВТО. Я считаю, что в будущем многие российские производители будут внедрять у себя жесткие процедуры стандартизации качества, чтобы получить подобный сертификат.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

BG: А много компаний на территории России имеют этот сертификат уже сейчас?

Я. Л.: Нет, всего лишь несколько. А из крупных производителей мясной продукции — только мы.

BG: Когда вы планируете вывести свою продукцию на экспорт?

Я. Л.: Я не могу назвать конкретную дату, могу лишь сказать, что этот процесс начался. Он требует получения экспортной лицензии в России и разрешения еврозоны — мы работаем над этим.

BG: Вы упомянули про ВТО, поэтому не могу не спросить — как, на ваш взгляд, вступление в ВТО скажется на отрасли в России?

Я. Л.: Абсолютно точно могу сказать, что конкуренция усилится, выжить на рынке смогут только сильные компании. Если производство неэффективно, то компания столкнется с проблемами. Но я не верю, что вступление в ВТО как-то кардинально повлияет на рынок мясопереработки в России. Эффективно отвечая на запросы потребителей, мы сможем успешно конкурировать — в том числе и на международном рынке.

BG: А как вы оцениваете эффективность российских производителей?

Я. Л.: Я вижу, что эффективность российских предприятий на всех этапах производства ниже, чем эффективность аналогичных европейских предприятий. При этом я не вижу никаких препятствий для увеличения эффективности. К примеру, наш завод в Горелово построен по такому же плану, как основная

производственная площадка группы «Атриа» в Финляндии. Но производительность финского завода выше, уровень автоматизации выше. В России коллективная ментальность, поэтому людей работает больше и производительность труда в расчете на человеко-часы получается ниже, чем в Европе, но это компенсируется тем, что в Европе более высокий уровень зарплат. Я работаю в России уже в течение двух лет, и за это время наша команда добилась определенной оптимизации и повышения эффективности производства, но этот процесс еще далеко не завершен. Под повышением эффективности я подразумеваю не только сокращение персонала (за два года нам удалось добиться на наших трех российских заводах в Синявино, в Горелово и Москве сокращения численности с 2 тыс. до 1,3 тыс. человек) при неизменном обороте, но и грамотное и гибкое планирование загрузки линий. Мы учим наших сотрудников работать по-европейски.

BG: Планируете ли вы в дальнейшем сокращать персонал?

Я. Л.: Конечно, это один из путей повышения эффективности, но сейчас мы сосредоточили усилия на увеличении объемов производства, что, возможно, потребует даже увеличения количества работников. Россия является для нас одним из наиболее интересных рынков, так как уровень потребления мясных продуктов здесь пока заметно ниже, чем в Европе или США, иными словами, есть большой потенциал для энергичного развития. Но сейчас

в Европе экономический рост сильно замедлился, это может сказаться и на российской экономике, может измениться уровень доходов населения, что в свою очередь скажется на объемах потребления.

BG: Не намерены ли вы наращивать объемы производства в Горелово, возможно, собирается добавить какую-то новую линейку продукции?

Я. Л.: Возможность увеличения производства в Горелово есть, потому что завод проектировался с запасом по мощностям. В этом году мы планируем добавить новую продукцию, однако сейчас я не могу сказать, что это будет. Мы работаем в пяти странах с различными продуктовыми линейками, поэтому я не исключаю, что мы позаимствуем что-то из того, что уже успешно опробовали на других рынках.

BG: Не заинтересованы ли вы в приобретении каких-либо дополнительных активов в России?

Я. Л.: Я не могу это комментировать, так как мы публичная компания, наши акции торгуются на Хельсинкской бирже.

BG: А какие тренды сейчас прослеживаются на российском и европейском рынках мясопереработки?

Я. Л.: Важнейшим трендом можно назвать ужесточение требований самих производителей к так называемой прослеживаемости продукта. Это стало особенно актуально на фоне скандала с кониной в Европе. К примеру, в Финляндии «Атриа» начала программу по мясу птицы, в рамках которой указывает на продукцию происхождение мяса вплоть до фермы, где была выращена птица. Кроме того, если в целом говорить о трендах, то в России будет набирать обороты популярность качественных готовых охлажденных продуктов. В городах, где темп жизни очень высок, мало времени на приготовление пищи, подобная продукция будет интересна потребителям. В Европе сегмент охлажденных готовых продуктов занимает 20% от всего торгового оборота ритейлеров, а в России это всего 1%. Иными словами, этот сегмент обладает большим потенциалом роста и очень привлекателен для ритейлеров и производителей. В портфолио «Атриа Россия» есть целая линейка готовых охлажденных продуктов: пицца, охлажденные мясные продукты (фрикадельки, бифштексы). Объемы продаж этой линейки непрерывно увеличиваются.

BG: Почему в России, в отличие от Европы, сегмент готовой пищевой продукции почти не развит?

Я. Л.: Полагаю, он просто не фокусировал внимание потребителей и производителей на себе. Это следующий шаг развития — и ритейла, и потребления. В России сама культура современной сетевой торговли достаточно молода. Но поскольку ритейлеры перенимают опыт западных коллег, можно быть уверенным, что и в России рынок блюд быстрого приготовления получит свое развитие в ближайшем будущем. ■

ВРЕМЯ СБЕРЕЖЕНИЙ

НЕСМОТЯ НА ОПАСЕНИЯ ОТНОСИТЕЛЬНО СНИЖЕНИЯ КРЕДИТНОЙ АКТИВНОСТИ, ПЕТЕРБУРГСКИЕ БАНКИ В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ ДОСТАТОЧНО ПРОДУКТИВНО РАБОТАЛИ С КЛИЕНТАМИ. СУЩЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В СПРОСЕ ИГРОКИ НЕ НАБЛЮДАЮТ, ХОТЯ И ОТМЕЧАЮТ, ЧТО НАСЕЛЕНИЕ СТАЛО БОЛЕЕ ОСТОРОЖНО ПРИВЛЕКАТЬ КРЕДИТЫ И АКТИВНЕЕ ОТКРЫВАТЬ ДЕПОЗИТЫ.

ВЕРОНИКА МАСЛОВА

В первом квартале экономическая ситуация в стране и мире была непростой, а банковский сектор тесно взаимосвязан с макроэкономическими факторами. На его развитие серьезно влияет существенный отток капитала из России, который в январе — марте составил почти \$26 млрд, превысив прогнозное значение Банка России в 2,5 раза, отмечает управляющий филиалом «Санкт-Петербург» Мастер-банка Леонид Певзнер.

Ухудшение мировой конъюнктуры осложняет ситуацию с ликвидностью. «Мы по-прежнему наблюдаем недостаток банковской ликвидности. Главным источником фондирования для нас являются депозиты физлиц. Доля розничных депозитов в обязательствах банка сейчас выше 60 процентов», — говорит Анна Чифинелли, директор регионального центра банка «Хоум Кредит» в Санкт-Петербурге.

Нехватку средств банки компенсируют привлечением фондирования у ЦБ и Минфина. Общая задолженность перед госсектором сейчас составляет 2,7 трлн рублей, а на пике спроса в конце 2012 года она превышала максимум 2009 года в 3 трлн рублей. Как отмечают аналитики Райффайзенбанка, в ближайшие месяцы зависимость банков от залогового рефинансирования ЦБ будет нарастать. Это может создать ощутимые риски роста стоимости фондирования, если ЦБ оперативно не расширит залоговую базу и не снизит ставки по альтернативным источникам привлечения средств.

В первом квартале существенно выросла просроченная задолженность в Санкт-Петербурге. По кредитам корпоративному сектору в целом по банкам рост составил 8,8%, а по потребительским кредитам — 16%, отмечает председатель правления МБСП Максим Здор, ссылаясь на данные ЦБ. Среди других тревожных факторов участники рынка отмечают снижение достаточности капитала банков. Оно было вызвано изменениями в регулировании банковских нормативов со стороны ЦБ, при этом средние значения показателей достаточности и ликвидности изменились незначительно, подчеркивает управляющий Северо-Западным филиалом ОАО «МТС-Банк» Дмитрий Григорович.

СПРОС ОСТАЕТСЯ Несмотря на проявившиеся негативные тенденции, рынок банковских услуг Санкт-Петербурга в первом квартале показал неплохие результаты. В целом активы банков, зарегистрированных в городе, в январе — марте увеличились на 3,2% и на 1 апреля составили 1,28 трлн рублей. «Несмотря на ряд сложных факторов, устойчивость системы в целом растет. Ужесточенные требования регулирования ЦБ в конечном счете повышают стабильность работы банков, но тормозят экономический рост», — объясняет Александр Конышков, директор регионального центра «Северо-Западный» ЗАО «Райффайзенбанк».



ОТТОК КАПИТАЛА ИЗ РОССИИ, КОТОРЫЙ В ЯНВАРЕ — МАРТЕ СОСТАВИЛ ПОЧТИ \$26 МЛРД, ПРЕВЫСИЛ ПРОГНОЗНОЕ ЗНАЧЕНИЕ БАНКА РОССИИ В 2,5 РАЗА. ЭТО НЕ МОГЛО НЕ ПОВЛИЯТЬ И НА БАНКОВСКИЙ СЕКТОР

Темпы роста кредитов, выданных банками юридическим лицам в Санкт-Петербурге, составили 2,2%, в то время как в среднем по стране в два раза ниже — 1,1%, подчеркивает Максим Здор. Аналогичная картина наблюдалась и в кредитовании частных клиентов: по Санкт-Петербургу прирост за квартал составил 6,7%, а по стране — 4,7%. «Мы отмечаем стабильный рост спроса на кредиты со стороны всех клиентских секторов. При этом в корпоративном секторе стабильный спрос является результатом планомерной работы, в то время как в рознице существенное влияние оказывает сезонный фактор: сезон отпусков традиционно сопровождается ростом спроса на кредитные карты и потребительские кредиты», — говорит Конышков.

В корпоративном сегменте, в отличие от двух предыдущих лет, сезонное снижение объемов кредитования было практически незаметным — на 0,2%, говорит Максим Здор. «В первом квартале 2013 года в отличие от предыдущих лет не произошло сезонного и традиционного спада деловой активности клиентов. Многие предприятия продолжали активно работать, привлекая и размещая средства. В этом году в кредитном портфеле растет доля предприятий машиностроения», — отмечает Марат Гареев, директор по корпоративному бизнесу филиала «Санкт-Петербургский» Альфа-банка. Около 50% заемщиков банка являются предприятиями торговли, примерно 13% относится к сфере строительства, также 13% — предприятия сферы обслуживания и услуг, 25% — производство и другие отрасли, отмечает Геннадий Ветров, председатель правления Энергомашбанка.

Тем не менее, по словам Максима Здора, корпоративные заемщики хорошего качества сейчас более осторожно подходят к новым инвестиционным проектам. А банки, проводящие ответственную политику в об-

ласти кредитных рисков критично оценивают возможности заемщика. В условиях ухудшения экономической конъюнктуры для банков нежелательно принимать в портфель потенциально проблемную задолженность. И ЦБ неслучайно продолжает повышать свои требования к банкам в части проведения стресс-тестирования на случай неблагоприятного развития событий.

РОЗНИЧНЫЕ НАСТРОЕНИЯ Кредиты физлицам, по данным ЦБ, на 1 апреля 2013 достигли в Петербурге 478,566 млрд рублей. Традиционное сезонное снижение в этом году коснулось прежде всего потребительских займов, говорят банкиры. По словам заместителя председателя Северо-Западного банка Сбербанка России Марины Чубриной, количество обращений за потребительскими кредитами в первом квартале снизилось, но уже со второго квартала наметился уверенный рост, который по итогам квартала прогнозируется на уровне 30%.

По итогам первого квартала наблюдается снижение уровня спроса и в секторе ипотеки, говорит директор по розничному бизнесу Северо-Западного филиала Росбанка Алексей Главатских. Отчасти это связано с реализацией отложенного спроса в 2012 году и появлением у ряда крупных застройщиков собственных программ распродажи. Помимо этого, банкиры отмечают незначительное, в пределах 5%, понижение уровня автокредитования в марте, тогда как в январе — феврале этот сектор активно развивался за счет стоковых продаж автомобилей прошлого года.

Потребительские кредиты и кредитные карты остаются ключевыми драйверами розничного кредитования. Тенденция прошлого года, который стал рекордным по темпам роста беззалогового кредитования, в этом году продолжается, считает госпо-

дин Конышков. По его мнению, рынок далек от наполнения, и в 2013 году темпы роста по этим продуктам по-прежнему будут самыми высокими. В Росбанке в первом квартале продажи потребительских кредитов превысили прошлогодние показатели на 20%. В Альфа-банке отмечают рост спроса на кредитные карты на 20%.

СБЕРЕГАТЬ ИЛИ ТРАТИТЬ И все-таки как тенденцию многие банкиры отмечают переход населения от трат к сбережениям. «Если смотреть в целом на данные по рынку, то более чем очевидно, что в этом году люди больше предпочитают сберегать. Первый квартал этого года показал рост почти в три раза выше по депозитам, чем первые три месяца 2012 года», — отмечает Анна Чифинелли из банка «Хоум Кредит».

«Мы наблюдаем постепенное усиление спроса на сберегательные продукты. Действия потребителей все больше повторяют западноевропейскую модель, когда наряду с кредитными программами клиенты открывают депозиты для хранения средств. Эта тенденция последних двух лет, которая в дальнейшем получит развитие», — говорит Алексей Главатских. Да и со стороны самих банков, по его словам, с 2012 года растет интерес к розничным клиентам в рамках депозитных продуктов. Банки предлагают клиентам все больше поводов и возможностей не хранить деньги дома, регулярно обновляя широкую линейку продуктов для накопления, отмечает господин Конышков. Популярность набирают накопительные счета, карты с начислением процентов на остаток, а также альтернативные источники размещения средств — фонды, инструменты доверительного управления. А в Сбербанке фиксируют рост интереса к онлайн-вкладам.

По данным ЦБ, депозиты физлиц в январе — марте выросли по головным офисам кредитных организаций и филиалам, расположенным на территории Петербурга, на 2,6%, до 1,095 трлн рублей, а депозиты юрлиц — на 2,1%, до 490,857 млрд рублей. Тенденция роста предпочтений населения к сбережению наметилась в последние два-три месяца, а у корпоративного сектора предпочтения к сбережению наметились уже давно, констатирует Максим Здор. В последний год темпы роста срочных остатков у юридических лиц примерно вдвое обгоняли прирост средств на расчетных счетах, то есть они, по сути, превращались в «рантье». В начале 2013 года эта тенденция изменилась, но это, скорее всего, сезонный фактор начала года. «У физических лиц в 2012 году превалировало потребление, что, собственно говоря, во многом поддерживало экономический рост. Но, по-видимому, сейчас население, с одной стороны, отдает должное высоким ставкам по вкладам, а с другой — уже меньше склонно рисковать, формируя долговую нагрузку», — говорит Максим Здор. ■

СТАВКА НА ФОРЕЛЬ

В ЛЕНОБЛАСТИ РАБОТАЕТ ОКОЛО 140 ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ, ОТ КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДО ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, ЗАНЯТЫХ В СФЕРЕ РЫБНОГО ХОЗЯЙСТВА. В 2012 ГОДУ В РЕГИОНЕ БЫЛА ПРОИЗВЕДЕНА 21 ТЫС. ТОНН РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ, ЧТО НА 20% БОЛЬШЕ ПОКАЗАТЕЛЯ ПРОШЛОГО ГОДА. АНАЛИТИКИ ГОВОРЯТ, ЧТО РЫБНАЯ ОТРАСЛЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНА С ИНВЕСТИЦИОННОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ, КРОМЕ ТОГО, НА РЫНКЕ ОТМЕЧАЕТСЯ УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ. ОСНОВНЫМ ПРЕПЯТСТВИЕМ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЫБНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ ЭКСПЕРТЫ НАЗЫВАЮТ ОТСУТСТВИЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА, КОТОРЫЙ БЫ РЕГУЛИРОВАЛ ЭТУ СФЕРУ. ЮЛИЯ ЧАЮН

По данным комитета по агропромышленному и рыбохозяйственному комплексу Ленинградской области, в число 140 хозяйствующих субъектов входят рыбодобывающие, рыболовные и рыбоперерабатывающие предприятия, организации, предоставляющие услуги по любительскому и спортивному рыболовству, заводы по воспроизводству водных биоресурсов.

На данный момент в регионе работает 41 товарное рыболовное хозяйство и пять федеральных рыболовных заводов ФГБУ «Севзапробвод» по воспроизводству водных биоресурсов естественных водоемов.

Как правило, в товарных рыболовных хозяйствах области выращивается радужная форель, которая занимает примерно 96% от общего объема воспроизводимой рыбы, также есть хозяйства, которые выращивают сигов, осетров, карпа, клариевого сома, нельму, судака. Некоторые товарные рыболовные хозяйства занимаются выращиванием рыбопосадочного материала для воспроизводства водных биоресурсов естественных водоемов. Речь идет о таких видах рыб, как сиг, паляя, судак, кумжа, лосось.

В комитете пояснили, что наибольший вклад в общий объем выращивания товарной рыбы вносят предприятия ООО «Рыбстандарт» (Выборгский район), ООО «СХП „Кузнечное“» (Приозерский район), ЗАО «СХП „Салма“» (Выборгский район), ООО «Экон» (Приозерский район), ООО «Приморское» (Выборгский район), ООО «Аквакорм» (Лодейнопольский район).

Однако на территории Ленобласти появляются и новые предприятия. В соответствии с заключенными в 2012 году договорами на промысловые участки для товарного рыболовства в 2013 году должны начать производство три новых рыболовных предприятия: два в Подпорожском районе и одно в Выборгском районе.

В комитете также указали на то, что отрасль испытывает ряд проблем. В частности,

у рыболовных предприятий зачастую отсутствуют необходимые объемы оборотных средств на закупку кормов и рыбопосадочного материала, наблюдается ярко выраженная сезонность реализации товарной рыбы (как следствие — значительные колебания цены), отсутствует федеральное законодательство, поддерживающее развитие данного направления рыбохозяйственной деятельности.

Однако нельзя говорить, что государство никак не поддерживает эту отрасль. Власти субсидируют процентные ставки по привлеченным краткосрочным кредитам, затраты на содержание маточного стада в племенных рыболовных хозяйствах.

Что касается показателей, то всего в 2012 году улов рыбы, включая реализацию рыболовной продукции, без учета вылова любительского и спортивного рыболовства, в Ленобласти составил 18,2 тыс. тонн. Рыболовство, в свою очередь, вырастило 6,5 тыс. тонн рыбы.

Основными районами рыбного промысла в регионе являются Балтийское море, Ладожское озеро, Онежское озеро, Чудское озеро, малые и средние озера, реки, водохранилища.

Рыба, произведенная или выловленная на территории Ленобласти, реализуется на рынках Петербурга, Москвы и непосредственно самой Ленинградской области во всех видах — от живой до переработанной. За первый квартал 2013 года было реализовано 530 тонн товарной рыболовной продукции, что составляет 185% к аналогичному периоду 2012 года.

По словам аналитика «Инвесткафе» Дарьи Пичугиной, рынок рыболовства в РФ по итогам 2012 года вырос на 9,5–10% и составил 180 тыс. тонн товарной аквакультуры, рыболовство Ленобласти составило 6,5 тыс. тонн и занимает 3,6% от общероссийского.

«В России рентабельность рыболовческих предприятий составляет 16,7–20 про-



В 2013 ГОДУ ДОЛЖНЫ НАЧАТЬ ПРОИЗВОДСТВО ТРИ НОВЫХ РЫБОЛОВНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ДВА В ПОДПОРОЖСКОМ РАЙОНЕ И ОДНО В ВЫБОРГСКОМ РАЙОНЕ ЛЕНОБЛАСТИ

центов, при этом выращиванием занимаются ФГУП, получающие бюджетное финансирование и субсидирование процентных ставок по кредитам. Рентабельность рыбоперерабатывающих предприятий в России составляет 5–10 процентов, на долю мороженой рыбы приходится около 70 процентов всего производства, 20 процентов приходится на живую рыбу и 7–8 процентов на свежую и охлажденную рыбу, — рассказывает она. — Основной проблемой отрасли является высокий износ производственных мощностей, не способных существенно наращивать объемы разведения рыбы. К 2020 году объемы рыболовства планируется увеличить до 400 тыс. тонн, однако закона об аквакультуре, важного для инвесторов до сих пор нет. На данный момент эта отрасль несет в себе высокие риски, поэтому инвестирование в нее станет более привлекательным после принятия закона».

По данным «Инвесткафе», с 2008 года потребление рыбы на человека в России выросло с 12,5 кг до 22 кг (на 75%), при биологической норме 23,7 кг на человека. Во многом это произошло за счет уменьшения спроса на мясо и перехода на рыбу после кризиса 2008 года.

По словам Максима Клягина, аналитика УК «Финанс Менеджмент», эта индустрия, несомненно, располагает существенным потенциалом развития и весьма привлекательна с инвестиционной точки зрения. «Рыночная конъюнктура в сфере рыболовства, рыболовства, развития аквакультуры и производства готовой продукции из рыбы и морепродуктов формируется достаточно благоприятная. На данном рынке в большинстве товарных групп, действительно, наблюдается дефицит предложения, особенно в низком и среднем ценовых сегментах. В товарной структуре рынка розничной торговли доля рыбной продукции в 5–6 раз ниже, чем мясной. При этом потребительский спрос на рыбу формируется на достаточно высо-

ком уровне, — говорит он. — Одновременно можно отметить, что в отрасли присутствует ряд системных проблем. Несмотря на достаточно благоприятные для разведения целого ряда определенных видов гидробионтов геоклиматические условия страны — высокий уровень обеспеченности водными и биоресурсами, — данная отрасль пока находится на низком уровне развития. В России, по данным Росрыболовства и Минсельхоза, производится только около 0,2 процента от общемирового объема аквакультуры».

Господин Клягин отмечает, что сохраняются системные сложности и в сфере рыболовства. «На сегодняшний день из общего объема добычи более 60 процентов рыбы и морепродуктов поставляется на экспорт, в то время как в структуре потребления готовой продукции около 40 процентов приходится на долю поступлений по импорту, что, в том числе, отражается и на ценообразовании. Стоимость рыбной продукции (особенно это касается импорта) формируется на довольно высоком уровне. Однако с учетом сравнительно невысокого уровня платежеспособности можно говорить о том, что в розничном звене наблюдается нехватка именно дешевого и недорогого ассортимента рыбной продукции. Фактически исправление подобных дисбалансов возможно только по мере увеличения качественного предложения готовой продукции внутреннего производства. Что, в свою очередь, должно быть связано с развитием речного и прудового рыболовства, с решением проблем береговой инфраструктуры, в том числе, в части дефицита холодильных и перерабатывающих мощностей, общей недоинвестированности отрасли. А также в части сложностей логистики продукции, обусловленной спецификой географии. Около 70 процентов рыбы и морепродуктов добывается в Дальневосточном регионе, а основные рынки потребления сконцентрированы в европейской части страны», — сообщил аналитик. ■

РЫНОК ТРУДА МОЛОДЕЕТ

Крупные компании постепенно заполняют молодые сотрудники, родившиеся позднее 1980 года. Гаджетозависимые амбициозные молодые специалисты у одних работодателей вызывают опасения, у других — желание менять компанию в соответствии с новым духом времени. Эксперты и представители бизнеса говорили об особенностях молодых сотрудников на круглом столе «Поколение Y: уравнение для работодателя» 12 апреля, организованном ИД «Коммерсантъ».

КРИСТИНА НАУМОВА

В 1991 году американские ученые Нейл Хоув и Вильям Штраус заговорили о теории поколений, согласно которой людей формирует не столько возраст, сколько общественные, политические, экономические, социальные явления, происходящие в мире. Таким образом, люди, родившиеся в разное время, имеют разные взгляды, ценности, особенности характера. К поколению Y относятся люди, родившиеся в период 1983–2003 годов, и ценности людей этого поколения продолжают формироваться и сейчас.

Постепенно молодые сотрудники заполняют офисы. Директор HeadHunter по Северо-Западу Юлия Сахарова отмечает, что, по данным портала HH, 53% активных соискателей относятся к поколению Y. «Для многих работодателей подобная ситуация стала настоящим вызовом. Взгляды сегодняшней молодежи на жизнь, на цели, приоритеты и, соответственно, на взаимоотношения с работодателем кардинально отличаются от того, с чем привыкла иметь дело значительная часть российских компаний», — отмечает Юлия Сахарова.

ИНОЙ ПОДХОД По мнению экспертов, так называемое поколение Y требует от работодателя принципиально иных подходов к мотивированию сотрудников. Участники круглого стола попытались составить психологический портрет представителя поколения Y.

«Для „игреков“ учеба — не самоцель. Они амбициозные, быстро набирают опыт, но у них низкий горизонт планирования. Для людей этого поколения важны гаджеты, важно быть всегда онлайн. Кроме того, для них играют особую роль условия работы. Важно, чтобы был гибкий график, интересный вид деятельности и при этом большая зарплата, независимо от опыта работы и навыков», — рассказывает госпожа Сахарова. Эксперт подчеркивает, что зачастую внимание таких молодых сотрудников крайне сложно удержать.

Генеральный директор компании Biosad Дмитрий Морозов полагает, что основная мотивирующая сила для сотрудников, в том числе, относящихся к поколению Y, — это атмосфера в компании. «Если обстановка в коллективе дружественная, пресекаются все интриги. Если создать в компании интересную обстановку, дать возможность сотрудникам развиваться, получать новые интересные навыки и со временем улучшить свое благосостояние, им не захочется отвлекаться от работы», — говорит господин Морозов.

Руководитель Morgan Hunt в Петербурге Юлия Крижевич позитивно оценивает руководителей поколения Y. «Молодые руководители отличаются хорошими комму-



УЧАСТНИКИ КРУГЛОГО СТОЛА СОШЛИСЬ ВО МНЕНИИ, ЧТО ТАК НАЗЫВАЕМОЕ ПОКОЛЕНИЕ Y ТРЕБУЕТ ОТ РАБОТОДАТЕЛЯ ПРИНЦИПИАЛЬНО ИНЫХ ПОДХОДОВ К МОТИВИРОВАНИЮ СОТРУДНИКОВ

никативными способностями. Для них не имеет значения, подчиненный перед ними, партнер или провайдер услуг — они одинаково уважительно относятся ко всем. Как правило, они полагают, что им не нужно никого расталкивать локтями, подсиживать кого-то. Им достаточно просто работать и брать свое, потому что они на это способны», — говорит Юлия Крижевич. Несмотря на некоторую самоуверенность, такие руководители, как правило, прислушиваются к чужому мнению и перенимают успешный опыт, отмечают эксперты.

Единственная сложность, которая может возникнуть у руководителя-«игрека», — это управление командой, состоящей из людей старшего поколения.

Эксперты отмечают, что с изменением поколения большинства соискателей неминуемо изменились и способы поиска кандидатов, а также методы позиционирования работодателей на рынке труда. Например, очень активно используются «новые медиа». Так, ролик компании Heineken «The Candidate» («Кандидат»), который показывает, как скучное собеседование при приеме на работу может превратиться в интересную маркетинговую кампанию, набрал больше 4 млн просмотров. «Сейчас многие соискатели называют этот ролик одной из причин, по которой они отправили нам резюме», — отметил директор филиала «Пивоварня Хейнекен» в Петербурге Олег Боков.

Использовать «новые медиа» можно по-разному. Так, например, руководитель по вопросам подбора, развития и мотивации персонала General Motors Анастасия Дурова рассказывает, что новым сотрудникам показывают специально снятый ролик про деятельность петербургского завода GM.

КТО ДОЛЖЕН ПОДСТРОИТЬСЯ Заместитель директора ЛОМО по персоналу и экономической безопасности — начальник управления по работе с персоналом Наталия Домановская рассказывает, что штат сотрудников предприятия состоит одновременно из возрастных специалистов и молодежи. В компании стараются уравновесить коллектив с помощью «системы наставничества», которая заключается в том, что за опытным сотрудником для обучения закрепляется группа молодых специалистов. Такое взаимодействие не всегда дается легко, признает госпожа Домановская. «Наши корпоративные ценности включают длительные совещания, которые тяжело даются молодым сотрудникам. У них другой склад характера: 15 минут обсудили дела и пошли работать», — приводит пример госпожа Домановская.

Дмитрий Морозов полагает, что проблема не в новом поколении. «Если в организацию, которая функционирует по правилам 1950-х, принять молодых специалистов, будет сложно. Организация должна меняться, если у нее появляются другие люди», — говорит господин Морозов.

Начальник учебного отдела ТГК-1 Виктория Плотникова также полагает, что важно создать среду, в которой молодым сотрудникам будет комфортно работать и проявлять свои способности. «Мы проводим конкурс молодых специалистов, в котором они с удовольствием участвуют. С некоторой периодичностью проходят конференции, КВН. Молодым сотрудникам нравится возможность проявить себя», — рассказывает Виктория Плотникова.

Представители поколения Y очень ценят прямой стиль общения, говорит Олег

Боков. Для них важно, чтобы для решения всех бизнес-задач любой сотрудник мог напрямую обратиться к руководителю любого уровня или любого подразделения. «Мы стараемся соответствовать таким запросам. Например, мой кабинет был перенесен из офисного здания на производственное, чтобы любой сотрудник мог задать мне интересующий его вопрос», — рассказывает Олег Боков.

ДОПУСК В СЕТЬ По данным опросов, молодые сотрудники тратят в среднем 60 минут в течение рабочего дня на социальные сети, личную почту, туристические сайты, и для многих работодателей встает необходимость ограничения доступа в интернет.

Олег Боков полагает, что доступ в социальные сети — вопрос атмосферы. «Средний возраст наших сотрудников — 30–40 лет. Мы не запрещаем доступ на такие сайты, так как „игреки“ — генераторы идей, и многое они черпают как раз из сети», — говорит Олег Боков.

В то же время, по его словам, есть некоторые меры предосторожности, связанные с коммерческой тайной. «Наши сотрудники не могут распространять в сети информацию, прежде чем компания сделает официальное заявление. Например, это касается финансовых или производственных показателей», — говорит Олег Боков.

При этом социальную активность как таковую в компании поощряют. Олег Боков отмечает, что форумы, специальные сайты можно использовать для поддержания имиджа компании. «Я горжусь сотрудниками, которые на форумах рассказывают о качестве продукции, которая выпускается на заводе», — говорит господин Боков.

Анастасия Дурова рассказывает, что в компании сотрудникам дают максимальный доступ к сайтам, которые могут позитивно подействовать на продуктивность работы. «У нас есть корпоративный сайт, на котором можно задать вопрос специалисту, который работает, например, в Америке. Такая рабочая коммуникация вполне может быть альтернативой социальным сетям», — говорит Анастасия Дурова.

Чтобы не возникало вопросов о блокировке доступа к социальным сетям, нужно создать в компании атмосферу творчества, полагает господин Морозов. Тогда, по его словам, сотрудникам будет просто неинтересно отвлекаться от работы.

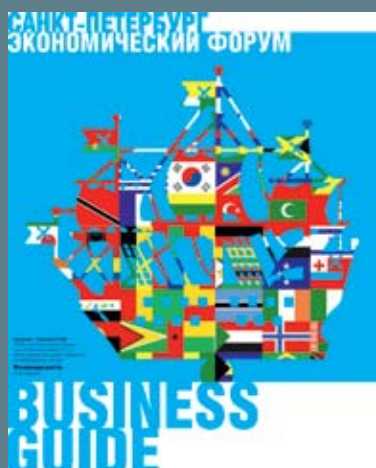
Социальные сети могут быть рабочим инструментом, говорит региональный директор компании АНКОР Алексей Зеленцов. «Многие наши консультанты ищут сотрудников именно на таких сайтах. Они позволяют составить портрет потенциального соискателя», — считает эксперт. ■

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
СТРАНИЦЫ
ГАЗЕТЫ

Коммерсантъ



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ИНФРАСТРУКТУРА
БИЗНЕС И ВЛАСТЬ
ТЕХНОЛОГИИ
ИНВЕСТОРЫ
КОНКУРЕНТЫ
ТРЕНДЫ
КАДРЫ
АНАЛИЗ
МНЕНИЯ



BUSINESS GUIDE

В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

ПРИЛОЖЕНИЯ BUSINESS GUIDE ВЫХОДЯТ В СОСТАВЕ ГАЗЕТЫ «КОММЕРСАНТЪ» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ
ОТДЕЛ ПОДПИСКИ: (812) 271 36 35, ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ: (812) 325 85 96, WWW.KOMMERSANT.RU/REGION/SPB