

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЭКОНОМИКА РЕГИОНА

ГОРОДА-СПУТНИКИ / 14
ИНВЕСТОРЫ ИЩУТ
ЛЮДСКИЕ РЕСУРСЫ / 16
НЕ ЗАКИСНУТЬ
НА МЕСТАХ / 22
РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК
ПОД ПРЕССОМ / 23
ОСЕДАЮЩАЯ ПЕНА / 24

Вторник, 29 июля 2014 №131

(№5404 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–28
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Рег. №01243 22 декабря 1997 года

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

BUSINESS GUIDE

ПАРТНЕР ВЫПУСКА



СТАРТ
Девелопмент

ЗАО «УК «СТАРТ Девелопмент»

РЕКЛАМА



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЭКОНОМИКА РЕГИОНА»

КОНТРАСТНОЕ ЛЕТО

Главной интригой нынешнего лета в Петербурге до поры до времени оставался вопрос о том, кто станет главным соперником нынешнего врио губернатора Петербурга на сентябрьских выборах главы города. Однако сюрпризов не случилось: самый сильный противник Георгия Полтавченко — Оксана Дмитриева — нужного количества подписей муниципальных депутатов собрать не смогла, а потому вторая половина лета в Петербурге — по крайней мере, в политической части — вряд ли будет интересной; по сути, вопрос о том, кто станет в сентябре губернатором города, был решен 17 июля.

Гораздо более жаркой, судя по всему, вторая половина лета покажется правоохранительным и регулирующим органам: банкротство одного из крупнейших туроператоров России — фирмы «Нева» — будет тянуться неприятным шлейфом для всей отрасли еще долго. Можно предположить, что выездному туризму страны нанесен серьезный урон: компании, специализирующиеся на организации туров, теряют не одну тысячу клиентов. Ведь все большее число людей после таких скандалов будут решать на самостоятельную организацию отдыха. Благо развитие интернет-технологий это позволяет — по крайней мере, до 2016 года, когда вступит в силу закон, запрещающий хранение личных данных россиян на серверах за рубежом. Если к тому моменту он не претерпит коррекции, Россия, скорее всего, превратится во вторую Северную Корею, ведь ни забронировать билет в отеле, ни купить билет на зарубежную авиакомпанию граждане страны не смогут.

Несладко, судя по всему, придется и промышленной отрасли. Как минимум — дюжине петербургских оборонных заводов, попавших под очередную порцию санкций США: они лишились возможности приобретать за океаном комплектующие.

Таким образом, осень и зима могут оказаться для инвестиционного климата города крайне холодными.

Впрочем, человек ко всему привыкает, ведь инвестиционное похолодание — фактор больше психологический, чем экономический. Как говорят аналитики, к 2016 году экономика страны и Петербурга в любом случае начнет выправляться. Разумеется, если не случится новых встрясок в политике и экономике.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ВЕРНЫЙ СПУТНИК

ДЕФИЦИТ ТЕРРИТОРИЙ ПОД ЗАСТРОЙКУ В ЧЕРТЕ ГОРОДА ЗАСТАВЛЯЕТ ДЕВЕЛОПЕРОВ АКТИВНЕЕ ОСВАИВАТЬ ПРИГОРОДНЫЕ ТЕРРИТОРИИ. В БОРЬБЕ ЗА КЛИЕНТА СТРОИТЕЛИ СТАРАЮТСЯ СОЗДАВАТЬ МАКСИМАЛЬНО КОМФОРТНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ПРОЖИВАНИЯ В НОВЫХ МИКРОРАЙОНАХ, А ПОТОМУ ВСЕ ЧАЩЕ В ПЕТЕРБУРГЕ ПОЯВЛЯЮТСЯ ПРОЕКТЫ СТРОИТЕЛЬСТВА ЦЕЛЫХ ГОРОДОВ-САТЕЛЛИТОВ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ



ЮЖНЫЕ ПРИГОРОДЫ ПЕТЕРБУРГА НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПРОЕКТОВ ГОРОДОВ-СПУТНИКОВ, ТАК КАК СОДЕРЖАТ КОМБИНАЦИЮ СЛЕДУЮЩИХ ФАКТОРОВ: ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО БРЕНДА, ЦЕНТРА СОВРЕМЕННОЙ ЗАНЯТОСТИ И ХОРОШЕЙ ТРАНСПОРТНОЙ ДОСТУПНОСТИ

Петербург сегодня начинает развиваться по пути децентрализации. Децентрализация, то есть формирование достаточно обособленных мини-городов, — неотъемлемая ступень развития крупных мегаполисов. Полицентричность города решает ряд транспортных и инфраструктурных проблем, борется с проблемной социальной напряженностью и пр. Основная суть такого подхода заключается в том, чтобы создать комфортные условия для жизни людей внутри достаточно обособленного района благодаря тому, что он располагает всем необходимым для комфортной жизни: рабочими местами, социальной и развлекательной инфраструктурой, зонами отдыха.

«Этому способствуют две тенденции. Во-первых, свободных пятен под застройку в центре и в других обустроенных районах Петербурга — совсем немного. Соответственно, стоимость земли здесь очень высока, и поэтому конечная цена квартир для покупателей — соответствующая. Во-вторых, наиболее активный спрос мы видим именно на эконом-класс, который как раз и строится на окраинах города. То есть, несмотря на большие объемы строительства жилья на границе города и области, темпы поглощения здесь не менее высоки, чем в городе», — рассуждает Владимир Скигин, председатель совета директоров УК Satellit Development.

На окраинах сегодня до 40% проектов представляют собой комплексное освоение территорий. Однако официально статус города спутника пока в городе получил лишь один проект — «Южный», который реализует УК «СТАРТ Девелопмент». Ана-

литики полагают, что в будущем появятся и другие проекты с таким статусом.

Города-спутники отличаются от вновь образованных «спальных» районов своей самодостаточностью. То есть при желании (или, точнее, при его отсутствии) человек может прожить всю жизнь в таком городе, не выезжая в Петербург. «Город-спутник должен состоять не только из жилых кварталов с социальной инфраструктурой — в нем должны быть торговые и развлекательные центры, культурные и образовательные учреждения (профучилища, лицеи, вузы), предприятия с офисами и многое другое. Именно по такому принципу компания «СТАРТ Девелопмент» разрабатывала концепцию города-спутника «Южный».

ЭКОНОМИКА ВО ГЛАВЕ «При планировании территорий часто забывают про экономику. Вновь создаваемая территория должна соответствовать трем параметрам: первое — быть экономически выгодной городу и приносить деньги в казну, далее — быть интересной для девелопера и строителя с точки зрения подготовленности территории и перспектив развития и третье — предлагать человеку не просто коробку для жилья, а полноценную среду обитания», — рассказывает Андрей Назаров, генеральный директор ЗАО «УК „СТАРТ Девелопмент“».

«На сегодняшний день дефицит жилья в Петербурге приводит к тому, что возникают целые районы, не приносящие городу никакого экономического эффекта. Происходит размывание затрат и создание территорий, требующих постоянных

вложений: в инфраструктуру, социальные объекты и прочее. Концентрация в одном месте промышленно-коммерческих объектов с одной стороны, а с другой — жилья (а значит, и трудовых ресурсов) — это один из самых удачных выходов для любого мегаполиса. Это эволюционный процесс, опробованный десятилетиями мировой градостроительной практики. Результат — экономически выгодная для города модель и одновременно комфортный и привлекательный формат проживания для человека», — добавляет господин Назаров.

«Одним из плюсов некоторых из этих проектов, обеспечивающих комфорт в проживании, является малоэтажность. Зачастую к созданию таких проектов привлекаются зарубежные архитекторы, что является не только маркетинговым ходом застройщиков, а действительно позволяет спроектировать большие территории с учетом всех наработок и современных мировых тенденций в организации пространства», — добавляет Екатерина Немченко, директор департамента жилой недвижимости Knight Frank St.Petersburg.

Антон Финогенов, директор института территориального планирования «Урбаника», полагает, что в агломерации Петербурга есть два главных направления развития — южное, тяготеющее к аэропорту, и северо-западное — к курортной зоне.

При этом он считает наиболее перспективными проекты городов-спутников, которые содержат комбинацию следующих факторов: наличие историко-культурного бренда, центра современной занятости и хорошей транспортной доступности. → 16

ГОРОДА-САТЕЛЛИТЫ



Владимир Романовский, директор

Оценка бизнеса?
Дью Дилидженс?
Арбитражные споры?
Налоговые риски?
Тарифный анализ?
Стратегия развития?

ИПП: Независимый консультант

Консалтинг Аудит МСФО Оценка Юридические услуги

14 → «Под эти критерии больше всего подходят три города: Пушкин и его окрестности, где почти построен крупный конгресс-центр „Экспо-Форум“, где создаются рабочие места вокруг аэропорта Пулково; Гатчина, где в этом году начинается строительство крупного инновационного технопарка; Петродворец, где есть проекты развития существующего кампуса СПбГУ и достраивается бизнес-школа Высшей школы менеджмента, — перечисляет господин Финогенов. — Кроме того, на севере города я бы выделил Сестрорецк, который является центром престижной северо-западной коттеджной и рекреационной зоны Петербурга, там реализуется проект промышленного redevelopment на месте бывшего Петровского арсенала».

«Города к северу от Петербурга, при всех преимуществах локации, сталкиваются с транспортной перегруженностью направления, которое развивается как территория загородного жилья», — считает Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге.

Господин Фадеев считает, что важную роль в вопросе перспектив развития городов-спутников Санкт-Петербурга может также сыграть то, где будет расположена администрация Ленинградской области. В качестве таких центров называются прежде всего Всеволожск и Гатчина.

Алексей Гулевский, руководитель отдела консалтинга ASTERA в альянсе с BNP Paribas Real Estate, также считает, что большинство новых проектов, которые можно назвать городами-спутниками, сосредоточены на юге города. Это, прежде всего, город-спутник Южный, проект «Планетоград» и уже практически готовая Славянка. «Также к городам-спутникам можно отнести Всеволожск. На севере активно развиваются поселки Мурино, Девятикино, Бугры и Парголово, строится проект „Юнтолово“, — говорит он.

КАЧАТЬСЯ НА МАЯТНИКЕ Одним из важнейших параметров создания городов-спутников является не только логистика внутри проекта, но и продуманная организация транспортной связи с городом. Этот вопрос зависит не только от желания девелопера, но и от планов и возможностей самого города, так как он может быть связан с необходимостью расширения существующих дорог, организации тоннелей и т. п.

Создать полностью автономный город-спутник невозможно, требуется формирование некоторых деловых районов вне исторического центра Петербурга, наподобие такого, каким уже стала зона Пулково. «Проблема заключается в том, что офисная и промышленная жизнь города все больше смещается на юг города, в то время как на севере формируется в большей степени жилая зона. И миграция с севера города на юг также будет очень значительной. Самым важным для Петербурга и Ленинградской области в среднесрочной перспективе представляется сбалансировать планы транспортного развития, делая упор на доступность общественным транспортом, прежде всего скоростным. Это может быть как железная дорога, так и, в ряде случаев, предлагаемый вариант развития легкорельсового трамвая», — рассуждает господин Фадеев. → 17

ИНВЕСТОРЫ ИЩУТ ЛЮДСКИЕ РЕСУРСЫ

ДЕФИЦИТ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ В ЛЕНОБЛАСТИ ВЫНУЖДАЕТ ИНВЕСТОРОВ ЛИБО ВЫБИРАТЬ ДРУГИЕ РЕГИОНЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СВОИХ ПРОЕКТОВ, ЛИБО САМОСТОЯТЕЛЬНО ГОТОВИТЬ СПЕЦИАЛИСТОВ. ЗАКОНОДАТЕЛИ ПОКА НЕ ЗНАЮТ, КАК РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ ГОСЗАКАЗА В ОБРАЗОВАНИИ. ЧИНОВНИКИ ТЕМ ВРЕМЕНЕМ ИЩУТ СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С БИЗНЕСОМ, ЧТОБЫ ОБЕСПЕЧИТЬ НОВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАДРАМИ. АЛЕНА ПЕТРОВА

Дефицит квалифицированных кадров — одно из ключевых ограничений для инвесторов при принятии решения о размещении производства.

По данным комитета по труду и занятости населения Ленобласти, потребность в высококвалифицированных и квалифицированных рабочих кадрах региона в конце мая этого года составила почти 18 тыс. вакансий. Самыми востребованными со стороны предприятий являются водители, слесари-ремонтники, слесари по сборке металлоконструкций, наладчики станков и манипуляторов с программным управлением, электросварщики, монтажники трубопроводов, монтажники по монтажу стальных и железобетонных конструкций, электромонтеры, электромонтажники. Например, ЗАО «Тихвинский вагоностроительный завод» нужны 48 слесарей механосборочных работ, 90 обрубщиков, 20 электрогазосварщиков, 20 слесарей по сборке металлоконструкций, ООО «Спектра» заявило о потребности в 73 монтажниках, говорят в комитете.

«В последние годы в региональной экономике также наблюдается тенденция растущей потребности в инженерно-технических работниках высшего уровня квалификации, менеджерах со знанием передовых технологий и иностранных языков. Рынком труда все в большей степени востребованы инженеры-механики, инженеры по качеству, инженеры-электроники, инженеры-конструкторы», — добавляет чиновники комитета.

ИНОГОРОДНЯЯ ТРЕТЬ Например, около 30% персонала Тихвинского вагоностроительного завода — иногородние сотрудники из 50 областей России. «Дефицит специалистов производственной среды — сложившийся факт, с которым отрасль машиностроения живет и работает. Предприятию нелегко найти инженеров, потому что хороший инженер формируется в течение десяти лет. Сначала это длительное и сложное пяти-шестилетнее образование в техническом вузе, затем столько же лет практической работы. Нелегко найти и представителей легкой рабочих специальностей», — говорят в компании.

Юлия Сахарова, директор по СЗФО, HeadHunter, подтверждает, что самый острый дефицит в Ленобласти по-прежнему сохраняется на рабочие специальности. «За последние несколько месяцев этого года на каждую размещенную вакансию в Ленобласти приходилось в среднем всего 0,4 резюме рабочих», — рассказывает эксперт.

Неудивительно, что ситуация может привести к заморозке, а то и вовсе срыву круп-



ПРИМЕРНО ТРЕТЬ ПЕРСОНАЛА ТИХВИНСКОГО ВАГОНОСТРОИТЕЛЬНОГО ЗАВОДА СОСТАВЛЯЮТ ИНОГОРОДНИЕ СОТРУДНИКИ ИЗ 50 ОБЛАСТЕЙ РОССИИ

ных инвестиционных проектов. Например, для открытия промышленного парка «Пикалево» под предприятия легкой промышленности (проект планируется реализовать в рамках федерального финансирования для диверсификации экономики города) потребуется не менее 500 квалифицированных работников, подсчитали на одном из совещаний участники рынка. Подготовка такого количества специалистов потребует немалых средств и активного участия властей.

«Денежные и временные затраты по поиску и обучению персонала, а также доставки до рабочих мест ложатся на плечи потенциальных резидентов промышленных зон», — подтверждает исполнительный директор «Теллус Групп» Мария Хомич. — В последующем при реализации промышленных проектов и обострении конкуренции между промышленными парками услуги по подбору персонала станут одним из конкурентных преимуществ конкретного промышленного парка». При этом в границах с Петербургом районах области нехватки трудовых ресурсов не наблюдается.

ТРЕБУЕТСЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ Председатель комиссии по образованию и науке Законодательного собрания Ленобласти Владимир Цой говорит, что ежегодно бюджет выделяет средства на поддержку профтехучилищ и вузов, однако государственный заказ на тех или иных специалистов практически отсутствует. «Прямой сиюминутной экономической выгоды в образовании ни-

кто не видит, а значит, никто не заставляет власть отрабатывать этот вопрос, — объясняет он. — Как правило, все заканчивается на уровне экспертных обсуждений. Эффективного законодательного способа определять перечень стратегически значимых для региона специалистов и оплачивать их обучение я пока не вижу, хотя проблема спроса и предложения налицо».

Система подготовки кадров для экономики в современных условиях требует пересмотра, соглашается вице-губернатор Ленобласти по экономическому развитию Дмитрий Ялов. Ленобласть уже приняла участие в конкурсе и по его итогам вошла в число пилотных регионов, где будет реализован проект Министерства образования и науки РФ с участием средств Всемирного банка «Подготовка рабочих кадров для социально-экономического развития регионов на 2014–2019 годы».

«Наша основная цель — организовать активное взаимодействие учебных заведений и предприятий области при подготовке специалистов. В рамках этого проекта мы также хотим опробовать дуальную систему образования, когда два-три дня в неделю студенты учатся, а два-три дня — проходят практику на производстве», — объясняет вице-губернатор.

Старт проекта в пилотных регионах назначен на январь 2015 года, его окончание — в 2019 году. Финансирование в Ленобласти подразумевает выделение из регионального бюджета около 478 млн рублей, за счет собственных средств профессиональных

образовательных учреждений области — 117,3 млн рублей, в рамках соглашений о взаимодействии с работодателями региона — 74,5 млн рублей. Из средств Международного банка реконструкции и развития планируется выделить около 1,3 млрд рублей, также планируется софинансирование из федерального бюджета.

Эти деньги будут потрачены в первую очередь на разработку, апробацию и внедрение современных образовательных программ с усиленной долей практической подготовки, внедрение современных технологий обучения, а также закупку самого современного оборудования для подготовки рабочих и служащих.

СВОИМИ СИЛАМИ Пока же предприятиям приходится самостоятельно решать эти вопросы.

«Я столкнулся с проблемой подготовки кадров, когда работал на Выборгском судостроительном заводе, — вспоминает

Владимир Цой. — Нам регулярно нужны специалисты средней квалификации узкого профиля, и мы традиционно заключали договор с лицеем, который их готовил в течение двух-трех лет. Однако если к нам приходили работать пять выпускников из тридцати, это уже был успех. В итоге завод сделал собственную образовательную лицензию, самостоятельно набирал учащихся, платил им стипендию. Обучение длилось несколько месяцев, а из группы в 30 человек работать на заводе оставалось примерно 25. Разница очевидна.

По этому пути идут многие компании, остро нуждающиеся в специалистах.

Тихвинский вагоностроительный завод создал современный учебный центр, в 2012 году получил лицензию на осуществление образовательной деятельности и может обучать людей более чем по 30 специальностям. Кроме того, завод строит жилье для своих сотрудников, которое они выкупают на льготных условиях. «Опыт показал, что

россияне очень неохотно снимаются с насиженных мест. И здесь сказывается сложившийся менталитет оседлой жизни. Тем не менее, те, кто ищет карьерного роста, хочет попробовать свои силы на современном предприятии и желает жить ближе к культурным центрам России, едут на наш завод», — говорят в компании.

В комитете по труду отмечают, что с предоставлением жилья готовы нанимать сотрудников многие компании: ООО «Талосто», ЗАО «ЛСР-Базовые», ЗАО «Любань», ООО «Стройком», ОАО «Киришский», ОАО ССМУ «Ленатомэнергострой», ЗАО «Агрофирма Выборжец».

Юлия Сахарова говорит, что релокация нужных специалистов из других регионов, где заработная плата ниже, есть высвобождение работников и более высокая безработица, — это один из тактических вариантов решения проблемы. К сожалению, ряд исследований подтверждает, что специалисты рабочих профессий тя-

желее принимают решение о переезде на постоянную работу в другой регион. Это можно компенсировать либо форматом вахтовой работы, либо обеспечением жильем и компенсацией затрат на переезд, добавляет эксперт.

«Также важно учитывать, что специалисты рабочих специальностей с большим доверием воспринимают информацию о вакансиях от государственных структур или от крупных общеизвестных брендов. Поэтому здесь была бы полезна совместная работа бизнеса (причем компаний самых разных размеров), СМИ, центров занятости населения; полезна практика выездных ярмарок вакансий с информацией о трудоустройстве в Ленобласти. Но тут важно соблюсти полную цепочку: от предоставления полной и достоверной информации о рабочих местах и перспективах до обеспечения деньгами на переезд и жильем, чтобы оправдать доверие людей и их семей», — отмечает Юлия Сахарова. ■

ОСВЕЖИТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ

СОВРЕМЕННЫЕ КОМПАНИИ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА РАЗВИТИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УСПЕХ, ВСЕ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ УДЕЛЯЮТ ПЕРЕПОДГОТОВКЕ И ПОВЫШЕНИЮ КВАЛИФИКАЦИИ СВОИХ СОТРУДНИКОВ. ПРИ ЭТОМ КАЖДЫЙ РАБОТОДАТЕЛЬ САМОСТОЯТЕЛЬНО РЕШАЕТ, СКОЛЬКО СРЕДСТВ НАПРАВИТЬ НА ЭТУ СТАТЬЮ РАСХОДОВ. ЭКСПЕРТЫ КОНСТАТИРУЮТ, ЧТО ОБУЧИТЬ СПЕЦИАЛИСТА ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ НАНЯТЬ НОВОГО. СВЯТОСЛАВ ФЕДОРОВ

Петербургский рынок организаций, предоставляющих услуги по переподготовке специалистов различных направлений, постоянно расширяется. Специалисты затрудняются назвать даже приблизительное число компаний, предоставляющих подобного рода услуги. Ведь такие предприятия могут быть образованы при любом профильном вузе или колледже, а также представлять собой юридически независимые организации, предлагающие обучающие программы, спектр которых довольно широк: от бухгалтерского учета и программирования до курсов кулинарного мастерства или парикмахерского искусства. Также не стоит забывать о тренингах, обучающих семинарах и вебинарах, курсах дополнительного образования и так далее.

По мнению Тамары Савиной, директора Учебного центра подготовки и переподготовки кадров, рынок переподготовки кадров в Петербурге перенасыщен. «Курсов так много, что зачастую очень трудно разобраться в том, насколько профессионально они занимаются обучением специалистов. Отмечу, что в большинстве организаций, возникающих на рынке стихийно, преподавательский состав довольно слабый», — добавила она.

Среди наиболее крупных игроков на этом рынке она отметила «ИПО Базис», ЦНТИ «Прогресс», центры профессиональной подготовки «Импульс», «АРТ», «Эдем» и другие. Новые компании, по ее словам, появляются и тут же исчезают, не выдерживая конкуренции.

ПОТРЕБНОСТЬ УЧИТЬСЯ Наталия Боровикова, директор по корпоративному развитию консалтинговой группы VITOVE, рассказала, что рыночная ситуация такова,

что год от года растет не только число ответствующих курсов и учебных программ по переподготовке и повышению квалификации кадров, но и их разнообразие. «Если несколько лет назад речь шла о том, что российский сотрудник может повышать свой уровень профессиональной подготовки примерно один раз в девять лет, то сейчас это кажется совершенно устаревшим. Как показывает опыт, один раз в пять лет (периодичность, на которую российские компании ориентировались, перенимая западные стандарты) — тоже не всегда отражает действительное положение вещей, хотя является наиболее адекватной для планирования переподготовки. Она включает в себя повышение уровня профподготовки, мастерства, связанное с расширением инструментария, обновлением технической базы, внедрением новых методов производства и новых подходов в управлении», — рассказала Наталия Боровикова.

По ее словам, новые условия предъявляют новые требования к компетенциям. «Поэтому мы разработали модульную систему обучения и развития персонала, охватывающую все уровни организации: от линейного персонала, например сотрудников отдела продаж, до топ-менеджеров, отвечающих за стратегическое управление компанией. Это позволило точно и эффективно программировать обучение по разделам и блокам, и любой заказчик может выбрать именно то, что ему нужно. При этом можно и нужно идти от оценки персонала и выяснения зон развития, от модели компетенций, соответствующей стратегии развития компании», — добавила она.

Юлия Сахарова, директор HeadHunter по СЗФО, рассказала, что можно условно обозначить три ситуации, в которых сотрудник

заинтересован в освоении новой специальности или в переквалификации. «Во-первых, когда наступает момент профессионального выгорания, либо сотрудник понимает, что хочет развивать карьеру в совершенно противоположном направлении. Во-вторых, если он попадает под сокращение, или завершается проект, над которым он работал, а конкуренция за вакансии по его профессии очень высока. В-третьих, при стремлении работника получить новые знания и навыки, чтобы расширить свои профессиональные компетенции для дальнейшего карьерного роста», — рассказала Юлия Сахарова.

Сергей Богданчиков, управляющий директор Origin Capital, представил свое видение на данную ситуацию: «Работодатель может преследовать две цели при отправлении своих сотрудников на курсы повышения квалификации или при заказе индивидуальных курсов от профессионалов в своей среде. Во-первых, естественно, он стремится освежить навыки сотрудников, во-вторых, это удачный метод конкурентной разведки».

КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ Владимир Скигин, председатель совета директоров UK Satellit Development, считает, что повышение квалификации сотрудников — это, с одной стороны, инструмент формирования лояльного отношения к компании на рынке, с другой — необходимость: чаще всего работодателю намного дешевле обходится обучить своего сотрудника, чем нанять нового.

«Самые распространенные причины, когда необходимо повышение квалификации, — это актуальность более узкой специализации сотрудника относительно новых задач компании, появление каких-то техни-

ческих новинок, иностранного оборудования и пр., использованию которых нужно обучаться, расширение линейки услуг или товаров компании. Большое внимание уделяется обучению топ-менеджмента. Часто и инициатива обучения исходит от самих топ-менеджеров, но оплачивает это работодатель», — прокомментировал Владимир Скигин.

С другой стороны, по словам Наталии Боровиковой, российский рынок бизнес-услуг давно прошел тот этап, когда компании могли ради эксперимента оплатить какую-нибудь программу, курс, тренинг или мастер-класс. Сейчас, по ее мнению, в отечественных компаниях действует новое кредо: «Ничего лишнего и только для дела», — поэтому бизнес-образование движется по пути конкретизации запроса. «Это вовсе не значит, что у нас появилась мода на „узкого специалиста“. Как раз наоборот: все чаще в фокус внимания попадают навыки коммуникаций, презентаций, переговоров. Поэтому я бы сказала, что наряду с индивидуализацией бизнес-обучения проводится его гуманизация и ориентация на сотрудничество: в освоение навыков все чаще имплицитно корпоративные ценности, установки на достижение целей и результатов, командообразование и так далее», — констатировала Наталия Боровикова.

По словам Юлии Сахаровой, в большинстве случаев, работодателю выгоднее переучить сотрудника самостоятельно (если есть собственный внутренний учебный центр), либо через сторонние учебные заведения (полностью за счет работодателя или с частичной компенсацией обучения).

Она отметила, что специалисты по обучению и развитию персонала требуются в разных профессиональных отраслях. → 18

17 → Наибольший спрос наблюдается в банковской сфере, розничной торговле, HoReCa, производственных компаниях. «Если работник вынужден сам решать вопрос своего переобучения, то, например, служба занятости предоставляет безработным бесплатную возможность получить новую профессию. Если повысить или изменить свою квалификацию хочет опытный специалист, готовый инвестировать собственные средства, то выбор учебного заведения, страны, содержания, уровня и формы обучения велик: от краткосрочных модулей и удаленного обучения по „скайпу“ до EMBA в ведущих университетах мира», — отметила она.

Эксперт также уверена, что намного выгоднее переучить собственного сотрудника, чем нанимать нового, так как при найме нового специалиста, помимо передачи знаний о специфике работы, человека придется некоторое время адаптировать и погружать в корпоративную культуру компании. А срок адаптации, зависящий от обязанностей и уровня должности, может занимать от двух недель до полугода.

«Что можно посоветовать сотрудникам, которые стоят перед выбором? Существуют специальные программы профориентации, которые помогают человеку прислушаться к себе и понять, куда двигаться дальше. Сервис „Профориентация“ есть на hh.ru. Это профессиональный тест, прохождение которого занимает 60 минут. Он состоит из трех частей: исследование профиля личности, определение особенностей мышления, изучение интересов человека. После прохождения теста специалист получает рекомендации по профессиональным сферам, где может достичь максимальной эффективности», — уверена Юлия Сахарова.

В свою очередь, Андрей Цинченко, директор по персоналу ГК «Эталон», отметил, что длительность курсов и обучающих программ может быть краткосрочной или долгосрочной, в зависимости от целей проведения того или иного обучения. При этом, по его словам, затраты на обучение в пересчете на одного сотрудника в компаниях холдинга существенно разнятся и зависят от специфики деятельности компании и требуемого обучения. Он отметил, что, в соответствии с целями повышения квалификации сотрудников, компании холдинга сотрудничают с образовательными учреждениями разного уровня и статуса. Например, с такими организациями, как Институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки специалистов (ИПК СПб ГАСУ), ЦНТИ «Прогресс», Санкт-Петербургский государственный экономический университет, PricewaterhouseCoopers, Академия бизнеса «Эрнст энд Янг», Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, тренинг-центр «Активный мир».

Илья Тюкин, директор ГК «Арт-фасад», говоря о рынке недвижимости, уверен, что квалифицированных кадров в этой области не так много, поэтому компании предпочитают доращивать или специализировать имеющийся персонал, нежели искать новых сотрудников. «В сегменте архитектуры и благоустройства среды требуется, чтобы специалисты всегда были в тренде

мировых веяний и достижений. Поэтому наши ключевые сотрудники регулярно ездят за границу на семинары, конференции и архитектурные биеннале, где обмениваются опытом с зарубежными коллегами. Регулярно повышают квалификацию и сотрудники-исполнители, работающие непосредственно на стенах — например, аттестуются как маляры-альпинисты, чтобы иметь возможность выполнять более широкий спектр работ», — заключил господин Тюкин.

ЦЕНА ОБУЧЕНИЯ По словам Ксении Стрелец, заместителя директора Инженерно-строительного института по дополнительному образованию, руководителя курсов повышения квалификации и профессиональной переподготовки, как правило, затраты на повышение квалификации у работодателя предусмотрены бюджетом. «Средняя стоимость программ повышения квалификации составляет 10 тысяч рублей на одного слушателя, профессиональной переподготовки — около 60 тысяч рублей на одного слушателя. Однако на данный момент в строительной отрасли, например, активно реализуется ряд программ поддержки малого бизнеса, которые финансируются НОСТРОЙ, президентская программа повышения квалификации инженерных кадров, программа поддержки кадров для промышленных предприятий, участвуя в которых, слушатели имеют возможность обучаться бесплатно либо на условиях частичной компенсации затрат. Предприятия Петербурга и СЗФО активно используют эти возможности для обучения персонала своих компаний», — пояснила эксперт.

Тамара Савина констатировала, что средняя цена курсов повышения квалификации может составлять 7–9 тыс. рублей.

ПОТРЕБНОСТЬ В СПЕЦИАЛИСТАХ По данным «HeadHunter Северо-Запад», в первом квартале 2014 года по сравнению с аналогичным периодом 2013 года в Санкт-Петербурге увеличился спрос на специалистов, которые занимаются обучением персонала и отвечают за повышение квалификации сотрудников — динамика составила 24%.

Кроме того, по информации HeadHunter, активность соискателей, желающих найти работу тренеров в отделе персонала, также была очень высокой. В январе — марте 2014 года по сравнению с идентичным периодом 2013 года количество резюме на позиции работников по развитию и обучению персонала выросло почти в три раза. Средний уровень предлагаемой заработной платы в вакансиях в специализациях «Развитие персонала», «Управление персоналом, тренинги» в Санкт-Петербурге в первом квартале 2013 года составил 37 750 рублей, а в первом квартале 2014 года — 40 тыс. рублей.

«Конечно, специалисты по обучению и развитию персонала требуются в разных профессиональных отраслях. Они наиболее востребованы в IT-компаниях, сетях розничной торговли, организациях банковской сферы, маркетинговых и рекламных агентствах, производственных и строительных компаниях. В целом, чаще это крупные компании, нередко представительства федеральных или международных брендов», — констатировали в компании «HeadHunter Северо-Запад». ■

ДВА ЛОКОМОТИВА ПЕТЕРБУРГСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В ПЕТЕРБУРГСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПРОДОЛЖАЕТСЯ СТАГНАЦИЯ. ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА ПАДАЮТ, И ВНУТРЕННИЙ СПРОС УЖЕ НЕ МОЖЕТ ОБЕСПЕЧИТЬ ДОКРИЗИСНЫЙ УРОВЕНЬ ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ. ВПРОЧЕМ, НА ФОНЕ ДРУГИХ ОТРАСЛЕЙ УСПЕШНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПОКАЗЫВАЮТ МАШИНОСТРОЕНИЕ И ТЕКСТИЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО. КРИСТИНА НАУМОВА



ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ПЕТЕРБУРГА ПРОДОЛЖАЕТ СТАГНАЦИЮ, НАЧАВШУЮСЯ В ПРОШЛОМ ГОДУ

Промышленность Петербурга продолжает тренд стагнации, который наблюдался и в прошлом году. По данным Петростата, индекс промышленного производства в Петербурге в первом квартале 2014 года составил 93,7% по сравнению с тем же периодом годом ранее. Отрицательную динамику городская промышленность демонстрирует с начала года. В январе индекс был на уровне 90,7%, в феврале — 94,4%, а по итогам прошлого года падение составило 1,2%. Индекс промышленного производства России в первом квартале показал положительную динамику, увеличившись на 1,1% по сравнению с тем же периодом годом ранее.

По итогам первого квартала статистика констатирует снижение производства практически во всех отраслях. Обрабатывающие производства потеряли 6,5%, производство и распределение электроэнергии, воды и газа — 5,5%, производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака снизилось на 1,2%. Деревообработка и производство изделий из дерева показала только 77,6% по сравнению с тем же периодом годом ранее, производство транспортных средств и оборудования снизилось на 3,8%. Удачные результаты показали текстильное и швейное производство (+24,9%), а также производство машин и оборудования (+7,4%).

СПАД В МЕТАЛЛУРГИИ В металлургии продолжается спад. В прошлом году Кировский завод повторно заморозил проект строительства литейного завода в поселке Горелово Ленинградской области. Проект отложен на неопределенное время в связи со сложной обстановкой в металлургической отрасли в целом. Сам проект был анонсирован еще в 2007 году. Изначально предполагалось инвестировать 1,63 млрд рублей в предприятие мощностью 25 тыс. тонн чугуна и стальных отливок в год. Позже параметры проекта изменились: мощность завода была увеличена до 32 тыс. тонн отливок в год, а объем инвестиций — на 20%, до 1,98 млрд рублей. Корректировка объяснялась тем, что еще до начала строительства объем заказов будущего завода в 2,5 раза превысил годовую мощность предприятия. Строительство завода площадью 15 тыс. кв. м под рабочим названием «Санкт-Петербургский литейный завод» должно было начаться в марте — апреле 2008 года, а завершиться — к ноябрю 2009 года. Под это строительство Кировский завод провел размещение облигационного займа в размере 1,5 млрд рублей со сроком окупаемости 6,5 года. Проект предполагал создание автоматической линии по производству серийных деталей для производства сельхозтехники и оборудования предприятий

добывающей промышленности, а также линии формовки для крупнотоннажного литья в расчете на потребности энергомашиностроения.

В кризис проект был заморожен, но в 2011 году к нему вновь всерьез вернулись. В ОАО «Кировский завод» была создана дирекция по международной стратегии для развития связей с внешними рынками. Кроме прочего, дирекция должна была заняться поисками иностранного профильного партнера для реализации проекта строительства литейного завода в поселке Горелово. Актуализировало проект постановление федерального правительства о локализации производства автопроизводителями.

Эксперт аналитической группы информационного агентства «Крединформ» Оксана Андрейченко отмечает, что в России крайне мало литейных предприятий, способных производить продукцию, отвечающую высоким требованиям заказчиков. В связи с этим проект Кировского завода по строительству литейного завода в Горелово выглядит интересным. Сейчас, по данным агентства «Крединформ», в Северо-Западном федеральном округе зарегистрированы 82 компании, занимающиеся производством отливок. Крупнейшие по обороту компании — ООО «ОМЗ — Литейное производство» (Петербург), ООО «Литейный завод „Петрозаводскмаш“» (Карелия), ОАО «Сплав» (Мурманская область), ЗАО «Завод „Точлит“» (Псковская область), ЗАО «Гармония» (Петербург). По итогам 2012 года совокупный оборот лидеров отрасли составил 3,3 млрд рублей, что лишь на 2,4% превышает результат 2011 года. Общие тенденции спада эконо-

мического роста характерны и для данной отрасли, резюмирует госпожа Андрейченко.

Исполняющий обязанности руководителя проектов практики «Промышленность» консалтинговой группы «НЭО Центр» Елена Петросян отмечает, что негативное влияние на объем производства оказало в том числе увеличение импорта литья в страну после вступления России в ВТО. «Значительная часть литейных производственных мощностей России нуждается в модернизации. Одна из причин, препятствующих инвестициям в литейное производство, заключается в том, что с учетом осуществленных капитальных вложений цены могут стать выше конкурентоспособного уровня», — говорит эксперт.

Ряд экспертов полагает, что некоторое оживление отрасли может произойти в конце года на фоне активизации спроса за рубежом.

АВТОМОБИЛИ ПОД ДАВЛЕНИЕМ Сектор автомобилестроения находится не в самых позитивных обстоятельствах из-за вступления России в ВТО и замедления темпов роста доходов населения, полагают эксперты. Так, срок действия соглашений по промсборке истекает в 2018–2020 годах, а льготы по ввозным пошлинам на автокомпоненты должны быть отменены с 1 июля 2018 года в рамках договоренностей по вступлению России в ВТО. Перед автомобилестроительными концернами встанет вопрос о пересмотре долгосрочных планов в России. Об этом уже открыто говорят некоторые петербургские заводы, констатируя, что в новых условиях более выгодным может стать импорт автомобилей из-за границы. Один из вариантов, которые сегодня рассматривает фе-

деральное правительство для поддержки автопрома, — возможность наделить автозаводы статусом особой экономической зоны со всеми вытекающими из этого льготами.

Негативно на автопром влияет и спад спроса. Так, Nissan ввел двухсменный режим работы (вместо трехсменного), GM останавливал производство.

По данным агентства «Auto-Dealer-СПб», в первом квартале 2014 года петербургские автомобильные заводы Toyota, GM, Nissan и Hyundai выпустили 97,5 тыс. новых легковых автомобилей, что на 3% меньше, чем за аналогичный период 2013 года. В марте объем производства автомобилей в городе составил 33,9 тыс. машин, что на 2% меньше показателя марта прошлого года.

ВЕКТОР РАЗВИТИЯ Стратегия развития Петербурга до 2030 года, разработанная комитетом по экономической политике и стратегическому планированию с ЗАО «МЦСЭИ „Леонтьевский центр“», уделяет большое внимание промышленному вектору. В документе отмечается, что на протяжении последнего десятилетия происходит усиление промышленного вектора развития Петербурга, что находит свое отражение в структуре ВРП. «Вклад промышленного комплекса в формирование ВРП возрос с 24,4% в 2005 году до 29,1% в 2011 году. В 2005–2007 годах в Петербурге начался процесс „новой индустриализации“, в рамках которого создан целый ряд новых современных промышленных производств и проведена технологическая модернизация некоторых действующих предприятий», — отмечается в документе. Промышленный комплекс Петербурга представляют бо-

лее 730 крупных и средних предприятий, а также 22 тыс. малых предприятий.

Основу промышленного комплекса составляют обрабатывающие производства, отмечается в городской стратегии развития. Их вклад в формирование общего объема выпуска промышленной продукции составил в 2009 году 90,4%, в 2012 году — 93,7%.

Эксперты отмечают **ВГ**, что в целом для России сегодня важными отраслями экономики являются нефтегазовый, финансовый, IT-сектора, телекоммуникационный и металлургический, а также частично сектор машиностроения, в том числе оборонная промышленность и строительство тяжелых грузовиков. Наиболее проблемные отрасли, в свою очередь, — автомобилестроение, авиастроение, машиностроение в целом, ЖКХ, инфраструктурная отрасль и строительство. Докризисные объемы производства сегодня уже невозможно обеспечить за счет внутреннего спроса — необходимы иностранные инвестиции и стимулирующие меры.

По прогнозам экспертов Института проблем естественных монополий, замораживание экспортно-импортных операций с Украиной может в заметной степени повлиять на многие российские отрасли. Например, нефтепереработка потенциально выиграет от расширения рынка сбыта. Транспортное машиностроение может выиграть от замещения украинских вагонов на российские на внутреннем рынке. Автомобильная промышленность, скорее всего, окажется в минусе за счет отмены экспорта на Украину продукции «АвтоВАЗа» и возможного ограничения экспорта российских предприятий промсборки, полагают эксперты. ■

ЕВРОПЕЙСКАЯ МЕДИЦИНА ДОСТУПНА КАЖДОМУ!



С 1 мая по 30 сентября 2014 года действует уникальное спецпредложение «РЕСО-Гарантия» в Санкт-Петербурге для всех действующих и новых клиентов по добровольному медицинскому страхованию.

В каждый полис ДМС включает-ся дополнительная бесплатная услуга «Спросите европейского доктора», которая позволяет получать консультации по любым заболеваниям у признанных в своей области международных лицензированных врачей-специалистов*.

Консультации проводятся с переводом на русский язык с применением средств удаленного доступа и телемедицины.

Воспользоваться услугой застрахованные смогут в течение года с первого дня действия полиса ДМС.

Услуга входит в новую программу международного медицинского страхования «Сфера здоровья», разработанную совместно с испанской компанией Sphera Global Gestión Médica Internacional S.L.

Программа включает широкий спектр международного медицинского обслуживания (в том числе получение второго медицинского мнения, организацию стационарного лечения за рубежом по фиксированной стоимости, сервисные услуги во время лечения и многое другое).

Кроме того, программу «Сфера здоровья» можно приобрести отдельно от других услуг ДМС как физическим, так и юридическим лицам.

Телефоны:
324-56-14, 346-85-23

Лицензия ФСФРС 1209 77 на более чем 100 видов страховых услуг

* Условия и ограничения указаны в Правилах и договорах страхования



ОСАО «РЕСО-Гарантия». Реклама

ЛЕЧЕНИЕ ПРОВОДИТСЯ ПОСЛЕ КОНСУЛЬТАЦИИ С ВРАЧОМ О ВОЗМОЖНЫХ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯХ

ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ПОД ПРИЦЕЛОМ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ

РОССИЙСКИЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТСТАЮТ ОТ СВОИХ ЗАРУБЕЖНЫХ КОЛЛЕГ ПО ТЕМПАМ ВНЕДРЕНИЯ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ. С ДРУГОЙ СТОРОНЫ, КОМПАНИИ С ИНОСТРАННЫМ УЧАСТИЕМ ПРИНОСЯТ ТРАДИЦИИ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ С СОБОЙ И ТАКИМ ОБРАЗОМ УСКОРЯЮТ ДАННЫЙ ПРОЦЕСС В НАШЕЙ СТРАНЕ. СВЯТОСЛАВ ФЕДОРОВ

К такому выводу пришли участники круглого стола «Энергоэффективность в промышленности: вектор развития», который состоялся в рамках Российского международного энергетического форума и был организован газетой «Коммерсантъ».

БЮДЖЕТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ Как рассказал Дмитрий Бычков, заместитель директора по развитию Центра энергосбережения Санкт-Петербурга, в проекте бюджета Санкт-Петербурга на 2015 год заложено около 7 млрд рублей на реализацию программ по энергосбережению и энергоэффективности как в промышленных, так и в ресурсоснабжающих предприятиях города (ГУПах).

По его словам, в данную программу входят мероприятия, предусмотренные инвестиционной программой отдельных ресурсоснабжающих организаций, а также мероприятия, за подготовку которых отвечает Центр энергосбережения.

Дмитрий Бычков отметил, что Центр как раз и был создан в ноябре 2013 года как подведомственная комитету по энергетике и инженерному обеспечению Санкт-Петербурга бюджетная организация, задачами которой является повышение энергоэффективности регионального внутреннего продукта, формирование программы энергосбережения и энергоэффективности города, проведение энергоаудита бюджетных учреждений, предприятий промышленности, многоквартирных домов, ГУПов и т. д.

Дмитрий Бычков констатировал, что как государственные, так и частные промышленные предприятия могут претендовать на софинансирование программ по энергосбережению и энергоэффективности со стороны регионального и федерального бюджетов. «Проект должен быть представлен для экспертной оценки специалистам Центра энергосбережения. По правилам, проект должен соответствовать ранее разработанным критериям, и если он отвечает требованиям по окупаемости, то может быть включен в государственную программу очередного периода и будет претендовать на софинансирование из бюджета», — рассказал господин Бычков.

В свою очередь, Алексей Хохлов, партнер компании «ПрайсвотерхаусКуперс Стратеджи & Сервисиз», отметил, что российские компании промышленного сектора несколько отстают по темпам внедрения энергоэффективных технологий от своих зарубежных коллег, которые вступили на путь энергосбережения еще в 1990-е годы. «Следует отметить, что процесс перехода на энергосберегающий режим работы довольно длителен, как правило, он занимает пять-семь лет и проходит в несколько стадий. Первая — это технологическая стадия, то есть замена устаревшего оборудования на новое, рассчитанное на меньшее потре-



ВСЕ ОРГАНИЗАЦИИ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИЕ РЕГУЛИРУЕМЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОБЯЗАНЫ ИМЕТЬ ПРОГРАММЫ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ, А ТАКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ГОРОДЕ ОКОЛО ДВУХ СОТЕН

бление энергии. Вторая стадия касается совершенствования организационной деятельности в области работы энергосистем предприятия, пересмотр эксплуатационных характеристик используемого оборудования. Третья стадия связана с изменением управленческих процессов, то есть обмен лучшими практиками по энергосбережению между специалистами. И четвертая стадия — это внедрение систем управления, которые занимаются отслеживанием процессов энергоэффективности в рамках промпредприятия или группы компаний. И затем все это переходит в режим постоянных усовершенствований», — уточнил Алексей Хохлов.

Он уверен, что многие российские компании уже вступили на путь энергосбережения и энергоэффективности и начинают идти по этой дороге быстрее, чем западные «первопроходцы». «С другой стороны, зарубежные компании, приходя в Россию, приносят традиции энергосбережения с собой и таким образом ускоряют данный процесс на российской земле. Я уверен, что если отечественные компании начнут заниматься активным энергосбережением, то догнать европейских коллег можно очень быстро. Большой вопрос — откуда ты начинаешь: если точка отсчета идет не с позиции ведущей компании в области энергоэффективности, то за пять-семь лет можно попасть в группу лидеров. Поэтому если государство или экономические предпосылки будут

способствовать развитию процесса энергосбережения, то трех-четыре года вполне достаточно, чтобы достичь значительных результатов на этом поприще», — уверен Алексей Хохлов.

ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОД КОНТРОЛЕМ Ефим Гришпун, заместитель председателя комитета по тарифам Петербурга, констатировал, что в соответствии со ст. 25 № 261-ФЗ все организации, осуществляющие регулируемые виды деятельности, обязаны иметь программы энергосбережения и повышения энергоэффективности, которые должны утверждаться с комитетом по тарифам Петербурга. По словам чиновника, в городе около 200 таких организаций, которые преимущественно занимаются тепловой энергией.

«Программа — это набор технических мероприятий, после проведения которых должен появиться эффект энергосбережения. Проявляться он должен в натуральных единицах, а потом и в финансах. Например, снижение удельного расхода топлива на 1 Гкал должно привести к некоей экономии. В связи с этим один из главных критериев эффективности программ по энергосбережению — это изменение уровня затрат. Если программа не приводит к экономии энергоресурсов, то какой тогда в ней смысл? Мы считаем программы нормальными, если они имеют срок окупаемости пять-восемь лет», — констатировал Ефим Гришпун.

В тоже время Мария Лучко, руководитель центра повышения энергоэффективности ТГК-1, рассказала, что, несмотря на рост числа подключенных объектов, расположенных в зонах комплексного освоения территорий, наблюдается спад потребления электроэнергии и тепла. «Прирост нагрузки по теплу растет, при этом отпуск тепла не увеличивается. Новые здания вводятся, а потребление тепла за последние шесть лет не выросло. Это парадокс, но, на мой взгляд, это и есть результат внедрения энергоэффективных мероприятий», — прокомментировала специалист.

По ее словам, все новые энергоблоки, которые были запущены ТГК-1, работают эффективно и приносят прибыль. К ним относятся, например, два энергоблока на Первомайской ТЭЦ в Кировском районе Петербурга по 180 МВт каждый. Благодаря их вводу удалось уменьшить удельные расходы на этих мощностях на 34%.

Тем не менее Мария Лучко констатировала, что ТЭЦ ТГК-1 приносят убыток в 1,5 млрд рублей, который покрывают гидравлические электростанции, работающие с высоким маржинальным доходом.

«Мы разрабатываем программу по выводу неэффективного оборудования, чтобы избежать этих убытков на тепловых станциях. Например, на Первомайской ТЭЦ с вводом новой водогрейной котельной мы полностью выведем старую часть. Есть план по максимальному выводу оборудова-

ния на Автовской ТЭЦ и ТЭЦ-2», — уточнила госпожа Лучко.

Кроме этого, она констатировала, что ТГК-1 озабочена сокращением неэффективных потерь воды питьевого качества. «На станциях, работающих в Петербурге, на собственные нужды ТЭЦ должно остаться не более одного процента от всей питьевой воды, которая используется для подпитки теплосети. И мы видим, что так работают ТЭЦ-2 и ТЭЦ-7. А на всех остальных теплоцентралях у нас присутствует нецелевое использование воды, которая в основном идет на охлаждение механизмов. Эти потери составляют около 500 млн рублей в год. В связи с этим для снижения объема внутреннего использования этого энергоресурса для каждой электростанции ТГК-1 до 2015 года будет разработана схема питания водой питьевого качества, выявлено и исключено ее нецелевое использование», — добавила Мария Лучко.

Среди более мелких проектов по энергоэффективности, реализуемых на предприятиях ТГК-1, она отметила использование частотных приводов, энергосберегающее освещение и т. д. «Все эти мероприятия максимально попадают в инвестиционную программу компании. Кроме того, на всех электростанциях внедрены механизмы бережливого производства: ведется постоянный мониторинг технико-экономических показателей, контроль потребления энергии на собственные нужды, длительность ремонтов и т. п.», — заключила эксперт.

В то же время Артем Денисов, генеральный директор компании «Квадро Электрик», отметил, что одним из факторов энергосбережения для сетевых организаций в России является показатель надежности. По его словам, если сеть «здоровая» и правильно организована, то она по умолчанию будет эффективной. «Специалисты же в наших сетях занимаются устранением непосредственно аварийных ситуаций. Важно предупреждать эти моменты и правильно организовывать работу сетей. Например, недогрузка трансформаторов или, наоборот, перегрузка очень негативно сказываются на работе всей системы. Следующий шаг заключается в том, что в сетевых организациях и на промышленных предприятиях нужно внедрять энергетический менеджмент. Его суть заключается в правильной организации и получении обратной связи о процессах энергопотребления и состоянии оборудования в компании», — высказал свою точку зрения Артем Денисов.

ПРОМЫШЛЕННОЕ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ Ильдар Мустафин, менеджер по техническому обслуживанию и инженерной поддержке завода Heineken, рассказал о внедрении энергоэффективных и энергосберегающих технологий на предприятиях. «Компания Heineken представлена в России восемью пивоваренными заводами. Наша программа по энергосбережению является частью бизнес-программы „Варим пиво — создаем будущее“. Ежегодно инженеры пивоварен внедряют мероприятия, направленные на сокращение потребления энергоресурсов. Отдельно можно выделить проекты по теплоизоляции паропроводов и теплообменников съемными матами. Кроме этого, на наших предприятиях мы внедряем воздушное охлаждение гликоля в зимний период времени. Данная технология эффективна при температуре от минус 10 градусов, поэтому не на всех наших заводах она необходима. Активно идет перевод предприятий Heineken на энергосберегающие светильники — светодиодные и индукционные лампы», — пояснил Ильдар Мустафин.

По его словам, все перечисленные им мероприятия — это лишь техническая часть программы по энергосбережению. Не менее значимой в продвижении энергоэффективных принципов работы на заводах является прививание культуры работы с энергоресурсами среди сотрудников компании Heineken.

«На наших предприятиях мы используем TPM (программу повышения эффективности предприятия), в рамках которой есть в том числе методология для помощи в структурном снижении энергозатрат. В рамках программы TPM у нас работают команды (рабочие группы) на заводах, целью которых является сокращение энергозатрат в конкретной зоне или на конкретном оборудовании. Перевод предприятий на энергосберегающий режим происходит за счет собственных средств Heineken. Как правило, вначале мы рассматриваем окупаемость проектов. И в первую очередь, реализуем технологии, которые имеют небольшой срок возврата или компенсации инвестиций. В итоге эффект от внедрения того или иного мероприятия рассчитываем исходя из объемов общего энергопотребления», — заключил Ильдар Мустафин.

В свою очередь, Карлос Перес, директор службы инженерной поддержки Japan Tobacco International в СНГ, отметил, что в последние несколько лет благодаря проводимым мероприятиям на предпри-

ятиях компании значительно снизилось энергопотребление: «С 2005 по 2011 годы нам удалось значительно сократить объемы потребления энергии: мы стали внедрять новое оборудование, технологии, которые позволили сделать производство более экологичным».

Максим Баранов, менеджер электрогруппы службы инженерной поддержки «Петро» (фабрика Japan Tobacco International в Петербурге), рассказал, что одной из энергосберегающих технологий, реализованных на фабрике «Петро», является проект рекуперации тепла от распылительно-сушильной установки «EVA». Суть в том, что обеспечивается сьем тепловой энергии от сушильного агрегата объемом до 2 МВт/ч. Тепло, которое раньше проходило через биологический фильтр и выбрасывалось наружу, теперь нагревает воду, которую насосы подают в систему горячего водоснабжения, а также для отопления зданий и сооружений. Водяной контур подключен к паровому котлу, газовая горелка которого работает на меньшем уровне перегрузки, так как температура воды выше. В связи с этим снижается потребление газа. Максим Баранов констатировал, что внедрение данной технологии позволяет экономить до 4% от общего энергопотребления фабрики «Петро». Это приводит к экономии энергоресурсов до \$104 тыс. в год, что в удельном выражении составляет 16 млн МДж/млн сиг.

Другой проект, о котором рассказал Максим Баранов, — монтаж на фабрике «Дж.Т.И. Елец» когенерационной установки, основанной на повторном использовании тепла. По его словам, суммарная экономия расходов на энергоресурсы после внедрения данной технологии достигает \$1,3 млн в год. Кроме того, благодаря внедрению когенерационной установки снижаются выбросы парниковых газов (CO₂) — до 1472 тонн в год.

Еще один проект по энергосбережению «Петро» — замена люминесцентного освещения на светодиоды, позволившая фабрике сэкономить \$203 тыс. в год. Модернизация котельной с заменой котлов на более эффективные сэкономила заводу еще \$106 тыс. в год, замена трех вакуумных насосов на современные — \$38 тыс. в год, установка нового компрессора центробежного типа и кольца сжатого воздуха позволит сэкономить около \$73 тыс. в год.

«Суммарно все мероприятия по энергосбережению позволяют сэкономить до полумиллиона долларов ежегодно», — подчеркнул Максим Баранов.

Карлос Перес добавил, что инвестиции JTI в эти проекты окупятся в течение трех-пяти лет. «Но для проекта по когенерации на фабрике в Ельце срок окупаемости составит семь-восемь лет. Это связано с тем, что при реализации проекта мы преследовали не только цели энергосбережения, но и экологические — уменьшение выбросов CO₂ в атмосферу», — отметил господин Перес.

Он подчеркнул, что в Japan Tobacco International происходит оценка энергосберегающих проектов с технической, экономической и экологической точек зрения.

НАВСТРЕЧУ «ЗЕЛеной» ЭНЕРГИИ Алексей Ющук, директор по развитию холдинговой компании «Вирео Энерджи», рассказал о преимуществах использования «зеленой» энергии, в данном случае генерируемой из свалочного газа. «Vireo Energy — это шведская компания, которая занимается инвестированием, размещением и эксплуатацией установок ВИЭ по производству электроэнергии из биогаза (свалочный газ, образующийся на полигонах ТБО). В планах компании — построить в России несколько установок общей мощностью 50 МВт. Уже созданы две дочерние компании — в Москве и Санкт-Петербурге. Наш основной бизнес — сбор свалочного газа и переработка его в электричество и тепло. Первым проектом в Ленинградской области станет создание биогазовой установки, работающей на свалочном газе, мощностью 4,8 МВт, в Гатчинском районе Ленинградской области», — отметил господин Ющук.

По его словам, чтобы получить свалочный газ, который обычно на 50% состоит из метана, в теле свалки делаются вертикальные скважины и вводятся перфорированные трубы. Откачанный газ поступает в двигатели, благодаря чему вырабатывается электроэнергия, которая продается заинтересованным потребителю через электрическую сеть. «„Вирео Энерджи“ уже имеет договоренность с ОАО „Ленэнерго“ о присоединении к электрическим сетям. Тариф за один кВт вырабатываемой „зеленой“ электроэнергии выше того, что предлагают сбытовые компании. Надо понимать, что „зеленая“ электроэнергия никогда не была конкурентом обычной — она на 20–30 процентов дороже. Но подчеркну, что промышленные предприятия, заботящиеся об окружающей среде и покупающие „зеленую“ электроэнергию, снижают объемы выброса CO₂ в атмосферу и становятся углеродно-нейтральными», — заключил Алексей Ющук. ■

КОНГРЕСС СМЕНИЛ ПАРТНЕРА И ПЛОЩАДКУ С 30 ИЮНЯ ПО 2 ИЮЛЯ В ПЕТЕРБУРГЕ ПРОШЕЛ XXIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ БАНКОВСКИЙ КОНГРЕСС. КАКИЕ ВОПРОСЫ ОБСУЖДАЛИСЬ И КАКИЕ РЕШЕНИЯ БЫЛИ ПРИНЯТЫ НА ЭТОМ МЕРОПРИЯТИИ, ВСПОМИНАЕТ КОРРЕСПОНДЕНТ BUSINESS GUIDE ЮЛИЯ ЧАЮН.

XXIII Международный банковский конгресс, который организован Банком России и правительством Петербурга, поменял партнера: если раньше мероприятие проводилось при содействии Санкт-Петербургского общественного фонда поддержки международных банковских конгрессов, то в 2014 году его место занял фонд «Петербургский международ-

ный экономический форум». Кроме того, изменилась площадка. Если в 2013 году мероприятие было организовано на площадке гостиницы «Park Inn Прибалтийская», и проходило оно с 4 по 7 июня, то в 2014 году событие прошло в гостинице «Коринтия Санкт-Петербург» на Невском проспекте. Стоит отметить, что и предыдущие конгрессы также проходили в конце

мая — начале июня. В этом году Международный банковский конгресс посетили более 500 участников из 24 стран. Среди участников были председатель Банка России Эльвира Набиуллина, глава Сбербанка России Герман Греф, президент — председатель правления, член наблюдательного совета ОАО Банк ВТБ Андрей Костин, исполнительный директор Альян-

са за финансовую доступность, управляющий партнер Глобального партнерства за финансовую доступность стран «Группы двадцати» Альфред Ханниг и многие другие.

В рамках официальной деловой программы конгресса состоялось пять сессий, три круглых стола, серия рабочих встреч. → 23

НЕ ЗАКИСНУТЬ НА МЕСТАХ

В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ МНОГИЕ НЕБОЛЬШИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ УЙДУТ С РЫНКА, ПРОГНОЗИРУЮТ ЭКСПЕРТЫ. УЖЕ СЕЙЧАС В ЛЕНОБЛАСТИ ЗАКРЫВАЮТСЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, КОТОРЫЕ НЕ ВЫДЕРЖИВАЮТ КОНКУРЕНЦИИ С КРУПНЫМИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫМИ ХОЛДИНГАМИ. АЛЕНА ПЕТРОВА

Небольшие предприятия закрываются одно за другим. В начале мая остановился «Тихвинский молочный завод» проектной мощностью 100 т в сутки, его планируется репрофилировать. Также закрылся молочный завод «Волховский плюс», который перерабатывал 40 т молока в сутки. На рынке говорят о том, что крупный новгородский игрок «Лактис» собирается продавать производство в Лужском районе. Это предприятие перерабатывает в летнее время около 40 т молока в сутки (в зимнее время — 20 т) при проектной мощности в 300 т в сутки.

В 2011 году прекратили работу Бокситогорский, Лодейнопольский, Карельский (Приозерский район) молочные заводы. Сосновский и Волосовский заводы, входившие в холдинг «Севзапмолоко», закрылись в 2009–2010 годах, напоминает гендиректор «Грифон-Эксперт» Александр Петренко.

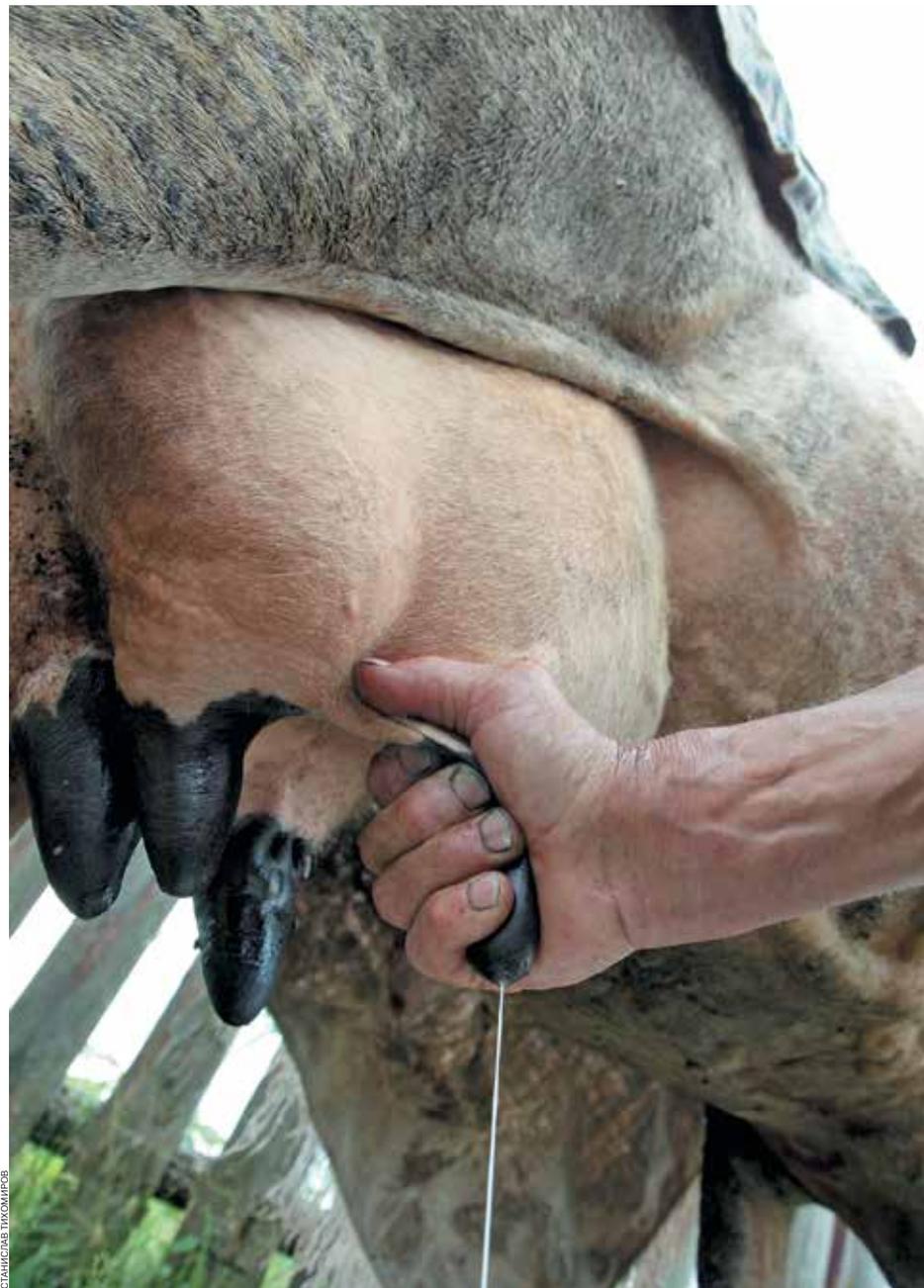
По данным комитета по АПК правительства Ленобласти, переработкой молока занимается 10 предприятий, свои небольшие перерабатывающие цеха есть и у некоторых производителей. Объем переработки молока в 2013 году составил 176 тыс. т — столько же, сколько и в прошлом году. А вот объем производимой продукции снизился: в 2012 году он составлял 165,3 тыс. т, а в 2013 году — уже 158,3 тыс. т.

РЫНОК ДАВИТ Участники рынка говорят о том, что в целом ситуация на рынке неблагоприятная из-за высокой конкуренции с транснациональными компаниями «Вимм-Билль-Данн» и «Данон-Юнимилк».

«Работать сложно. Транснациональные компании держат около половины рынка готовой продукции. Руководители других перерабатывающих предприятий обращались в ФАС с просьбой рассмотреть эту ситуацию, но в итоге ФАС сказал, что транснационалы занимают 49 процентов рынка, и поэтому власти никак не могут повлиять на деятельность крупнейших игроков», — рассказывает председатель совета директоров холдинга «Галактика» Игорь Дю.

Это тормозит весь рынок, подтверждает Александр Петренко. «У транснациональных компаний мощный финансовый ресурс, огромные маркетинговые бюджеты, мы каждый день видим рекламу новых „чудо-творожков“ и йогуртов», — поясняет он.

Еще одна серьезная проблема — это нехватка сырья в регионе. В 2013 году местные предприятия произвели 564 т молока, что на 3% меньше, чем в 2012 году. Но снижение объемов производства — это общероссийская тенденция. «Грифон-Эксперт» приводит данные Росстата. В январе — сентябре 2013 года поголовье коров снизилось на 151 тыс. голов, а валовой надой молока в хозяйствах всех категорий составил 25,4 млн т, что на 4% меньше аналогичного периода 2012 года. За январь — март 2014 года производство молока снизилось до 6,1 млн т, что на 1,4% меньше по сравнению с аналогичным периодом 2013 года.



В 2013 ГОДУ МЕСТНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОИЗВЕЛИ 564 Т МОЛОКА, ЧТО НА 3% МЕНЬШЕ, ЧЕМ В 2012 ГОДУ. НО СНИЖЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА — ЭТО ОБЩЕРОССИЙСКАЯ ТЕНДЕНЦИЯ

Это связано в первую очередь с резким удорожанием комбикормов в 2012 году из-за засухи (урожай зерна в России составил всего 71 млн т вместо запланированных 93 млн т): стоимость зерна тогда выросла почти вдвое — участники рынка говорили, что с 6,5 тыс. до 13,5 тыс. рублей за 1 т, учитывая доставку. Кроме того, постоянно растут цены на электроэнергию и топливо, что не может не отражаться на производителях.

Большие проблемы у производителей и с краткосрочным кредитованием. Ассоциация комбикормовых заводов Ленобласти уже обратилась к вице-губернатору региона по АПК Сергею Яхнюку с жалобой на банки: требования к заемщикам ужесточаются, объемы кредитования сокращаются, стоимость залогового имущества занижается в десятки раз, а сроки рассмотрения заявок

затягиваются. Кроме того, растут ставки по процентам. Так, в 2013 году в Россельхозбанке ставка составляла 10,58%, а в 2014 году — 11,8%, в Сбербанке ставка выросла с 10,67 до 11,3%. В итоге многие предприятия испытывают нехватку оборотных средств.

Естественно, что в таких условиях резко возросла доля импорта. «Импорт вырос в 2012 году на 8 процентов, в этом году рост составил 20 процентов», — говорит Александр Петренко. В итоге доля импорта молочных продуктов достигает 50% в отдельных позициях. Только из Белоруссии за год импорт молока вырос с 3,6 до 4,3 млн т.

В условиях нехватки сырья небольшие заводы не могут предложить конкурентные цены производителям молока. «Лидеры рынка также контролируют не менее 70 процентов рынка сырого молока, осо-

бенно ясно это проявилось в прошлом году, когда был кризис в молочной отрасли», — говорит Игорь Дю.

Работу с сетями небольшим заводам тоже не просто наладить. «Доля сетевого ритейла достигла 70 процентов от общего объема сбыта молочной продукции», — ссылается на данные участников рынка Александр Петренко. Эксперты подтверждают: сетям легче работать с крупными производителями молока — в связи с возможностью поставлять большие объемы, удобством логистики и более низкими ценами, которые не могут позволить себе маленькие заводы. «Транснациональные компании пользуются своим доминирующим положением на рынке и снижают цены на продукцию за счет своих больших объемов производства», — отмечает Игорь Дю.

«Сельхозпроизводителям достаточно сложно самостоятельно выйти на рынок, так как нужна собственная переработка, а это требует больших вложений. И даже если есть возможность организовать свое производство, то появиться на полке крупных розничных сетей получится нескоро из-за их условий», — добавляет в СХП «Лосево».

«Мелким производителям скоро будет просто негде продавать свою продукцию. Потому что в сложившейся ситуации они никогда не войдут в федеральный сетевой ритейл», — подытоживает Александр Петренко.

НЕСТАНДАРТНЫЕ ВЫХОДЫ Впрочем, многие производители не отчаиваются и пытаются выживать в таких условиях. Один из вариантов развития для небольших производителей — это возможность производить молочные продукты под частными торговыми марками для торговых сетей и других компаний. Например, в основном за счет этого держится на плаву новгородское ЗАО «Лактис».

Крупный региональный игрок «Галактика» расширяет ассортимент и начинает производить высокомаржинальную продукцию: сыворожки, молочные коктейли и другое.

С начала года в области работает новое предприятие — ЗАО «Сельцо», проектная мощность которого составляет 50 т молока в сутки. В компании делают ставку на дорогую продукцию, объясняя ее преимуществами. Гендиректор ЗАО «Сельцо» Андрей Ионов говорит, что конкурировать с транснациональными компаниями бесполезно, потому что они могут держать сколько угодно низкую цену столько времени, сколько им потребуется. «При этом если выпускать качественные молочные продукты, по-честному, безо всяких добавок, то они получаются достаточно дорогими, дороже, чем у транснационалов. В этом случае необходимо активно заниматься маркетингом, объяснять потребителю, чем твоя продукция лучше, чем у крупнейших игроков рынка. Ведь известная торговая марка — это уже гарант того, что продукт

безопасный и нормальный по качеству», — отмечает он.

Некоторые предприятия — холдинг «Детскосельский», СХП «Лосево» и другие — создают собственные магазины и в итоге выходят на замкнутый производственный цикл, чтобы не зависеть от сетей и производителей молока. «У нас более выгодная ситуация, так как у нас замкнутый производственный процесс, начиная от полей, где заготавливается корм для наших коров, фермы, молокозавода, заканчивая развозкой продукции в точки продаж на собственных автомобилях-рефрижераторах, — рассказывают в «Лосево». — Более того, мы расширяем свою фирменную торговую сеть, ассортимент которой также планируется увеличить. Это позволяет нам дать приемлемую цену для потребителя и контролировать условия хранения продукции. А это очень важно, учитывая, что хранится наша продукция не более пяти суток. Но мы очень долго к этому шли. Это потребовало много сил, времени и вложений».

А вот работу с сетями переработчикам наладить будет непросто. Александр Петренко предлагает на законодательном уровне прописать обязательную представ-

ленность на полках сетевых магазинов молочной продукции, производимой небольшими местными предприятиями. Должна быть какая-то обязательная квота в крупной рознице, уверен он.

Производители Ленобласти, однако, на это не слишком рассчитывают. Несколько профильных союзов уже обратились в областное правительство с просьбой предоставить им землю в районах области под строительство собственных магазинов. Они готовы за свой счет построить по два-четыре магазина в каждом районе Ленобласти для реализации там собственной продукции без накруток посредников и сетей. В проекте готовы участвовать региональные отраслевые объединения: «Мясной союз», «Гильдия пекарей», «Союз фермеров», «Союз молокоперерабатывающих предприятий», «Союз рыболовов». Их не пугает оценка проекта более чем в миллиард рублей. «Мы считаем, что решение данного вопроса станет реальной поддержкой предприятий малого и среднего бизнеса в сфере производства пищевой продукции и переработки сельскохозяйственной продукции, работающих на территории Ленобласти», — уверены инициаторы. ■

21 → В открытии деловой программы форума принял участие временно исполняющий обязанности губернатора Петербурга Георгий Полтавченко, который отметил, что в непростых геополитических условиях Петербург по-прежнему сохраняет устойчивые позиции финансового центра Северо-Запада России. За прошедший год суммарные активы банков Северо-Запада и филиалов иностранных банков, работающих в Санкт-Петербурге, выросли на 12%.

Среди заметных заявлений, сделанных на конгрессе, можно отметить слова Эльвиры Набиуллиной, которая сообщила, что Банк России намерен начать систематические проверки банков на наличие скрытых вкладов. «Исходя из последнего опыта, мы собираемся внедрить методы экспресс-оценки банков на наличие скрытых вкладов, с чем мы столкнулись в последнее время», — передает слова госпожи Набиуллиной агентство «Прайм». Кроме того, ЦБ намерен «шире применять практику профессиональной оценки нефинансовых активов и имущества банков».

На конгрессе также было заявлено о том, что ЦБ готовится распространить практику проверки непрофильных банковских активов на других участников финансового рынка. С помощью штатных оценщиков регулятор сможет выяснить, насколько справедливо оцениваются нерыночные вложения негосударственных пенсионных и паевых инвестиционных фондов.

Банкиров интересовал вопрос снижения ставок на денежном рынке, однако глава ЦБ не смогла дать каких-либо позитивных прогнозов на этот счет.

1 июля 2014 года российская платежная система ПРО100 провела вечернее мероприятие в рамках XXI Международного банковского конгресса в панорамном ресторане «Москва City».

Участниками дружеского ПРО100-коктейля стали представители госструктур, Банка России, международных финансовых институтов, российских и зарубежных банков, банковских ассоциаций, консалтинговых и IT-компаний.

Гостям вечера были представлены разнообразные закуски, напитки и десерты, а закончился вечер выступлением московской группы «Браво». ■

РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК ПОД ПРЕССОМ

РЫНОК НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ЗА 2013 ГОД ВЫРОС НА 13%, ДОСТИГНУВ 6,3 МЛРД РУБЛЕЙ. В ТО ЖЕ ВРЕМЯ ЭКСПЕРТЫ ПОЛАГАЮТ, ЧТО ПОЛИТИКА ГОРОДСКОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА, НАПРАВЛЕННАЯ НА СНИЖЕНИЕ ЧИСЛА РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ И УВЕЛИЧЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К КАЧЕСТВУ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЕКТОВ, ПРИВОДИТ К СНИЖЕНИЮ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ МНОГИХ ИГРОКОВ. СВЯТОСЛАВ ФЕДОРОВ

Анна Мишутина, аналитик ИК «Финам», отметила, что на долю Санкт-Петербурга приходится 6–8% российского рекламного рынка. По ее ориентировочным оценкам, весь рынок рекламы Санкт-Петербурга по итогам 2013 года составил 22–23 млрд рублей, а его объем по сравнению с предыдущим годом увеличился примерно на 10%. «Для рекламного рынка Северной столицы в целом характерны тенденции, наблюдаемые и на федеральном рынке. Прежде всего, в их числе опережающий рост сегмента интернет-рекламы, умеренный рост наружной и радиорекламы, и незначительный (или даже отрицательный) рост рекламы на телевидении и в печатной периодике», — пояснила она.

В свою очередь Роман Гринченко, младший аналитик «Инвесткафе», подсчитал, что за 2013 год объем рынка наружной рекламы в Санкт-Петербурге вырос на 13% по сравнению с 2012 годом и составил 6,3 млрд рублей. По его словам, этот сегмент рекламной индустрии продолжает консолидироваться, так как требования правительства к качеству рекламных объектов растут, что приводит к снижению рентабельности бизнеса многих игроков. К тому же власти стараются снизить количество рекламы на улицах городов, что приводит к сокращению предложения на рынке, рассказал эксперт.

По свидетельству Анны Мишутинной, петербургский рынок «наружки» является достаточно насыщенным, при этом



ВСЕГДА ВРЕМЯ ЭКСПЕРТЫ ПОЛАГАЮТ, ЧТО ПОЛИТИКА ГОРОДСКОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА, НАПРАВЛЕННАЯ НА СНИЖЕНИЕ ЧИСЛА РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ И УВЕЛИЧЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К КАЧЕСТВУ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЕКТОВ, ПРИВОДИТ К СНИЖЕНИЮ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ МНОГИХ ИГРОКОВ.

характеризуется высоким уровнем концентрации. На долю 10 ключевых игроков рынка приходится почти 100% его объема. По данным некоторых профильных источников, крупнейшими оператора-

ми рынка в Петербурге являются Russ Outdoor, Poster, Volgo-Balt Media, Taler, «Руан», «Реклама-Центр» и другие.

«Выйти на рынок наружной рекламы новым игрокам практически невозможно,

так как для этого компании необходимо обзавестись местами для размещения рекламы, которые уже принадлежат другим компаниям», — прокомментировал господин Гринченко. → 24

НАРУЖНЫЕ НОСИТЕЛИ

23 → БЕЗ КОНЦЕПЦИИ, НО СО СХЕМОЙ

Участники рынка и аналитики отмечают, что сфера наружной рекламы — это традиционно наиболее зарегулированный сегмент. «Особенно это касается обеих столиц, Москвы и Санкт-Петербурга, власти которых особенно тщательно следят за архитектурным обликом города, что ограничивает операторов рынка в выборе локаций, инструментарии и способствует повышению себестоимости оказываемых услуг. С другой стороны, нельзя не согласиться с мнением некоторых экспертов об излишней рекламной перегруженности центральных улиц Москвы и Санкт-Петербурга, в свете чего действия чиновников по сокращению числа рекламных носителей выглядят целесообразными», — высказала свою точку зрения Анна Мишуткина.

В апреле 2013 года Госдума приняла очередные поправки к закону «О рекламе», согласно которым регионы самостоятельно могут устанавливать срок действия договоров на установку рекламных носителей — например, пять или десять лет. В октябре во втором чтении петербургский парламент принял поправки Виталия Милонова, согласно которым заключение договоров с рекламными операторами должно происходить на 10 лет.

В апреле 2014 года была утверждена Схема размещения рекламных конструкций в Санкт-Петербурге. Этот документ говорит о том, сколько и каких рекламных носителей должно быть размещено в городе. Ранее Александр Лобков, председатель комитета по печати и СМИ Петербурга, официально заявлял, что количество мест в новой Схеме сократится на 23% — с 14,5 тыс. рекламных конструкций до 11 тыс.

Однако корреспондент газеты «Коммерсантъ» насчитал в новой Схеме только 8060 рекламных конструкций различного типа: тумб, ситибордов, щитов, суперсайтов, афишных стендов и так далее. Больше всего конструкций сосредоточится в Московском районе (1317), а меньше всего — в Кронштадтском районе (8). В Василеостровском районе разместятся 453 рекламных носителя, в Адмиралтейском — 558, в Выборгском — 984, в Петроградском — 560 и так далее.

Роман Гринченко констатировал, что новая Схема размещения рекламных конструкций, разработанная правительством Санкт-Петербурга, предполагает сокращение количества рекламных площадок на 35%, и это может привести к существенному снижению количества игроков на рынке наружной рекламы, так как вынудит компании поднимать цены на предоставляемые услуги, что может отпугнуть клиентов.

Сергей Колесников, генеральный директор ООО «Клеар Чаннел Раша», также отметил, что схема размещения рекламных конструкций предполагает ликвидацию (снос) около 30–35% носителей наружной рекламы в городе. В первую очередь, речь идет об освобождении центральных петербургских магистралей и набережных.

Надо сказать, что большинство контрактов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций были заключены еще в 2008 году, сроком на пять лет. По данным Контрольно-счетной палаты Петербурга, на момент утверждения Схемы истекло две трети заключенных договоров, в связи с чем было множество исков в Арбитражный суд по поводу демонтажа этих рекламных конструкций.

Сергей Колесников констатировал, что процедура проведения торгов, по результатам которых будут заключаться новые договоры на право размещения рекламного носителя на определенных городских участках, тормозится из-за того, что Смольным пока так и не утвержден другой важный документ — Концепция размещения рекламы. Ее разработка велась с 2011 года, но пока так и не завершена.

Еще одна тенденция, по словам господина Колесникова, — это сужение сегмента наружной рекламы, который сейчас в Петербурге имеет долю в 18%, в пользу рекламы на других носителях (телевидение, интернет и так далее). «Тем не менее, число операторов на рынке наружной рекламы Петербурга в течение последних двух лет не поменялось. Будет ли передел в отрасли, станет понятно после проведения торгов. Пока же участники рынка застыли в ожидании», — заключил эксперт.

Роман Гринченко отметил, что, поскольку предложение на рынке постепенно снижается в результате стремления правительства сократить количество рекламных объектов, цены на наружную рекламу в Санкт-Петербурге за 2013 год выросли примерно на 20% по сравнению с 2012 годом. «Впрочем, в связи с возникшими экономическими проблемами в результате кризиса на Украине у многих рекламодателей снизились бюджеты на рекламные компании, в связи с чем операторы, предоставляющие в аренду рекламные площадки, были вынуждены снижать цену в первом квартале 2014 года, чтобы заполнить пустующие пространства», — добавил он.

ОРИГИНАЛЬНЫЕ МЕСТА По мнению Ильи Тюкина, директора ГК «Арт-фасад», рынок наружной рекламы пережил всего несколько заметных изменений со времени своего становления в России вообще и в Петербурге в частности. «Первое — это попытка ограничить и унифицировать наружную рекламу на центральных улицах и крупных проспектах. И второе — централизация рынка. Ограничение некоторых носителей, например так называемых перетяжек, которые еще в начале 2000-х в обилии присутствовали на Невском проспекте, дало положительный эффект для городской среды. Вновь открылись перспективы и ценные исторические виды, да и просто среда стала аккуратнее. Но при этом резкое ограничение рекламы привело в какой-то степени и к отрицательным последствиям. Ведь реклама несет еще и информационный характер, а часто даже навигационный. В отсутствие возможности эффективно разместить рекламу в городской среде, рядом с потоком непосредственных потребителей, многие предприятия, работающие «на потоке», оказались вынуждены изобретать какие-то иные виды рекламы. Не весь такой „креатив“ полезен городу. Мы за совмещение коммерческой, информационной и функциональной составляющей. Например, реклама на скамейках, урнах, остановках или павильонах, органично вписанная в городскую среду, может быть информативна, эстетична и полезна для

людей. Но таких малых и средних архитектурных форм у нас крайне мало. А заказов, например, на разработку подобной серии мы и вовсе не встречали. Хотя, возможно, работа в этом направлении ведется, просто в нее не включены ни местные архитектурные бюро, ни компании по управлению качеством среды, как наша. Это досадно», — прокомментировал он ситуацию. В то же время Илья Тюкин отметил, что архитектурные конкурсы на разработку линии подобных эффективных городских архитектурных форм за рубежом считаются важными. С другой стороны, по его словам, централизация рынка наружной рекламы сказалась на улучшении эксплуатации носителей: меньше стало неисправных, разрушенных или просто оборванных щитов, которые негативно выглядят в любом окружении.

Анастасия Лепехина, директор по продвижению NAI Besar, констатировала, что, по словам многих экспертов, рынок наружной рекламы уменьшается за счет снижения спроса. Это связано с тем, что многие компании постепенно снижают свои рекламные бюджеты, в том числе это затрагивает и наружные конструкции. Компании стараются расширить свои выходы на аудиторию, используя пиар, социальные сети, но без увеличения бюджета.

«Одними из наиболее активных в этом сегменте остаются компании в сфере недвижимости и строительства. Большая часть рекламных щитов и в черте города, и на выезде завешана рекламой квартир, причем чаще всего эконом и комфорт-класса. Объясняется это довольно просто: компании борются за покупателя, именно поэтому все чаще можно увидеть рядом два рекламных щита с рекламой квартир в одном микрорайоне», — уверена Анастасия Лепехина.

Она заключает: «Законодательное регулирование наружной рекламы обсуждается давно. Операторы довольно часто говорят о своем недовольстве действиями власти, о необходимости увеличения сроков аренды конструкций. При этом пока что кардинальных шагов, которые могли бы изменить расстановку сил и позиции операторов на рынке, власти города не делали». ■

ОСЕДАЮЩАЯ ПЕНА

ПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА В РОССИИ НЕУКЛОННО СНИЖАЕТСЯ В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ: С 2009 ГОДА РЫНОК ПЕННОГО НАПИТКА СОКРАТИЛСЯ НА 25%. В БЛИЖАЙШЕЙ ПЕРСПЕКТИВЕ ОН ПРОДОЛЖИТ СВОЕ ПАДЕНИЕ, ПО ЭКСПЕРТНЫМ ОЦЕНКАМ, ТОЛЬКО В 2015 ГОДУ ОН МОЖЕТ ПОТЕРЯТЬ ЕЩЕ КАК МИНИМУМ 4%. ОДНАКО ПРИЧИНА ОТРИЦАТЕЛЬНОЙ ДИНАМИКИ ТАИТСЯ НЕ В ТЯГЕ НАСЕЛЕНИЯ К ЗДОРОВОМУ ОБРАЗУ ЖИЗНИ, А В ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВАХ, ПРЕДСКАЗАТЬ КОТОРЫЕ НЕВОЗМОЖНО. ВЛАДА ГАСНИКОВА

По оценке НП «Клуб профессионалов алкогольного рынка», в 2013 году розничные продажи пива в денежном выражении составили в России около \$ 6,6 млрд, при этом розничные продажи крепкого алкоголя в стране по итогам прошлого года составили \$8 млрд. По данным партнерства, продажа на душу населения пива за последние 10 лет выросла более чем в два раза, с 35 до 77 литров на человека. За счет того, что пиво было приравнено к

алкогольным напиткам в России только в середине 2012 года, в стране появилось большое количество небольших пивных заводов: на сегодняшний день, по сведениям генерального директора «Клуба профессионалов алкогольного рынка» Максима Черниговского, их около 700. При этом деятельность в сфере производства этилового спирта и алкогольной продукции на 1 января 2014 в РФ осуществляло всего 270 заводов.

По данным Росстата, в 2013 году в России было произведено 890 млн дал пива, и этот показатель был ниже на 8,5% объемов за 2012 год. По подсчетам Nielsen, в 2013 году на долю Петербурга пришлось около 5% от общего потребления пива в России.

Крупнейшим игроком на петербургском пивном рынке является ООО «Пивоваренная компания „Балтика“», которое по итогам 2013 года занимает 46,6%, второе

место у ООО «Объединенные пивоварни „Хейнекен“» (22,7%), третье место принадлежит ЗАО «Пивоварня „Москва — Эфес“» (9,1%), и четвертое — ОАО «САН ИнБев» (8,4%, статистика Nielsen).

При этом географические особенности играют свою роль в поведении потребителей: например, жители Петербурга больше других россиян любят светлые легкие сорта пива, на втором месте у петербуржцев — крепкие сорта и нефилтрованное

пиво. География влияет и на положение на рынке: например «Объединенные пивоварни „Хейнекен“» в Нижнем Новгороде и Екатеринбурге занимают первое место по объему продаж.

Начальник аналитического отдела инвестиционной компании ЛМС Дмитрий Кумановский оценивает рентабельность производства пива в 7–10% и замечает, что она постоянно снижается из-за ужесточения законодательства и сокращения выручки пивоваров.

В апреле 2014 года директор по маркетингу компании «САН ИнБев» Константин Тамиров замечал, что за период с 2008 до конца 2013 года рынок пива в России сократился более чем на 25%, и сравнивал эти объемы с рынком всей Великобритании. По ощущениям господина Тамирова, доходность отрасли за эти шесть лет снизилась более чем на 40%.

ПОВОДЫ ДЛЯ СПАДА Исаак Шепс, президент ООО «Пивоваренная компания „Балтика“» и старший вице-президент Carlsberg Group по региону Восточная Европа, называет три причины для неостанавливающегося падения рынка: рост акциза, продолжающийся темпами, опережающими инфляцию; вступившее в силу в 2013 году ограничение по местам продаж пива; ограничение продаж пива во времени, которое разнится от региона к региону.

Например, в 2008 году пивной акциз вырос одновременно в три раза и продолжает расти. В 2014 году рост акциза составил 20% по сравнению с 2013 годом: он увеличился с 15 до 18 рублей за бутылку.

«От такого положения отрасли страдают не только компании-производители, но и государство, и общество: сокращается объем налоговых выплат, уменьшается количество рабочих мест, в том числе в смежных отраслях. За последние годы в России закрылось восемь крупных пивоваренных заводов», — говорит господин Шепс.

При этом ряд регулирующих механизмов, применяющихся сейчас в нашей стране и направленных на снижение уровня злоупотребления алкоголем среди населения, Исаак Шепс оценивает как неработающие уже сейчас. «В то же время, за последние два года появилось около 100 законодательных инициатив в части усиления регулирования рынка пива, и продолжают появляться новые», — замечает он.

К числу нелогичных мер регулирования отрасли производители относят потенциальный запрет на использование поллитровой термопластиковой упаковки из полиэтилентерефталата (ПЭТ-упаковка). 10 июня в первом чтении был принят законопроект, который вводит ограничение на использование пластиковой упаковки для алкогольной продукции с постепенным полным отказом от нее.

По данным Nielsen, в январе — апреле 2014 года пиво в ПЭТ-упаковке занимало 46,9% российского пивного рынка. Доля пива в пластиковой бутылке объемом 1,5 л составляет 18,5%, 1 л — 2,5%, 0,5 л — 0,02%. Доля пива в ПЭТ свыше 1,5 л составляет 25,88%. По оценочным данным, на пивную отрасль приходится более 20% объемов всей производимой ПЭТ-упаковки в России.

«Принятие законопроекта в существующем виде нанесет серьезный ущерб всей отрасли с дальнейшим резким снижением объемов производства, со-



ПРОИЗВОДИТЕЛИ СЧИТАЮТ, ЧТО ПИВНОМУ РЫНКУ ПОДРЕЗАЮТ КРЫЛЬЯ НЕЛОГИЧНЫЕ МЕРЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ

кращением рабочих мест: линии ПЭТ нельзя переоборудовать под другой вид тары — они будут демонтированы, а при текущих условиях отрасль не может инвестировать в установку иных линий. Кроме того, это скажется на ухудшении инвестиционного климата, поскольку значительную часть пивной отрасли в России составляют иностранные инвесторы, крупнейшие мировые компании», — прогнозирует Исаак Шепс. По его мнению, не только произойдет стремительное сокращение производства пива, дальнейшее закрытие пивоваренных заводов, в которые за последние десять лет были инвестированы огромные средства, но и соответственно сократятся поступления в бюджеты, прежде всего региональные, для которых акцизы на пиво являются мощным источником дохода.

Директор по корпоративным отношениям Heineken в России Кирилл Болматов подчеркивает: емкость имеющихся в стране заводов по производству алюминиевой банки и стеклянной бутылки в настоящее время ограничена, ее недостаточно для производства дополнительной упаковки для пива, которая понадобится при полном переходе с ПЭТ-упаковки. «Отказ от данного вида упаковки, даже с учетом предоставленных в законопроекте переходных периодов, потребует существенного переоснащения заводов, что в условиях падающего рынка и агрессивной законодательной среды не представляется возможным. В случае принятия законопроекта в таком виде перспектива закрытия многих пивоваренных предприятий по всей России становится реальной, что повлечет за собой череду экономических и социальных последствий: среди них сокращение рабочих мест, налоговых отчислений в бюджеты регионов, переход потребителя на суррогат», — говорит господин Болматов.

Исаак Шепс согласен: подобная мера не заставит какую-то часть россиян отказаться от алкоголя. «Главным последствием для структуры потребления алкоголя станет ее перераспределение в пользу более крепких алкогольных напитков, в первую очередь — нелегальной водки. ПЭТ никак не влияет на масштабы чрезмерного или безответственного потребления. Полторалитровая пластиковая бутылка пива содержит в 2,6 раза меньше алко-

ля, чем пол-литровая бутылка водки», — продолжает президент «Балтики».

Руководитель «Клуба профессионалов алкогольного рынка» Максим Черниговский рассказывает, что с 2009 года рост акцизов составил 600%, он вырос с 3 до 18 рублей. Параллельно с этим нелегальный рынок пива вырос в пять раз. «В 2010 году отклонение не превышало 2 процента, но уже в 2013 году этот показатель превысил 10 процентов. Увеличение „серого“ рынка связано еще и с тем, что доля крупных и западных компаний снизилась с 91 до 82 процентов», — уверен господин Черниговский.

Производители пива заявляют о своей готовности сотрудничать с органами государственной власти в подготовке решений, направленных на снижение уровня алкоголизации. Однако, как всегда, бизнесу в России не хватает со стороны государства взвешенности в подходе и изучения интересов коммерческих компаний, самого государства (как получателя налогов) и потребителей.

Кирилл Болматов называет оптимальным вариантом для всех сторон сохранение возможности производить пиво в ПЭТ-бутылке объемом 1,5 л. «Адаптироваться к новым ограничениям рынок сможет только при наличии продолжительного переходного периода. Без существенных потерь отрасль смогла бы отказаться от использования ПЭТ-упаковки объемом более 1,5 л не раньше 2017 года», — считает господин Болматов.

РЕКЛАМНАЯ ПАУЗА Ограничения на рекламу пива принимались поэтапно с 2004 года, и с 1 сентября 2012 года в России реклама пива была полностью запрещена. Правда, в преддверии чемпионата мира по футболу, который должен пройти в РФ в 2018 году, 1 июля были приняты временные поправки: реклама пива и алкогольных напитков на его основе разрешена до 31 декабря 2018 года.

Исаак Шепс рассказывает, что ряд исследований и опыт других стран показывают, что реклама не влияет на объем приобретаемой продукции, а только на выбор какой-то марки среди аналогичных. «На протяжении многих лет „Балтика“ поддерживает различные виды спорта, спортивные клубы и лиги. Развитие спорта всегда было одним из приоритетов компании в области взаи-

модействия с местным сообществом, а продвижение брендов проходило исключительно в рамках законодательства. Приятно сознавать, что в преддверии чемпионата мира по футболу снимаются принятые ранее ограничения для рекламы пива в местах проведения спортивных мероприятий, периодических печатных изданиях и на телевидении. Россия хочет и может организовывать у себя крупнейшие спортивные мероприятия, в том числе футбольные. Этот вид спорта, как и многие другие в нашей стране, требует поддержки бизнеса. Добиться серьезных сдвигов в процессе развития спортивного движения, привить культуру цивилизованного поведения на спортивных матчах и соревнованиях можно лишь совместными усилиями спортивных клубов, государства и бизнеса», — уверен господин Шепс.

Кирилл Болматов из Heineken оценивает потенциальные инвестиции пивной отрасли в рекламу в том или ином виде на спортивных площадках в сумму, превышающую 5 млрд рублей.

ПРОГНОЗЫ С ПРЕФЕРЕНЦИЯМИ И БЕЗ

Дмитрий Кумановский из инвесткомпании ЛМС констатирует, что законодательные инициативы, касающиеся пивного рынка, негативно сказались на нем, резко усложнив падение продаж на фоне сокращения потребительской уверенности в будущем у россиян. «Вклад изменения законодательства стоил дополнительных двух-четырёх процентов падения к той ситуации, что была на рынке. Поэтому ожидания пивоваров о снижении продаж пива на четыре процента в этом году — предварительные и не учитывают возможности дальнейшего ужесточения законодательства», — говорит господин Кумановский.

В будущем аналитик прогнозирует продолжение падения потребления пива из-за роста значительного теневого рынка крепкого алкоголя, из-за ухудшения ситуации в российской экономике, из-за сокращения торговых точек, ужесточения правил продажи алкоголя в розничных сетях и роста акцизов.

Правда, Максим Черниговский называет и законодательно утвержденные преференции для производителей пива: на производство пива не нужна лицензия, не нужно использовать Единую государственную автоматизированную информационную систему (ЕГАИС), маркировать продукцию акцизными марками. «Это очень существенный блок преференций. Я прикидывал, что если бы производители винодельческой продукции имели такой объем законодательных преференций, то в течение пяти лет потребление вин российского производства увеличилось бы минимум в два раза», — говорит господин Черниговский.

По его словам, целое поколение выросло в России на пивной рекламе, поэтому увидеть человека, который пьет пиво на улице, — это обычное явление.

«Итоги десятилетней истории преференций и политики лоббизма в отношении производителей пива очевидны: Россия занимает третье место в мире по потреблению алкоголя, измеряемого в литрах чистого этилового спирта на человека. Значительная часть этого алкоголя, 40 процентов, приходится на пиво», — добавляет генеральный директор НП «Клуб профессионалов алкогольного рынка». ■

ПЛЫТЬ ПО ТЕЧЕНИЮ

В ПЕТЕРБУРГЕ, ГОРОДЕ РЕК И КАНАЛОВ, ГДЕ ОБЩАЯ ДЛИНА ВОДНЫХ ПУТЕЙ СОСТАВЛЯЕТ ПОЧТИ 1,8 ТЫС. КМ, К ВОДНОМУ ТРАНСПОРТУ ДОЛЖНО БЫТЬ ОСОБЕННОЕ ОТНОШЕНИЕ. ПРАВДА, ПЕРЕВОЗЧИКИ, РАБОТАЮЩИЕ И НА ЭКСКУРСИОННО-ПРОГУЛОЧНЫХ МАРШРУТАХ, И НА ЛИНИЯХ ГОРОДСКОГО ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА, ЭТОГО НЕ ОЩУЩАЮТ. ЕСТЬ ЛИ У РЫНКА ГОРОДСКИХ ВОДНЫХ ПЕРЕВОЗОК ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РОСТА, ИЗУЧАЛА КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ ВЛАДА ГАСНИКОВА.

По экспертным оценкам, в Петербурге 70–80 компаний, имеющих лицензии на пассажирские перевозки по рекам и каналам города. Крупнейшие организации входят в состав Ассоциации владельцев пассажирских судов Санкт-Петербурга, занимая вместе около 85% рынка. Основными игроками являются компании «Астра Марин» (вышла из ассоциации), «Нева Тревел компани», «Водоход», «Мелодия», «Смольнинское пароходство», «Самсон», «Фата Моргана», «Матисов остров».

По данным комитета по транспорту, в 2013 году в рамках экскурсионно-прогулочных перевозок по рекам и каналам Петербурга было перевезено около 918 тыс. туристов. Емкость рынка оценивается в 450–500 млн рублей. Стоимость поездки у разных перевозчиков варьируется от 300 до 700 рублей, и тариф определяется только рыночным путем — представители власти в этом вопросе не имеют влияния на транспортные компании.

По оценке одного из перевозчиков, в глобальном смысле новые игроки на рынке не появляются: скорее, силами уходящих сотрудников создаются небольшие компании, отпочковавшиеся от существующих. «Туристов не хватает и существующим компаниям: в этом году поток пассажиров значительно сократился. К тому же постоянно повышаются требования к судам, что объясняется безопасностью, да и сами суда стоят по 15–20 млн рублей. Войти на этот рынок очень сложно, сложно и работать на нем: сезон четыре месяца, а остальное время нужно хранить суда и платить зарплату сотрудникам», — говорит Владимир Филиппов, директор ООО «Аква-экскурс».

Для осуществления пассажирских перевозок по рекам и каналам Петербурга компании необходимо получить несколько документов: свидетельство о годности судна к плаванию и документ о прохождении технического освидетельствования, которые выдает Российский речной регистр (РРР), а также лицензия на осуществление пассажирских перевозок от Росморречнадзора. Эти процедуры довольно затратны по времени. Кроме того, регулярно обновляются требования к судам, согласно которым переоборудование одного плавсредства может обойтись в 1 млн рублей.

«Ежегодно затраты перевозчиков растут: налоги, зарплаты, топливо. Документы в регистре, любая бумажка стоит денег. Кроме того, РРР регулярно придумывает новые требования к судам, которые требуют переоснащения, обучения и аттестации экипажа. Поэтому не удивительно, что стоимость поездки для горожан сейчас неподъемная — нашими услугами пользуются только туристы. Но опустить цены мы не можем: у нас постоянно растущие затраты», — говорит один из городских перевозчиков.

Перевозчик вправе устанавливать собственные маршруты водного транспорта



В ЭТОМ ГОДУ ПОТОК ПАССАЖИРОВ РЕЧНЫХ ПЕРЕВОЗЧИКОВ ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ

в Санкт-Петербурге и утверждать расписание движения судов по ним, однако приступить к непосредственной работе можно только после включения трассы в Перечень маршрутов комитета по транспорту.

Перевозки невозможны без аренды причалов, которые находятся на балансе города. Стоимость конкретного причала определяется в зависимости от индивидуальных характеристик объекта и рассчитывается городским комитетом по управлению государственным имуществом (КУГИ). Ведомство выставляет причалы на торги и определяет победителей. Процесс выбора победителей неоднократно вызвал недовольство у перевозчиков, однако сейчас причалы поделены, и в этом плане обстановка в городе спокойная. Правда, осенью перевозчиков ожидает продление договоров аренды, и чувствуется, что в бизнес-среде есть легкое беспокойство насчет того, как пройдет этот процесс. Стоимость месячной аренды причала варьируется, в зависимости от площади участка и его расположения, от 50 тыс. до 250 тыс. рублей.

ПИРАТЫ ПО КУРСУ Другой серьезной проблемой для перевозчиков являются нелегальные конкуренты, не озабоченные прохождением в различных инстанциях всех процедур на право работать на реках и каналах Петербурга и необходимостью платить за аренду причалов. По оценке комитета по транспорту, примерно 10% рынка речных экскурсий приходится на нелегалов. Борьбаться с ними призван линейный отдел МВД России на водном транспорте. Сотрудники отдела регулярно отлавливают маломерные суда, которые перевозят туристов без лицензии и без соблюдения минимальных правил безопасности, в том числе с серьезным перевесом на борту.

Согласно КоАП РФ, за осуществление предпринимательской деятельности в области транспорта без лицензии граждане и должностные лица облагаются штрафом в размере 50 тыс. рублей, индивидуальные предприниматели — в размере 100 тыс. рублей, юридические лица — 400 тыс. рублей.

Как сообщают в комитете по транспорту, за последние пять лет острота проблемы нелегальных речных перевозчиков уменьшилась. «Между СПб ГКУ „Агентство внешнего транспорта“, ГИМС МЧС России по Санкт-Петербургу и Ленинградской области и линейным отделом на водном транспорте СЗТУ МВД России существует соглашение о совместных действиях, регулярно проводятся выездные рейды и другие контрольные мероприятия», — сообщили в пресс-службе транспортного ведомства. Кроме того, в городе действует рабочая группа по выявлению правонарушений при использовании причалов, куда помимо перечисленных учреждений входят КУГИ и комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры.

Однако перевозчики рассказывают, что на реках и каналах города работает немало пиратов, которые действуют не украдкой и разово, а чувствуют себя вполне вольготно. «Одни и те же суда с номерами ГИМС (выдаются для судов, находящихся в личном пользовании. — ВГ) каждую ночь выходят на туристические маршруты, набирая пассажиров больше вместимости судна. Получается, что они как-то решают вопрос с полицией. Видимо, ловят только тех, кто работает добросовестно», — говорит Владимир Филиппов.

АКВАБУС УПЛЫВАЕТ Возможным конкурентом, кроме нелегалов, для петербургских речных перевозчиков был и «Аквабус» — проект общественного водного транспорта, запущенный в 2010 году при Валентине Матвиенко. В первый год транспорт перевез 340 тыс. пассажиров, в 2011 году — 454 тыс. человек, в 2012 году — 139 тыс. пассажиров. Такое резкое падение пассажиропотока объясняется увеличением стоимости проезда для пассажиров в два раза (с 50 до 100 рублей), связанным с сокращением объема субсидий от города.

Вообще проект аквабусов все время своего существования вызывал споры: сторонники версии о том, что пользуются этим транспортом только туристы, выступали против господдержки речных маршрутов, а адепты идеи водного общественного транспорта апеллировали к тому, что им пользуются горожане, но при этом бюджету не нужно нести миллиардные расходы на поддержку водной инфраструктуры, как это происходит в случае с дорогами.

Однако администрация Георгия Полтавченко с самого начала восприняла проект предыдущей градоначальницы скептически, поэтому изначально было сокращено количество линий аквабусов, а потом и объем субсидий. При этом перевозчики, которые строили суда для работы на городских маршрутах, остались без работы, зато с лизинговыми платежами.

В этом году в городе работает только одна линия аквабуса, поделенная на две зоны: от метро «Старая деревня» (остановка на Ушаковской набережной) до Дворцовой набережной (остановка у входа в Летний сад) и далее до Медного всадника (остановка у здания суда). По будням проезд по всему маршруту стоит 170 рублей, в выходные и праздничные дни — 300 рублей. Субсидии на водный транспорт в этом году составляют 28 млн рублей и распространяются только на перевозки, осуществленные в будние дни. Годом ранее объем субсидий на четырех линиях достигал 120 млн рублей.

Со следующего же года город полностью отказывается от субсидирования аквабусов. Предполагается, что вся инфраструктура, построенная городом для работы общественного водного транспорта (причалы, понтоны, стоянки для судов), будет сдана в аренду на коммерческой основе по конкурсу.

«Вместо того чтобы тратить бюджетные деньги на малопопулярные перевозки, планируется развивать инфраструктуру и предоставлять ее в аренду коммерческим пользователям, перечисляя деньги в бюджет», — так теперь звучит позиция комитета по транспорту по вопросу аквабусов.

Правда, перевозчики очень осторожно оценивают привлекательность этой идеи: «По действующим расценкам возить пассажиров экономически нецелесообразно, а поднять стоимость нельзя — клиент откажется», — поясняет один из перевозчиков. ■

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОВАЛ

В КОММЕРЧЕСКУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ РОССИИ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2014 ГОДА БЫЛО ИНВЕСТИРОВАНО \$1,2 МЛРД. ПО СРАВНЕНИЮ С АНАЛОГИЧНЫМ ПЕРИОДОМ ПРОШЛОГО ГОДА ПАДЕНИЕ СОСТАВИЛО ОКОЛО 70%. НА МОСКВУ ПРИШЛОСЬ ОКОЛО 87% ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА ИНВЕСТИЦИОННЫХ СДЕЛОК, НА ПЕТЕРБУРГ — ВСЕГО 8%. РОМАН РУСАКОВ

В первом полугодии 2014 года из-за нестабильной политической ситуации на Украине, замедлившегося роста экономики и волатильности курсов валют инвестиционная активность в стране значительно снизилась. Как подсчитали в Colliers International, в коммерческую недвижимость России было инвестировано около \$1,2 млрд, что составило около 30% от объемов сделок за аналогичный период прошлого года (по данным другой аналитической компании, JLL, объем инвестиций в коммерческую недвижимость РФ составил чуть больше — \$1,4 млрд). Основные игроки заняли выжидательную позицию, но при этом продолжают проявлять интерес к качественным объектам с хорошей локацией. По итогам первых шести месяцев 2014 года наибольший объем инвестиций пришелся на гостиничный сегмент, в него было вложено порядка \$420 млн, говорят аналитики Colliers International.

Вторым наиболее привлекательным сегментом с точки зрения инвестиций стала торговая недвижимость, на долю которой пришлось \$395 млн. Офисный сектор привлек \$324 млн, складской — \$28 млн. При этом в первом полугодии наиболее популярными среди инвесторов были небольшие транзакции, в среднем до \$50 млн. Именно на их долю пришлось более 80% от количества закрытых сделок.

В первом полугодии 2014 года интерес инвесторов, как и в 2013 году, был сосредоточен преимущественно на активах, расположенных в Москве. В столицу, по данным Colliers International, вложили около 87% от общего объема инвестиций. На Петербург пришлось лишь 8% инвестиций.

ТОРГОВЛЯ ЗАМЕРЛА Следует отметить, что в течение первого полугодия на рынке Санкт-Петербурга не появилось новых действующих торговых комплексов. Основная активность в этом отношении ожидается осенью этого года. При этом, как отмечают аналитики, спрос на аренду сокращается, соответственно падают и ставки аренды.

Анна Никандрова, региональный директор по торговой недвижимости Colliers International в России, рассказала: «По итогам первого полугодия 2014 года объем качественных торговых площадей в торговых центрах составляет 2,5 млн кв. м. В течение первого полугодия на рынке Санкт-Петербурга не появилось новых действующих торговых комплексов».

Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St.Petersburg, подтверждает: «За полгода не было введено ни одного крупного торгового объекта. За последние десять лет подобная ситуация наблюдалась единственный раз — в разгар кризиса, в 2009 году. Объекты, которые предполагалось открыть в начале года: ТРЦ „Адмирал“, ТД „У Красного моста“, ТЦ „Галак-

тика“ — переносятся на более поздний срок», — рассказал он.

При этом спрос на помещения падает. Александра Смирнова, директор направления инвестиционного брокериджа NAI Vespa в Санкт-Петербурге, говорит: «За последние полгода спрос на рынке торговой недвижимости снизился на 30 процентов со стороны сетевых операторов. На фоне снижения спроса арендные ставки в среднем сократились на пять-семь процентов в зависимости от локации помещения. В общем, я бы сказала, что сейчас на рынке диктует правила арендатор, а не арендодатель, поэтому в процессе ведения переговоров ставки могут снижаться до 15 процентов, особенно в том случае, если помещение нельзя назвать качественным, а месторасположение явно не является удачным».

Впрочем, не все аналитики считают, что ставки падают. Госпожа Никандрова уверена: «Серьезной коррекции пока не происходит. Реакция со стороны собственников торговых центров на требования арендаторов по корректировке коммерческих условий и их готовность вступать в переговоры по новым договорам аренды во многом определяются текущим состоянием проекта (существующий, планируемый к открытию в 2014 году, планируемый к открытию в 2015–2017 годах), а также экономической устойчивостью самого девелопера (собственника). В целом можно отметить, что девелоперы склонны избегать долговременных мер по снижению или ограничению ставок и реализовывать кратковременные меры финансовой „поддержки“ арендаторов».

Господин Кокорев также считает, что ставки аренды «замерли в тревожном ожидании».

Максим Новицкий, генеральный директор компании «Альтера Инвест», также использует слово «замерли» при описании поведения и инвесторов на этом рынке: «Наблюдается тенденция „замирания“ инвестора в ожидании стабилизации ситуации, что в перспективе может опустить рынок. При этом Москве все нипочем: московский рынок торговых площадей показывает позитивные характеристики по сравнению с 2013 годом — зафиксирован рост, который к 2015 году может достигнуть семи процентов».

ОФИСЫ ПОДАЮТ ПРИЗНАКИ ЖИЗНИ Несколько более оживленной была ситуация в первом полугодии на рынке офисной недвижимости Петербурга.

За первое полугодие 2014 года на рынок города вышло девять бизнес-центров суммарной арендопригодной площадью около 80 тыс. кв. м. Из них на класс «А» пришлось 47 340 кв. м в четырех бизнес-центрах.

Для сравнения, по данным Maris Properties в ассоциации с CBRE, в Москве

в первом полугодии объем ввода офисных помещений составил около 0,5 млн кв. м, что составляет 35% от общего объема площадей, заявленных к вводу в эксплуатацию на 2014 год. В первом полугодии 2013 года объем ввода офисов в столице составил 340 тыс. кв. м.

В целом можно отметить, что в первой половине 2014 года на российском рынке коммерческой недвижимости, несмотря на сложную общую макроэкономическую конъюнктуру, ситуация оставалась относительно стабильной. «На отдельных локальных рынках сокращение ликвидности и сужение спроса спровоцировало падение инвестиционной и деловой активности и, как следствие, замедление нового строительства. Но в целом ставки сейчас скорее остаются без изменений, рынок пребывает в неопределенности, ожидая дальнейшего развития общей экономической ситуации. Наиболее устойчивыми остаются сегменты торговой и складской недвижимости», — говорит Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент».

Из наиболее ожидаемых проектов в Петербурге можно отметить бизнес-центры класса «А» — Eightedges и «Электро» (полностью арендованный структурами Газпрома). Что касается спроса, несмотря на опасения участников рынка, объем поглощения офисных площадей в первом полугодии 2014 года оказался сопоставим с результатами первого полугодия 2013 года, составив около 70 тыс. кв. м. «При этом уже не первый квартал наблюдается тенденция, когда основной спрос сфокусирован в сегменте качественных объектов класса „А“», — продолжает Константин Меркель, заместитель директора департамента офисной недвижимости Colliers International в Санкт-Петербурге.

Альберт Харченко, генеральный директор East Real, подсчитал, что на конец июня общее предложение на рынке качественной офисной недвижимости в городе достигло 2,58 млн кв. м.

По данным аналитиков агентства недвижимости «Итака», к концу первого полугодия 2014 года уровень вакансии в бизнес-центрах классов «А», «В+», «В» и «С» составил 20,6%, 13,9%, 12,7% и 7,3% соответственно. «Высокий уровень свободных офисных площадей в классе „А“ обусловлен не только выходом крупных бизнес-центров в первом полугодии 2014 года, но и в целом перенасыщением рынка офисной недвижимости данного класса. Если сейчас многие бизнес-центры высшего класса обеспечивают себе достаточный уровень заполнения благодаря переезде московских департаментов Газпрома, то к 2018 году они лишатся своих ключевых арендаторов в связи с переездом последних в „Лакhta-центр“», — прогнозируют в «Итаке». ■

16 → Несмотря на то, что проекты городов-спутников стараются создавать условия, позволяющие не выезжать без надобности за пределы этих территорий, все равно значительная часть жителей городов-спутников будет ездить на работу в Петербург.

Господин Назаров считает, что лекарством от «маятниковой миграции» может стать создание рабочих мест за пределами Петербурга, рядом с пригородными населенными пунктами. «В первую очередь их могут обеспечивать индустриальные парки (у нас их два — „Южный“ и „Дони-Верево“), периферийные деловые зоны (например, такая, как сформировалась в зоне „Пулкoво“), те же образовательные учреждения, технопарки, бизнес-инкубаторы... Именно такой подход способен превратить новый район в „подцентр“, где комфортно жить и где девелоперу выгодно вкладывать в разные виды недвижимости», — полагает он.

Господин Финогенов считает, что проблеме «маятниковых» потоков можно решить, во-первых, созданием занятости и культурно-рекреационных аттракторов (не только для местных жителей, но и для жителей Петербурга, которые хотят ехать на работу «против потока»), во-вторых, комфортный общественный транспорт (по типу аэроэкспресс), который может решить проблему автомобильных пробок.

«Следует формировать сбалансированную инфраструктуру, создавать максимально удобные условия для жизни, чтобы минимизировать потребность людей в постоянных поездках в Петербург. С учетом постепенного роста популярности удаленной работы, это способно уменьшить маятниковую миграцию, но лишь в долгосрочной перспективе», — рассуждает господин Фадеев.

«Несмотря на все более тщательную проработку новых проектов КОТ, маятниковую миграцию не удастся ликвидировать полностью. Даже при наличии достаточного количества рабочих мест, учебных и медицинских заведений в городах-спутниках, большая часть жителей предпочтет работать и учиться в Петербурге. Не все жители городов-спутников захотят пренебречь возможностями для развития, которые существуют во втором по величине городе России», — говорит господин Гулевский.

РАССТОЯНИЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩЕЕ Поэтому расстояние от города для спутников может быть определяющим.

Господин Финогенов говорит, что в международной практике оптимальным для города-спутника считается расстояние от 10 до 50 км.

Согласен с коллегами и господин Гулевский: «Оптимальное расстояние для города-спутника — не более 20 км от КАД. В противном случае город будет развиваться как самостоятельный населенный пункт, мало зависящий от экономики Петербурга».

Господин Назаров считает, что оптимальное расстояние от мегаполиса для городов-спутников — в пределах 30 км: «Это удобно для того, чтобы время от времени ездить в Петербург, и в то же время это не окраина большого города, а отдельное образование, в прямом смысле жилая среда. Конечно, „спальники“ никуда не денутся, но со временем голосование рублем заставит рынок девелопмента перестроиться в пользу спутников». ■



Аптекарский проспект, 16Б

Skandi Klubb

клуб хороших соседей



*Сканди Клубб

**1+1=2% скидка,
1+1+1=3% скидка***

Петроградская с лучшей стороны

- Клуб любителей скандинавского стиля жизни в Петербурге
- Комфорт и безопасность в центре города
- Шведская эстетика фасадов и рациональность планировок
- Системы энергосбережения и другие преимущества

*Предложения по рассрочке от NCC:

При одновременном заключении договора на покупку квартиры и кладового помещения или парковочного места предоставляется скидка 2% от стоимости квартиры
При одновременном заключении договора на покупку квартиры и кладового помещения и парковочного места предоставляется скидка 3% от стоимости квартиры