

43 → Господин Гринченко подчеркивает, что в таком городе значительная часть населения имеет высокий уровень дохода и образования в области финансов, и это может повысить осведомленность крупных зарубежных инвесторов о России. «Впрочем, не думаю, что это позволит поднять имидж и инвестиционную привлекательность страны, так как этому способствует только улучшение инвестиционного климата», — сомневается собеседник издания.

Оксана Андрейченко напоминает, что площадка в Монако будет своего рода пилотным проектом, направленным на привлечение иностранных инвестиций. Далее планируется открытие аналогичных структур в Лондоне, Хельсинки и Дубае.

Виктория Кулибанова полагает, что открытие представительства комитета по инвестициям в Монако может быть действительно скорее не для создания имиджа Петербурга, а для коммуникации с потенциальными инвесторами. «Это хорошая инициатива, поскольку это одно из немногих мест в мире, где можно наладить коммуникацию с потенциальными инвесторами со всего света. Однако надо отметить, что работа с международным деловым сообществом в Монако может

осуществляться только в период проведения крупных деловых, спортивных или культурных мероприятий в княжестве или близлежащих городах Лазурного побережья, либо в высокий сезон. В остальное время коммуникацию там выстраивать практически не с кем», — рассуждает госпожа Кулибанова.

ВНУТРЕННИЕ ИЗМЕНЕНИЯ Положительно на образе Петербурга как одного из экономических центров России отражается ежегодное проведение Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ), отмечают эксперты. Они подчеркивают, что форум ежегодно собирает самых влиятельных политиков и представителей бизнеса, что позволяет продемонстрировать инвестиционную привлекательность региона не только в рамках страны, но и за ее пределами. Но на Петербург распространяется влияние всей страны и ее меняющихся отношений с Западом. Вот и сейчас на фоне геополитических событий эксперты ставят под вопрос присутствие ряда крупных иностранных компаний на экономическом форуме в Северной столице. Впрочем, соответствующих подтвержденных данных пока нет.

Вице-президент группы компаний Leorsa Ольга Пономарева полагает, что на пользу деловой репутации города пойдет переезд Конституционного суда в Петербург, а также планируемый в перспективе перевод сюда Верховного суда. Переезд в Петербург крупных федеральных структур, например «Газпрома», также повышает статус города и указывает на растущую инвестиционную привлекательность региона, считает госпожа Пономарева.

Эффективным шагом для создания положительного имиджа для Петербурга является улучшение транспортной доступности города. «Чем больше людей смогут прилетать сюда напрямую, без пересадок, тем больше вероятность того, что они выберут город в качестве туристического направления или создания бизнеса», — говорит руководитель российского представительства Finnair Мария Ануфриева. — Самолеты Finnair начали летать в Ленинград еще в 1964 году, и все это время мы наблюдали, как менялся имидж города. Это было связано и с возвращением исторического названия, и с теми глобальными изменениями, которые произошли в связи с переходом страны к рыночной эконо-

мике. Сегодня Петербург по-прежнему является популярным направлением, в том числе и у туристов, которые летят из Азии через Хельсинки».

Директор по маркетингу компании Defender Владислав Олинов полагает, что имидж города формируется десятилетиями и едва ли может измениться в одночасье. Поэтому о принципиальных переменах в последние годы вряд ли возможно говорить. Впрочем, господин Гринченко напоминает, что в связи с высокой толерантностью в западных странах к лицам, имеющим нетрадиционную сексуальную ориентацию, ущерб имиджу города мог нанести закон о запрете пропаганды гомосексуализма в Петербурге, который зарубежные СМИ активно трактовали как ущемляющий права и свободы секс-меньшинств. Владислав Олинов полагает, что испортить имидж города могут не столько принятые законы, сколько люди — представители города. «Периодические негативные комментарии в прессе, выражение на публике мнений, которые идут вразрез с общепринятой в цивилизованном мире точкой зрения, — вот главный негативный фактор, снижающий градус восприятия Петербурга», — заключает собеседник SR. ■

ДИЛЕРЫ ТРЕНИРУЮТ ФАНТАЗИЮ НА ФОНЕ ПАДАЮЩИХ ПРОДАЖ

АВТОДИЛЕРЫ ИЩУТ НОВЫЕ ПУТИ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ. В ЭТОМ ГОДУ ИМ ПРИДЕТСЯ ПОСОРЕВНОВАТЬСЯ В КРЕАТИВНОСТИ, ТАК КАК ДЕМПИНГОВЫЕ ВОЙНЫ УЖЕ НЕ СТОЛЬ ДЕЙСТВЕННЫ И ЛИШЬ УСУГУБЛЯЮТ СИТУАЦИЮ. КЛИЕНТ СТАЛ УМНЕЕ И ИЗБАЛОВАННЕЕ, ЕМУ ВСЕ СЛОЖНЕЕ УГОДИТЬ, ОТМЕЧАЮТ УЧАСТНИКИ РЫНКА.

КРИСТИНА НАУМОВА



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ОБИЛИЕ АКЦИЙ СФОРМИРОВАЛО У ПОКУПАТЕЛЕЙ АВТО ОЩУЩЕНИЕ, ЧТО ОНИ ВСЕГДА СМОГУТ СТОРГОВАТЬСЯ С ПРОДАВЦОМ ДО ПОДАРОЧНОЙ ЦЕНЫ

Весь прошлый год отечественный авторынок падал. Продажи снижались, автозаводы уходили на нетрадиционно долгие каникулы и сокращали рабочие недели. По итогам года объем продаж в Петербурге составил 200–205 тыс. новых легковых и легких коммерческих автомобилей, что примерно на 5% ниже результатов 2012 года. В этом году негативная тенденция продолжилась. По данным агентства «Auto-Dealer-СПб», в январе — феврале 2014 года в Петербурге продано 26 тыс. новых авто, что на 0,2%, или на 52 машины, меньше, чем за аналогичный период 2013 года. В феврале петербургские автодилеры продали 15 тыс. новых автомобилей, что на 1%, или на 94 машины, меньше, чем было продано в феврале 2013 года.

РУБЛЬ ВСЕМУ ВИННОЙ Партнер практики «Инвестиционное консультирование» консалтинговой группы «НЭО Центр» Евгения Шалихманова полагает, что на объемы покупок новых автомобилей в этом году будут, помимо прочих, мощно влиять два фактора: снижение курса рубля и общий негативный экономический фон. Снижение курса рубля будет влиять на продажи двояким образом, полагает эксперт. С одной стороны, сбережения будут заметно обесцениваться, с другой стороны, установившийся долгосрочный тренд будет подталкивать покупателей как можно скорее реализовать спрос на иномарки, не дожидаясь еще большего обесценивания рублевых сбережений. → 47

РЫНОК АВТО