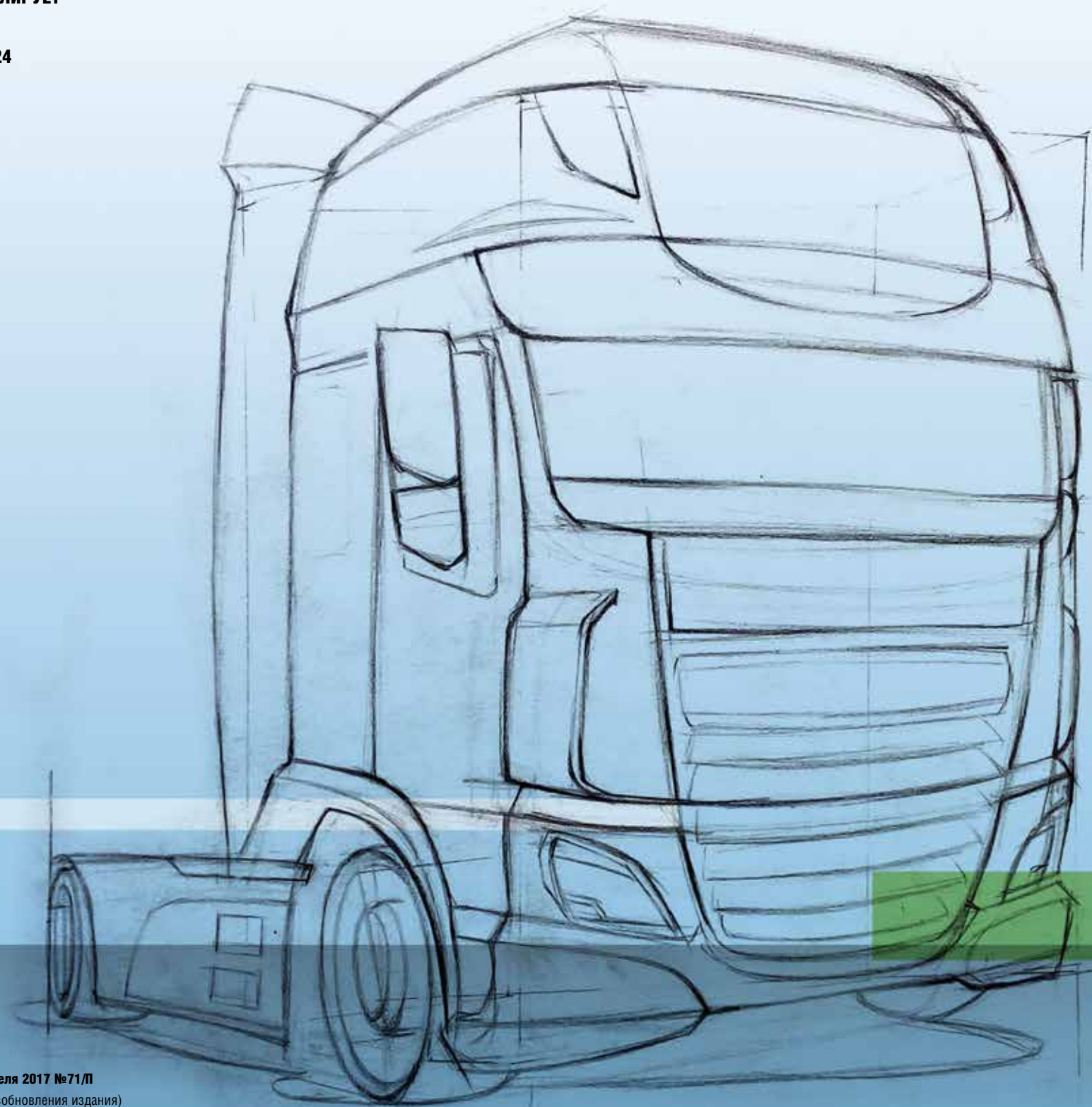


САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЭКОНОМИКА РЕГИОНА

ФУТБОЛ СТИМУЛИРУЕТ
ЗАНЯТОСТЬ / 19
ПОРТФЕЛЬ
НА ПРОДАЖУ / 24
ПРОДАВЦЫ
РЕМОНТА / 30



Понедельник, 24 апреля 2017 №71/П
(№6065 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №17–32
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года

Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

BUSINESS GUIDE

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА



ВТБ Банк Москвы

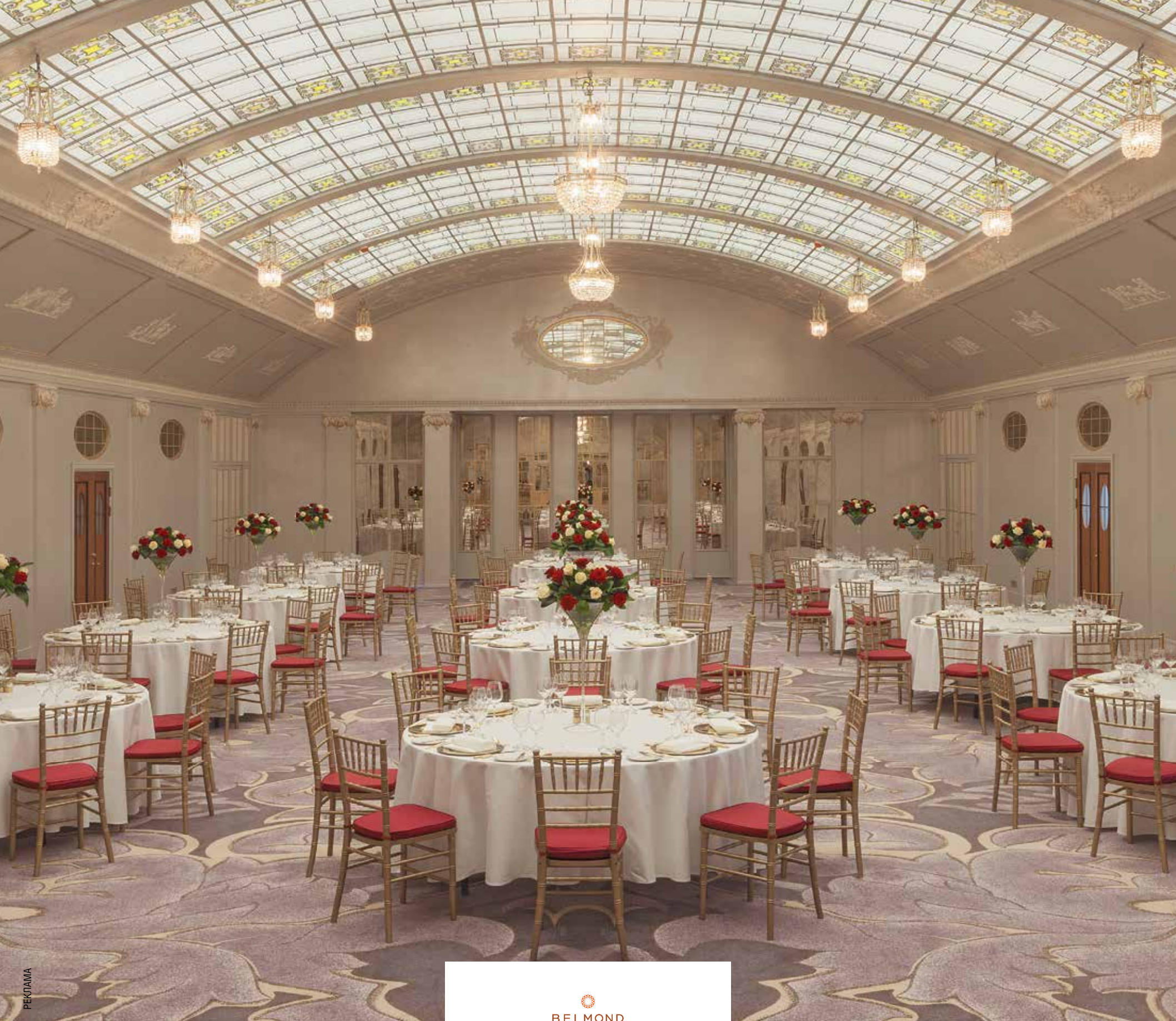
Банк ВТБ (ПАО)



ЕВРОИНВЕСТ
ИНВЕСТИЦИОННАЯ КОМПАНИЯ

ООО «ИНВЕСТИЦИОННАЯ КОМПАНИЯ «ЕВРОИНВЕСТ»

РЕКЛАМА



РЕКЛАМА


BELMOND
GRAND HOTEL EUROPE
ST PETERSBURG

ГРАНДИОЗНЫЕ ТОРЖЕСТВА В ИНТЕРЬЕРАХ НАЧАЛА XX ВЕКА

Залитый светом и буквально парящий высоко над улицами Санкт-Петербурга балльный зал «Крыша» идеален для проведения свадебных торжеств и банкетов.

Михайловская ул., 1/7, Санкт-Петербург | ghe.sales@belmond.com
T: +7 812 329 6666 | BELMOND.COM



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЭКОНОМИКА РЕГИОНА»

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ
ЧЕМПИОНАТА

В ближайший год в Петербурге резко возрастет потребность в персонале, задействованном в индустрии гостеприимства. Это неудивительно: в следующем году в городе будут проводиться матчи чемпионата мира по футболу, ожидается небывалый за последние годы наплыв гостей.

Как и любое большое мероприятие, для города чемпионат несет и плюсы, и минусы. К кратковременным минусам можно отнести пробки, но эта проблема «рассосется» сразу после мундиаля. Более долгоиграющей проблемой может оказаться рост преступности. Большинство работников, которые будут приглашаться в сферу HoReCa на время проведения чемпионата, относятся к неквалифицированному персоналу. Эта группа довольна мобильна — приехала, заработала и после большого события — поехала в родные края. Но, как водится, небольшая часть останется в большом городе «попытать счастья». У кого-то получится, у кого-то нет, а отсутствие квалификации всегда создает определенный риск того, что работник, не нашедший честного заработка, пойдет криминальным путем в поисках средств к существованию.

Для поднятия же престижа города в мире подобное мероприятие, безусловно, имеет огромное положительное значение. В прошлом году Петербург получил международную премию в номинации «Лидирующая европейская дестинация», обойдя Париж, Венецию, Лондон и Берлин. Тем не менее потенциал для роста у нас есть, и огромный. В минувшие выходные мы с дочкой посетили Эрмитаж. Посещение музея мы особо не планировали, пошли наудачу — но оказалось, что у касс не было ни одного человека. С одной стороны, это вызвало у меня радость — за символическую плату и без утомительного стояния в очереди у нас есть возможность посмотреть легендарные мировые шедевры. С другой — мне сложно представить, чтобы в Лувр можно было попасть без очередей. Количество туристов на подобных объектах наглядно демонстрирует востребованность города. Многие крупные города Европы значительную часть своего бюджета формируют за счет гостей. У нас пока доля средств туристов в казне города ничтожно мала. Хотя, конечно, хочется, чтобы в Эрмитаж можно было попасть без проблем.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ФУТБОЛ СТИМУЛИРУЕТ ЗАНЯТОСТЬ

ПОДГОТОВКА ПЕТЕРБУРГА К ЧЕМПИОНАТУ МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 ГОДА УЖЕ В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ ОБОЗНАЧИТ СЕРЬЕЗНУЮ НЕХВАТКУ В ПЕРСОНАЛЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ. ЕДИНСТВЕННАЯ ОТРАСЛЬ, ГДЕ ОЖИДАЕТСЯ СЕРЬЕЗНЫЙ РОСТ ВАКАНСИЙ, НЕ ЗАВЯЗАННАЯ НА ФУТБОЛ, — ИТ-СФЕРА. ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА БУДЕТ НЕОБХОДИМО ОБСЛУЖИВАТЬ ТУРИСТОВ, КОТОРЫХ, КАК ОЖИДАЕТСЯ, ПРИЕДЕТ В ГОРОД ДО 2 МЛН ЧЕЛОВЕК.

НАТАЛИЯ КУДРЯШОВА

По прогнозу HeadHunter, ожидаемый прирост вакансий в сфере «Туризм, гостиницы, рестораны» в 2017 году составит 5%. Прирост в сфере IT — 17%, по рабочим вакансиям — 23%. Количество вакансий в сфере HoReCa в 2016 году в Петербурге в сравнении с 2015 годом уже увеличилось более чем на треть. В компании Kelly Services ожидают рост в среднем на 5–7% в сфере туризма и направлениях «на стыке» туризма со спортом.

«На рост вакансий в области „Туризм, гостиницы, рестораны“ влияет не только грядущий чемпионат мира по футболу. Высокие темпы развития туризма и рост туристического потока в Петербурге накладывают свой отпечаток на рынок труда в индустрии гостеприимства», — замечает Юлия Сахарова, директор по Северо-Западу HeadHunter.

Официальный номерной фонд отелей в Петербурге составляет 30,5 тыс. номеров. К чемпионату мира по футболу, согласно информации Смольного, появится более 40 новых хостелов и 10 трехзвездочных гостиниц на воде для болельщиков.

«Крупные гостиничные операторы хорошо осознают, что во время проведения чемпионата мира по футболу отели ожидают серьезный наплыв посетителей, и готовятся к этому заранее. Загрузка отелей существенно вырастет еще за несколько месяцев до самого мероприятия, когда в город начнут прибывать организаторы и технический персонал, и его влияние будет ощущаться еще месяц спустя», — говорит Евгения Тучкова, заместитель директора департамента консалтинга Colliers International в Санкт-Петербурге.

В компании Colliers International в Санкт-Петербурге сообщают, что отельеры уже начали большой набор сотрудников в зоны Food and Beverage, а также официантов и персонал в службы клининга. Еще более масштабный набор персонала ожидается ближе к чемпионату.

По данным официальной статистики, на 1 января 2017 года в городе 9689 гостиниц и ресторанов. Средняя численность работников гостиниц и предприятий общепита — 27,1 тыс. человек. Вблизи от мест проведения матчей и тренировок будущего чемпионата мира по футболу находится 600 предприятий общественного питания. В Ассоциации кулинаров России в Петербурге пояснили, что так как общественное питание является сопутствующей услугой, то подготовка к мундиалю начнется после того, как будут решены организационные и транспортные вопросы. Пока решается вопрос организации



КОЛИЧЕСТВО ВАКАНСИЙ В СФЕРЕ NORECA В 2016 ГОДУ В ПЕТЕРБУРГЕ В СРАВНЕНИИ С 2015 ГОДОМ УЖЕ УВЕЛИЧИЛОСЬ БОЛЕЕ ЧЕМ НА ТРЕТЬ

питания болельщиков на стадионах в процессе чемпионата.

«Что касается чемпионата мира по футболу, то определенная подготовка ведется на уровне планирования и контрактования. Персонал будут привлекать ближе к зиме. На подготовку нужно три-шесть месяцев. Инфраструктура есть, общепит есть, поставщики есть. Не нужны дополнительная логистика и запасы. В Петербурге есть кейтеринговые компании, которые готовы к обслуживанию», — объясняет Дмитрий Гуляев, представитель Ассоциации кулинаров России.

В HeadHunter рассказали, что большая часть персонала из индустрии гостеприимства, задействованного в рамках проведения чемпионата мира по футболу, после окончания игр, скорее всего, останется невостребованной в Петербурге. Однако нельзя сказать, что для соискателей это станет полной неожиданностью, для многих это уже привычная практика.

«В сфере HoReCa, как ни в одной другой профессиональной области, популярна практика временной занятости, когда соискатели из других регионов страны приезжают на подработку в Петербург в высокий туристический сезон», — говорит Юлия Сахарова.

В компании Kelly Services отмечают, что выводы о привлечении трудовых мигран-

тов на чемпионат мира по футболу будут сделаны после Кубка Конфедераций.

«По опыту Зимних олимпийских игр в Сочи, можно предположить, что произойдет определенная ротация между городами. Например, для обслуживания Игр в Сочи привлекался большой объем сотрудников из других городов, которые после Олимпиады вернулись в свои регионы», — разъясняет Илья Ильин, коммерческий директор Kelly Services.

В этом году эксперты Kelly Services и HeadHunter ожидают рост числа вакансий и в сфере IT. Такие специалисты привлекаются, в том числе, при строительстве спортивных объектов и создании инфраструктуры. Но и в целом IT считается лидером по количеству новых и перспективных профессий.

«IT-отрасль в Петербурге сейчас активно развивается. IT-специалисты становятся все более востребованными. В последние годы появляется очень много стартапов. На пике своего развития сейчас находится геймдизайн. Еще одна активно развивающаяся область разработок связана с анализом и автоматизацией обработки больших данных. Развитие всех этих областей вызывает необходимость поиска большого количества IT-специалистов», — считает Егор Дондэ, директор интернет-продвижения Bescar Asset Management Group. ■

РЫНОК ТРУДА

РОССИЯ МАНИТ ДОЛГАМИ

ОБЛИГАЦИИ ТРАДИЦИОННО ЯВЛЯЮТСЯ ПОПУЛЯРНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ У КОНСЕРВАТИВНЫХ ИНВЕСТОРОВ, ОДНАКО И ТУТ ЕСТЬ СВОИ РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ В ТОМ ЧИСЛЕ И С ГЕОПОЛИТИЧЕСКИМ ДАВЛЕНИЕМ. КОРРЕСПОНДЕНТ ВG ЮЛИЯ ЧАЮН ВЫЯСНЯЛА У ЭКСПЕРТОВ, ЧТО ГОТОВИТ ДЛЯ ДОЛГОВОГО РЫНКА НАСТУПИВШИЙ ГОД.

Облигации традиционно считаются наиболее безрисковым инструментом инвестирования. Впрочем, для того чтобы облигации подтвердили свой статус консервативного и надежного инструмента, должно быть соблюдено несколько условий.

По словам Романа Дзугаева, трейдера банка «Александровский», этот инструмент будет надежным, во-первых, при инвестиционной стратегии удержания до погашения. «Во-вторых, при высоком кредитном качестве эмитента облигаций, то есть при низкой вероятности дефолта. Только в этом случае инвестор представляет уровень дохода, который он получит при погашении облигаций. При любой другой стратегии в момент покупки облигации инвестор не знает, каким будет финансовый результат инвестирования. Цены облигаций меняются в зависимости от ставок предложения денег в экономике. Зачастую волатильность цен облигаций выше, чем цен акций: такая ситуация наблюдается на рынке ОФЗ со сроком погашения десять лет и выше. Соответственно, в сегменте облигаций наряду с консервативными инвесторами есть и доля спекулятивных игроков», — поясняет он.

Эксперты подчеркивают, что государственные облигации являются самыми надежными из доступных на фондовом рынке инструментов, поскольку гарантом платежей по ним выступает Минфин России. Что касается корпоративных долговых инструментов, то их риск априори выше, чем по государственным, поскольку зависит от финансового положения компании эмитента.

Петр Пушкарев, шеф-аналитик ГК TeleTrade, рассказывает, что ОФЗ Минфина выигрывают в плане гарантий даже у системы страхования банковских вкладов — поскольку АСВ распространяет свое действие только на сумму до 1,4 млн рублей, а по облигациям Минфина подобных лимитов нет: они обеспечены всем достоянием государства без каких-либо ограничений по сумме. «На сегодня это обстоятельство, в сочетании с высокой доходностью, привлекает в российские ОФЗ не только наших, но и иностранных инвесторов, доля участия которых в последних размещениях составляла от 25 до 30%. Наибольшую доходность дают при этом „короткие“ бумаги со сроком погашения от недели до шести месяцев: доходность по ним стабильно держится в районе 9,95–10,05% годовых», — рассказывает он.

Однако более интересны, особенно для частного инвестирования, бумаги с горизонтом от трех лет и более: поскольку они позволяют «застолбить» для инвестора высокий процентный доход на несколько лет вперед: на сегодняшний день от 8,3–8,5% по двух-, трех- и пятилетним бумагам — до 8,13% по десятилетним гос-



ЦЕНЫ ОБЛИГАЦИЙ МЕНЯЮТСЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТАВОК ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ В ЭКОНОМИКЕ. ЗАЧАСТУЮ ВОЛАТИЛЬНОСТЬ ЦЕН ОБЛИГАЦИЙ ВЫШЕ, ЧЕМ ЦЕН АКЦИЙ

обязательствам. Доходность по еще более «длинным» 15–20-летним ОФЗ снова приближается к уровню 8,3–8,4%, что говорит о меньшем спросе на такие бумаги из-за более серьезных временных рисков — мало ли какие изменения произойдут в российской финансовой системе за такой долгий срок.

НЕ ГНАТЬСЯ ЗА СВЕРХПРИБЫЛЬЮ

При выборе облигаций необходимо ориентироваться на определенные критерии. Во-первых, необходимо смотреть на доходность облигации. Руководитель направления «Инвестиции» портала Banki.ru Петр Руденко утверждает, что сверхвысокая доходность будет говорить о высоких рисках, связанных с этой ценной бумагой. «Для российского рынка такая доходность начинается от 15% годовых. Во-вторых, узнайте, были ли у компании случаи дефолтов по погашению или офертам облигаций. Если были, то бумаги можно считать рискованными. В-третьих, проверьте, входят ли ценные бумаги компании — эмитента облигаций в индексы Московской биржи. Если да, то это говорит о том, что компания достаточно крупная, к ней есть интерес со стороны инвесторов, у нее есть прозрачная отчетность, которую проверяют независимые аудиторы. Также внимательно изучите основные показатели деятельности компании-эмитента: выручку, денежный поток, размер долга. В идеале они должны улучшаться», — советует господин Руденко.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ФАКТОР

ВГ попросил участников рынка рассказать о наиболее значимых процессах, которые происходят на зарубежном и отечественном долговых рынках.

По словам Романа Дзугаева, в настоящее время в фокусе внимания инвесторов

— политика ФРС США, которая, видимо, возобновит повышение ключевой ставки (Fed Funds). «Эти ожидания отражает динамика американских гособлигаций — десятилетние бумаги в начале марта проббили диапазон доходностей 2,3–2,5%, актуальный с конца прошлого года, и достигли уровня 2,6%. Данное движение стало триггером для продаж в еврооблигациях развивающихся рынков. Хотя на текущий момент российские евробонды и евродолг большинства развивающихся стран выглядят очень дорогим сегментом. Это дает основания полагать, что инвесторы в еврооблигациях не позиционированы для сценария быстрого повышения ставки ФРС, поэтому в секторе евробондов развивающихся рынков имеется существенный потенциал для коррекции», — рассказывает он.

Виктор Шахурин, заместитель генерального директора инвестиционной группы «Универ», указывает на то, что глобальные рынки готовятся к устойчивому росту ставки ФРС, долларовые доходности поднимаются, цены падают. «Чем длиннее облигации, тем сильнее падают цены. В рублевом долге, напротив, есть интрига, связанная с ожидаемым снижением ставки ЦБ РФ как минимум на 1,5–2,5% за год-полтора», — говорит он.

По его мнению, притом, что рублевая ставка сейчас существенно выше долларовой (10% против 0,75%), такая ситуация делает российские облигации привлекательными для покупателей, в том числе иностранных, хотя они смотрят главным образом на государственные ОФЗ. «Если все будет идти по сценарию ЦБ, то в длинных ОФЗ рост котировок может составить около 5–8% в течение ближайшего года. Вместе с купонной доходностью на уровне 8,5% это очень привлекательный результат», — подчеркивает господин Шахурин.

Роман Кузнецов, аналитик QBF, также считает, что рынок рублевого долга был особенно привлекательным для инвесторов, участвующих в операциях carry-trade. «Однако по мере роста процентных ставок в США и увеличения волатильности курса отечественной валюты возможности для совершения данных операций продолжились ухудшаться. Соответственно, одним из основных рисков для отечественного рынка облигаций является отток капитала, сопровождающийся существенными распродажами», — говорит он.

Евгения Абрамович, руководитель управления анализа валютных рисков Dukascopy Bank SA, указывает, что в целом тенденция последних двух лет — бегство инвесторов в низкорискованные активы — продолжается, хоть и не столь стремительно, чем зимой. «ОФЗ Германии, Франции и Австрии до сих пор торгуются с доходностью на уровне исторических минимумов, зато она хотя бы не отрицательная», — говорит она.

Что же касается интереса к долговому рынку нашей страны, госпожа Абрамович не разделяет мнение коллег. «Рынок до сих пор не ожил — мы не видим роста интереса к долговым инструментам у инвесторов, спрос на ОФЗ нестабилен», — подчеркивает она.

Виктор Веселов, главный аналитик банка «Глобэкс», говорит, что европейский долговой рынок больше подвержен политическому фактору — приближение президентских выборов во Франции в конце апреля — начале мая двигает доходности французских гособлигаций вверх. «В свою очередь, с ними коррелируют итальянские бумаги, которые тоже реагируют ростом доходности. Немецкие бумаги отыгрывают с выходом Великобритании из ЕС. Бумаги Великобритании, наоборот, снижаются в доходности, поскольку инвесторы

предпочитают не рисковать и оставаться в инструментах с фиксированным доходом. Американские гособлигации растут в доходности на ожиданиях роста процентной ставки ФРС США. Рост продолжится, что, по сути, является медвежьим рынком», — высказывается господин Веселов.

Юрий Павлов, основатель инвестиционного центра «Павловы и партнеры», говорит, что если абстрагироваться от кризисов и прочих нечетких формулировок, то главное нововведение — это запуск продажи ОФЗ Сбербанком и ВТБ. «Основная идея — стабилизация экономики путем займа средств у россиян. Пожалуй, это одно из самых интересных событий на начало года. Это должно дать неплохой приток средств при грамотной маркетинговой политике. Однако у рынка облигаций есть один существенный недостаток — они недоступны для многих слоев населения. Для примера, спросите у среднестатистической пенсионерки, что такое вклад. Думаю, она ответит сразу. Потом попытайтесь объяснить на пальцах, что такое облигации и как это работает, а потом покажите, как это удобно делать из приложения на айфоне. Тут никакой маркетинг и яркие баннеры не помогут», — высказывается господин Павлов.

СКРОМНЫЕ ОЖИДАНИЯ Александр Казанский, руководитель филиала «Санкт-Петербургский» Уральского банка реконструкции и развития (УБРиР), говорит, что не ждет принципиальных изменений рынка. «Появление так называемых ОФЗ для физических лиц, объем выпуска которых достигает 20–30 млрд рублей в год, — это мизер: сейчас в обращении на рынке находятся облигации федерального займа на сумму более 8 трлн рублей. И это без учета бумаг, номинированных в валюте. Еще в 2015 году резко упал интерес инвесторов к облигациям банковского сектора с учетом существенной „чистки“ в отрасли. И вряд ли мы увидим в 2017 году новых эмитентов, скорее интерес будет прикован к высоконадежным квазигосударственным эмитентам, облигациям федеральных займов и займов субъектов федерации», — высказывается господин Казанский.

Кирилл Стреблянский, ведущий менеджер по работе с рынками капитала группы компаний «Обувь России» (является эмитентом облигаций), считает, что 2017 год останется годом рынка для качественных эмитентов первого и второго эшелона с рейтингом от аккредитованных рейтинговых агентств: «Ожидаем плавное снижение ставок во второй половине года».

Иван Капустянский, аналитик Forex Optimum, говорит, что если рассматривать облигации как спекулятивный инструмент, то основной идеей в 2017 году, которую могут отыграть бонды, является дальнейшее понижение ключевой ставки от ЦБ РФ. «Такого сценария придерживаются многие инвестиционные банки. По различным оценкам, ставку в течение года могут понизить до 8,5–9%. Еще одним позитивным фактором может оказаться приток спекулятивного капитала на отечественный долговой рынок в случае разрешения санкционного вопроса», — поясняет господин Капустянский.

Вадим Исаков, директор филиала «БКС Премьер», считает, что рублевые облигации будут пользоваться популярностью из-за потенциального снижения инфляции: «В 2017 году ОФЗ могут показать доходность 14–15%». ■

СПОРТИВНЫЙ ИНТЕРЕС для обывателя

ПЕТЕРБУРГСКИЙ СПОРТ — ЭТО «ЗЕНИТ» И СКА. ОДНАКО В ГОРОДЕ ДЕЙСТВУЮТ ДЕСЯТКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ КЛУБОВ, КОТОРЫЕ СУЩЕСТВУЮТ ЗА СЧЕТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СУБСИДИЙ И СПОНСОРСКОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА. ЕСТЬ ЛИ У НИХ ШАНС ИЗБАВИТЬСЯ ОТ ЗАВИСИМОСТИ ОТ БЮДЖЕТНЫХ ВЛИВАНИЙ И СТАТЬ ДОХОДНЫМИ, УЗНАВАЛА КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ ВЛАДА ГАСНИКОВА.

В профессиональном спорте игроки являются работниками со срочным трудовым договором — то есть получают зарплату, и это главное отличие от любительского спорта. Главный источник финансирования городских профессиональных клубов — это государственные субсидии, которые распределяет комитет по физической культуре и спорту. Согласно федеральному закону «О физической культуре и спорте в РФ», в своей штатной работе комитет взаимодействует не с отдельными клубами, а с аккредитованными региональными спортивными федерациями, включенным во Всероссийский реестр видов спорта. Но при этом комитет, по выражению его председателя Павла Белова, «оказывает поддержку сильнейшим командам Санкт-Петербурга по игровым видам спорта».

В 2016 году комитет распределил 288,9 млн рублей на субсидии сильнейшим командам по игровым видам спорта, принимающим участие во всероссийских и международных соревнованиях, на участие, подготовку и проведение спортивных мероприятий, приобретение экипировки, инвентаря и оборудования (формулировка из официального ответа спорткомитета). В 2017 году на эти же цели в бюджете комитета заложено 301,5 млн рублей. Для сравнения, в 2015 году было 433,6 млн.

По каким принципам комитет определяет сильнейшие клубы, господин Белов в ответе на запрос ВГ не сказал. Но он выделил четыре клуба. «Наилучших результатов добились спортсмены команды мастеров по пляжному футболу „Кристалл“ завоевавшие в 2016 году в третий раз титул чемпионов России. Футбольный клуб „Аврора“ в 2016 году стал чемпионом и обладателем Кубка России по мини-футболу среди женских команд. Команда „Университет Лесгафта — Нева“ в чемпионате России 2016 года заняла третье место и дошла до финала Кубка Европы по гандболу. Спортсмены команды „Университет Лесгафта — Нева-2“ заняли второе место во всероссийских соревнованиях по гандболу среди мужских команд дублирующих составов Суперлиги», — сообщил Павел Белов.

ОДИННАДЦАТЬ ПРИЗОВЫХ МЕСТ

В 2016 году, согласно распоряжению комитета по физической культуре и спорту от 16 ноября прошлого года, субсидии получили 11 клубов. Больше всех — пляжный футбольный клуб «Кристалл» (54,7 млн рублей). На втором месте — мини-футбольный клуб «Политех» (44,5 млн), на третьем — гандбольная «Нева Санкт-Петербург» (42,3 млн). Волейбольная команда «Ленинградка» получила 26,6 млн рублей; женский клуб по мини-футболу «Аврора» — 23,5 млн рублей; женская команда по водному поло «Диана» —



ОСОБЕННОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СУБСИДИРОВАНИЯ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, ЧТО КЛУБЫ ПОЛУЧАЮТ ДЕНЬГИ В КОНЦЕ ГОДА. ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ КОМАНДЫ МОГЛИ ТРЕНИРОВАТЬСЯ, УЧАСТВОВАТЬ В СОРЕВНОВАНИЯХ, ЕЗДИТЬ НА ТУРНИРЫ, ИМ ПРИХОДИТСЯ ИСКАТЬ ДЕНЬГИ В СЧЕТ БУДУЩИХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ

20,6 млн; мужской баскетбольный «Спартак» — 20,1 млн; женский баскетбольный клуб «Ладога» — 17,4 млн рублей; футбольный клуб «Динамо» — 12,9 млн; ватерпольный клуб ВМФ — 12,4 млн рублей; волейбольный клуб «Автомобилист» — 9,5 млн рублей.

Особенность государственного субсидирования заключается в том, что клубы получают деньги в конце года. Для того чтобы команды могли тренироваться, участвовать в соревнованиях, ездить на турниры, им приходится искать деньги в счет будущих государственных средств. Поэтому у команд нередко скапливаются долги, которые субсидии не всегда покрывают: расходы клубов растут, поскольку все дорожает, а объем субсидий сокращается. Например, руководство мини-футбольного «Политехника» признавалось, что осознанно пошло на то, чтобы команда вылетела во второй дивизион: на игру в высшей лиге у нее не хватило бы денег.

«Ситуация повторяется из года в год. Мы набираем долги, потом частично их оплачиваем из субсидий, потом набираем новые долги. Старые долги добавляются к новым. Еще и субсидии из года в год становятся все меньше и меньше», — рассказали в баскетбольной «Ладоге».

«Говорить о государственной поддержке спорта сложно. Как сказал бывший министр спорта Виталий Мутко, „у нас нет профессионального спорта, у нас спорт государственный“. Это можно исправить, но для этого нужно менять законодательную базу о меценатстве и спонсорстве», — уверен тренер регбийного клуба «Нарвская застава» Павел Дмитриев.

Большая часть профессиональных спортивных клубов, опрошенных ВГ,

была не готова обсуждать свой бюджет, объяснив это конфиденциальностью или вовсе проигнорировав вопросы издания.

Сергей Зиза, директор гандбольного клуба «Университет Лесгафта — Нева», сообщил, что его бюджет составляет около 43 млн рублей. «Основной и практически единственный источник — это бюджетные субсидии города, которые с каждым годом не только не растут, но и сокращаются. Проблема заключается в том, что средства городом выделяются не на перспективу, что позволило бы ввести планирование тренировочного процесса и участия в соревнованиях, а распределяются по окончании года между городскими командами, исходя из эффективности их работы и достижений», — рассказывает господин Зиза. Постоянных спонсоров у клуба нет, коммерческие компании помогают клубу в решении точечных вопросов. Проблема тут кроется в том, что гандбол еще недостаточно популярен в России, считает руководитель клуба. Билеты на матчи команда тоже не продает: некуда. «У команды нет своей гандбольной площадки, можем позволить себе только арендовать зал в СДЮШОР Кировского района. Вместимость зала для болельщиков очень ограничена и составляет примерно 300 посадочных мест. В этом же зале мы играем и чемпионат России», — объясняет Сергей Зиза.

Регбийный клуб «Нарвская застава» получает финансирование от государства из двух источников: государственное бюджетное учреждение «Центр физической культуры и спорта „Нарвская застава“» оплачивает зарплату тренеров, покупку инвентаря и оборудования, аренду стадиона. → 22

21 → Спорткомитет оплачивает командировочные расходы клуба для участия в чемпионате России по регби и чемпионате России по регби-7. В 2016 году это было около 5 млн рублей. У «Нарвской заставы» есть регулярный спонсор — биотехнологическая компания «Биокад». Тренер команды Павел Дмитриев не раскрывает объем спонсорской поддержки компании, но говорит, что «Биокад» помогает клубу в организации чемпионатов и соревнований в Петербурге, в приобретении формы и экипировки для команды. Билеты на свои игры «Нарвская застава» тоже не продает: арендуемый стадион «Кировец» не приспособлен для этого. У «Нарвской заставы» есть фирменная атрибутика, которую клуб выпускает тоже при поддержке «Биокада».

«Но рассматривать эту деятельность как коммерческий проект в настоящий момент нельзя, так как невозможно обеспечить рентабельность при ограниченном спросе и низкой покупательной способности зрителей. Продажа продукции сегодня ведется на домашних матчах команды и через социальные сети», — рассказывает Павел Дмитриев. Хотя, по его словам, на матчах команды все чаще появляются болельщики в футболках и кепках «Нарвской заставы», что способствует популяризации регби.

Клуб американского футбола «Санкт-Петербургские грифоны» — любительский. Его годовой бюджет составляет около 2 млн рублей, 90% которых — это

взносы членов клуба. Этот клуб, в отличие от своих коллег из разряда профессионалов, продает билеты на свои игры. «Это позволяет нам организовывать матчи на более высоком уровне», — поясняет директор «Санкт-Петербургских грифонов» Александр Ильичев. «Грифоны» продают и фирменную одежду: толстовки, футболки, шапки, кепки, куртки. По словам господина Ильичева, основные продажи происходят на играх и тренировках, в интернете продавать из-за малых объемов невыгодно. Пока это направление в деятельности клуба окупает себя с трудом.

Расходы команд — это зарплаты игроков и работников клуба, перелет и проживание спортсменов на соревнованиях, проведение спортивных сборов команды, страховки, медицинские препараты, заочные взносы.

ВЗАИМОВЫГОДНЫЙ ФОРМАТ Партнерские отношения с бизнесом по бартеру — пока не самая сильная сторона петербургских спортивных клубов. Чаще всего они проводят розыгрыши или рекламные акции партнера в рамках чемпионатов, но выстроенной системы работы в этом плане нет.

«Санкт-Петербургские грифоны» работают по бартеру с Pizza Hut и «Хваловскими водами», которые бесплатно предоставляют им свою продукцию или подарочные сертификаты, а клуб обеспечивает им рекламу на играх.

В Ассоциации пляжного футбола Санкт-Петербурга признают: пока российский спорт еще только учится фандрайзингу. «Но успехи уже есть. В конце марта мы провели в Петербурге международный турнир по пляжному футболу InterCup-2017. Отель „Спутник“ бесплатно предоставил нам номера для игроков испанской команды Torredembarra, Football Store обеспечил нас спортивным инвентарем. Взамен партнеры получили возможность поучаствовать в создании крупнейшего в России турнира по пляжному футболу, а соответственно — часть маркетинговых прав на этот продукт, которые они могут использовать по своему усмотрению. Обычно в такой пакет входит возможность размещения логотипов, баннеров и проведение промоакций во время турнира. Но мы пошли дальше: у нас будут совместные кросс-промопроекты уже после InterCup, потому что бизнесу интересно работать с нами», — рассказывают в пресс-службе Ассоциации пляжного футбола Санкт-Петербурга.

ЭНТУЗИАЗМ ИЛИ БИЗНЕС Доходным спорт в России пока быть не может: даже всем известные профессиональные клубы нашей страны не приносят прибыли, а являются больше социально-имиджевыми проектами, уверен Сергей Зиза из гандбольного клуба «Университет Лесгафта — Нева». «Чтобы гандбол набирал популярность, а команда могла наращивать свои спортивные достижения, нам необходима

информационная поддержка СМИ — государственные субсидии не подразумевают статьи расхода на эти цели. О спорте, к сожалению, пишут и показывают очень мало, исключение составляют только именитые команды нашей страны. Ну и, безусловно, необходимы инвесторы», — говорит господин Зиза.

С ним не согласны коллеги из петербургской Ассоциации пляжного футбола: они считают, что профессиональный спорт не просто может, а должен быть доходным.

«Для этого необходимо воспринимать спорт как коммерческий продукт. Нужно выстраивать спортивные бренды и их коммуникацию с болельщиками и партнерами. Важно также четко продумывать стратегию организаций, отвечающих за развитие брендов. Хорошим примером в пляжном футболе является петербургский клуб „Кристалл“, который умеет привлекать серьезных партнеров и собирать болельщиков на свои главные матчи в сезоне», — полагают в ассоциации.

С этим согласен Александр Ильичев: по его мнению, профессиональные спортивные организации должны являться успешными коммерческими предприятиями, которые существуют и развиваются за счет получения прибыли от своей деятельности, а не за счет дотаций государства. «В нашей стране есть множество других отраслей, где требуется финансовая поддержка, и они намного более важны для населения», — высказывается господин Ильичев. ■

ТУРИСТОВ ЦЕНЫ НЕ ИСПУГАЛИ

ЗА 2016 ГОД ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСТИНИЧНЫЙ РЫНОК ПРИРОС НА 777 НОМЕРОВ, ЧТО В СЕМЬ РАЗ ПРЕВЫСИЛО ПОКАЗАТЕЛИ ПРЕДЫДУЩЕГО ГОДА. ПОВЫШЕНИЕ ЦЕН ПОЧТИ НА ТРЕТЬ НЕ ОТПУГНУЛО ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ: В РЕЗУЛЬТАТЕ АКТИВНОЙ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ПЕТЕРБУРГА КАК ТУРИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ ЗАГРУЗКА ГОСТИНИЦ УВЕЛИЧИЛАСЬ НА 4% И ПРОДОЛЖИТ РАСТИ В ЭТОМ ГОДУ. В НОВОМ СЕЗОНЕ ОЖИДАЕТСЯ ОЧЕРЕДНАЯ ВОЛНА РОСТА СТОИМОСТИ НОМЕРОВ.

ДЕНИС КОЖИН

По данным международной консалтинговой компании Colliers International, в 2016 году в Петербурге увеличилось количество как российских, так и международных туристов: среднегодовая загрузка отелей составила 68%, что на 4 п. п. выше, чем в прошлом году. Этот показатель растет уже на протяжении последних трех лет после падения в 2014 году и демонстрирует положительную динамику не только в высокий, но и в низкий сезон.

«Разница в курсах валют продолжает привлекать все больше зарубежных туристов, которые теперь могут позволить себе более качественный и насыщенный отдых в России. Приятным сюрпризом для иностранных гостей стал и неожиданно высокий уровень сервиса: так, например, согласно совместному исследованию Colliers International и Revinate, столица России заняла второе место в рейтинге европейских городов, набравших наибольшее количество положительных отзывов от туристов со всего мира, и продемонстрировала самый высокий рост их числа за последние три года.

Упрощение визового режима с такими странами, как Китай, Южная Корея и Иран, также оказалось эффективной мерой увеличения туристического потока.

Мы отмечаем возвращение в Петербург американских туристов. Многие россияне из-за ценового фактора, политических сложностей и вопросов безопасности отказываются от путешествий по Европе и другим странам и отдают предпочтение российским городам. С учетом положительных тенденций рынка мы ожидаем еще одну волну роста цен летом 2017 года. После повышения на 20–30% стоимость номеров зафиксируется», — считает Евгения Тучкова, заместитель директора департамента консалтинга компании Colliers International в Санкт-Петербурге.

Средняя стоимость продажи номера за 2016 год составила 6 тыс. рублей в сутки, что на 27% выше аналогичного показателя прошлого года. Наиболее серьезный рост цен на номера произошел в сегменте пятизвездочных отелей, особенно в период высокого туристического сезона. Однако туристов не отпугнули повышенные цены на размещение: согласно официальной статистике, количество российских туристов в Северной столице увеличилось на 14%, иностранных — на 6%, в общем объеме составив 6,9 млн человек. Для сравнения, в Москве турпоток за 2016 год увеличился на 2,3% и составил 17,5 млн человек.

Самыми знаменательными событиями этого года станут открытия крупных международных операторов — гостиницы Hilton Saint Petersburg ExpoForum на 234 номера, которая уже на днях примет первых гостей, а также первого в городе отеля Lotte Group («Лотте Отель Санкт-Петербург» на 154 номера), который начнет работать в мае. Через год ожидается открытие первого в Петербурге хостела под управлением международного оператора (Meininger Hotels). Новую гостиницу под брендом Mercure строит на Лиговском проспекте Accor Hotels. К 2018 году прогнозируется увеличение объема рынка еще на тысячу номеров.

«Чемпионат мира по футболу, ставший мощным драйвером развития гостиничного сегмента по всей России, не оказал серьезного влияния на увеличение номерного фонда в Санкт-Петербурге. С момента объявления в 2010 году России страной — хозяйкой чемпионата 2018 года ежегодный прирост качественного номерного фонда в Петербурге в среднем составлял 3%. Культурная столица исторически представляла интерес для гостиничных инвесторов, поэтому этот сегмент характеризуется высоким уровнем развития и тенденцией к планомерному росту, несмотря на кризис-

ные периоды. Крупные девелоперы не гонятся за сиюминутной выгодой: чемпионат обеспечит повышенную загрузку отелей максимум на полгода за счет размещения организаторов и технического персонала, в то время как присутствие гостей этого мероприятия будет ощущаться всего лишь в течение месяца. В то же время и упускать возможную прибыль девелоперы не хотят: сроки открытия многих гостиниц корректировались с учетом грядущих событий», — отмечает госпожа Тучкова.

По результатам 2016 года общий объем качественного номерного фонда составил 20,6 тыс. номеров, из них 43% находится под управлением международных гостиничных операторов. Среди них лидируют Carlson Residor Hotel Group (владелец брендов Radisson и Park Inn), которая занимает треть номерного фонда под управлением международных операторов, а также InterContinental Hotels Group (гостиницы Crowne Plaza, Holiday Inn и Indigo) и Sokos, доли которых втрое меньше. За 2016 год в Петербурге открылись отели международных операторов — Hampton by Hilton Saint Petersburg ExpoForum (207 номеров) и Best Western Plus Centre Hotel (реновация бывшего корпуса гостиницы «Октябрьская» на 107 номеров). ■

В ОДНОЙ ЛОДКЕ

РОССИЯНЕ ОСВАИВАЮТ КРАУДФАНДИНГ ДЛЯ ЛОКАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ. АКТИВИСТЫ УТВЕРЖДАЮТ, ЧТО НАРОДНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ — ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННОСТИ РЕАЛИЗОВАТЬ ИНИЦИАТИВУ, НЕ ДОЖИДАЯСЬ ДЕЙСТВИЙ СВЫШЕ.

АГАТА МАРИНИНА

В апреле 2012 года группа молодых архитекторов в Роттердаме пришла к выводу, что в посткризисной экономике традиционные стратегии развития городских территорий не имеют шанса на выживание. В рамках крупномасштабного городского планирования найти финансирование для локальных общественных проектов стало невозможно. Традиционные стратегии развития оказались неудачными в нынешней рыночной экономике и необходим альтернативный способ создания городских пространств, заявили активисты и создали проект «I Make Rotterdam». Суть проста: жителям предложили взять ситуацию в свои руки. Проверить теорию было решено народным финансированием преобразования депрессивной территории. Инициаторы предложили проложить из центра города в район с полупустыми офисными зданиями 390-метровый пешеходный мост, дополнив его общественными зонами, парком и местами для локальных предпринимателей. Официальное открытие моста, который получил название «Люхтсингел» (luchtsingel — мосты над уровнем земли в Голландии), состоялось в августе 2015 года. Сколько было собрано средств, не сообщается, но, по данным на сайте, 2800 человек и организаций сделали свой взнос.

Слоган голландского краудфандингового проекта «Люхтсингел» — «Чем больше вы жертвуете, тем длиннее мост» (The more you donate, the longer the bridge — англ.) — вполне бы мог стать лозунгом для многих общественных проектов с народным финансированием. Он одновременно наглядно отражает и глобальную идею объединения для общего блага, и значение участия каждого.

БЕЗ КАПИТАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ В России, по данным сервиса «Яндекс.Деньги», в 2016 году пожертвования на краудфандинг выросли на 70%, а количество отправителей удвоилось. Российская платформа Boomstarter с открытия в 2012 году помогла собрать 306 млн рублей. Генеральный директор российской платформы Planeta.ru Федор Мурачковский говорит, что в 2016 году объемы сборов через его сервис выросли на 40%, а с момента запуска в 2012 году удалось привлечь более 600 млн рублей. «Краудфандинг — настолько специфичная сфера, что оперировать общими цифрами нельзя. Много зависит от самих проектов. За первый год на нашей платформе авторы привлекли в сумме около 5 млн рублей, а в 2016 году одна только кампания группы «Алиса» (на выпуск нового альбома было собрано более 11 млн рублей. — **ВГ**) собрала в два раза больше. Нет общего знаменателя, к которому можно было бы все свести», — рассказывает Федор Мурачковский.

Из всех собираемых на Planeta.ru средств 20% приходится на общественные проекты, 19% — на музыкальные кампании, 17% — на видео и анимацию.

По словам управляющего партнера Rusland SP Ильи Шуравина, российский



В РОССИИ, ПО ДАННЫМ СЕРВИСА «ЯНДЕКС.ДЕНЬГИ», В 2016 ГОДУ ПОЖЕРТВОВАНИЯ НА КРАУДФАНДИНГ ВЫРОСЛИ НА 70%, А КОЛИЧЕСТВО ОТПРАВИТЕЛЕЙ УДВОИЛОСЬ

краудфандинг пока редко распространяется на проекты, которые в сложившемся понимании традиционно имеют статус «социально значимых для города». Такими принято считать образовательные и лечебные учреждения, спортсооружения, объекты коммунальной инфраструктуры с капитальными вложениями в строительство или реконструкцию. «Максимум собираются незначительные средства на проекты или экспертизы. В первую очередь это связано с невысокими финансовыми возможностями большинства горожан, в то время как стоимость даже небольших проектов преобразования территории измеряется в миллионах и десятках миллионов рублей», — считает координатор НОД «Живой город» Дмитрий Литвинов.

По статистике российских краудфандинговых платформ, средний чек пожертвования в России сейчас составляет 1500 рублей.

БЛИЗКИЙ СОСЕД ЛУЧШЕ ДАЛЬНЕЙ РОДНИ Краудфандинг в России эффективен для инициатив локального масштаба. «Горожанам социальная активность интересна, поскольку не все измеряется личным финансовым успехом. И гуманизм — не просто жизненная позиция, но и хороший способ сформулировать предназначение в мире», — говорит Илья Шуравин.

Сотрудникам петербургского Музея Анны Ахматовой в Фонтанном доме удалось собрать средства, чтобы привести в порядок арку и подворотню на Литейном, 53. «Она находилась в плачевном состоянии. Многие пробежали мимо, не догадываясь, что здесь находится музей европейского уровня. Формально подворотня не принадлежит музею, мы не могли обратиться за финансированием в комитет по культуре. Выяснить, кто непосредственно

несет за нее ответственность, нам также не удалось. Поэтому было решено собрать деньги краудфандингом. Музей как бюджетная организация не может заниматься сбором средств, поэтому кампания проводилась под эгидой Фонда друзей музея», — рассказали в музее. Первая попытка сбора провалилась, проект пришлось закрыть. Но повторный запуск превзошел ожидания: удалось собрать почти 600 тыс. рублей, которые позволили воплотить в жизнь новое художественное решение входной зоны с Литейного проспекта.

В музее рассказывают, что краудфандинговый проект поначалу вызывал некоторый скепсис. «Но выяснилось, что связи между людьми, которые ощущают свою ответственность за это пространство, гораздо сильнее и действеннее, чем можно было предположить. И если есть доверие к организации, если проект не вызывает отторжения — краудфандинг работает», — делятся опытом в музее.

Сейчас продолжается сбор средств на создание в Петербурге арт-центра «Гаркундель» по инициативе фронтмена группы «АукцЫон» Олега Гаркуши. В здании уже проведен капремонт, заканчивается отделка, закупается мебель. Однако еще предстоит приобрести световую и звуковую аппаратуру. На популярных российских платформах открыт ряд кампаний и на другие общественные проекты в сфере образования и культуры.

«Пример краудфандинга можно найти в обычном дворе. Если коммунальная служба не справляется с благоустройством, то состояние общественной зоны напрямую зависит от коллективной инициативы жителей», — считает Илья Шуравин.

Основатель движения «Гражданин Пушкин» Александр Беляев напоминает о ситуациях, когда жители за свой счет ре-

монтировали дороги. «В прошлом году так поступили жители поселка Ленсоветовский. Своими силами собрали средства и отремонтировали выезд на Московское шоссе. Не дожидаясь местных властей, вышли чинить дорогу жители и в подмосковном Раменском, костромском Берендееве, свердловском Ревде и многих других местах. Это не совсем краудфандинг в традиционном понимании, но очень близко к нему. В российской действительности люди уже во многом не рассчитывают на власть», — отмечает он.

По мнению руководителя филиала фонда «Городские проекты» в Петербурге Ксении Чапкевич, краудфандинг — прекрасная возможность для группы горожан сделать именно то, что им хотелось бы, а не ждать несколько лет действий свыше. Кроме того, для жителей краудфандинг иногда дает возможность участвовать в принятых решениях и отстаивать свою точку зрения.

Так, в Лондоне в сентябре закрыли ночной клуб Fabric London (один из крупнейших ночных клубов мира и узнаваемых брендов в мире электронной музыки). Поклонники заведения, которые воспринимают Fabric London как достопримечательность, а их оказалось немало, привлекли через краудфандинг \$350 тыс. на оплату квалифицированных юристов для обжалования решения о закрытии. Клубу разрешили продолжить работу при условии соблюдения жестких правил безопасности (заведение лишилось лицензии как «место с укоренившейся культурой употребления наркотиков»). Правда, неизвестно, повлияло ли как-то на процесс то, что закрытие противоречило предвыборной кампании нового мэра Лондона Садики Хана, который обещал развивать всемирно известную культуру ночной жизни британской столицы. ■

ПОРТФЕЛЬ НА ПРОДАЖУ

В ПЕРИОДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ПРОДАЖА ИПОТЕЧНЫХ ПОРТФЕЛЕЙ ЯВЛЯЕТСЯ ДЛЯ БАНКОВ ОДНИМ ИЗ МЕХАНИЗМОВ ПОВЫШЕНИЯ ЛИКВИДНОСТИ. ПРОДАВЦАМИ, КАК ПРАВИЛО, ВЫСТУПАЮТ НЕБОЛЬШИЕ КРЕДИТНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ, А ПОКУПАТЕЛЯМИ — КРУПНЫЕ БАНКИ, ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ В РОСТЕ ПОРТФЕЛЯ.

АЛЕНА ШЕРЕМЕТЬЕВА

По словам Анастасии Якуповой, заместителя начальника управления ипотечного кредитования Бинбанка, активность банков по продаже кредитных портфелей наблюдается в кризисные периоды, когда банкам необходимо высвободить баланс и получить ликвидность. Покупка же портфелей наблюдается в периоды экономического роста, когда банки обладают достаточными ресурсами, чтобы накапливать ипотечный портфель и держать его на балансе, поясняет эксперт. «Ранее в банке проводились сделки по продаже ипотечных портфелей в основном в рамках партнерской программы с АИЖК, когда банк выдавал ипотечные кредиты по стандартам АИЖК с обязательством последующей продажи с баланса в пользу АИЖК», — добавляет госпожа Якупова.

Ирина Илясова, региональный директор ипотечного банка «Дельта Кредит» в СЗФО, рассказала, что наравне с остальными каналами роста ипотечного портфеля, банк использует и механизм цессии. «В нашем портфеле доля цессии за последние два года снизилась — и в абсолютном выражении, и в проценте от выдач. В 2015 году около 10% (3,6 млрд рублей) выдач составляли кредиты, перешедшие по цессии, а в 2016 году — менее 7% (3,1 млрд рублей)», — делится данными госпожа Илясова.

РАЗНЫЕ СХЕМЫ Как рассказал Андрей Осипов, старший вице-президент, директор департамента ипотечного кредитования ВТБ24, глобально «продажу» ипотечных кредитов можно разделить на три части: продажа ипотечных кредитных портфелей (как и портфелей кредитов наличными, автокредитов) как таковых, агентская схема выдачи ипотечных кредитов и сделки секьюритизации ипотечных портфелей.

В первом случае сделки имеют «штучную» природу, поэтому как-то сгруппировать мотивы покупателей и продавцов достаточно сложно. «С точки зрения продавца, это может быть продажа портфелей в связи с выходом кредитной организации из региона, желание привлечь свободные ресурсы на определенный проект или смена стратегических ориентиров в развитии банка. А покупатель, в свою очередь, ориентируется на надежный долгосрочный актив, возможность быстро нарастить портфель без значи-

тельных инвестиций в инфраструктуру», — поясняет господин Осипов.

ВТБ24, например, несколько лет назад реализовал самую крупную на ипотечном рынке сделку по приобретению ипотечных активов: банк приобрел у компании «КИТ Финанс» портфель в размере более 30 млрд рублей.

Второй вариант — агентская схема. «Это достаточно распространенное явление на рынке, которое также не является сугубо ипотечным. Смысл в том, что крупный банк берет на себя функцию продуктовой фабрики — разрабатывает ипотечные продукты, регламентные документы и процедуры, поддерживает их, иными словами, создает некий аналог франшизы, которую могут использовать более мелкие организации, для которых поддержание и развитие собственной компетенции нецелесообразно. Они выдают кредиты по утвержденным стандартам, получая комиссию за привлечение клиента. Кроме того, банк, выдавший кредит, может быть сервисным агентом по сопровождению ипотечных кредитов», — рассказывает Андрей Осипов.

Благодаря этой схеме небольшие банки могут расширить продуктовую линейку для своих клиентов и получать дополнительный комиссионный доход, а банк-«франчайзер» получает возможность наращивать кредитный портфель без инвестиций в инфраструктуру и издержек на привлечение клиентов и выдачу кредитов, поясняет эксперт.

Третьим вариантом является секьюритизация. «Это упаковка ипотечных портфелей в ценные бумаги, возможно с продажей их компаниям специального назначения. Ипотечные ценные бумаги используются банками для привлечения долгосрочного фондирования. Несмотря на то, что вторичный рынок ипотечных бумаг в России еще развивается, сделки по секьюритизации уже являются достаточно частым явлением», — отмечает господин Осипов.

По мнению Евгении Андреевой, начальника управления розничного кредитования банка «Александровский», продажа ипотечных кредитов может быть обусловлена недостатком долгосрочных пассивов или дефицитом ликвидности. «То есть банк выдает кредит, получает свой процентный доход, далее продает его с целью привлечения дополнительных средств для новых выдач», — поясняет госпожа Андреева. Возможность продажи ипотечных



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

ЧАЩЕ ВСЕГО ПРОДАВЦАМИ ВЫСТУПАЮТ НЕБОЛЬШИЕ БАНКИ, КОТОРЫЕ НАЦЕЛЕНЫ НА БЫСТРУЮ ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ СРЕДСТВ, НО ОБЛАДАЮЩИЕ ДОСТАТОЧНЫМ ПОТОКОМ КЛИЕНТОВ, ЧТОБЫ ПРОДАВАТЬ ИМ ИПОТЕЧНЫЕ КРЕДИТЫ

портфелей даже при дефиците ликвидности, по ее словам, позволяет банкам иметь собственные программы кредитования и оставаться участником ипотечного рынка.

ЗАРАБОТАТЬ НА ПРОДАЖЕ По словам Ирины Илясовой, продавать долг могут банки, которые имеют достаточно хороший поток клиентов, чтобы обеспечить выдачу кредита, но не готовы принимать на себя обслуживание портфеля, работу с залогами и сильно отсроченное получение дохода. В свою очередь, купить этот долг могут банки с не очень разветвленной офлайн-сетью, но с хорошими резервами и готовностью получать отсроченный доход. Это обычный бизнес, и продажей кредитов, в частности ипотечных, занимаются чаще всего небольшие банки. Кроме того, могут распродаваться долги банков, которые находятся в тяжелом финансовом положении или уже лишились лицензии, добавляет госпожа Илясова.

Богдан Зварич, аналитик ГК «Финам», считает, что причины продажи ипотечных портфелей могут быть различными: от нехватки средств у банка и попытки таким образом получить средства сразу, не дожидаясь выплаты должниками, до выхода из розничного бизнеса. «Так, в начале года Нордеа-банк продал свой ипотечный портфель Совкомбанку. И если первый решил вообще выйти из розничного бизнеса, то второй ранее не присутствовал на рынке ипотеки и таким образом смог сразу получить ипотечный портфель, который имеет низкие риски и хорошую доходность. В данном случае он может стать основой для развития ипотечного кредитования в банке», — приводит пример господин Зварич.

По оценкам Ирины Илясовой, чаще всего продавцами выступают небольшие банки, которые нацелены на быструю оборачиваемость средств, но обладающие достаточным потоком клиентов, чтобы продавать им ипотечные кредиты. А покупателями обычно выступают крупные игроки рынка.

«Как правило, ипотечные портфели покупают банки, которые и так активно работают на этом рынке, что позволяет им увеличить свою долю. Многие мелкие банки могут нуждаться в ликвидности, что приводит к необходимости продажи ипотечных активов, позволяющей им получить средства, которые в дальнейшем могут быть направлены в капитал или на

другие проекты — например, на розничное кредитование, которое, хоть и является более рискованным, приносит больший доход, нежели ипотека», — поясняет Богдан Зварич.

Евгения Андреева добавляет, что небольшие банки, выходящие на рынок розничного кредитования, могут приобретать ипотечные портфели с целью быстрого наращивания активов и формирования навыков и инфраструктуры обслуживания розничных кредитов.

Для банка-покупателя при цессии важны качество портфеля, небольшая доля просрочки и высокая доля рынка у продавца. Условия и сама техника покупки и продажи портфеля являются стандартной процедурой.

«Из особенностей, которые можно выделить, — это цена сделки, по каждому портфелю она устанавливается индивидуально. Также важны условия регресса, то есть обязательство банка, который продает портфель, принять обратно на баланс кредиты при наступлении конкретных обстоятельств, как правило, это выход кредита в просрочку до определенной стадии», — комментирует Анастасия Якупова.

ЗАЕМЩИКИ НИ ПРИ ЧЕМ Обычно сделки по переуступке ипотечных кредитов не сказываются на заемщиках, так как условия кредитного договора остаются неизменными, а сервисная составляющая часто меняется в лучшую сторону, говорит Андрей Осипов.

Ирина Илясова отмечает, что по закону кредитные условия договора не могут изменяться в одностороннем порядке. Для заемщика меняется банк, в который он делает выплаты, но не условия. Чаще всего он даже приобретает дополнительные бонусы в виде удобного интернет-банка и широкой банкоматной сети или сети отделений для внесения платежей.

«Единственное, в чем может быть неудобство заемщика, — это оплата ежемесячных платежей, поскольку при уступке прав по заложенному заемщику сообщаются реквизиты счета нового залогодержателя, на который заемщик должен перечислять денежные средства. И если данное уведомление до клиента не доходит, то есть риск выхода клиента на просрочку, поскольку он будет продолжать погашать кредит по прежним реквизитам», — рассказывает Анастасия Якупова. ■

КОМПЛЕКСНЫЙ ПЕРЕСМОТР КОНЦЕПЦИИ

ЭПОХА ПРОЕКТОВ КОМПЛЕКСНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ В ТОМ ВИДЕ, В КОТОРОМ К НИМ УЖЕ ПРИВЫКЛИ ПОТРЕБИТЕЛИ, ЗАКАНЧИВАЕТСЯ. СПЛОШНАЯ ЗАСТРОЙКА ПОЛЕЙ 25-ЭТАЖНЫМИ ЖИЛЫМИ МУРАВЕЙНИКАМИ ТЕПЕРЬ НЕ УСТРАИВАЕТ НИКОГО — НИ ПОКУПАТЕЛЕЙ, НИ ВЛАСТИ, КОТОРЫМ ПОТОМ ПРИХОДИТСЯ РАЗГРЕБАТЬ ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ. НОВЫЙ ТРЕНД — КОМПЛЕКСНОЕ УНИВЕРСАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ, В КОТОРОЕ БУДЕТ ВКЛЮЧАТЬСЯ НЕ ТОЛЬКО ЖИЛАЯ ЗАСТРОЙКА, НО И СОЗДАНИЕ РАБОЧИХ МЕСТ, ИНФРАСТРУКТУРЫ, ПОЛНОЦЕННЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ. МИХАИЛ ГЕЛЬФЕНБОЙМ

Изначально, когда на рынок выходили первые проекты комплексного освоения территорий (КОТ), девелоперы заявляли, что удаленность жилья в них будет компенсироваться высоким качеством жилой среды, в частности, комплексным благоустройством и собственной полноценной инфраструктурой. Но на практике создание комфортных условий ограничилось в лучшем случае минимальным набором объектов социальной инфраструктуры — детскими садами, школами, поликлиниками. Отсутствие мест для работы и учебы, досуга и развлечений, качественных публичных пространств привело к тому, что такие районы буквально «вымирают» в рабочее время по будням. Растет неблагополучие. Согласно открытым официальным источникам, для спальных районов характерна самая большая доля тяжких преступлений, они могут составлять до половины от зарегистрированных преступлений и раскрываются в 30–35% случаев. По количеству преступлений в год лидируют крупные спальные массивы — Невский и Калининский, вслед за ними идут Выборгский и Приморский.

«Путь отказа от „спальников“ прошли многие мегаполисы на Западе. Появившиеся здесь в годы активного послевоенного строительства монофункциональные жилые районы на окраинах уже спустя пару десятков лет превратились в гетто. Новые кварталы ликвидировали остроту жилищного кризиса, но дефицит социально-бытовой и торговой инфраструктуры, однообразие архитектуры и прежде всего территориальный разрыв между жильем и местами приложения труда вызвали целый ряд новых проблем, обострив маятниковую миграцию. В ряде случаев единственным выходом из создавшейся ситуации стал полный снос возведенных несколько десятилетий назад зданий», — говорит генеральный директор УК «Старт Девелопмент» Сергей Хромов.

«В эконом-классе Петербурга, например в районе КАД, и сегодня существуют проекты комплексной застройки, которые строятся без какой-то идеи и не решают задачи создания комфортной среды обитания для человека. Ближайшие десять лет вряд ли изменят эту ситуацию», — пессимистично настроен Михаил Гушин, директор по маркетингу холдинга RBL.

«Большинство людей работает в пределах обжитых районов, в основном в центре. Поэтому дальнейшее развитие проектов массовой застройки либо уже уткнулось в проблему утренних и вечерних пробок, либо в ближайшее время столкнется с этим. Когда потенциальный покупатель поймет, что будет ежедневно тратить от двух до пяти часов на дорогу на работу и с работы, он много раз подумает, надо ли ему покупать квар-



МНОГОЕ ИЗ ТОГО, ЧТО СТРОИТСЯ, БЛАГОДАРИ КОМПЛЕКСНОМУ ПОДХОДУ К РАЗВИТИЮ ТЕРРИТОРИИ УЖЕ СЕЙЧАС РАЗИТЕЛЬНО ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ СТАРЫХ СПАЛЬНЫХ РАЙОНОВ

тиру в этом месте даже за очень небольшие деньги. Или все же стоит потратить больше, но купить квартиру в том районе, где таких проблем гораздо меньше», — говорит Екатерина Запороженко, генеральный директор ГК Docklands Development.

МЕНЬШЕ МАСШТАБА, БОЛЬШЕ УРБАНИЗМА Прежде проекты КОТ были более «размашистыми», более масштабными и амбициозными, говорят участники рынка. «Одна компания брала огромную территорию и заявляла, что справится с ее освоением. Но времена изменились. Сегодня поднимать такое в одиночку девелоперу или даже крупному застройщику практически невозможно, поскольку это очень длинные по времени реализации проекты, подразумевающие большие инвестиции. К тому же подобные долгосрочные программы связаны с длительным замораживанием денег. Все эти факторы привели не только к уменьшению масштабов проектов КОТ, но и к возникновению коллективного подхода при их осуществлении. Сегодня застройщикам проще и выгоднее брать меньший размер территории и договариваться с „коллегами по цеху“, которые ведут строительство на соседнем участке, о совместном возведении, например, той же социальной инфраструктуры», — рассказывает начальник отдела маркетинга ООО «Н+Н» Майя Афанасьева.

«Проекты КОТ должны сильно поменяться, и я верю в то, что будущее за проектами, которые реально занимаются не освоением территории, а ее развитием. Верю в то, что новые проекты будут более качественными с точки зрения продукта и развития среды проживания. На данный момент новые КОТы не сильно отличаются от КОТов десятилет-

ней давности», — говорит Алексей Муравьев, директор по маркетингу ООО «Управляющая компания „Новоселье“».

ЕДИНСТВЕННЫЙ ПУТЬ В глобальном смысле развитие городов на базе комплексного освоения территории — единственный управляемый и плановый путь, говорят участники рынка. «От уплотнительной застройки мы уверенно шагнули к практике проектов КОТ, безусловно, они различаются по масштабу и времени реализации. Но так или иначе, иного пути обеспечить горожан квартирами, инфраструктурой, социальными объектами и комфортной средой нет. По нашим оценкам, доля проектов КОТ достигла 70% и вырастет до 85–90% за три-пять лет. Помимо уже обозначенных факторов и экономической выгоды, на тренд влияет и естественный фактор — уменьшение числа земельных пятен в черте города для точечных проектов», — считает директор департамента маркетинга и рекламы ГК «ЦДС» Иван Носов.

«Уже сейчас большинство девелоперов в связи с возросшей конкуренцией все больше внимания уделяет обеспечению комфорта проживания в своих объектах. Многие из того, что строится, благодаря комплексному подходу к развитию территории уже сейчас разительно отличается от старых спальных районов. Высокая конкуренция заставляет девелоперов тщательно продумывать концепции своих проектов», — уверен Виталий Коробов, директор по развитию ГК «Аквилон Инвест».

«Комплексное развитие территорий в Петербурге постепенно эволюционирует в концепцию так называемого нового урбанизма. Она подразумевает под собой фокус на ин-

тенсивном развитии небольших компактных районов города, что противопоставляется до сих пор широко распространенной концепции „автомобильных“ пригородов. Основные принципы нового урбанизма: развитая пешеходная доступность, безбарьерная среда, многофункциональность территорий, разнообразие архитектурных элементов и экологичность», — полагает Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик ГК «Финам».

НОВАЯ ИДЕОЛОГИЯ Одним из первых проектов, реализуемых в новой идеологии, станет город-спутник «Южный», который компания «Старт-Девелопмент» реализует совместно с ИТМО в Пушкинском районе Петербурга. «Для нас участие в этом проекте важно, так как позволяет полностью реализовать идею создания площадок для развития экономики знаний. Инноград науки и технологий станет именно такой площадкой — он не только создаст рабочие места для высококвалифицированных специалистов, но и станет драйвером развития города-спутника, также поддержит устойчивое развитие города по полицентричному пути», — говорит ректор Университета ИТМО Владимир Васильев.

Для покупателей недвижимости в новых проектах КОТ привлекательными факторами могут быть более низкая, по сравнению с городской недвижимостью, цена на жилье и хороший уровень экологии. Критериями принятия решения о покупке жилья в таком проекте также являются полноценно развитая инфраструктура и оптимальное транспортное сообщение с городом. По словам экспертов, города-спутники в силу сравнительно больших территорий и минимальных ограничений предполагают возможность создания различных точек притяжения и элементов инфраструктуры.

«Почти 80% своих потребностей житель должен решать в пешеходной доступности», — уверен Роман Мирошников, исполнительный директор ЗАО «Ойкумена».

«В Петербурге уже сформировался спрос со стороны потребителей на качественную жилую среду. Увидев те проблемы, с которыми уже столкнулись жители новых микрорайонов, горожане предъявляют более высокие требования к средовым характеристикам проекта. Изменившиеся потребительские предпочтения стимулируют появление на рынке нового качественного предложения, которое придет на смену монофункциональным спальникам. В ближайшее время начнут появляться самодостаточные районы, такие как город-спутник «Южный», где будет представлен полный набор городских функций, а жилая составляющая станет производной функцией от мест приложения труда», — уверен Сергей Хромов. ■

«МЫ НАМЕРЕНЫ НАРАСТИТЬ ОБЪЕМЫ БИЗНЕСА ПО ВСЕМ НАПРАВЛЕНИЯМ»

УПРАВЛЯЮЩИЙ ФИЛИАЛОМ «СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ» БАНКА ВТБ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ОКСАНА КОЧЕРГА В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВВГ АЛЕНЕ ШЕРЕМЕТЬЕВОЙ РАССКАЗАЛА О РЕЗУЛЬТАТАХ РАБОТЫ БАНКА В 2016 ГОДУ, О ПЛАНАХ ПО РОСТУ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ТЕКУЩЕМ ГОДУ И О ТОМ, ПОЧЕМУ БАНКИ ДЕЛАЮТ СТАВКУ НА РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ.

АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ



BUSINESS GUIDE: Как бы вы охарактеризовали ситуацию на банковском рынке в 2016 году?

ОКСАНА КОЧЕРГА: В 2016 году наблюдалось восстановление потребительского спроса, происходит постепенная смена поведенческой модели жителей Петербурга, которые начали совершать покупки и брать кредиты в банках. Рынок Петербурга в 2016 году восстановил объемы выдач кредитов физическим лицам, практически приблизив их к докризисным. Очевидно, что активизация розничного кредитования стала импульсом к росту розничной торговли в Санкт-Петербурге. По итогам прошлого года можно отметить существенное улучшение ситуации с кредитованием. Благодаря программе господдержки на рынке ипотечного кредитования также наблюдался существенный всплеск — по количеству выданных кредитов филиал увеличил свои показатели в 1,8 раза. Кроме того, люди стали активно использовать IT, мобильные банковские приложения. Сегодня клиенты банка, использующие дистанционные каналы, могут осуществлять любые платежи и переводы, узнавать задолженности по налогам, квартплате, штрафам. Кроме того, они могут оформить вклад и подать заявки на любой кредитный продукт, оплатить в онлайн-мобильную связь, услуги ЖКХ, интернет, налоги, штрафы ГИБДД. Большой популярностью пользуется перевод денежных средств на карты. Для нашего филиала 2016 год был очень насыщенным и успешным, о чем свидетельствуют финансовые показатели.

BG: С какими показателями вы завершили 2016 год?

О. К.: Балансовая прибыль розничного филиала ВТБ в Санкт-Петербурге в 2016 году, по предварительным данным, составила 1,15 млрд рублей. По итогам года мы заняли первое место среди розничных филиалов ВТБ по всей стране по объемам кредитования физических лиц. Совокупный кредитный портфель физлиц увеличился за 2016 год на 29% и достиг 16,5 млрд рублей. Драйверами роста

стали ипотечное кредитование и кредиты наличными. Так, портфель кредитов наличными на конец отчетного периода превысил 7 млрд рублей, показав рост в 16% по итогам года. Объем выдачи составил более 7 тыс. кредитов на сумму 3,6 млрд рублей. Это на 16% выше по сравнению с предыдущим годом.

BG: Каких результатов удалось достичь в ипотечном кредитовании?

О. К.: За 2016 год ипотечный кредитный портфель филиала вырос на 45% и составил 8,7 млрд рублей. По сравнению с 2015 годом объем выдач вырос на 56%, составив 2,3 млрд рублей. Это также был рекордный показатель для нас. Всего за год мы выдали 1092 ипотечных кредита, из них 741 — по программе господдержки. Отмечу, что 80% ипотечных кредитов мы выдаем через партнерский канал. Банком аккредитовано 110 компаний, застройщиков и риелторов.

BG: Есть ли по итогам года рост выдач банковских кредитных карт?

О. К.: В 2016 году филиалом было выдано около 4 тыс. кредитных карт, портфель по данному продукту на 1 января 2017 года составил более 21 тыс. штук, прирост за год — 4%. Что касается зарплатных карт, рост с начала 2016 года составил 68%, а сумма зачислений по ним выросла на 70%, составив более 780 млн рублей. Количество обслуживаемых зарплатных компаний за год увеличилось на 23%.

BG: За счет чего удалось нарастить количество зарплатных клиентов?

О. К.: Нарастить портфель зарплатных карт мы смогли за счет активной работы с бюджетными организациями — школами и детскими садами. В прошлом году мы привлекли на обслуживание 61 учреждение Выборгского района Санкт-Петербурга, в результате чего нашими новыми клиентами стали 5 тыс. учителей и воспитателей. Кроме того, мы получили большой потенциал для работы на перспективу — это клиенты СЗРЦ (Северо-Западный региональный центр ВТБ). Для нас этот сегмент является одним из ключевых векторов работы на 2017 год.

BG: Реальные доходы населения снизились. Наблюдался ли прирост по депозитам?

О. К.: Несмотря на то, что на протяжении прошлого года на рынке происходило снижение процентных ставок по депозитам, нам удалось обеспечить хороший прирост. Общий депозитный портфель филиала на 1 января 2017 года составил 8 млрд рублей, что на 37% больше показателя 2015 года. Количество вкладчиков за год выросло на 45%. Следует отметить, что доля средств VIP-клиентов составляет почти половину всей ресурсной базы филиала. За 2016 год депозитный портфель private banking вырос на 22%, достигнув 3,3 млрд рублей.

BG: Занимается ли филиал продажей комиссионных продуктов?

О. К.: Мы не навязываем клиентам комиссионные продукты и услуги, мы объясняем, что это такое и в каких ситуациях та или иная страховка может оказаться просто необходимой для клиента. А решение пользоваться страховкой или нет, клиенты, безусловно, принимают сами.

BG: Вы активно продвигаете программу рефинансирования кредитов других банков. Как оцениваете потенциал данной программы?

О. К.: Эта программа стала одной из самых популярных по итогам прошлого года. В общем объеме кредитного портфеля доля таких кредитов уже достигает трети. В этом году тенденция продолжилась — мы видим, что такие условия востребованы клиентами.

BG: Как строится работа банка с МСБ?

О. К.: В прошлом году после интеграции с ВТБ у нас произошла полная перезагрузка данного направления. Весь крупный и средний бизнес был переведен в корпоративный блок ВТБ. В розничном филиале остались малый бизнес и розничные клиенты. Для нас это стало новой моделью работы с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, своеобразным стартапом. Портфель активных клиентов малого бизнеса за 2016 год вырос у нас на 10%, на сегодняшний

день это 2,3 тыс. юридических лиц. Объем остатков на счетах малого бизнеса на начало этого года составил 2 млрд рублей. В 2017 году мы продолжим активно развивать данное направление бизнеса.

BG: Откуда к вам чаще всего приходят клиенты?

О. К.: Каждый четвертый потребительский кредит, выданный в прошлом году, приходился на корпоративный канал. В этом году перед нами стоит задача увеличить этот показатель. Планируем, что в 2017 году продажи по корпоративному каналу составят примерно 50% в кредитном портфеле филиала. Данная модель работы обеспечит банку качественный кредитный портфель, а клиенты получают более выгодные условия по кредитам.

BG: Есть ли внутренняя конкуренция внутри группы ВТБ за клиентов?

О. К.: В группе ВТБ бизнес разделен на глобальные бизнес-линии: крупный инвестиционный бизнес, средний бизнес и розничный бизнес, куда входят бывший Банк Москвы, ВТБ24 и Почта-банк. Существует четкая разбивка по сегментам. В результате группа ВТБ в целом увеличивает объем своего бизнеса и прибыль.

BG: Расскажите о планах на 2017 год. Что будет являться драйвером роста вашего бизнеса?

О. К.: В текущем году мы намерены нарастить объемы бизнеса по всем направлениям. Портфель депозитов планируем увеличить на 40%, кредитный портфель — на 35%, количество зарплатных клиентов — в два раза. Кроме того, планируем увеличить комиссионный доход и чистую прибыль, активно развивать транзакционные сервисы, удаленные каналы обслуживания и улучшать сервис по обслуживанию клиентов.

BG: Как вы оцениваете перспективы роста банковской системы в 2017 году?

О. К.: Банковский бизнес сейчас находится в периоде трансформации. Он меняется и уходит в плоскость инноваций и новых технологических решений. Мы, безусловно, рассчитываем на рост экономики, что позволит нарастить объемы бизнеса. ■

СТОЛИЧНЫЙ МЕТОД

В последние годы крупные петербургские девелоперы активно выходят на рынок столицы, а столичные строительные компании все активнее работают на рынке Петербурга. При этом, как говорят эксперты, рынки Москвы и Петербурга довольно заметно отличаются друг от друга и девелоперам нужно это учитывать, выстраивая стратегию развития в новом для себя регионе.

РОМАН МАСЛЕННИКОВ

Миграция девелоперов из Москвы в Петербург и обратно происходит уже давно. Московские строительные компании работают в Петербурге — это «Главстрой», «Лидер», «Мортон», бывшее СУ-155. В свою очередь, в Москве работают крупные компании Петербурга, такие как ЛСР и «Эталон».

Рынки недвижимости Москвы и Санкт-Петербурга, с одной стороны, во многом похожи, с другой — имеют много отличий. За 2016 год цены на первичную недвижимость в Москве упали, а в Петербурге, наоборот, выросли. Правда, все равно в столице цены остаются почти в два раза выше: в Москве они начинаются от 120 тыс. рублей за квадратный метр, тогда как в Петербурге — от 70 тыс. рублей.

Директор департамента маркетинга и рекламы ГК «ЦДС» Иван Носов говорит: «Основные различия формируются разницей масштабов рынка. Московская агломерация сама по себе значительно больше Санкт-Петербурга с областью, да и растет интенсивнее. По цене московского эконома можно смело купить крепкий питерский бизнес-класс».

Павел Бережной, исполнительный директор ГК «С.Э.Р.», полагает, что самое очевидное различие рынков недвижимости двух столиц — стоимость жилья. «Квадратный метр в черте Москвы стоит в полтора-два раза выше. И это средняя цифра. В сегменте элитного жилья, например, вилка еще шире. Причем наряду с невероятно дорогим предложением в Новой Москве существуют локации, где цена на новостройки кардинально не отличается от Петербурга».

Алексей Гусев, коммерческий директор компании «Главстрой-СПб», обращает внимание на то, что практически весь рынок жилищного строительства в Москве сосредоточен в классах комфорт и бизнес. На предложение новостроек этих двух сегментов, по его словам, приходится 70%. В то время как в Петербурге значительную часть городского жилья составляет масс-маркет. «В качестве другого принципиального отличия можно назвать долю квартир с отделкой. В Петербурге она достигает 50% от всего объема предложения, в российской столице количество таких объектов ограничено. Петербург сам по себе — более европейский город, поэтому во многих вопросах Москва «догоняет» Северную столицу. Например, планировки в Петербурге более компактные, но при этом функциональные», — рассуждает господин Гусев.

Екатерина Запороженко, генеральный директор УК Docklands Development, рассуждая о различиях рынков, указывает на то, что московские девелоперы первыми в стране освоили формат апартментов. «Опыт оказался успешным: доля апартментов на рынке в среднем составляет 15–20%. В



ПЕТР МАСЛЕННИКОВ

ЕЩЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД СЧИТАЛОСЬ, ЧТО В МОСКВЕ БОЛЕЕ УСТОЙЧИВЫЙ СПРОС НА ЖИЛЬЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ ПРЕДПОЧИТАЕТ МОСКВУ ДРУГИМ ГОРОДАМ. СЕГОДНЯ ДОЛЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ В СТОЛИЦЕ УПАЛА НИЖЕ 20-25%, ТОГДА КАК ДОЛЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ПЕТЕРБУРГЕ СОСТАВЛЯЕТ БОЛЕЕ 30%

Петербурге в последние годы апартаменты появились, хотя и не в таком количестве. При этом особенностью нашего города стало использование юнитов как основного, а иногда и единственного жилья», — отмечает госпожа Запороженко.

Еще одним отличием петербургского рынка от столичного является инфраструктура. «В Петербурге, даже если объект недвижимости находится за пределами городской черты, у покупателя все равно есть возможность быстро и легко добраться в любой район города. Проживая в Подмосковье, это сделать гораздо сложнее», — считает директор по работе с инвесторами и связям с общественностью группы ЛСР Юрий Ильин.

Кроме того, качество петербургских объектов на порядок выше, нежели в Москве, полагает господин Ильин, по крайней мере это касается масс-маркета. «В столице объекты массового спроса чаще всего сдают без стяжек, межкомнатных перегородок, какой-либо отделки, разводки основных сетей по квартире, без нормальной входной двери в квартиру, отдавая все эти отделочные „заботы“ покупателям после получения ключей от квартиры», — говорит он.

Господин Гусев советует петербургскому покупателю перед покупкой внимательно изучить административные границы города и помнить, что жилье, расположенное за МКАД, — это не Москва, за бренд «Новая Москва» переплачивать не стоит.

ВЫСОКИЙ ПОРОГ Почти в два раза отличаются и затраты девелопера, выходящего на рынок Москвы. Руслан Ярмош, ведущий специалист E3 Investment, говорит: «В строительном сегменте много факто-

ров, которые влияют на рентабельность девелоперов и их планы по экспансии регионов. Среди них можно отметить локацию земельного участка и его стоимость, класс объекта, удачность планировочных решений. При этом чем больше выводится площадей под реализацию проекта, тем ниже будет себестоимость одного квадратного метра. Так, в Петербурге себестоимость „квадрата“ будет в районе 40–45 тыс. рублей, а в Москве — около 80 тыс. рублей. Таким образом, в Петербурге себестоимость 10 тыс. кв. м жилья будет равняться 450 млн рублей, в Москве себестоимость аналогичного проекта составит 800 млн рублей».

Евгений Богданов, основатель проектного бюро Rumpri, подсчитал, что для выхода на петербургский рынок девелоперу требуется около 300 млн рублей, а на московский — около 500 млн.

Председатель совета ассоциации СРО «Центр развития строительства» Алексей Пышкин полагает, что порог входа на рынок ниже: «Цена вопроса выхода на петербургский рынок — около 200 млн рублей, на московский — 350 млн рублей. Однако нужно сказать, что этих сумм будет недостаточно для благополучного завершения проекта, поскольку рентабельность девелоперских проектов сегодня находится на довольно низком уровне, и средств необходимо примерно в два раза больше: в Петербурге — около 500 млн рублей, в Москве — 600 млн рублей».

Иван Носов из ЦДС, впрочем, отмечает, что выход в столицу одной только суммой денег не измеряется: «Понятие минимального капитала весьма условно, сейчас, когда рынка земли фактически нет, основной вопрос не в деньгах, а в пятаках под застройку. Готовых практически нет, период „купил — строй“ закончился. Общая конъюнктура усложняется». По его мнению, начинать в Северной столице «что-то серьезное» без финансового рычага в 2–3 млрд рублей и реальной экспертизы в девелопменте не стоит. «В Москве умножаем минимум на два», — уверен господин Носов.

Господин Ильин из ЛСР рассуждает: «Если у какого-либо игрока есть свободные финансовые средства, то выход на рынок девелопмента возможен в любое время. Вопрос только в том, какие цели преследует компания. К примеру, период кризиса как нельзя лучше подходит для приобретения недооцененных активов. Выход на новые рынки на сегодняшний день вполне возможен, однако сумма инвестиций на создание нового бренда зависит от масштаба компании и реализуемого проекта. Для того чтобы зарекомендовать себя на рынке, требуется немало времени, а чтобы сформировать правильную репутацию в глазах покупателя, понадобится не один реализованный проект».

У КАЖДОГО СВОИ ПРАВИЛА «На мой взгляд, особенность строительства, как, впрочем, и ритма жизни, в Москве в более деловом подходе. В столице оборот девелоперских проектов выше, поскольку там более понятные правила игры. Хотя, конечно, принятые у нас в прошлом году ПЗЗ приблизили Петербург к некоей стандартизации, которая есть в Москве. Если говорить об архитектурном облике, то Москва больше напоминает Азию, а Петербург — Европу. Условно говоря, наш город плоский и низкий, а столица, в силу отсутствия высотного регламента, более разнородная», — высказывается господин Богданов.

«Работать девелоперам было легче в Петербурге, так как в Москве рынок больше зарегулирован. Впрочем, любому девелоперу крайне сложно работать на непривычном рынке. В этом отношении показательны скромные по объему проекты ЛСР и ПИК на своей территории», — считает Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик ГК «Финам».

Алексей Пышкин говорит: «Обе столицы постоянно соревнуются друг с другом в плане регулирования градостроительной деятельности. Москва, к примеру, очень четко вырабатывает параметры зависимости инвестиционных затрат от плотности застройки, поэтому девелоперам там работает легче. Кроме того, активно стимулируется менее плотная застройка. В целом процедуры регулирования застройки в столице более понятны и прогнозируемы, а значит, стабильны и более безопасны с точки зрения рисков. Пока в этом плане Москва удерживает пальму первенства».

С ним не согласен Дмитрий Коновалов, управляющий партнер Glorax Development. Он считает, что принципиальных отличий между строительством в двух мегаполисах практически нет. По его словам, в каждом городе существует определенная специфика, например, в Санкт-Петербурге это свой климат, иной характер почв. Стоимость земли, конечно, в столице выше, но и свободных площадей в черте города меньше. Правда, за счет расширения границ Москва с дефицитом земель пытается бороться, но в Петербурге текущая ситуация позволяет реализовывать проекты даже в центре города. «На мой взгляд, в Северной столице административные вопросы решать несколько проще: в Москве многоступенчатая пирамида власти, в Санкт-Петербурге связь короче, а „правила игры“ понятнее», — говорит эксперт.

Господин Носов отмечает, что в столице меньше исторический центр и проще с высотой. «Нельзя сказать, что московскому девелоперу легче, просто иные правила и надо уметь в них делать бизнес», — полагает он. ➔ 28

27 → **ОБОГНАЛИ СТОЛИЦУ ПО ЧИСЛУ СДЕЛОК**

Тимур Нигматуллин считает, что рынки недвижимости Москвы и Петербурга различаются кардинально. «Ввод недвижимости в Москве в 2016 году снизился по сравнению с результатом 2015 года — до чуть более 8 млн кв. м. В Петербурге ввод жилья вырос на 3%, до чуть более 3 млн кв. м жилья. Тем не менее интересно, что, по данным Росреестра, за прошлый год в Москве было зарегистрировано 35,6 тыс. ДДУ, а в Петербурге — 36,9 тыс. То есть с учетом более чем двукратного отличия по численности населения в Санкт-Петербурге рынок более развит», — приводит данные он.

Лев Марголин, директор по строительству Mirland Development Corporation, говорит: «Еще несколько лет назад считалось, что в Москве более устойчивый спрос на жилье и региональный покупатель предпочитает Москву другим городам. Сегодня мы видим, что это уже не так. Доля региональных покупателей в Москве упала ниже 20–25%, тогда как доля региональных покупателей в Петербурге составляет более 30%».

Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», подтверждает его слова: «В прошлом году рынок жилой недвижимости Петербурга впервые в истории обошел рынок Москвы

по количеству сделок, речь идет, в том числе, и о региональных покупателях, и об инвестиционных покупках. Такое положение вещей, конечно, не будет пролонгированным, потому что Москва остается очень динамичным городом, финансовой столицей России, там другая мощность финансовых потоков. Когда покупатели окончательно осознают, что пересмотр цен уже завершен, то вернутся на московский рынок».

Виталий Коробов, директор по развитию ГК «Аквилон Инвест», рассказал: «Для нас пока Петербург приоритетен. Это второй по численности город. Соответственно, спрос на строящуюся не-

движимость здесь большой. Причем не только внутренний, со стороны жителей Северной столицы. В Петербург едет работать и учиться много людей со всей России, а они также заинтересованы в покупке здесь жилья. Все это дает предпосылки к выходу на петербургский рынок новых игроков. Еще один фактор — хорошая экономика проектов: несмотря на рост себестоимости, цена на недвижимость остается высокой, а значит, позволяет строить с хорошим уровнем прибыли. Москва — следующий шаг в развитии нашей компании. Пока мы только присматриваемся, но надеюсь, что в ближайшее время будет осваивать и столичный рынок». ■

СТРОЙМАТЕРИАЛЫ ПРОДОЛЖАЮТ ДОРОЖАТЬ

ПРОШЛЫЙ ГОД НА РЫНКЕ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ОТМЕТИЛСЯ РОСТОМ ЦЕН ПРАКТИЧЕСКИ НА ВСЮ ЗАКУПАЕМУЮ СТРОИТЕЛЬНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ПРОДУКЦИЮ, РОСТ СЕБЕСТОИМОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА ПРОДОЛЖИТСЯ, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ. РОМАН РУСАКОВ

По данным информационного агентства «Крединформ», цена приобретения строительными компаниями распределительной и электрической аппаратуры за год в Петербурге увеличилась на 39,7%, тогда как в среднем по стране — на 9%. Существенно подорожали строительные сборные конструкции из стали на 35,6%, трубы из винипласта — на 23,2%, стальные электросварные трубы — на 22,6%, осветительные устройства — на 21,4%, краски — на 20%, щебень — на 11,1%, древесные плиты — на 10,8%, плиты покрытий — на 9,7%, товарный бетон — на 8,1%, водогазопроводные трубы — на 8,1% и другие материалы. Столь стремительный рост цен можно объяснить не только общими инфляционными процессами в экономике, но и существенной девальвацией рубля, которая привела к удорожанию импорта.

БИРЖЕВЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПОД УДАРОМ

Председатель совета ассоциации СРО «Центр развития строительства» Алексей Пышкин указывает на то, что за последние четыре месяца серьезно подорожал металлопрокат — не менее чем на 25%. «На данный момент у нас внутри страны металл продавать выгоднее, чем за границу», — отмечает господин Пышкин

Леонид Кузнецов, директор по строительству АО «Строительный трест», говорит, что в прошлом году больше всего в 2016 году подорожали биржевые строительные материалы, такие как арматурная сталь, прокат, нефтепродукты, кирпич. В среднем повышение стоимости составило от 8 до 30%. В меньшей степени повышение цен коснулось местных строительных материалов, таких как щебень, песок, раствор, товарный бетон. Рост стоимости составил 1–4%.

Однако, как отмечают в агентстве «Крединформ», в 2016 году в городе на Неве по ряду строительных материалов произошло снижение стоимости их приобретения: смеси и изделия из теплоизоляционных и звукоизоляционных материалов в среднем подешевели на 16,9%, сортовой и фасонный горячекатаный прокат — на 11,3%, провода — на 10,1%, битум — на 7,9%.

Евгений Богданов, основатель проектного бюро Rumpi, говорит: «Ситуацию на рынке стройматериалов Петербурга можно назвать кризисной. В силу сократившегося в разы объема строительства производства не загружены, борьба идет за каждого заказчика. В ход идет весь арсенал по привлечению покупателей: от демпинга цен до индивидуальных условий рассрочки. Неудивительно, что в текущей ситуации появляются новые стройматериалы, которые позволяют девелоперам экономить средства. Например, один из наших отечественных производителей разработал новую технологию настилаемой кровли, объединенной с утеплителем. Она позволяет отказаться от листов АЦП и, таким образом, избежать дорогостоящих операций по подъему этих тяжелых стройматериалов на крышу».

Генеральный директор ООО «Н+Н» Нина Авдюшина добавляет: «С одной стороны, рыночная ситуация и конкуренция сдерживают рост цен на рынке стройматериалов. С другой стороны, увеличивает себестоимость продукции, из-за чего, в частности, цены на газобетон в прошлом году выросли примерно на 10%. Производители столкнулись с повышением цен на основные сырьевые материалы (цемент, песок, гипс). По некоторым категориям материалов, необходимых для производства газобетона, стоимость увеличилась на 20 и даже на 30%. Наряду с этим выросли расходы на транспортировку сырья и готовой продукции».

В ПОИСКАХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СНИЖЕНИЯ ИЗДЕРЖЕК

Все эти факторы отражаются на себестоимости производства строительных материалов, вследствие чего производители вынуждены повышать цены. В свою очередь, это повышение влияет и на себестоимость строительства, о чем говорят и сами застройщики, заявляя в прессе о предстоящем росте цен на жилье. «Повышение стоимости строительных материалов отразилось и на себестоимости строительства. В среднем себестоимость увеличилась на 4–7% за предыдущий год», — говорит господин Кузнецов.

«10%, а именно на столько выросла себестоимость строительства, — значитель-

ный прирост, даже несмотря на то, что основные поставщики у нас отечественные», — говорит Сергей Терентьев, руководитель департамента недвижимости ГК «ЦДС».

«Удорожание тарифов на транспортировку материалов, дополнительные обязательства застройщиков по строительству инфраструктуры, инфляция — все это дало в минувшем году удорожание себестоимости до 8 до 30% в зависимости от класса объекта и его масштаба. Сложнее всего девелоперам объектов класса „элита“ и „бизнес“, поскольку альтернативы импортным материалам на российском рынке нет», — говорит Екатерина Запороженко, директор по продажам UK Docklands Development.

В этой ситуации строители ищут способы снижения издержек. «Экономия может идти только за счет оптимизации затрат — выбор поставщиков на тендерах, поиск излишков и сокращения ненужных расходов внутри компании. Мы раз в квартал или раз в полгода проводим оптимизацию, что позволяет сокращать издержки на 5–10%», — сообщил коммерческий директор Yolkki Village Константин Матыцын.

Дмитрий Михалев, руководитель службы по работе с госорганами компании «СПб Реновация», говорит: «Себестоимость строительства в прошлом году выросла в среднем на 10%, застройщики оптимизировали затраты различными способами от увеличения цены квадратного метра до смены поставщиков. Так, многие компании отказались от иностранных производителей отделочных материалов и инженерных систем в пользу отечественных».

Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена», рассуждает: «Как ни удивительно, но преимущественно растут цены на российские материалы, цены на импортные комплектующие, продаваемые на внутреннем рынке, достаточно стабильны или напрямую коррелируют с курсом. Например, стоимость лифтов привязана к доллару, а его курс сегодня ниже, чем в прошлом году. Соответственно, мы покупаем дешевле, чем это было бы год назад. Однако экономия ради экономии при строительстве приводит к ухудшению качества жилья. Чтобы избежать

этого, мы договариваемся с подрядчиками, которые заинтересованы в надежных контрактах: они сокращают свою прибыль, мы — доходность».

«В конечном счете, рост цен приведет к увеличению себестоимости строительных организаций в 2017 году, а в условиях вялого рынка недвижимости и превышения предложения над спросом (как на вторичное, так и на первичное жилье) повышать цены в среднесрочной перспективе не представляется возможным», — рассуждает Антон Щербаков, эксперт информационного агентства «Крединформ». По его мнению, следует учесть, что электроэнергия за этот же период времени подорожала на 35,6%, дизельное топливо — на 17,9%, автомобильный бензин — на 8,9%. Все это дополнительно увеличит издержки и себестоимость продукции.

Лев Марголин, директор по строительству Mirland Development Corporation, отмечает, что себестоимость строительства за последние два с половиной года выросла в среднем от 15 до 25%. «С одной стороны, подорожали строительные материалы и оборудование, с другой — снизилась покупательная способность. Если сегодня девелопер зарабатывает 9–10% на проекте — это уже хорошо, так как помимо всего прочего, на застройщиков возложены обязательства по строительству социальных объектов и инфраструктуры», — говорит эксперт.

Господин Щербаков, впрочем, полагает, что стоит ожидать небольшого оживления потребительского спроса и стимуляции его более низкими ипотечными ставками — в марте ЦБ понизил ключевую ставку, на что уже откликнулись крупные банки, объявивших о снижении процента по ипотеке.

«Что касается прогноза динамики цен в текущем году, то по традиции продолжат дорожать электроэнергия и топливо, а по спирали и вся остальная промышленная продукция, в том числе, основные строительные материалы. По последним имеющимся данным, за январь — февраль 2017 года (по отношению к аналогичному периоду прошлого года) в Санкт-Петербурге существенно подорожали линолеум и ламинат (на 30,1%), → 30

СЕБЕСТОИМОСТЬ

ПРИДАЛИ УСКОРЕНИЯ

ГОСПРОГРАММА СУБСИДИРОВАНИЯ АВТОЛИЗИНГА И ОТЛОЖЕННОЕ ОБНОВЛЕНИЕ АВТОПАРКА КРУПНЫХ КОМПАНИЙ ПОМОГЛИ В 2016 ГОДУ УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ГРУЗОВОЙ ТЕХНИКИ В СЗФО. АРТЕМ АЛДАНОВ

По итогам 2016 года, по данным аналитического агентства «Автостат», объем рынка продаж новых грузовых автомобилей в России в сравнении с годом ранее вырос на 11%. В стране было реализовано 53,3 тыс. единиц техники. В январе текущего года рост продолжился, было продано 3,5 тыс. грузовых машин, что на 25,5% больше чем за аналогичный период годом ранее.

Северо-Западный федеральный округ стал одним из лидеров роста рынка. По предварительным данным экспертов, реализация грузовых авто в прошлом году в СЗФО выросла на 18%. Почти половина (49,7%) продаж пришлась на Петербург.

СТАВКА НА ЛИЗИНГ Ведущий аналитик ГК TeleTrade Марк Гойхман объясняет, что значительный прирост объемов рынка как в России, так и непосредственно в СЗФО связан с эффектом «низкой базы». «Продажи грузовиков в 2015-м и 2016-м принципиально различались. 2015 год — острый кризис, сильная инфляция, падение рубля и объемов производства — все это привело к ослаблению спроса на коммерческую технику. Поэтому при относительной стабилизации экономики и курса валюты в прошлом году некоторое оживление на рынке привело к росту уровня продаж новых грузовиков», — считает эксперт.

Непосредственное отношение к росту рынка имеет и государственная программа льготного автолизинга. Заработала она весной 2015 года, но результаты стала показывать только в прошлом. В соответствии с ней лизинговые компании при уплате клиентами аванса предоставляют скидки до 10% от стоимости автомобиля, которые затем компенсирует государство, но не более 500 тыс. рублей за машину. На 2017 год программа была продлена, ее бюджет составляет 10 млрд рублей.

По оценке экспертов, лизинг грузового транспорта и аутсорсинг используются приблизительно в половине случаев реализации данной техники. По словам исполнительного директора транспортной компании Traft Артура Мурадяна, это обусловлено исключительно экономикой. «В современных реалиях транспортной компании невыгодно держать свой автопарк. Гораздо проще привлечь водителей с собственными автомобилями или реализовывать лизинговые программы, когда водитель ездит на арендованном у компании грузовике, который впоследствии он может выкупить. Подобный подход обусловлен также и психологией. Практика показывает, что в подавляющем большинстве случаев собственный автомобиль водитель эксплуатирует в разы бережнее и аккуратнее, чем чужой. Лизинговая программа учитывает этот поведенческий аспект — при таком сценарии водитель понимает, что в его интересах беречь новехонький корпоративный грузовик немецкого бренда, ведь через несколько лет тот перейдет к нему в собственность и будет кормить его, даже когда сотрудник покинет компанию», — рассказывает Артур Мурадян.



ЭКСПЕРТЫ СЧИТАЮТ, ЧТО СЗФО ОТНОСИТЕЛЬНО БЫСТРО СЫВЬСЯ С «ПЛАТОНОМ», НЕСМОТЯ НА ПРОТЕСТЫ ДАЛЬНОБОЙЩИКОВ. СООТВЕТСТВЕННО, ОТРИЦАТЕЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПРОДАЖИ ГРУЗОВОЙ ТЕХНИКИ НОВЫЙ НАЛОГ НЕ ОКАЗАЛ

Лизинг грузовой техники, добавляет специалист, остается ключевой тенденцией в СЗФО и определяет формат и характер ее продаж. В частности, регион входит в топ-5 по объему реализуемых лизинговых программ. В самом Петербурге не менее 55% перевозчиков активно используют аутсорсинг грузоперевозок и лизинг техники. В последние два года стали активны лизинговые схемы без первоначального или с минимальным первоначальным взносом по лизингу — под обеспечение действующего контракта, для которого компания закупает грузовую технику.

В Петербурге представлены различные лизингодатели. Это «дочки» государственных Сбербанка и ВТБ, ряд коммерческих банков, а также организации, непосредственно занимающиеся только лизингом. Среди таковых крупнейшими являются «Европлан», «Каркаде», «Интерлизинг».

Главный исполнительный директор ПАО «Европлан» Александр Михайлов сообщил, что в топ-5 крупных дилеров грузовой техники, с которыми сотрудничает в Петербурге компания, вошли РБА, ТЦ «Восток», ДЦ «Isuzu Петербург», «Со-транс-Парнас», «Гранат» и «Леон».

«В целом за 2016 год „Европлан“ профинансировал для своих лизингополучателей приобретение более 3 тыс. автомобилей на 6,091 млрд рублей. Благодаря продлению в 2017 году госпрограммы субсидирования коммерческого и грузового транспорта мы ожидаем, что спрос на этот тип транспортных средств останется на высоком уровне. Также сейчас в правительстве РФ обсуждается запуск аналогичной программы на дорожно-строительную технику. Если программа в итоге будет запущена, то это также приведет к увеличению спроса на ДСТ», — делает выводы Александр Михайлов.

Стоит добавить, что свои «пять копеек» в рост рынка грузового транспорта в 2016 году внесли и прямые приобретатели грузовой техники. Произошло обновление автотранспортного парка, которое откладывалось в 2014–2015 годах, в пик экономического кризиса. Закупать технику пришлось и из-за ввода новых технических стандартов.

БЛИЖЕ К ЕВРОПЕ Одним из последствий реализации госпрограмм поддержки российских производителей и важной тенденцией рынка стало стойкое и безоговорочное лидерство отечественных марок. По данным экспертов, первое место по России по продажам уверенно держит КамАЗ, занимающий примерно треть рынка. ГАЗ имеет долю около 25%. На третьем месте располагается белорусский МАЗ. Среди других иномарок популярностью пользуются шведская Scania и японская Isuzu.

По словам генерального менеджера по транспорту AsstrA Associated Traffic AG Олега Гребенко, последние несколько лет сохраняются тенденции существенного подорожания грузовой техники. Такая ситуация сложилась из-за непростых условий ведения бизнеса транспортных компаний, связанных с низкими фрахтовыми ценами, а также из-за растущей себестоимости перевозок, которая вызвана подорожанием топлива, ремонтом импортных запчастей и платными автодорогами.

Между тем в СЗФО доля приобретаемых иностранных грузовиков чуть более высокая, чем по общероссийской статистике. Сказывается приграничная зона и более быстрая растаможка грузовой техники, отмечают игроки рынка. По данным компании «Трафт», в лизинге и прямых продажах бывшего в употреблении гру-

зового транспорта в СЗФО и Петербурге у клиентов лидируют КамАЗ, Volvo и ГАЗ, хотя с кризисом укрепились позиции и более дешевых грузовиков марки Shaanxi Shacman — это технологическая копия грузовика MAN. Среди новых грузовиков лидерами продаж в Петербурге являются MAN, Volvo, КамАЗ. В «Европлане» в топ продаж грузового транспорта в Петербурге вошли Mitsubishi Fuso, КамАЗ, Mercedes-Benz, Isuzu и MAN.

Эксперты считают, что СЗФО относительно быстро свыкся с «Платоном», несмотря на протесты дальнбойщиков. Соответственно, отрицательного воздействия на продажи грузовой техники новый налог не оказал.

По словам ведущего эксперта УК «Финам Менеджмент» Дмитрия Баранова, развитие конкуренции, регулирование сферы перевозок и использования дорожной сети привели к тому, что транспортники стали требовать технику с улучшенными характеристиками. «Это и меньшее потребление ГСМ, и повышенные эргономические требования, и больший межремонтный ресурс, и высокий уровень оснащенности устройствами связи и контроля, позволяющими наблюдать автомобиль в режиме реального времени, обеспечивать высокую эффективность его эксплуатации и ремонта. Также можно говорить, что постепенно стали увеличиваться число грузовых автомобилей, работающих на других видах топлива, в первую очередь — на газе. Учитывая, что техника становится сложнее, перевозчики стремятся к тому, чтобы не решать самостоятельно вопросы ремонта и обслуживания, расчет делается на то, что это будут делать либо сами продавцы, либо специализированные компании», — резюмирует аналитик. ■

28 → материалы лакокрасочные на основе сложных полиэфиров, акриловых или виниловых полимеров (на 22,1%), керамический неогнеупорный строительный кирпич (на 18,6%), листовое литое, прокатное, тянутое или выдувное стекло (на 15,1%), общестроительные цементы (на 13,9%)», — приводит цифры господин Щербаков.

Таким образом, строительным компаниям остается зарабатывать на эффекте масштаба — возводя большие жилые комплексы. Мелким организациям, при условии пребывания рынка недвижимости и дальше в стагнации, будет трудно выжить.

Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик группы компаний «Финам», говорит: «В целом рынок стройматериалов следует

за рынком строительства: спрос сохраняется на стабильном уровне, несмотря на удорожание импорта. Объем работ по виду деятельности „Строительство“ в Петербурге за 2016 год составил 409,3 млрд рублей (в сопоставимых ценах произошел рост на 0,7 млрд рублей). Конечно, немаловажным фактором является удорожание ряда стройматериалов на 20–30% из-за ослаб-

ления рубля. Однако высокие процентные ставки в экономике и вялый спрос делают нерентабельной реализацию многих строительных проектов. Очевидно, что на этом фоне говорить о росте рынка просто за счет повышения цен пока не приходится. Скорее можно говорить о том, что с рынка из-за падения спроса просто уходят поставщики импортных стройматериалов». ■

ПРОДАВЦЫ РЕМОНТА

из-за высокой насыщенности городского DIY-рынка на нем не появляются новые игроки. Развитие происходит за счет появления новых магазинов существующих компаний. Хотя последние два года рынок терял примерно по 10% в год: потребители стараются братья только за неизбежный ремонт и стараются экономить на нем.

ВЛАДА ГАСНИКОВА

Петербургский DIY-рынок очень насыщен: только у десятка его лидеров в городе работает 82 площадки общей площадью около 400 тыс. кв. м. Специалисты констатируют, что концентрация строительных магазинов в Петербурге даже выше, чем в Москве.

Товары для дома и ремонта — одна из немногих отраслей ритейла, в которой доля иностранных операторов выше, чем российских, рассказывает генеральный директор DIY-платформы Mastergrad Леонид Довладбегян. «Это Leroy Merlin, OBI, Castorama, сильна „К-Паута“ — зарубежный бренд со штаб-квартирой в Петербурге. Кроме того, здесь находится родина „Максидома“ и „Петровича“. Рынок весьма насыщен по российским меркам: здесь есть и бигбоксы, и профессиональные сети, и в прошлом мелкооптовые компании, вышедшие в сферу ритейла („Петрович“ и „Сатурн“)\», — перечисляет господин Довладбегян.

Такой насыщенностью рынка объясняет региональный директор компании «Леруа Мерлен Восток» Алексей Лесников особенность петербургского рынка: горожане очень требовательны к DIY-ритейлерам, что является драйвером роста для сервисов обслуживания для всех компаний. «Большое количество магазинов в разных районах города влияет на то, что клиенты чаще выбирают те, что ближе к их дому или находятся по пути на их традиционных маршрутах. Принципиальным вопрос мониторинга цен во всех сетях становится тогда, когда люди берутся за большой проект. За скотчем или пачкой гвоздей клиент далеко не поедет», — говорит господин Лесников.

Значительную роль при выборе покупателем магазина играет широта предоставляемых сетью дополнительных услуг, часть которых берут на себя поставщики, рассказывает Дарья Сергиенко, руководитель отдела по связям с общественностью «Максидома». «Это может быть пошив штор, который обеспечивают поставщики тканей, или планирование кухни, которое осуществляют специалисты производителя кухонной мебели», — приводит пример она.

По данным агентства «Infoline-Аналитика», емкость розничного и мелкооптового рынка строительных и отделочных материалов Санкт-Петербурга и Ленинградской области в 2014 году составила 109 млрд рублей. В 2015 году она снизилась на 8,4%, до 99,8 млрд рублей, а в 2016-м упала еще на 10,9%, до 88,9 млрд рублей.

В конце 2014 — начале 2015 года на фоне резкого роста курса валюты люди делали серьезные закупки стройматериалов, складывая их в гаражи и на балконах, вспоминает Алексей Лесников. В большей степени подорожание коснулось товаров, которые произведены не в России или имеют импортные составляющие (плитка, сантехника, напольное покрытие).

«Сейчас наблюдается вялое оживление. Я бы не сказал, что объемы растут, скорее рынок привык к тому, что объемы сократились. Другая тенденция — это рост доли интернет-продаж, а также долей сетевых продаж и крупных гипермаркетов», — констатирует Леонид Довладбегян.

По мнению генерального директора СТД «Петрович» Евгения Мовчана, сегодня на рынке DIY идет консолидация, то есть рост доли крупных и успешных игроков за счет ухода с рынка более слабых. «Покупатели перераспределяются между действующими ритейлерами. В „Петровиче“ в 2015–2016 годах наблюдался заметный приток новых покупателей, который мы связываем в первую очередь с эффективной маркетинговой кампанией, развитием сервисов и непрерывной работой по улучшению ассортимента», — поясняет господин Мовчан. Его коллеги обращают внимание на реформирование «Петровича»: он начал ориентироваться на непрофессионального строителя, привлекая покупателей своими шоу-румами.

Генеральный директор агентства «Infoline-Аналитика» Михаил Бурмистров констатирует, что насыщенность рынка осталась очень высокой даже после ухода в минувшем году сети «Метрика». Летом 2016 года четыре гипермаркета сети были проданы как часть бизнеса банкротящейся ГК «Корпорация СБР». «Новые владельцы группы компаний намерены сконцентрироваться на управлении недвижимостью холдинга с целью реструктуризации долгов и репрофилирования бизнеса», — говорит господин Бурмистров.

Если бы уход «Метрики» пришелся на другое время, конкуренты могли бы увидеть значительный приток в своих магазинах. Но в последние годы люди считают свои деньги и ремонтируют только самое необходимое, отмечает Алексей Лесников из «Леруа Мерлен».

Уход «Метрики» открыл новые горизонты для остальных компаний, позволив им увеличивать свою значимость на местном

рынке, считает генеральный директор «К-Паута» Артем Тараев. «Кроме того, город продолжает активно строиться, сдается новое жилье, а значит, и потребность в товарах для строительства, ремонта и обустройства дома останется на высоком уровне. Поэтому у компаний, которые уже достаточно долго присутствуют на рынке, появилось больше возможностей для развития бизнеса и открытия новых магазинов», — полагает господин Тараев.

Преимущественно DIY-ритейлеры работают с одними и теми же производителями стройматериалов и инструментов. И последние сейчас стараются максимально унифицировать свои отношения с сетями.

«Правильно подобранный ассортимент, грамотный мерчандайзинг, хорошо выстроенная коммуникация с клиентом помогают повысить уровень доверия клиента к ритейлеру. Поэтому я бы сосредоточился не столько на ассортименте, сколько на визуальном мерчандайзинге, формате магазинов, потому что в гипермаркете очень важно расположение отделов и товаров. Если говорить о ценовой конкуренции, то на рынке есть очень серьезный дискаунтер — „Леруа Мерлен“. Их политика „низкие цены каждый день“, они не проводят акций: их цены всегда низкие, они зарабатывают на объеме, имея статус лидера рынка. Другие гипермаркеты не ведут такую политику, напротив, они стараются на

какие-то маркерные позиции давать более низкие цены, а на других, более маржинальных, товарах заработать. В этом случае правильный маркетинг, грамотная работа с акциями выходят на первый план. Не секрет, что чем дальше, тем больше спрос формируется в интернете, и именно в онлайне проще анализировать потребности покупателей и их поведение. Поэтому правильная онлайн-аналитика в совокупности с грамотным визуальным мерчандайзингом могут дать свой эффект», — размышляет Леонид Довладбегян.

Ритейлеры делают ставку на продукцию собственной торговой марки (СТМ). Товары могут производиться даже в одной китайской провинции, но позиционируются и выглядят по-разному. Алексей Лесников из «Леруа Мерлен» называет СТМ ключом к успеху. Его компания сейчас выстраивает для этого отношения с российскими производителями, привлекая их не только для создания товаров СТМ.

Традиционная цикличность рынка строительных материалов в Петербурге такова: апрель — это начало нового сезона (это связано и с приближением дачных месяцев, и с желанием людей успеть обновить дом к новому году). К этому времени ритейлеры стараются представить новые коллекции, которые они стараются разработать согласно отзывам клиентов — чего тем не хватало в магазинах в прошлом году. ■

DIY-СЕТИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

КОМПАНИЯ	БРЕНД СЕТИ	УКРУПНЕННЫЙ ФОРМАТ	КОЛ-ВО	ПЛОЩАДЬ, ТЫС. КВ. М
ООО «МАКСИДОМ»	«МАКСИДОМ»	ГИПЕРМАРКЕТ	8	95,6
«ОБИ РОССИЯ»	OBI	ГИПЕРМАРКЕТ	5	65
ООО «К-ПАУТА РУС»	«К-ПАУТА»	ГИПЕРМАРКЕТ	7	55,3
ООО «ЛЕРУА МЕРЛЕН ВОСТОК»	LEROY MERLIN	ГИПЕРМАРКЕТ	4	40,5
ООО «СТД „ПЕТРОВИЧ“»	«МЕТАЛЛОБАЗА»	СТРОЙБАЗА	1	1
	СТД «ПЕТРОВИЧ»	СТРОЙБАЗА	14	36,8
	«ДОМОВОЙ»	ГИПЕРМАРКЕТ	6	21
	«СТАРТ»	ГИПЕРМАРКЕТ	4	6,2
ООО «КАСТОРАМА РУС»	«СТАРТ»	ГИПЕРМАРКЕТ	1	10
	CASTORAMA	ГИПЕРМАРКЕТ	2	18
	«САТУРН СТРОЙ МАРКЕТ»	ГИПЕРМАРКЕТ	2	11,3
		СУПЕРМАРКЕТ	4	4,5
ГК «СТРОИТЕЛЬ»		СТРОЙБАЗА	1	1,9
	«СТРОИТЕЛЬ»	СУПЕРМАРКЕТ	13	13,9
		ГИПЕРМАРКЕТ	2	3,5
		МАГАЗИН	1	0,2
ООО «РИТЕЙЛ СТРОЙ»	ТД «ВИМОС»	ГИПЕРМАРКЕТ	2	5,6
		СУПЕРМАРКЕТ	2	3,9
		СТРОЙБАЗА	3	3,6

ИСТОЧНИК: INFOLINE DIY RETAIL RUSSIA TOP

РИТЕЙЛ

Время совместных решений



Реклама

*Надежные партнерские
отношения для будущих побед*



ВТБ

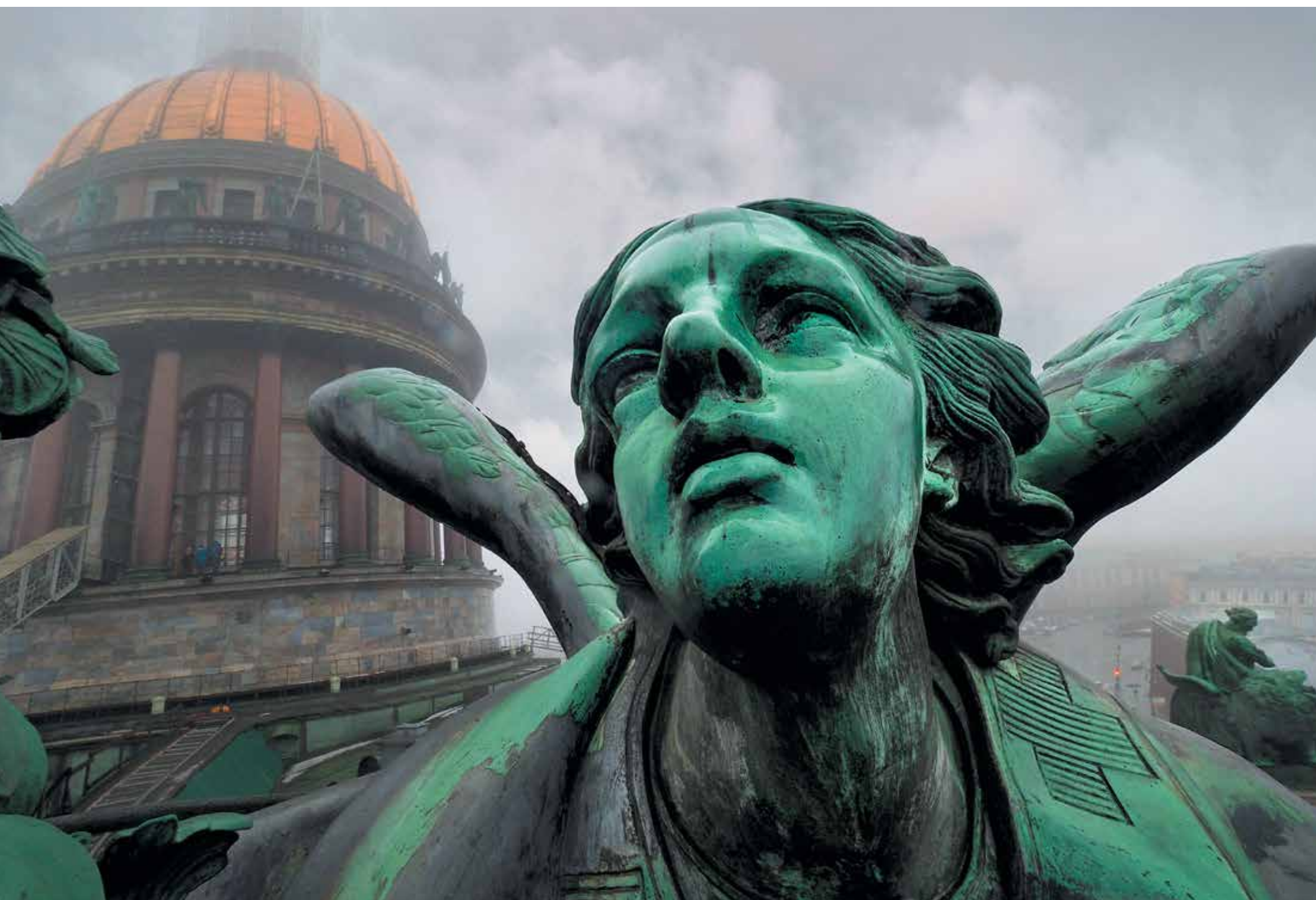
Мир без преград

8 (800) 200-77-99
звонок по России бесплатный
www.szrcvtb.ru

Банк ВТБ (ПАО). Генеральная лицензия Банка России № 1000

ВЕЩЬ ДЕЛ

с «Коммерсантом» **spb.kommersant.ru**



SPB.KOMMERSANT.RU

ПОСТОЯННОЕ ОБНОВЛЕНИЕ САЙТА

ТОЧНЫЕ ПРОГНОЗЫ И ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ

ОБЪЕКТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ФАКТАМ,
КОМПЕТЕНТНОСТЬ И БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ

ОДНО ИЗ САМЫХ АВТОРИТЕТНЫХ
И ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ
ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ПРИНИМАЮЩИХ РЕШЕНИЯ

