

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ КОМПАНИИ

«ГРАЖДАНОЧКА» С АВТОМАТОМ / 28
ПРОЛЕТАЛО МИМО КАССЫ / 34
АККОМПАНЕМЕНТ НА КОНВЕЙЕРЕ / 38
ПРИБЫЛЬ В ПОЛЬЗУ ОБЩЕСТВА / 50

Четверг, 27 сентября 2018 №176

(№6414 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–52

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Зарегистрировано в Роскомнадзоре

ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

BUSINESS GUIDE

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

ЦДС СТРОИМ
ДЛЯ ЖИЗНИ
ООО «ЦДС»


Архангельский ЦБК


Прокси Центр


CESPA
GROUP

Реклама



КЛЮЧИ СЕЙЧАС,
ОПЛАТА ЧЕРЕЗ 2 ГОДА*

НЕБО, ВОЗДУХ,
НЕВА, ТЕРРАСА...



КВАРТИРЫ
С ВЫГОДОЙ 20%**



СТАНЬТЕ
ВЛАДЕЛЬЦАМИ
ЭКСКЛЮЗИВНЫХ
ВИДОВ НА ЕЛАГИН
ОСТРОВ

📍 ПРИМОРСКИЙ ПР., 46
ИДЕТ ЗАСЕЛЕНИЕ



RIVERSIDE
квартал высокого класса

ПОДАРИТЕ СЕБЕ
ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ
ВИДЫ
НА АКВАТОРИЮ
НЕВЫ

📍 УШАКОВСКАЯ НАБ.
КВАРТАЛ ЗАСЕЛЕН

ПРИГЛАШАЕМ НА ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПОКАЗЫ
ГОТОВЫХ КВАРТИР ПРЕМИУМ-КЛАССА

*Предложение действительно на 17.09.2018. Предложение «Ключи сейчас, оплата через 2 года» действительно при условии заключения предварительного договора купли-продажи с последующим заключением договора купли-продажи в отношении квартиры любого метража в ЖК Stockholm с использованием рассрочки. Рассрочка «20/30/50»: первый взнос 20% от стоимости приобретаемой квартиры, 30% от стоимости квартиры оплачивается через 1 год с даты заключения договора, остаток 50% - через 2 года с даты заключения договора. Рассрочка предоставляется продавцом. Получение ключей от квартиры после внесения первого взноса 60% от стоимости приобретаемой квартиры по договору пользования. ЖК Stockholm (ЖК «Стокгольм»): введен в эксплуатацию и расположен по адресу: СПб, Приморский пр., дом 46. Продавец ООО «Приморский, 46». Подробности предложения на сайте www.elita-spb.ru или по тел. +7 (812) 33-55555. ** Предложение действительно на 17.09.2018. Предложение «Скидка 20%» действительно при условии заключения предварительного договора купли-продажи с последующим заключением договора купли-продажи в отношении квартиры любого метража в ЖК RIVERSIDE с использованием 100% оплаты стоимости приобретаемой квартиры. Указанная скидка предоставляется от базовой стоимости квартиры. ЖК RIVERSIDE (ЖК «Риверсайд»: Г1, Г2, Г3, Г4, Г5, А, Б, В - введены в эксплуатацию) расположен по адресам: СПб, Ушаковская наб., д. 1 корп. 4, лит. А (корпус Г3); д. 1, корп. 3, лит. А (корпуса Г4 и Г5); д. 3, корп. 2, лит. А (корпуса А, Б, В); д. 3, корп. 4, лит. А (корпуса Г1 и Г2). Продавец ООО «Фаворит». Подробности предложения на сайте www.elita-spb.ru или по тел. +7 (812) 33-55555. РЕКЛАМА



ПЕТРОВСКИЙ
КВАРТАЛ НА ВОДЕ

**ПОГРУЗИТЕСЬ
В УЮТНУЮ
АТМОСФЕРУ
ПЕТРОВСКОГО
ОСТРОВА**



ПЕТРОВСКИЙ О.

ВВОД В ЭКСПЛУАТАЦИЮ 2019 г.



**ДЛИТЕЛЬНАЯ РАССРОЧКА
ПЛАТЕЖИ РАЗ В ГОД*****

КОЛЛЕКЦИЯ ДОМОВ У ВОДЫ



ПРИТЯЖЕНИЕ
на Выборгской

**ЛЮБУЙТЕСЬ
ПАНОРАМАМИ
НА ГОРОД
И НАБЕРЕЖНЫЕ
НЕВЫ**



ВЫБОРГСКАЯ НАБ.

ВВОД В ЭКСПЛУАТАЦИЮ 2021 г.



**ДЛИТЕЛЬНАЯ РАССРОЧКА
ПЛАТЕЖИ РАЗ В ГОД*****



**Петербургская
Недвижимость**

33-55555
elita-spb.ru



***Предложение действительно на 17.09.2018. Предложение «Длительная рассрочка. Платежи раз в год» действительно при условии заключения договора участия в долевом строительстве в отношении квартиры любого метража в ЖК «Петровский Квартал на воде» и ЖК «Притяжение на Выборгской» с использованием беспроцентной рассрочки до 31 декабря 2021 года. Первый взнос 20% от стоимости приобретаемой квартиры, далее равными частями 4 платежа с интервалом раз в год. Рассрочка предоставляется застройщиком. ЖК «ПЕТРОВСКИЙ КВАРТАЛ на воде» расположен по адресу: СПб, Петровский пр., д. 26, лит. Б. Застройщик ООО «Новый элемент». Проектная декларация на сайте www.sc-ne.ru. ЖК «Притяжение» расположен по адресу: СПб, Большой Сампсониевский пр. Застройщик ООО «ИТТ». Проектная декларация на сайте www.sc-itt.ru. Подробности предложения на сайте www.elita-spb.ru или по тел.: +7 (812) 33-55555.



ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE «КОМПАНИИ»

ЗЕРНА В НЕФТИ

Ранжируя компании по приросту выручки, на большой выборке удобно следить за изменением состояния экономики СЗФО по отраслям. Нынешний рейтинг (стр. 24–27) иллюстрирует восстановление транспортной сферы — как автозаводов, так и дилеров, перевозчиков, укрепление позиций нефтегазового сектора и конкретно группы «Газпром», восходящую динамику аграрных и скотоводческих предприятий и перераспределение сил в пищевой промышленности. Например, из рейтинга испарились крупные производители табака, но для участия в нем созрели поставщики фруктов. В судостроительной отрасли прибавилось оптимизма, который, видимо, не остужает даже потеря в 2018 году заказа на 100 млрд рублей. Грустно не встретить в первой сотне компаний по приросту выручки за два года перспективных, на взгляд чиновников и независимых экспертов, производителей микроэлектроники, радиоаппаратуры и представителей медико-фармацевтического кластера.

Во главе нынешнего рейтинга — мастодонты от ритейла и нефтегазового сектора, что объясняется их баснословными оборотами. Любое колебание этих показателей в плюс или минус за счет масштаба влечет за собой немедленный взлет игрока в начало таблицы, либо падение ее далеко за тысячное место. Так, АО «Газпромнефть — Северо-Запад», в 2015 году занимавшему 4-ю строчку, надо было потерять 55 млрд рублей, чтобы в этом году оказаться последним из 1850 участников. При этом выручка компании за 2017 год — почти 10 млрд рублей — больше, чем у 20 из 100 лидеров рейтинга „Ъ“.

Появление новичков — тоже сигнал: о выходе на сцену нового крупного игрока, успешном финансовом годе для существующих компаний или об ухудшении дел конкурентов. Правда, бываю и странности. Так, в списке наиболее динамичных компаний появилось ООО «ЖК Московский» — юрлицо, созданное под один из жилых комплексов группы «Эталон». Поскольку выручка застройщика проводится в бухгалтерской отчетности после перехода готовых квартир покупателям, то полученные ими в 2017 году ключи конвертировались в прирост выручки почти 6 млрд рублей относительно 2015 года, когда компания только вела строительство. При этом сама ГК, несмотря на серьезный рост, в рейтинг не попала, так как ее финансовые результаты консолидируются только на уровне кипрской Etalon Group PLC, а предметом нашего исследования остаются компании СЗФО.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

КОРАБЛЬ-ПРИЗНАК

БАЛТИЙСКИЙ ЗАВОД ПРОИГРАЛ БОРЬБУ ЗА ЗАКАЗ НА 100 МЛРД РУБЛЕЙ НА СТРОИТЕЛЬСТВО СВЕРХМОЩНОГО ЛЕДОКОЛА «ЛИДЕР» ДЛЯ КРУГЛОГОДИЧНОЙ ПРОВОДКИ СУДОВ ПО СЕВЕРНОМУ МОРСКОМУ ПУТИ. ВМЕСТЕ С НИМ ШАНС УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ УПУСКАЮТ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОРОДА, СУБПОДРЯДЧИКИ И ПОСТАВЩИКИ ЗАВОДА. ПО ОЦЕНКЕ АНАЛИТИКОВ, ПОТЕРЯ ЭТОГО ПОДРЯДА БУДЕТ СТОИТЬ ПЕТЕРБУРГУ ПО МЕНЬШЕЙ МЕРЕ 1% ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА И 0,2% ВРП.

ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЕСЛИ ЭНЕРГОУСТАНОВКУ ДЛЯ «ЛИДЕРА» БУДЕТ ДЕЛАТЬ БАЛТИЙСКИЙ ЗАВОД, БОЛЬШИНСТВО ПЕТЕРБУРГСКИХ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СОХРАНИТ ЗАГРУЗКУ

Верфь «Звезда», которую на Дальнем Востоке возводит консорциум «Роснефти», «Роснефтегаза» и Газпромбанка, построит атомные ледоколы проекта 10510 «Лидер» (120 МВт), заявил по итогам Восточного экономического форума вице-премьер РФ Юрий Борисов. В серию войдут три судна, которые будут создавать в кооперации с другими российскими судостроителями, добавил он. Президент РФ Владимир Путин дал свое согласие об определении «Звезды» единственным исполнителем строительства ледоколов «Лидер», подчеркнул господин Борисов. Вторым претендентом на этот проект был входящий в Объединенную судостроительную корпорацию (ОСК) Балтийский завод.

ПО ПАРАМЕТРАМ Сверхмощный «Лидер» нужен для круглогодичной проводки судов по Северному морскому пути (СМП). Предполагается, что он сможет проходить толщу льда до 4,3 м, прокладывая коридор до 50 м шириной, и проводить караваны при скорости 10–12 узлов. Его проектируемая длина составляет 20 м, наибольшая ширина — 47,5 м.

Головной атомоход должен быть достроен в 2027 году. В начале декабря 2017 года Минпромторг одобрил идею серийно-

го выпуска атомных ледоколов «Лидер», связывая это с экономической неэффективностью и высокими затратами на строительство только одного судна. Однако до сих пор не определены источники финансирования проекта. В правительстве рассматривают формат государственно-частного партнерства, в рамках которого из бюджета могут выделить до 50% средств.

Окончательное решение о строительстве серии зависит от объема грузов, которые будут транспортироваться по СМП. По оценке ОСК, основанной на данных компаний-недропользователей, прогнозный грузопоток к 2025 году составит 66,7 млн тонн, к 2030 году — 115,5 млн и к 2035 году — 155,5 млн. Основными видами грузов для перевозки, в порядке значимости, будут сжиженный природный газ, уголь, нефть и металл.

Разработку технического проекта ледокола «Лидер» вело центральное конструкторское бюро «Айсберг» в Петербурге. Как говорил генеральный директор ЦКБ «Айсберг» Александр Рыжков, строительство ледокола будет иметь большое значение для всей судостроительной отрасли России и затронет целый ряд смежных отраслей. По словам источника ВГ, размещение заказа на «Лидер» в Петербурге обеспечи-

ло бы развитие судостроительной отрасли в регионе на двадцать лет вперед.

ЗОЛОТОЙ ТЕЛЕНОК Северо-Западный федеральный округ является основным судостроительным регионом России. По данным агентства «Infoline-Аналитика», судостроительные мощности на территории СЗФО включают 47 судостроительных предприятий, а численность работников этих организаций составляет 84 тыс. человек. При этом около 26 предприятий — это научно-исследовательские институты и конструкторские бюро, численность сотрудников которых достигает 23 тыс. человек. Верфи, проектные и научные предприятия Санкт-Петербурга, Северодвинска, Мурманской области и Калининграда обеспечивают около 69% объема производства российского судостроения. На Северо-Западе находятся также научные и проектно-конструкторские учреждения, которые обеспечивают выполнение свыше 60% НИОКР в отрасли. На Балтийский завод работают десятки предприятий-поставщиков трубопроводной арматуры, кабеля, комплектующих для внутренней отделки, электротехники, говорит генеральный директор агентства «Infoline-Аналитика» Михаил Бурмистров. → 18

СУДОСТРОЕНИЕ



МЕХАНИЗМ ВЭД

**Условия меняются – наши
инструменты работают**

открытие
счета



валютный
контроль

курс конверсии

/812/ 332 7878

www.bspb.ru

Льготные условия обслуживания в рамках акции: бесплатное открытие первого расчетного счета в валюте РФ и в иностранной валюте; оформление пакета документов для открытия счета, тариф за выполнение функций агента валютного контроля до 0,1% в течение 3 мес. с даты заключения соглашения о предоставлении услуг с использованием Интернет-банка i2B; льготный коэффициент к базовому курсу по конверсионным сделкам по 31.12.2018 г. Участниками акции являются юридические лица, открывшие расчетный счет в валюте РФ и в иностранной валюте в ПАО «Банк «Санкт-Петербург» в период с 12.09.2018 по 31.12.2018 г. Акция не распространяется на индивидуальных предпринимателей и действующих клиентов Банка. Срок проведения акции с 12.09.2018 по 31.12.2018 г. С подробными условиями акции можно ознакомиться по телефону /812/ 332 7878 и в офисах Банка. ПАО «Банк «Санкт-Петербург». Генеральная лицензия Банка России №436 от 31.12.2014. ОГРН 1027800000140. Санкт-Петербург, Малоохтинский пр., дом 64, лит. А. Реклама.

16 → Дальневосточный федеральный округ, по данным агентства, без учета строящейся «Звезды», насчитывает около 20 судостроительных предприятий с общей численностью сотрудников 20 тыс. человек, а также две научные организации. По словам источника ВГ, уже сейчас с петербургских верфей на Дальний Восток переехало более двух десятков специалистов высшей категории. Вместе с «Лидером», говорит он, Петербург теряет статус морской столицы России. По оценке аналитиков Infoline, потеря заказа на сверхмощный ледокол будет стоить Петербургу по меньшей мере 1% промышленного производства города и 0,2% ВРП в течение четырех-пяти лет его строительства.

Таких последствий не боятся в комитете по промышленной политике и инновациям Петербурга (КППИ). В комитете сообщили, что все предприятия судостроительного кластера города в той или иной мере задействованы в строительстве атомного флота, судостроение — основополагающая отрасль для города. «До 80% всех судов, спускаемых на воду в России, проектируется в Санкт-Петербурге», — заявили в Смольном. В случае если заказ на строительство ледокола «Лидер» будет размещен на верфи «Звезда», город рассчитывает на получение других заказов, говорят в КППИ, подчеркивая, что высокая степень кооперации компаний разных регионов позволит петербургским компаниям принять участие в проекте сверхмощного ледокола.

Вместе с тем несколько источников ВГ утверждают, что экономически невыгодно поставлять элементы для «Лидера» из СЗФО на Дальний Восток: это сделает ледокол «золотым». К тому же, считают эксперты, есть риск, что в строительстве будут задействованы корейские и китайские материалы, а также рабочая сила. Несмотря на это, в ОСК ВГ сообщили, что доля российского контента в проекте приблизится к 80–90%. Апеллируя к политике импортозамещения, эти показатели подтвердили в КППИ.

«БУДЕТ ПОСТРОЕНО» В июне ряд СМИ сообщал, что в ходе межведомственного совещания по вопросам развития Арктики генеральный директор Балтийского завода Алексей Кадилов заявил, что от губернатора Петербурга Георгия Полтавченко требуется «административное воздействие» для получения заказа на строительство атомного ледокола «Лидер». По словам источника ВГ в отрасли, такую поддержку могли бы оказать как сам губернатор, так и профильные комитеты (по промышленной политике и инновациям и комитет по делам Арктики), но этого сделано не было.

«В любом случае, Санкт-Петербург — центр судостроения страны. В целом ситуация в судостроительной отрасли стабильная. Практически все верфи имеют сформированный портфель заказов на ближайшую перспективу до 2020 года. Выбор подрядчика будет сделан с учетом наличия профессиональных компетенций, а также потребности развития регионов страны. Рабочие места важно создавать и в Петербурге, и на Дальнем Востоке, и по всей стране», — прокомментировали ситуацию в КППИ.

Ключевыми преимуществами Балтийского завода перед «Звездой» в комитете видят два фактора: степень кооперации с городскими предприятиями и компетенции по работе с атомными установками.

Балтийский завод построил практически все атомные ледоколы в России, говорят на предприятии; с учетом опыта завода и кооперационных цепочек строить ледокол в городе было бы дешевле; кроме того, завод имеет лицензию на работу с ядерными установками.

Собеседники ВГ считают, что наличие большого дока на «Звезде» не компенсирует отсутствие опыта выполнения заказов такого уровня. Заявленные мощности «Звезды», по словам источника ВГ, пока находятся в состоянии «будет построено». Необходимо углубить сухой док, создать цех спецэнергетики для производства и испытаний, гальванический цех, построить участок по сборке и испытаниям элементов ледокола и инженерный центр. Реализация этих этапов увеличит расходы и сделает верфь неконкурентоспособной в области коммерческого судостроения, подытоживает источник ВГ в отрасли. В ССЗ «Звезда» на запрос издания не ответили.

ОСКОЛОЧНЫЙ ПОДРЯД Сейчас Балтийский завод строит три ледокола ЛК-60: головной УАП «Арктика» и два серийных ледокола «Сибирь» и «Урал». По словам главы ОСК Алексея Рахманова, с учетом существующих контрактов и потенциального заказа на еще два ледокола проекта 22220 завод обеспечен загрузкой до 2027 года.

Как сообщал „Ъ“, сроки сдачи головного ледокола переносились несколько раз. Летом 2017 года сдачу «Арктики» уже перенесли указом президента на два года — на май 2019 года, а серийных «Сибирь» и «Урал» — на 2021 и 2022 годы соответственно. Сроки сдачи «Арктики», по данным ВГ, сейчас оттянуты на конец 2019-го.

Поручение проекта строительства ледокола ЛК-120 «Лидер» «Звезде», которая не полностью введена в эксплуатацию и не построила не только ни одного ледокола, но и вообще судна, в значительной степени связано с неудовлетворенностью заказчикам стоимостью и сроками выполнения работ по строительству ледоколов серии ЛК-60 на Балтийском заводе и сопряжено со значительными рисками, считает Михаил Бурмистров. Более логичным и менее рискованным подходом представляется ему выстраивание кооперационной схемы, в рамках которой «Звезда» строила бы корпус и выступала генподрядчиком, а Балтийский завод — субподрядчиком и поставщиком оборудования, а также планомерно передал бы необходимые для успешной реализации проекта компетенции «Звезде». Если энергоустановку для «Лидера» будет делать Балтийский завод, то Петербург пострадает меньше, так как большинство машиностроительных предприятий субподрядчиков и поставщиков сохраняют загрузку, продолжает господин Бурмистров.

На Балтийском заводе ВГ сообщили, что предприятие подготовило предложения по кооперации при строительстве «Лидера». Как уверяют на предприятии, «при любом решении о выборе места строительства нового атомного ледокола „Лидер“ Балтийский завод, как единственное предприятие в России, имеющее опыт и компетенции в этой области судостроения, будет привлечен к его строительству». Так, говорят на предприятии, завод может построить баки металловодной защиты, съемные блоки защиты ядерных установок, теплообменное оборудование, гребные валы и винты. ■

ЭЛЕМЕНТАРНАЯ БАЗА

«НЕФТЕГАЗ» ОСТАЕТСЯ ЛОКОМОТИВОМ РОСТА ЭКОНОМИКИ РОССИИ. НО СУЩЕСТВЕННЫЙ ВКЛАД В ЕЕ РАЗВИТИЕ ДЕЛАЮТ И ДРУГИЕ СФЕРЫ: IT, РИТЕЙЛ И ДАЖЕ КИНОИНДУСТРИЯ. ВГ ИЗУЧИЛ, КАКИЕ ОТРАСЛИ РАСТУТ БОЛЬШИМИ ТЕМПАМИ, А КОМПАНИИ — ПОКАЗЫВАЮТ ЛУЧШИЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ.

АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

В 2018 году аналитики фиксируют умеренный рост российской экономики (от 1,7 до 2,3%), вызванный увеличением внутреннего спроса в сопровождении с повышением уровня потребления и инвестирования. Инвестиции в основной капитал в 2017 году выросли на 4,4%, а в первом квартале 2018 года — еще на 3,6%. До этого в течение трех лет наблюдался спад. По словам директора направления «Оценка и финансовый консалтинг» группы компаний SRG Екатерины Григорьевой, лучшую динамику показывают добывающая промышленность, машиностроение и сельское хозяйство, чему способствовали эффективные средства государственной поддержки и снижение ключевой ставки и, как следствие, увеличение доступности финансирования.

ВЫГОДА ПО КУРСУ Аналитик QBF Денис Иконников безусловным фаворитом этого года называет нефтегазовый сектор — благодаря росту средней стоимости нефти марки Brent в первом полугодии 2018 года на 35% год к году, а также достижению стоимости барреля нефти отметки в 5 тыс. рублей. «Это привело к тому, что индекс нефти и газа на Московской бирже с начала года увеличился на 30%, — говорит он. — Лучшие финансовые результаты компаний экспортоориентированных секторов связаны со снижением курса рубля к доллару — только за первое полугодие 2018 года на фоне ввода санкций в апреле рубль подешевел на 9%. Другим важнейшим фактором является рост стоимости сырья».

Ослабление курса рубля внесло ощутимый вклад в финансовый результат «Сургутнефтегаза», который хранит запасы средств в долларах США. В результате, констатирует генеральный директор сервиса онлайн-займов «Робот Займер» Сергей Седов, компания показала рост чистой прибыли в первом полугодии 2018 года в 4,4 раза, по сравнению с аналогичным периодом 2017 года. «Несомненно, компания продемонстрировала рост эффективности деятельности, поскольку за период выручка выросла на 33%, а операционные расходы лишь на 25%. Что касается петербургских компаний, то „Газпром нефть“ показала хорошую динамику: в первом полугодии ее выручка выросла на 24,4% год к году, а операционные расходы — только на 17,8%, причем чистая прибыль увеличилась на 50%», — анализирует господин Седов.

«Роснефть» и вовсе превысила показатели мировых лидеров нефтегазовой от-

расли в лице Exxon Mobil, Chevron, Shell, BP и PetroChina. «Выручка компании от реализации и доход от ассоциированных и совместных предприятий по сравнению с первым полугодием 2017 года возросли на 34,8%. Чистая прибыль, относящаяся к акционерам „Роснефти“, и свободный денежный поток увеличились более чем на 100%», — отмечает менеджер по развитию Международного института передовых аэрокосмических технологий Александр Княжский. Рост финансовых показателей наблюдается и у ПАО «Газпром»: выручка от продажи газа, включая акциз и таможенные пошлины в первом полугодии 2018 года относительно первого полугодия 2017 года на территории России возросла на 12%, по странам бывшего СССР — на 8%, в Европе и других странах — на 27%. Итоговая выручка от продаж всех продуктов выросла на 18%.

Однако аналитики не берутся утверждать, что и в следующем году успех этим компаниям будет гарантирован. «Постепенное замедление роста экономики США может значительно усилиться уже во второй половине 2019 года. Это повлечет за собой падение цен на сырьевые товары, в том числе и на нефть», — рассуждает Сергей Седов. — В 2019–2020 годах может возрасти роль защитных активов, которым традиционно является золото. Тогда в благоприятных условиях окажутся золотодобывающие компании, такие как „Полус Золото“, планирующая увеличить добычу за три года на 40% к уровню 2016 года, и петербургская компания „Полиметалл“, которая в июне этого года досрочно ввела в эксплуатацию предприятие на месторождении Кызыл, а в 2019 году планирует выход на проектную мощность». В аналитическом департаменте международной инвестиционной компании СТТИС с отсылкой к «Алросе» замечают, что цены на алмазы в конце прошлого года, наконец, стабилизировались. Золотодобывающую сферу движет вперед ожидаемый рост котировок на золото, связанный с прогнозируемым дефицитом добычи.

Ближайшие к нефтегазовому по доходности сектора — металлов и добычи, химического производства, телекоммуникаций — в текущем году отметились лишь близкой к нулевой динамикой котировок. «Успех металлургов во многом связан со строительством „Крымского моста“ через Керченский пролив, нового газопровода „Сила Сибири“ и общим ростом автомобильной промышленности», — говорит эксперт информационного агентства «Крединформ» Антон Щербаков. На уве-

личение объемов производства в автомобильном кластере повлияло восстановление платежеспособного спроса, а также развитие программ автокредитования, лизинга и trade-in, что привело к росту продаж более чем на 10% в конце 2017-го и в первой половине 2018 года.

В лесопромышленном комплексе лучшие результаты показывает сегмент бумаги и картона, поддержанный спросом на упаковочные материалы и импортозамещением. В легкой промышленности опережающие показатели — у производства искусственных тканей и материалов. При этом здесь сохраняются зависимость от импортного сырья и высокая доля контрафактной продукции. В транспортной отрасли крупнейшее увеличение перевозок произошло на воздушном транспорте.

ТЕХНОЛОГИИ ВЫШЕ Эксперты также выделяют сектора высокоинтеллектуальной экономики — IT и микроэлектроники. Доцент кафедры бизнеса и управленческой стратегии Института бизнеса и делового администрирования РАНХиГС Эмиль Мартиросян объясняет их развитие интеграцией России в мировую индустрию IT: «Рост высокотехнологичных рынков не сиюминутный, он будет продолжаться еще долгое время. Переход мировой офлайн-экономики в онлайн-экономику — через развитие блокчейн-технологий, искусственного интеллекта, роботизации и механизации процессов — будет требовать от экономики России и дальше создавать возможности для новых компаний и проектов во всех индустриях».

Виталий Фридлянд, вице-президент Fujitsu и генеральный директор Fujitsu в России и СНГ, дополняет список высокоинтеллектуальных направлений телекоммуникациями, биотехнологиями и пищевой промышленностью и видит ряд рисков при их развитии. «Это политико-экономические риски, отсутствие четко прописанной экономической политики — когда бизнесу непонятно, на каких направлениях будет фокусироваться правительство. Другая группа рисков — кадровый голод и отсутствие явных преференций для тех сегментов рынка, которые могут бурно расти при минимальной поддержке и в итоге переломить негативные тенденции в российской экономике», — считает господин Фридлянд.

По словам Александра Княжского, развитию частных российских IT- и high-tech-компаний на международном рынке содействует современный подход к организации процесса проектирования программного обеспечения, зато мешает значительное отставание в создании «железа».

Ослабление денежно-кредитной политики привело к позитивным сдвигам в финансовой отрасли. В частности, направление ипотеки за шесть месяцев 2018 года выросло к тому же периоду 2017 года на 80%. В банковской сфере очевиден успех Сбербанка, рапортовавшего о росте прибыли в 20,8% за два квартала. Из петербургских кредитных учреждений в ИК СТПИФ приводят в пример банк «Санкт-Петербург»: в 2018-м он достиг лучшей полугодовой прибыли за семилетний период: +32% к шести месяцам 2017 года, что даже выше «докризисного» 2011 года. «Нагрузка по „просрочке“ ниже, чем в финансово-кредитном сегменте в среднем. Ставка по ипотеке конкурентоспособна», — комментируют в СТПИФ.



ПАГУБНОЕ ДЛЯ БОЛЬШЕЙ ЧАСТИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА ПАДЕНИЕ КУРСА РУБЛЯ ПРОДОЛЖАЕТ ИГРАТЬ НА РУКУ ЭКСПОРТЕРАМ НЕФТИ И ГАЗА

БОЙКАЯ ТОРГОВЛЯ В розничной торговле наблюдается стагнация, однако петербургский ритейлер «Лента» показал хорошие результаты работы в первом полугодии: рост выручки на 18,2% и чистой прибыли — на 14,9%. Прогнозы по улучшению его финансовых показателей более оптимистичны, чем у крупнейших конкурентов — «Магнита» и X5 Retail Group, замечает Сергей Седов. «Вклад в увеличение выручки участников рынка может внести рост инфляции из-за повышения НДС и ослабления курса рубля. Но стагнирующие доходы населения будут являться отрицательным фактором: Минфин прогнозирует рост реальных доходов населения в 2019 году всего на 0,7%», — предупреждает господин Седов. Эксперт группы стратегического маркетинга Промсвязьбанка Игорь Нуждин добавляет, что оборот торговли увеличивается лишь в части, связанной с товарами длительного пользования: растут продажи автомобилей (за полгода на 12,8%) и бытовой техники и электроники (мобильных телефонов на 22,2%, компьютеров — на 16%, телевизоров — на 8,7%).

К петербургским компаниям с наилучшими результатами по динамике ключевых финансовых показателей в «Крединформе» относят «Метрострой СПб», «Агроторг», «Ленту», X5 и «Хендэ Мотор». «Успех „Метростроя“ связан со строительством и открытием новых станций в Петербурге. ГК X5 также сохраняет хорошие шансы на дальнейшее развитие. Сеть уже является второй по обороту в России, а учитывая, что она признана самым быстрорастущим ритейлером в масштабах всей страны, в скором будущем можно ожидать смены

лидера в сетевой продовольственной рознице», — прогнозирует господин Щербаков.

При этом традиционный торговый сектор медленно, но верно сдает свои позиции электронной торговле. «С 2016 года ее рост составил около 20% в год. 2018 год, скорее всего, не будет исключением. Вероятно, дополнительные пошлины на товары, приобретенные через интернет, в этом году не введут, а совместный проект Mail.Ru Group и Alibaba вполне может дать этой отрасли дополнительный импульс», — поясняет руководитель управления торговых стратегий Dukascopy Bank SA Даниил Егоров.

По оценке управляющего партнера компании Vengo Group Игоря Еремина, положительную финансовую динамику интернет-торговля в России показывает последние восемь лет. «Количество онлайн-покупателей растет на 10–15% каждый год. По данным Mediascore, доходы e-commerce в ближайшие пять лет будут расти темпами в среднем 8,4% в год, а к 2022 году объем рынка достигнет отметки в 1,4 квадриллиона рублей», — говорит господин Еремин. Наравне с международными ритейлерами он констатирует успех российских интернет-магазинов. По данным агентства Data Insight, оборот Wildberries в 2017 году составил 69,1 млрд рублей. Компания обошла конкурентов по общему числу заказов, нарастив его на 37%.

Сегмент доставки как одно из направлений интернет-торговли растет на 18–20% ежегодно. По оценкам директора по маркетингу компании Domino's Pizza Елены Ивановой, рост продолжится в течение пяти-семи лет, пока доставка не войдет в повседневный обиход населения.

СКРЫТЫЕ ТОЧКИ Из динамичных отраслей Даниил Егоров выделяет сельское хозяйство. За 2018 год эта сфера показала стабильный рост в 2% в месяц, лишь в июне и июле снизившийся на 0,9%. Прибыль крупнейших сельскохозяйственных холдингов остается скромной в связи с выросшими затратами на ГСМ и неблагоприятными погодными условиями.

Другая «лошадка» — киноиндустрия. «Благодаря инициативе Министерства культуры по увеличению доли российских фильмов в прокате до 30% российская киноиндустрия за два последних года выросла на 65% в денежном выражении. При этом только за неполный 2018 год рост достиг 40%. Прибыль от экспорта проката составила 1,2 млрд рублей — столько российская киноиндустрия еще не зарабатывала на иностранцах», — подытоживает господин Егоров.

Наиболее перспективным в Петербурге, по его мнению, является гостиничный комплекс. По прогнозам комитета по туризму Смольного, в 2018 году количество гостей города должно возрасти с 7,3 до 8,2 млн человек.

При условии, что административные барьеры для строительных компаний будут снижены, как обещает заместитель главы комитета имущественных отношений Смольного Татьяна Тихомирова, неплохи перспективы и у застройщиков. С этим тезисом согласен и инвестиционный директор группы Prytek и Global Fintech Solutions Шомоиль Рабаев: «Тенденция на снижение ставки кредитования для реального сектора и предложенная Владимиром Путиным субсидия ипотечных кредитов для молодых семей дают основания для прогноза роста строительной отрасли, в особенности в регионах». ■

КУРЬЕР ИДЕТ В ГОРУ

УВЕЛИЧЕНИЕ ДОВЕРИЯ К ОНЛАЙН-СЕРВИСАМ И ЖЕЛАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СЭКОНОМИТЬ ВРЕМЯ СТИМУЛИРУЕТ РАЗВИТИЕ РЫНКА ДОСТАВКИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ. ТЕМПЫ РОСТА ЭТОГО СЕКТОРА ПОДОГРЕВАЮТ ИНТЕРЕС К НЕМУ СО СТОРОНЫ КАК ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ, ТАК И НЕПРОФИЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ.

КОНСТАНТИН КУРКИН

Торговля продуктами питания онлайн долгое время оставалась в тени сегмента доставки непродовольственных товаров. Потребители все активнее приобретали в интернете электронику, одежду и книги, но не спешили заказывать в сети продукты. В последние годы эксперты фиксируют новую тенденцию — рост продаж продуктов в интернете, а услуги по их доставке начинают развиваться как классические торговые сети («Перекресток», «О'Кей», «Лента» и «ВкусВилл»), так и онлайн-ритейлеры (Ozon, Wildberries). Аналитики инвестиционного банка UBS сулят этому бизнесу большие перспективы, прогнозируя ему наиболее быстрые темпы роста среди секторов интернет-торговли в следующие пять лет. С 2018 по 2022 год объемы продажи еды онлайн ежегодно будут увеличиваться в среднем на 23,3%, в то время как непродовольственных товаров — только на 14,7%, ожидают в UBS.

Всплеск интереса участники рынка к доставке продуктов прежде всего связывают с трансформацией модели потребительского поведения. «Люди начали доверять интернет-сервисам по доставке еды. Они уверены, что еду можно заказать, и она будет хорошего качества», — поясняет CEO проекта «Партия еды» Михаил Перегудов. Он вспоминает, что в разное время подобный перелом происходил в других сегментах e-commerce: книги, бытовая техника, мебель, одежда, обувь. Число покупателей, понимающих, что при заказе продуктов онлайн нет рисков и тебе привезут такой же товар, как если бы ты выбрал его сам, растет, подтверждает директор по электронной коммерции торговой сети «Перекресток» Денис Васильев. Количество заказов ритейлера через интернет в первом квартале 2018 года достигло 52 тыс., что на 14 тыс. превышает показатель четвертого квартала прошлого года, иллюстрирует динамику он.

Основная целевая группа онлайн-торговли продовольственными товарами через интернет — молодые специалисты, которые ценят возможность сэкономить время, и молодые матери, стремящиеся избежать оживленных супермаркетов, следует из исследования консалтинговой компании A.T. Kearney. Коммерческий директор Tillyrad Людмила Алямовская дополняет причины простотой совершения заказа, для которого достаточно подключенного к сети смартфона.

КАПЛЯ В МОРЕ Несмотря на впечатляющую динамику, в денежном выражении объем рынка онлайн-торговли едой в России пока имеет довольно скромные размеры. По оценке агентства Infoline, в прошлом году его емкость составила 25 млрд рублей, тогда как оборот всего российского рынка онлайн-торговли материальными товарами в компании оценили в 1,2–1,5 трлн рублей.

Пока дистанционные продажи — это капля в море по сравнению с продажами всей сети, констатирует управляющая единой концепцией компании «ВкусВилл»



ЧТОБЫ ЛЮДИ СМОГЛИ ДОВЕРЯТЬ ПОСРЕДНИКУ ВЫБОР СВЕЖИХ ПРОДУКТОВ, РЫНОК ДОСТАВКИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ ДОЛЖЕН НАБРАТЬ КРИТИЧЕСКУЮ МАССУ, КАК ЭТО БЫЛО С ОДЕЖДОЙ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКОЙ

Алена Кульмасова. По ее словам, через интернет торговая сеть получает примерно 400 заказов в день, что сравнимо с объемом нескольких офлайн-магазинов «ВкусВилл». Онлайн-магазин — это дополнительный сервис для покупателей «Перекрестка», соответствующий CVP торговой сети (Customer Value Proposition, ценностное предложение), добавляет Денис Васильев. Компания ежедневно обслуживает около 1 тыс. покупателей. При этом уровень чека в онлайн-магазинах превышает этот показатель в классической рознице. Так, если при покупке в интернете средний чек в «Перекрестке» выше 3 тыс. рублей, то в офлайне он составляет 500 рублей. Похожее соотношение у сети «ВкусВилл»: средний чек при онлайн-покупке составляет 2,4 тыс. рублей, что в 4–5 раз больше офлайн-показателя.

Обычно клиенты заказывают через интернет тяжелые продукты продолжительного хранения: воду и напитки, бытовую химию, товары по уходу за маленькими детьми, крупы и картофель. Потребитель, который ранее не приобретал продукты онлайн, как правило, опасается покупать дистанционно товары категорий «фреш» и «ультрафреш». «В первых заказах наших новых покупателей такие продукты составляют малую часть», — подчеркивает Денис Васильев.

БИЗНЕС-МОДА Наряду с этим доставка продуктов из сетевых магазинов постепенно становится отдельным направлением бизнеса. Зачастую ритейлеры вместо того, чтобы обеспечивать эту услугу собственными силами, предпочитают отдать ее на аутсорсинг. «Мы два раза запускали доставку самостоятельно, — делится опытом Алена Кульмасова. — И в итоге решили отдать доставку компаниям, которые занимаются этим профессионально».

Одновременно сформировался ряд проектов, предоставляющих услуги доставки ритейлерами. К примеру, в число клиен-

тов петербургского стартапа iGooods входят сети Prisma, Spar и «Лента», а проект Instamart работает с Metro Cash & Carry и «Каруселью»; «Перекресток» и «ВкусВилл» сотрудничают с компанией SaveTime.

Моду на подобные сервисы породила история успеха американского стартапа Instacart, стоимость которого сегодня оценивается в \$4,2 млрд. Проект работает по следующей схеме: после оформления заказа через сайт или приложение Instacart информация об этом поступает закупщику, который отправляется в магазин и собирает заказ, а потом доставляет его клиенту. Источниками заработка для стартапа являются платная доставка, членские взносы и наценка на товары в некоторых магазинах.

Российские инвесторы тоже сочли эту бизнес-модель жизнеспособной. Основатель агрегатора такси «Везет» Евгений Львов запустил стартап Golamago, ГК «Ташир» Самвела Карапетяна развивает сервис SaveTime, а в число инвесторов iGooods входит основатель сети «Улыбка радуги» Андрей Трубицин. В проект Instamart вложились создатель Qiwi Сергей Солонин, Mail.ru Group, бывший президент «Дикси» Илья Якубсон и Gazprom Media Partners. Доставка продуктов позволяет ритейлерам удержать клиентов и повысить средний чек, поясняет управляющий проектом iGooods Григорий Кунис. Задачи получения дополнительного прироста пока не стоит, поскольку это менее маржинальный бизнес, чем традиционный продуктовый ритейл.

ПИЩЕВОЙ КОНСТРУКТИВИЗМ Параллельно с доставочными сервисами из розничных точек развиваются конструкторы еды. Они предлагают клиенту покупать не отдельные продукты, а готовые продовольственные наборы, включающие пошаговую инструкцию по приготовлению блюд. Работающие в этом сегменте проекты выполняют весь цикл операций, начиная от закупки ингредиентов и заканчивая комплектацией и доставкой заказов. Основные игроки

в этой нише — проекты «Шеф-маркет», Elementaree и «Партия еды».

По мнению Людмилы Алямовской, готовые наборы имеют ценовое преимущество перед стандартной розницей. «Прямые поставки от производителей в совокупности с выверенным количеством ингредиентов снижают стоимость корзины до 30%, по сравнению с традиционным магазином», — оценивает она. По подсчетам АТОЛ, за готовые наборы продуктов на неделю потребители готовы платить в среднем 2450 рублей (данные на июль 2018 года).

При этом, указывает основатель проекта Grow Food Даниэль Гальпер, у сервисов доставки продуктовых наборов не стоит задача одолеть торговые сети. «„Шеф-маркет“ позволит вам классно провести вечер, приготовить романтический ужин или, если вы живете один или с партнером, — закрыть вопрос ужинов. Но если у вас трое детей, а на выходные к вам приезжают мама, друзья и другие родственники, „Шеф-маркет“ не сможет закрыть вопрос питания „под ключ“», — приводит пример господин Гальпер.

ЧЕКОВОЕ НАДУВАТЕЛЬСТВО Говорить о доставке продуктов питания как о выгодном бизнесе пока не приходится. Даже интернет-ритейлер «Утконос», который присутствует на рынке с 2000 года, до сих пор так и не вышел в плюс. Продавать продукты онлайн означает брать на себя дополнительные расходы на оплату труда, транспорт, топливо, превышающие размер той суммы, которую клиенты готовы платить за доставку, формулируют проблему в своем докладе эксперты McKinsey. «Ситуацию может изменить снятие запрета на продажу алкоголя, что в совокупности с фокусировкой на покупателях в крупных городах позволит поднять сумму чека. Однако и в таком случае экономическая целесообразность развития сегмента рынка выглядит спорной», — замечает аналитик компании «Открытие Брокер» Тимур Нигматуллин.

По мнению Григория Куниса, барьер входа на рынок доставки продуктов высок — из-за необходимости вложений в софт, договоренностей с сетями и длительного периода убытков при масштабировании бизнеса. «Данные сервисы могут выходить в плюс только на очень больших объемах заказов и за счет кропотливой работы над технологическими процессами с доведением их до операционного совершенства», — считает господин Кунис. «Прибыль с каждой доставкой действительно небольшая, но мы берем количеством», — подтверждает Даниэль Гальпер.

Более того, с каждым годом эта ниша становится все менее доступной для новых игроков. «Если еще четыре года назад мы с „Партией еды“ заходили на этот рынок с инвестициями 5–10 млн рублей и за несколько месяцев успели стать прибыльными, быстро вырасти и привлечь новые инвестиции, то сейчас с таким уровнем инвестиций зайти невозможно», — подытоживает Михаил Перегудов. ■



Индустриальный парк Greenstate

Территория Вашего роста



YIT – крупнейшая строительная компания в северной Европе.

114,9 га – общая площадь Индустриального парка.

Более 80 га заняты предприятиями и объектами инфраструктуры.

27 га – свободные участки для предприятий III-V классов опасности с санитарно-защитной зоной от 50 до 300 м. Возможно размещение предприятий пищевой отрасли.

Индустриальный парк Greenstate – это:

- великолепная логистика. КАД – 1 км. На участке имеется собственная железнодорожная ветка;
- полная готовность инфраструктуры (точки подключения к инженерным сетям предоставляются на границах выкупаемых участков);
- наличие резерва подключаемых инженерных мощностей;
- наличие всей технической документации и необходимых разрешений;
- консультационные услуги для клиентов и сопровождение в течение всего процесса переговоров;
- бесплатное составление предварительной схемы размещения клиента на участке;
- собственная эксплуатационная компания.

Официальный статус Индустриального парка подтверждают:

- Ассоциация индустриальных парков России
- Правительство Ленинградской области
- Министерство промышленности и торговли РФ.

Железная дорога	0 км	Аэропорт Пулково	15 км
КАД	1 км	Грузовой порт СПб	16 км
Таллинское шоссе	1 км	Московское шоссе	23 км
Киевское шоссе	9 км	Порт Усть-Луга	120 км

Контакты:

Тел.: +7 (812) 448-98-55
e-mail: greenstate@yit.ru



«ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА ЗАВИСИТ И ОТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ СУЩЕСТВУЮЩИМИ ОБЪЕКТАМИ»

РЫНОК КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РОССИИ АКТИВНО РАЗВИВАЕТСЯ, НО ОТСТАЕТ ОТ МИРОВОГО В ЧАСТИ ГОТОВНОСТИ ИНФРАСТРУКТУРЫ. О БОРЬБЕ ГОРОДОВ ЗА ОРГАНИЗАЦИЮ КРУПНЫХ СОБЫТИЙ НА СВОЕЙ ТЕРРИТОРИИ, ОТРАСЛЕВЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ И АКТУАЛЬНЫХ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ И АУДИТОРИИ ТЕМАХ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВВГ АНАСТАСИИ ЦЫБИНОЙ РАССКАЗАЛ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «ПРОКСИ ЦЕНТР» СЕРГЕЙ ЛАЗУТКИН.

BUSINESS GUIDE: Какие регионы России наиболее развиты с точки зрения организации и проведения деловых мероприятий?

СЕРГЕЙ ЛАЗУТКИН: Конечно, городами-лидерами на этом рынке остаются Москва и Санкт-Петербург, потому что в них создана вся инфраструктура для проведения крупных мероприятий — идет ли речь об экономике, политике или спорте. Эти города наиболее подготовлены: здесь нет проблем ни с выставочными площадями, ни с транспортной инфраструктурой, ни с отелями. К примеру, в Петербурге выставочный центр «Экспофорум» — современный объект, который отвечает всем требованиям, предъявляемым при подготовке мероприятий. Если рассматривать другие регионы, стоит отметить города, где в последние годы проходили крупные события международного масштаба. В 2012 году во Владивостоке проводился саммит АТЭС, и под предстоящее мероприятие готовилась и формировалась вся соответствующая инфраструктура. На острове Русский были возведены современные корпуса Дальневосточного университета, которые сейчас более чем востребованы при проведении ежегодного Восточного экономического форума и других проектов.

Нельзя не вспомнить Сочи, где к Олимпиаде возводились не только спортивные объекты, но и прочие объекты инфраструктуры. Здание главного медиацентра Олимпийских игр используется как конгрессный центр, в котором проходят различные мероприятия, в том числе Российский инвестиционный форум, ежегодно проводимый в феврале. Другой пример — Уфа, где в 2015 и 2016 годах проходили саммиты ШОС и БРИКС. Теперь там есть современный конгрессный центр, отели, реконструированный аэропорт. В 2020 году очередные саммиты ШОС и БРИКС пройдут в Челябинске — и после этого он станет еще одним городом на карте России, где созданы условия для проведения различного рода конгрессных и деловых мероприятий. Не исключение и все города, где проходили матчи чемпионата мира по футболу, ведь чемпионат — это не только строительство стадионов и отелей, но и возведение сопутствующих объектов для работы различных организационных структур, которые в дальнейшем можно использовать для обеспечения конгрессной деятельности.

BG: А каков потенциал использования площадки «Ленэкспо» с появлением «Экспофорума» и какие объекты целесообразнее теперь разместить в этой локации?



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

С. Л.: После возведения «Экспофорума» перспективы использования «Ленэкспо» под конгрессно-выставочную деятельность весьма туманны. Поэтому я думаю, что в ближайшие годы этот микрорайон ждут большие преобразования.

BG: В каких городах, помимо Челябинска, вы видите потенциал в сфере организации крупных деловых событий?

С. Л.: Инфраструктуру не создают под гипотетические проекты. Как правило, сначала рождается идея и принимается решение провести мероприятие государственного масштаба, а уже под него формируется целый набор требований, идей, планов, которые необходимо реализовать. И это обособованно. Например, Екатеринбург претендует на крупнейшую международную выставку «Экспо 2025». Если город будет выбран организатором, то его инфраструктура изменится фундаментально. Значит, там появятся современный выставочный центр и сопутствующие объекты из расчета планируемого количества гостей, участников, необходимости их размещения, транспортировки. С другой стороны, потенциал к тому, чтобы стать конгрессным центром, — это не только возведение новых объектов, но и эффективное управление существующими объектами со стороны региональных властей. В этом плане можно привести пример Астрахани, где проходит достаточно крупное событие — международный Каспийский технологический форум «Технокаспий», притом, что никаких крупных

объектов для проведения конгрессной деятельности не возводилось.

BG: С чем связана, по вашему мнению, развитость региона в этом смысле — с активной позицией его властей, степенью экономического развития?

С. Л.: Инициатива местных властей — один из тех ключевых посылов, которые влияют на выбор места проведения крупного международного мероприятия. Без их готовности и инициативы вряд ли федеральные структуры будут заставлять регионы проводить какое-либо мероприятие. В том же Челябинске все началось с обращения губернатора к президенту, в котором говорилось о готовности принять предстоящие ШОС и БРИКС. Ни один руководитель региона не откажется от проведения события международного масштаба, потому что такие проекты влекут за собой приток инвестиций, обновленную инфраструктуру, благоустройство, возможность заявить о регионе в глобальном масштабе. Когда шел отбор городов, которые должны принять у себя матчи чемпионата мира по футболу, первыми в список, конечно, попали наиболее крупные центры. Но стояла задача найти и город, который мало известен в международном масштабе. Из всех рассматриваемых вариантов был выбран Саранск, потому что руководство Республики Мордовия занимало активную позицию в борьбе за право проведения матчей, хотя в этом городе необходимая инфраструктура полностью отсутствовала. Сейчас, после

возведения нового аэропорта, строительства отелей и других объектов, он получил огромный потенциал для развития туризма — и интерес к этому региону увеличился в разы.

BG: Какие темы, отрасли экономики наиболее актуальны сегодня и востребованы заказчиками мероприятий и аудиторией?

С. Л.: Нет таких тем, которые не были бы затронуты в рамках проведения крупных бизнес-форумов. Вопросы, требующие публичных обсуждений и дискуссий, есть во всех сферах экономики. На ежегодной основе мероприятия проходят во всех отраслях — и чем крупнее отрасль, тем больше событий по данной теме. Последнее время много внимания уделяется вопросам экологии. Есть «Экотех», который динамично развивается и потенциально может стать одним из наиболее значимых событий, проводимых на регулярной основе по теме экологии в мире. Мы участвовали в его организации и видели, какое количество разнотоплановых делегатов оно собирало и какой интерес вызвало.

BG: Как сфера конгрессной деятельности в России выглядит на фоне мировых практик и насколько значим наш рынок в мировом тренде?

С. Л.: В основе лежит готовность инфраструктуры и востребованность у потенциальных участников. И в мире эта сфера деятельности развита очень хорошо. Приезжая в любой крупный город Европы, мы видим как минимум отели, которые полностью готовы к проведению локальных мероприятий: залы с оборудованием, техникой, мебелью. Я не говорю о крупнейших выставочных площадках, которых в Европе колоссальное количество.

В последние годы Россия динамично наращивает свою инфраструктуру для проведения событий на достойном уровне. Хотя по масштабам в этом плане мы еще уступаем Европе, дистанция эта сокращается.

BG: Серьезно ли кризисы влияют на этот рынок?

С. Л.: В период кризиса любой потенциальный заказчик секвестрирует свои бюджеты и в первую очередь сокращает затраты на конгрессно-выставочную деятельность: вместо трех мероприятий в год проводит одно или уменьшает бюджет каждого отдельно взятого мероприятия. Для нас как для исполнителей это плохо, потому что проект всегда хочется реализовать качественно и масштабно. Но на данный момент, несмотря на внешние условия, этот рынок растет. ■

глобас!

ПРОВЕРКА КОНТРАГЕНТОВ — ONLINE СЕРВИС

всегда поможет, когда важно:



РЕКЛАМА «16+»
© фотобанк 161.ru



Проверить контрагента



Найти надежных поставщиков и платежеспособных покупателей



Получить за считанные секунды экспресс-оценку нового делового партнера, покупателя, поставщика



Быть в курсе всех изменений контрагентов благодаря функции мониторинга



Избежать риска работы с фирмами-однодневками



Визуализировать связи/ структуру управления/ владения интересующей компании в новой версии раздела «Связи»



Использовать удобный инструмент для анализа конкурентной среды



Проверить контрагента в любой стране мира в режиме online / offline



Подготовить отчет о проверке контрагента по критериям ФНС



Автоматизировать обновление баз данных по контрагентам с помощью API-сервиса

ЕСЛИ ВЫ:

ВЛАДЕЛЕЦ БИЗНЕСА/СЕО
СОТРУДНИК СЭБ
РИСК-МЕНЕДЖЕР
ЮРИСТ
КРЕДИТНЫЙ АНАЛИТИК
СПЕЦИАЛИСТ ПО ЗАКУПКАМ
МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДАЖАМ
МАРКЕТОЛОГ

НАШ СЕРВИС ДЛЯ ВАС!

Назовите промокод «**глобас**»
и получите тестовый доступ
к Информационно-аналитической системе Глобас!

+7 (812) 406-84-14

welcome@credinform.ru

www.globas.ru, www.credinform.ru

Мы всегда на связи!

25 ЛЕТ ВЕРНЫХ РЕШЕНИЙ!

Credinform
25 ЛЕТ

РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ СЗФО ПО ДИНАМИКЕ РОСТА

№	КОМПАНИЯ	РЕГИОН	ОТРАСЛЬ	АБСОЛЮТНЫЙ ПРИРОСТ ВЫРУЧКИ (2015-2017 ГОДЫ), МЛН РУБ.	ВЫРУЧКА,
					2017 год
1	ООО «АГРОТОРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ РОЗНИЧНАЯ ПРОЧАЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	532512,4	761420,9
2	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ МОТОРНЫМ ТОПЛИВОМ, ВКЛЮЧАЯ АВИАЦИОННЫЙ БЕНЗИН	122031,5	572805,3
3	ООО «СТРОЙГАЗКОНСАЛТИНГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЫХ И НЕЖИЛЫХ ЗДАНИЙ	113668,5	153789,1
4	ПАО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	101534,3	1374515,4
5	ООО «ЛЕНТА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ РОЗНИЧНАЯ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПИЩЕВЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ, И ТАБАЧНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	96928,8	385130,7
6	ПАО «СЕВЕРСТАЛЬ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЧУГУНА, СТАЛИ И ФЕРРОСПЛАВОВ	80919,9	359530,4
7	ООО «ЭЛЛАДА ИНТЕРТРЕЙД»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ	66677,3	135703,8
8	АО «АВИАКОМПАНИЯ „РОССИЯ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПЕРЕВОЗКА ВОЗДУШНЫМ ПАССАЖИРСКИМ ТРАНСПОРТОМ, ПОДЧИНЯЮЩИМСЯ РАСПИСАНИЮ	56057,0	94811,5
9	ООО «ХЕНДЭ МОТОР МАНУФАКТУРИНГ РУС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ	47915,8	151166,3
10	ООО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ ШЕЛЬФ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДОБЫЧА СЫРОЙ НЕФТИ	40365,5	56498,5
11	ООО «ГАЗПРОМ ГАЗЭНЕРГОСЕТЬ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	38680,0	295899,8
12	ООО «НОВАТЭК-УСТЬ-ЛУГА»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО НЕФТЕПРОДУКТОВ	35756,2	178470,7
13	ООО «ЛУКОЙЛ-КОМИ»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ДОБЫЧА СЫРОЙ НЕФТИ	35292,8	327021,0
14	ООО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ УХТА»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ТРАНСПОРТИРОВАНИЕ ПО ТРУБОПРОВОДАМ ГАЗА	34562,3	212230,1
15	ООО «ГАЗЭНЕРГОСЕТЬ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ МОТОРНЫМ ТОПЛИВОМ, ВКЛЮЧАЯ АВИАЦИОННЫЙ БЕНЗИН	31639,1	31734,5
16	ПАО «ЛЕНЭНЕРГО»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПЕРЕДАЧА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРИСОЕДИНЕНИЕ К РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫМ ЭЛЕКТРОСЕТЯМ	30955,2	74681,9
17	АО «ПЕТЕРБУРГСКАЯ СБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ	29940,2	126603,5
18	ООО «БСХ БЫТОВЫЕ ПРИБОРЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО БЫТОВЫХ ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ ПРИБОРОВ	28646,6	38764,8
19	ООО «ГАЗПРОМ МЕЖРЕГИОНГАЗ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	28560,8	882037,2
20	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОДАЖИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	27587,0	124058,5
21	АО «ВАД»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	СТРОИТЕЛЬСТВО АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ И АВТОМАГИСТРАЛЕЙ	27125,7	55386,8
22	ООО «БАШНЕФТЬ-ПОЛЮС»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА СЫРОЙ НЕФТИ И НЕФТЯНОГО (ПОПУТНОГО) ГАЗА	26544,4	60864,7
23	АО «КАРЕЛЬСКИЙ ОКАТЫШ»	РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ	ДОБЫЧА ЖЕЛЕЗНЫХ РУД ОТКРЫТЫМ СПОСОБОМ	22728,0	59204,4
24	АО «ОБЪЕДИНЕННАЯ СУДОСТРОИТЕЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО КОРАБЛЕЙ, СУДОВ И ПЛАВУЧИХ КОНСТРУКЦИЙ	22094,2	44757,6
25	АО «ТИХВИНСКИЙ ВАГОНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ЛОКОМОТИВОВ И ПОДВИЖНОГО СОСТАВА	18885,0	49701,1
26	ПАО «ТГК-1»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ	17667,6	82851,2
27	ООО «РОЛЬФ ЗСТЕЙТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ РОЗНИЧНАЯ ЛЕГКОВЫМИ АВТОМОБИЛЯМИ И ЛЕГКИМИ АВТОТРАНСПОРТНЫМИ СРЕДСТВАМИ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	16433,1	41607,8
28	ООО «ЛУКОЙЛ-БУНКЕР»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	15831,8	56790,9
29	ООО «ГК „ГРАНИТ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЫХ И НЕЖИЛЫХ ЗДАНИЙ	15773,7	18874,8
30	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-БИТУМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО НЕФТЕПРОДУКТОВ	14620,7	26854,8
31	ООО «ТРАНСНЕФТЬ-БАЛТИКА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТРАНСПОРТИРОВАНИЕ ПО ТРУБОПРОВОДАМ НЕФТИ	14441,4	42739,3
32	ООО «СЕВЕРСТАЛЬ-ВТОРЧЕРМЕТ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ОБРАБОТКА ОТХОДОВ И ЛОМА ЧЕРНЫХ МЕТАЛЛОВ	13781,6	40806,0
33	ООО «СТРОИТЕЛЬНЫЙ ТОРГОВЫЙ ДОМ „ПЕТРОВИЧ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ЛЕСОМАТЕРИАЛАМИ, СТРОИТЕЛЬНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ И САНИТАРНО-ТЕХНИЧЕСКИМ ОБОРУДОВАНИЕМ	13692,5	37086,8
34	ООО «РЕНЕЙССАНС ХЗВИ ИНДАСТРИС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЫХ И НЕЖИЛЫХ ЗДАНИЙ	13300,2	30423,4
35	АО «РЕНЕЙССАНС КОНСТРАКШН»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЫХ И НЕЖИЛЫХ ЗДАНИЙ	12878,1	34862,3
36	ООО «ГАЗПРОМ МЕЖРЕГИОНГАЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	12833,6	96315,6
37	ПАО «СИЛОВЫЕ МАШИНЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ТУРБИН	12111,5	53182,1
38	ООО «МОБИС МОДУЛЬ СНГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ЭЛЕКТРИЧЕСКОГО И ЭЛЕКТРОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ	11527,2	21145,6
39	ООО «АРТИС-АГРО ЭКСПОРТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ЗЕРНОМ, НЕОБРАБОТАННЫМ ТАБАКОМ, СЕМЕНАМИ И КОРМАМИ ДЛЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ЖИВОТНЫХ	11309,5	31296,3
40	ООО «ДЕЛОВЫЕ ЛИНИИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВСПОМОГАТЕЛЬНАЯ ПРОЧАЯ, СВЯЗАННАЯ С ПЕРЕВОЗКАМИ	10774,6	27989,5
41	ООО «ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ „БЛАГО“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ПИЩЕВЫМИ МАСЛАМИ И ЖИРАМИ	10575,9	11593,9
42	ООО «АЛЬФА СЕРВИС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	10324,4	10558,7
43	АО «СЕВЕРСТАЛЬ ДИСТРИБУЦИЯ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ МЕТАЛЛАМИ В ПЕРВИЧНЫХ ФОРМАХ	10312,5	29914,7
44	ОАО «МЕТРОСТРОЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЫХ И НЕЖИЛЫХ ЗДАНИЙ	10144,8	31919,7
45	ООО «РОСТЕХРАЗВИТИЕ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ МОТОРНЫМ ТОПЛИВОМ, ВКЛЮЧАЯ АВИАЦИОННЫЙ БЕНЗИН	10137,7	16214,7
46	ООО «ЛСР. НЕДВИЖИМОСТЬ – СЕВЕРО-ЗАПАД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЫХ И НЕЖИЛЫХ ЗДАНИЙ	9930,7	37868,0
47	АО «БАЛТИЙСКИЙ ЗАВОД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО КОРАБЛЕЙ, СУДОВ И ПЛАВУЧИХ КОНСТРУКЦИЙ	9356,0	9665,9
48	АО «ЦКБ МОРСКОЙ ТЕХНИКИ „РУБИН“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБЛАСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК ПРОЧИЕ	9334,0	38071,8
49	АО «ЦЕНТР ТЕХНОЛОГИИ СУДОСТРОЕНИЯ И СУДОРЕМОНТА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБЛАСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК ПРОЧИЕ	9123,4	13910,4
50	ООО «НОКИАН ШИНА»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТОРГОВЛЯ АВТОМОБИЛЬНЫМИ ДЕТАЛЯМИ, УЗЛАМИ И ПРИНАДЛЕЖНОСТЯМИ	9067,2	49887,4
51	ООО «ТЕХНИЧЕСКИЙ ЦЕНТР „ВОСТОК“»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТОРГОВЛЯ АВТОТРАНСПОРТНЫМИ СРЕДСТВАМИ	9061,5	11587,8
52	ОАО «ПЕЛЛА»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	СТРОИТЕЛЬСТВО КОРАБЛЕЙ, СУДОВ И ПЛАВУЧИХ КОНСТРУКЦИЙ	9059,6	13700,9
53	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-САХАЛИН»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РАЗВЕДЧНОЕ БУРЕНИЕ	8820,4	8820,6
54	ООО «НИССАН МЭНУФЭКЧУРИНГ РУС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ	8800,0	105837,8
55	АО «МОНДИ СЫКТИВКАРСКИЙ ЛПК»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ПРОИЗВОДСТВО БУМАГИ И КАРТОНА	8476,6	54944,4

млн руб.		валовая прибыль, млн руб.			чистая прибыль, млн руб.			активы всего, млн руб.			капитал и резервы, млн руб.			рентабельность реализации, %			рентабельность активов, %			рентабельность собственного капитала %			год осно-вания
2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	
481713,4	228908,6	207702,4	111658,1	47911,6	10060,8	10567,9	499,0	284641,8	195030,2	147306,2	80739,7	56724,9	46157,0	1,32	2,19	0,22	3,53	5,42	0,34	12,46	18,63	1,08	1998
486959,6	450773,8	29055,6	30905,0	34699,5	8961,7	15072,7	20179,7	49126,5	56301,3	52120,7	9061,7	15172,8	18267,0	1,56	3,10	4,48	18,24	26,77	38,72	98,90	99,34	110,47	2008
153019,2	40120,6	11367,9	12497,7	3847,5	-7008,8	-6566,9	-6422,4	275463,5	257227,1	223056,7	35057,4	39976,5	46543,4	-4,56	-4,29	-16,01	-2,54	-2,55	-2,88	-19,99	-16,43	-13,80	2001
1233847,8	1272981,1	225818,6	202390,2	252322,5	154863,0	122462,2	16145,8	1588334,9	1467556,5	1400540,7	408664,0	351836,9	231982,4	11,27	9,93	1,27	9,75	8,34	1,15	37,89	34,81	6,96	1995
351342,5	288202,0	97706,8	85265,3	69519,3	6908,7	9876,0	26866,9	225343,4	213214,2	168485,4	50552,7	44021,9	34145,9	1,79	2,81	9,32	3,07	4,63	15,95	13,67	22,43	78,68	2003
305306,3	278610,5	98296,4	94905,9	93439,9	130178,9	84704,2	40105,9	432402,9	448226,6	482503,9	183481,1	145501,6	122028,9	36,21	27,74	14,39	30,11	18,90	8,31	70,95	58,22	32,87	1993
83214,3	69026,4	9827,3	4686,6	2508,8	7821,8	3412,9	-2657,7	43897,2	38450,7	32031,6	5082,3	645,3	-1224,0	5,76	4,10	-3,85	17,82	8,88	-8,29	153,90	528,89	217,13	1999
73189,0	38754,5	2052,9	5350,2	1442,9	4195,6	904,5	817,7	29247,4	19824,5	11828,4	5666,5	1528,3	455,4	4,43	1,24	2,11	14,35	4,56	6,91	74,04	59,18	179,57	1994
116945,5	103250,5	13922,3	3288,6	2758,9	6732,2	5920,4	-949,6	72263,6	66322,7	60717,0	28752,4	22020,2	16099,8	4,45	5,06	-0,92	9,32	8,93	-1,56	23,41	26,89	-5,90	2008
41495,7	16133,0	23819,4	13494,4	-2653,9	12090,0	2568,4	-5562,2	150819,2	122408,4	116710,6	21894,7	10446,9	7878,5	21,40	6,19	-34,48	8,02	2,10	-4,77	55,22	24,58	-70,60	2002
263015,0	257219,8	23954,6	25215,8	22146,3	4376,7	4351,8	5367,7	70169,4	68063,5	75927,3	30837,9	26598,2	22349,2	1,48	1,65	2,09	6,24	6,39	7,07	14,19	16,36	24,02	1999
152589,4	142714,5	8004,1	16734,7	14497,9	6844,2	11556,4	13387,2	62993,8	59041,9	55131,2	17691,8	23247,6	33692,6	3,83	7,57	9,38	10,86	19,57	24,28	38,69	49,71	39,73	2007
285531,0	291728,3	117935,1	111968,6	127261,1	34264,5	17179,4	24042,3	544454,7	509084,3	478108,8	335318,2	301053,6	280873,2	10,48	6,02	8,24	6,29	3,37	5,03	10,22	5,71	8,56	2001
180372,1	177667,8	12020,6	11389,1	12723,1	160,9	574,6	2016,9	55161,0	67885,2	71221,1	26052,4	27862,3	30437,7	0,08	0,32	1,14	0,29	0,85	2,83	0,62	2,06	6,63	1999
17986,2	95,3	1633,6	720,4	-84,0	862,9	313,4	-144,5	4298,4	3164,7	182,9	2479,2	1612,1	101,5	2,72	1,74	-151,51	20,07	9,90	-78,99	34,80	19,44	-142,35	2009
61260,1	43726,7	20765,1	12074,5	-333,8	12561,0	7561,3	-5916,5	205677,6	188652,1	194683,0	131736,2	121065,8	113336,1	16,82	12,34	-13,53	6,11	4,01	-3,04	9,53	6,25	-5,22	1993
114803,6	96663,3	90958,4	79652,9	64023,5	1267,8	562,6	513,6	15579,7	14577,5	12206,1	1956,3	3751,1	3448,5	1,00	0,49	0,53	8,14	3,86	4,21	64,81	15,00	14,89	2005
30964,5	10118,2	7253,5	4273,4	941,8	-1779,8	-425,7	-531,0	22143,6	20765,1	7426,7	4004,0	4383,8	1255,1	-4,59	-1,37	-5,25	-8,04	-2,05	-7,15	-44,45	-9,71	-42,30	2005
884803,2	853476,4	10911,5	18841,3	20600,8	-16151,1	-31359,5	-29787,8	973573,4	869303,4	848949,2	685269,4	575713,2	449645,6	-1,83	-3,54	-3,49	-1,66	-3,61	-3,51	-2,36	-5,45	-6,62	1996
101738,1	96471,5	3091,9	7648,9	5571,2	-1119,7	3215,9	608,8	10197,5	11091,2	13171,2	1753,3	5672,9	5901,1	-0,90	3,16	0,63	-10,98	29,00	4,62	-63,86	56,69	10,32	2002
36648,9	28261,1	3832,7	1492,5	540,9	3288,7	906,2	388,8	46714,5	39868,5	31084,7	3806,6	1468,7	792,0	5,94	2,47	1,38	7,04	2,27	1,25	86,39	61,70	49,09	1994
60602,8	34320,3	17517,9	20797,8	10875,9	2134,0	2934,5	1670,3	106683,6	97988,1	74259,9	6110,7	3976,7	1425,3	3,51	4,84	4,87	2,00	2,99	2,25	34,92	73,79	117,19	2010
41186,5	36476,4	34081,2	17936,1	14081,9	26920,1	12396,3	7363,5	55675,0	62020,3	48952,5	28071,5	21151,5	15755,2	45,47	30,10	20,19	48,35	19,99	15,04	95,90	58,61	46,74	1993
48612,6	22663,4	712,1	97,9	23,5	207,3	584,5	2079,8	676477,1	525132,6	438583,1	241872,4	183062,6	164695,4	0,46	1,20	9,18	0,03	0,11	0,47	0,09	0,32	1,26	2007
41780,3	30816,1	4447,1	5138,2	2415,9	-140,2	2639,0	-2942,6	58966,4	50399,6	47578,4	14750,0	14321,2	11682,1	-0,28	6,32	-9,55	-0,24	5,24	-6,18	-0,95	18,43	-25,19	2007
74511,5	65183,6	10758,6	9453,5	5182,7	7261,0	3636,3	2676,1	125380,4	123256,6	119766,3	92614,9	86684,9	83985,2	8,76	4,88	4,11	5,79	2,95	2,23	7,84	4,19	3,19	2005
34037,5	25174,7	2356,3	2033,9	1919,5	674,1	462,3	558,5	7963,7	6861,8	7438,5	3081,0	2406,9	1944,6	1,62	1,36	2,22	8,46	6,74	7,51	21,88	19,21	28,72	2005
46128,9	40959,2	18953,6	15736,8	9829,4	2544,8	1549,0	383,5	3780,4	10867,4	7310,6	3417,3	2421,5	2257,2	4,48	3,36	0,94	67,32	14,25	5,25	74,47	63,97	16,99	1998
5176,9	3101,1	1847,5	390,0	144,1	1164,9	199,7	7,3	8024,4	3294,9	2682,5	448,2	231,9	87,3	6,17	3,86	0,24	14,52	6,06	0,27	259,89	86,13	8,40	2007
14832,0	12234,2	9596,3	6673,5	6890,6	5774,9	4391,4	4882,9	9711,3	6423,7	6178,3	5896,2	4512,6	5004,2	21,50	29,61	39,91	59,47	68,36	79,03	97,94	97,31	97,58	2003
36413,9	28298,0	13159,9	9622,0	11979,5	3791,0	3206,8	4660,7	283442,8	253107,8	143470,8	255099,2	245256,0	133027,3	8,87	8,81	16,47	1,34	1,27	3,25	1,49	1,31	3,50	2000
28859,1	27024,3	364,5	375,4	610,4	136,3	142,4	155,8	5134,3	4309,2	3883,7	2368,1	2336,5	2194,0	0,33	0,49	0,58	2,65	3,31	4,01	5,76	6,10	7,10	2010
29811,7	23394,3	10437,2	7051,0	4920,7	1485,7	1295,5	1093,5	9795,9	7363,1	4726,8	4154,7	3015,0	1808,8	4,01	4,35	4,67	15,17	17,59	23,13	35,76	42,97	60,46	2006
33262,2	17123,3	1106,5	2114,6	790,7	456,0	402,7	476,0	25568,4	29362,8	20133,9	1306,3	1481,4	1078,7	1,50	1,21	2,78	1,78	1,37	2,36	34,90	27,18	44,12	2011
18124,2	21984,2	2381,6	433,2	1274,6	629,6	597,8	460,1	93618,9	48131,4	22513,8	1450,2	1787,4	1517,8	1,81	3,30	2,09	0,67	1,24	2,04	43,41	33,44	30,31	1993
44244,1	83482,1	13197,1	6010,6	9540,5	690,9	553,7	461,5	12740,7	14506,0	12659,8	1252,1	2965,1	2448,9	0,72	1,25	0,55	5,42	3,82	3,65	55,18	18,67	18,84	2004
48120,1	41070,7	5084,5	8292,1	6550,4	-9848,9	-5927,2	343,2	160866,9	148279,7	143173,4	16597,3	26446,3	32373,5	-18,52	-12,32	0,84	-6,12	-4,00	0,24	-59,34	-22,41	1,06	1991
13037,6	9618,4	3508,5	963,3	-474,5	3039,9	2371,9	-3438,1	10515,1	6853,6	5209,2	2080,6	-959,3	-4302,0	14,38	18,19	-35,75	28,91	34,61	-66,00	146,11	-247,25	79,92	2008
25366,4	19986,9	2059,9	1292,1	1952,9	153,6	143,2	104,3	8181,6	7045,9	6312,4	725,6	572,1	428,8	0,49	0,56	0,52	1,88	2,03	1,65	21,16	25,04	24,32	2002
21637,1	17214,9	7769,5	5134,4	3618,1	800,1	161,8	83,7	5185,3	3678,1	2291,2	213,9	-160,4	286,5	2,86	0,75	0,49	15,43	4,40	3,66	374,07	-100,88	29,23	2002
7412,4	1018,1	903,4	648,1	55,6	10,3	3,1	5,1	1083,9	850,7	262,4	18,9	8,7	5,6	0,09	0,04	0,50	0,95	0,36	1,93	54,29	35,80	91,00	2015
3147,8	234,3	299,4	87,1	46,0	39,4	5,5	2,1	946,1	496,9	346,9	43,1	8,7	2,8	0,37	0,17	0,90	4,16	1,10	0,60	91,44	63,22	75,60	2007
22806,8	19602,1	3050,7	3053,4	1966,7	1525,8	1807,8	830,3	3714,0	4610,3	3583,2	1398,6	1872,7	1765,0	5,10	7,93	4,24	41,08	39,21	23,17	109,10	96,53	47,04	1994
24449,4	21774,9	977,0	1289,2	976,2	436,7	497,8	407,6	33220,3	37936,8	17283,1	6004,0	6065,0	5974,0	1,37	2,04	1,87	1,31	1,31	2,36	7,27	8,21	6,82	1993
12819,1	6076,9	1069,2	407,7	284,3	39,3	39,7	60,7	1946,7	1678,1	931,1	641,9	522,6	482,9	0,24	0,31	1,00	2,02	2,36	6,52	6,12	7,59	12,58	2005
33947,0	27937,3	11598,9	8771,8	7209,3	8394,8	6777,1	6864,6	140694,2	129727,6	113196,1	24030,6	19095,8											

№	КОМПАНИЯ	РЕГИОН	ОТРАСЛЬ	АБСОЛЮТНЫЙ ПРИРОСТ ВЫРУЧКИ (2015-2017 ГОДЫ), МЛН РУБ.	ВЫРУЧКА,
					2017 год
56	АО «М»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПОКУПКА И ПРОДАЖА СОБСТВЕННОГО НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА	8315,2	13504,4
57	ООО «ВМ-ТРАНС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВСПОМОГАТЕЛЬНАЯ ПРОЧАЯ, СВЯЗАННАЯ С ПЕРЕВОЗКАМИ	8286,8	8342,8
58	ООО «ЙОЗЕФ ГАРТНЕР»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО СТРОИТЕЛЬНЫХ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ, ИЗДЕЛИЙ И ИХ ЧАСТЕЙ	8281,4	9259,8
59	ОАО «ВЕЛИКОЛУКСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО СОЛЕНОГО, ВАРЕНОГО, ЗАПЕЧЕНОГО, КОПЧЕНОГО, ВЯЛЕНОГО И ПРОЧЕГО МЯСА	8234,4	23971,7
60	ООО «ГАЗПРОМ МЕЖРЕГИОНГАЗ СЕВЕР»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	8224,4	14477,4
61	ООО «ЛУКОЙЛ-СЕВЕРО-ЗАПАДНЕФТЕПРОДУКТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ РОЗНИЧНАЯ МОТОРНЫМ ТОПЛИВОМ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	7986,9	71394,7
62	АО «ГРУППА „ИЛИМ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ЦЕЛЛЮЛОЗЫ, ДРЕВЕСНОЙ МАССЫ, БУМАГИ И КАРТОНА	7886,0	110412,0
63	ПАО «РОСТЕЛЕКОМ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ СВЯЗИ НА БАЗЕ ПРОВОДНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	7867,6	291037,1
64	ООО «БАЛТТРАНСОЙЛ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	7658,5	18976,6
65	ООО «ФРУТ СЕРВИС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ФРУКТАМИ И ОВОЩАМИ	7626,2	7637,2
66	ООО «ВИКТОРИЯ БАЛТИЯ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТОРГОВЛЯ РОЗНИЧНАЯ НЕЗАМОРОЖЕННЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ И ТАБАЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	7443,5	38783,2
67	ООО «БСС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИЕЙ	7391,8	25554,4
68	АО «БОКСИТ ТИМАНА»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ДОБЫЧА АЛЮМИНИЙСОДЕРЖАЩЕГО СЫРЬЯ ОТКРЫТЫМ СПОСОБОМ	7378,1	19262,8
69	ООО «В КОНТАКТЕ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РАЗРАБОТКА КОМПЬЮТЕРНОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ УСЛУГИ В ДАННОЙ ОБЛАСТИ И ДРУГИЕ СОПУТСТВУЮЩИЕ УСЛУГИ	7293,6	15236,8
70	ООО «ВИСТИНСКАЯ ТОПЛИВНАЯ КОМПАНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	7112,8	10937,9
71	АО «ПЕТРОХОЛДИНГ-САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ИНЖЕНЕРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ ВОДОСНАБЖЕНИЯ И ВОДООТВЕДЕНИЯ, ГАЗОСНАБЖЕНИЯ	7056,5	9905,3
72	ПАО «ВЫБОРГСКИЙ СУДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	СТРОИТЕЛЬСТВО КОРАБЛЕЙ, СУДОВ И ПЛАВУЧИХ КОНСТРУКЦИЙ	7013,8	11765,9
73	ООО «СЭТЛ СТРОЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЗАКАЗЧИКА-ЗАСТРОЙЩИКА, ГЕНЕРАЛЬНОГО ПОДРЯДЧИКА	6982,8	6881,2
74	АО «АПАТИТ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА МИНЕРАЛЬНОГО СЫРЬЯ ДЛЯ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ПРОИЗВОДСТВА МИНЕРАЛЬНЫХ УДОБРЕНИЙ	6916,5	104322,9
75	ООО «ЯКОБС ДАУ ЭГБЕРТС РУС»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЧАЯ И КОФЕ	6849,9	25504,8
76	АО «ЛЕНГАЗСПЕЦСТРОЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ИНЖЕНЕРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ ВОДОСНАБЖЕНИЯ И ВОДООТВЕДЕНИЯ, ГАЗОСНАБЖЕНИЯ	6839,1	48322,1
77	ООО «ПИТЕРФОРМ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО КОМПЛЕКТУЮЩИХ И ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ ДЛЯ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ	6563,7	13712,7
78	ОАО «ОКТЯБРЬСКИЙ ЭЛЕКТРОВАГОНРЕМОНТНЫЙ ЗАВОД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ И ОСНАЩЕНИЮ (ЗАВЕРШЕНИЮ) ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ЛОКОМОТИВОВ, ТРАМВАЙНЫХ МОТОРНЫХ ВАГОНОВ И ПРОЧЕГО ПОДВИЖНОГО СОСТАВА	6330,8	9648,5
79	АО «ЮИТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ИНЖЕНЕРНЫЕ ИЗЫСКАНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ	6301,1	10171,3
80	ООО «ИНЧКЕЙП ОЛИМП»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ АВТОТРАНСПОРТНЫМИ СРЕДСТВАМИ	6068,3	12888,3
81	АО «АРХАНГЕЛЬСКОЕ ГЕОЛОГОДОБЫЧНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА АЛМАЗОВ	6035,6	18001,5
82	ООО «ГАЗПРОМ ИНВЕСТГАЗИФИКАЦИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ИНЖЕНЕРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ ВОДОСНАБЖЕНИЯ И ВОДООТВЕДЕНИЯ, ГАЗОСНАБЖЕНИЯ	5975,2	6378,4
83	ООО «ЖК МОСКОВСКИЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЫХ И НЕЖИЛЫХ ЗДАНИЙ	5944,9	5945,5
84	ООО «КИНЕФ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО НЕФТЕПРОДУКТОВ	5942,2	62474,6
85	ООО «ДЛ-ТРАНС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АВТОМОБИЛЬНОГО ГРУЗОВОГО ТРАНСПОРТА И УСЛУГИ ПО ПЕРЕВОЗКАМ	5905,6	13671,0
86	ООО «АРОМАЛЮКС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ РОЗНИЧНАЯ КОСМЕТИЧЕСКИМИ И ТОВАРАМИ ЛИЧНОЙ ГИГИЕНЫ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	5858,6	36493,8
87	ООО «ЕВРОРИТЕЙЛ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТОРГОВЛЯ РОЗНИЧНАЯ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПИЩЕВЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ, И ТАБАЧНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	5849,0	7060,8
88	ЗАО «РУСТ ИНК.»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ АЛКОГОЛЬНЫМИ НАПИТКАМИ, КРОМЕ ПИВА И ПИЩЕВОГО ЭТИЛОВОГО СПИРТА	5823,8	17375,4
89	ООО «НЕФТЕХИМКОМПЛЕКТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ТВЕРДЫМ, ЖИДКИМ И ГАЗООБРАЗНЫМ ТОПЛИВОМ И ПОДОБНЫМИ ПРОДУКТАМИ	5786,0	6509,5
90	ООО «ГАЗПРОМ ПРОЕКТИРОВАНИЕ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ АРХИТЕКТУРЫ, ИНЖЕНЕРНЫХ ИЗЫСКАНИЙ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКИХ КОНСУЛЬТАЦИЙ В ЭТИХ ОБЛАСТЯХ	5698,1	7106,0
91	ООО «ФРУТ СЭТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ ФРУКТАМИ И ОВОЩАМИ	5648,2	5672,5
92	ООО «ВЕЛИКОЛУКСКИЙ СВИНОВОДЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС»	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	ЖИВОТНОВОДСТВО	5636,6	13567,6
93	ООО «КОМПЛЕКСНЫЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ	5610,5	8445,7
94	ООО «КАРЛСБЕРГ ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО СОЛОДА	5461,7	7780,0
95	ООО «ВСГЦ»	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	РАЗВЕДЕНИЕ СВИНЕЙ	5313,8	5443,0
96	ООО «ИЛИМ ТИМБЕР»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ПИЛОМАТЕРИАЛОВ, КРОМЕ ПРОФИЛИРОВАННЫХ, ТОЛЩИНОЙ БОЛЕЕ 6 ММ; ПРОИЗВОДСТВО НЕПРОПИТАННЫХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ И ТРАМВАЙНЫХ ШПАЛ ИЗ ДРЕВЕСИНЫ	5250,4	8839,1
97	ООО «КАРЕЛПРИОДРЕСУРС»	РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ	ДОБЫЧА ДЕКОРАТИВНОГО И СТРОИТЕЛЬНОГО КАМНЯ, ИЗВЕСТНЯКА, ГИПСА, МЕЛА И СЛАНЦЕВ	5218,9	6575,8
98	ООО «ЦФ РУССИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТОРГОВЛЯ ОПТОВАЯ АВТОМОБИЛЬНЫМИ ДЕТАЛЯМИ, УЗЛАМИ И ПРИНАДЛЕЖНОСТЯМИ, КРОМЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГЕНТОВ	5165,5	11223,8
99	ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ „БАЛТИЙСКИЙ БЕРЕГ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПЕРЕРАБОТКА И КОНСЕРВИРОВАНИЕ РЫБЫ, РАКООБРАЗНЫХ И МОЛЛУСКОВ	5162,9	6185,5
100	ООО «ТФЗ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ФЕРРОСПЛАВОВ	5099,5	8469,2

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ РЕЙТИНГА

Объектом исследования являются компании нефинансовой сферы, зарегистрированные в Северо-Западном федеральном округе и обеспечившие выручку за прошедший год не менее 1 млрд рублей. Исключаются городские и федеральные государственные унитарные предприятия.

Источник базовых показателей — система профессионального анализа рынков и компаний «СПАРК-Интерфакс» (www.spark-interfax.ru), основными партнерами которой являются Федеральная налоговая служба, Федеральная служба государственной статистики, Федеральное казначейство, верховный суд и ЦБ РФ и другие источники, в числе которых министерства и ведомства, ключевые СМИ и сами компании. Объединение компаний по группам и консолидация данных не осуществляется. В рейтинге могут встречаться юридические лица, входящие в один

холдинг или группу компаний, если каждое из них удовлетворяет входным параметрам исследования.

В исследование включены только фирмы, существующие на рынке не менее трех лет. Компании ранжируются по абсолютному показателю прироста выручки за последние два года. Те организации, выручку которых за 2015 или 2017 год система не показала, не учитываются. Опубликован топ-100.

Расчет показателей рентабельности, приведенных в таблице, выполнен сотрудниками газеты «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге на базе величин чистой прибыли компаний за последние три года. При желании читатель может рассчитать рентабельность, опираясь на показатель валовой прибыли, также приведенной в таблице. Данные скомпонованы по наименованию показателя, чтобы у читателя была возможность проследить их динамику из года в год.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ — отношение чистой прибыли за период к выручке за период. Упрощенно: данный показатель дает представление о том, какова доля чистой прибыли в каждом рубле выручки компании.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АКТИВОВ — отношение чистой прибыли за период к величине активов на конец периода. Упрощенно: данный показатель дает представление о том, сколько рублей чистой прибыли приходится на рубль активов.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА — отношение чистой прибыли за период к величине собственного капитала на конец периода. Упрощенно: данный показатель дает представление о том, сколько рублей чистой прибыли приходится на рубль собственного капитала. ■

млн руб.		валовая прибыль, млн руб.			чистая прибыль, млн руб.			активы всего, млн руб.			капитал и резервы, млн руб.			рентабельность реализации, %			рентабельность активов, %			рентабельность собственного капитала %			год осно-вания
2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	2017 год	2016 год	2015 год	
314,4	5189,2	-411,6	96,6	1755,4	-615,9	-181,1	1133,7	18598,0	19451,5	17466,1	-178,5	437,3	618,4	-4,56	-57,60	21,85	-3,31	-0,93	6,49	344,93	-41,41	183,32	2003
3592,2	56,1	3373,7	835,5	3,6	1154,4	-544,1	2,8	29944,6	20546,3	50,2	767,4	-495,1	49,1	13,84	-15,15	4,93	3,86	-2,65	5,51	150,43	109,91	5,63	2009
2879,9	978,4	1264,1	659,0	-57,4	843,5	-113,6	-1372,9	15741,1	9387,6	2692,7	-588,2	-1431,6	-1318,1	9,11	-3,94	-140,33	5,36	-1,21	-50,99	-143,41	7,93	104,17	2009
17249,8	15737,3	3519,2	2843,9	2690,8	1242,7	807,1	-1104,7	10171,2	6906,5	7051,0	-748,937	-1991,598	-2509,445	5,18	4,68	-7,02	12,22	11,69	-15,67	-165,92	-40,53	44,02	1993
15397,9	6253,0	2163,5	2120,0	713,5	8,8	98,5	-73,3	3073,8	3786,8	3180,1	743,8	833,5	852,2	0,06	0,64	-1,17	0,29	2,60	-2,31	1,19	11,82	-8,61	2003
65372,3	63407,8	12006,1	12840,0	11343,4	-731,4	2691,0	76,7	15223,6	15897,9	15719,4	1889,0	4391,4	1687,1	-1,03	4,12	0,12	-4,80	16,93	0,49	-38,72	61,28	4,55	2000
111690,0	102526,0	44328,0	47936,0	44248,0	18956,0	26218,0	13554,0	135126,0	144232,0	130916,0	22439,0	37344,0	32128,0	17,17	23,47	13,22	14,03	18,18	10,35	84,48	70,21	42,19	2006
282684,9	283169,5	24919,9	28083,4	32908,0	8889,0	10902,2	21564,5	581524,6	575190,6	569820,5	272879,8	274419,4	279905,8	3,05	3,86	7,62	1,53	1,90	3,78	3,26	3,97	7,70	2002
18239,8	11318,1	538,5	508,2	448,5	1,1	0,6	0,3	725,1	701,1	1030,2	5,2	4,0	3,5	0,01	0,00	0,00	0,15	0,08	0,03	21,22	14,79	9,16	2007
6677,2	11,0	916,1	798,4	Н/Д	96,3	53,9	0,5	1055,0	1098,8	12,6	150,8	54,4	0,5	1,26	0,81	4,38	9,13	4,91	3,84	63,89	99,07	96,03	2015
36343,1	31339,7	10930,4	10351,0	9263,3	377,7	544,2	-1147,2	11110,6	11913,3	10073,4	3474,6	3096,9	3270,7	0,97	1,50	-3,66	3,40	4,57	-11,38	10,87	17,57	-35,07	2005
24816,8	18162,6	555,6	156,0	193,1	632,1	467,3	419,2	16783,4	15179,1	11140,9	1404,2	912,1	577,8	2,47	1,88	2,31	3,77	3,08	3,76	45,02	51,24	72,55	1996
14743,7	11884,6	3036,3	2006,2	1524,9	1687,8	779,0	963,3	7418,9	5787,3	6782,6	3999,2	2311,5	1532,4	8,76	5,28	8,11	22,75	13,46	14,20	42,20	33,70	62,86	1992
10528,8	7943,1	8868,3	5723,2	7943,1	5562,3	3038,6	1909,6	15173,2	8601,0	5202,2	12670,9	7108,6	3973,8	36,51	28,86	24,04	36,66	35,33	36,71	43,90	42,75	48,05	2007
8194,2	3825,1	1458,6	1105,6	466,8	513,6	206,4	56,6	4923,9	2170,8	2034,0	376,6	263,0	56,6	4,70	2,52	1,48	10,43	9,51	2,78	136,39	78,47	99,98	2015
3767,0	2848,8	562,7	529,5	318,3	184,4	200,1	112,0	5846,1	4987,2	2059,7	467,8	298,8	222,6	1,86	5,31	3,93	3,15	4,01	5,44	39,42	66,95	50,30	2014
5391,5	4752,1	586,2	-1138,7	-1674,8	11,9	-1089,3	-1845,873	30299,3	20554,4	17538,2	-755,373	-1048,599	40,7	0,10	-20,20	-38,84	0,04	-5,3	-10,52	-1,58	103,88	-4531,41	1993
1986,5	-101,6	139,2	297,9	-164,1	8,9	173,6	-110,1	4062,9	1825,7	771,3	129,2	120,3	-56,3	0,13	8,74	108,31	0,22	9,51	-14,27	6,89	144,26	195,43	2007
102927,9	97406,4	43892,0	57237,5	50570,4	20750,7	36945,5	24358,1	208485,1	88975,8	80561,1	102573,4	47272,7	32828,2	19,89	35,89	25,01	9,95	41,52	30,24	20,23	78,15	74,20	1992
28773,3	18654,9	12578,0	17312,8	10693,6	4742,9	3016,1	1436,8	14786,6	14498,3	13734,3	8691,1	7290,0	8797,3	18,60	10,48	7,70	32,08	20,80	10,46	54,57	41,37	16,33	2015
44313,3	41483,1	613,3	2387,6	772,3	57,8	1357,9	119,0	26425,9	25705,8	25493,6	5370,0	5812,7	4486,8	0,12	3,06	0,29	0,22	5,28	0,47	1,08	23,36	2,65	1994
9920,5	7149,0	1401,7	246,2	706,0	266,1	21,1	143,9	11141,0	13919,0	7798,0	5059,3	4793,2	3337,6	1,94	0,21	2,01	2,39	0,15	1,85	5,26	0,44	4,31	2008
4555,1	3317,8	1550,1	176,7	238,0	866,2	2,7	0,2	6280,3	4078,1	2044,1	1134,2	268,0	394,1	8,98	0,06	0,01	13,79	0,07	0,01	76,37	1,02	0,06	1992
4445,0	3870,2	4915,5	1848,5	3103,2	1309,6	93,2	535,1	18303,6	25362,5	25832,4	12728,6	11419,0	11325,8	12,88	2,10	13,83	7,15	0,37	2,07	10,29	0,82	4,72	2005
9696,6	6820,0	844,9	624,3	583,5	659,1	-419,1	73,7	6643,7	6602,3	6696,7	5947,8	5288,6	5707,7	5,11	-4,32	1,08	9,92	-6,35	1,10	11,08	-7,92	1,29	2006
17116,0	11965,9	9088,9	8363,3	4357,5	6232,2	2893,1	-244,3	38615,1	36909,7	38553,9	11000,5	4768,3	1875,2	34,62	16,90	-2,04	16,14	7,84	-0,63	56,65	60,67	-13,03	1995
2093,2	403,2	1056,1	673,5	185,9	2513,0	1687,6	1680,3	108994,8	89637,5	57411,1	5379,0	6196,8	4910,5	39,40	80,62	416,72	2,31	1,88	2,93	46,72	27,23	34,22	1999
3131,8	0,6	4130,4	2114,9	0,1	2607,3	1231,6	6,8	10051,2	11688,0	7380,7	3102,0	2144,7	913,2	43,85	39,32	1187,24	25,94	10,54	0,09	84,05	57,42	0,74	2011
62222,7	56532,5	-3308,4	-6049,8	-7285,5	-5827,6	-9511,6	-10958,5	138957,4	141751,5	136434,9	35120,6	40948,2	7480,8	-9,33	-15,29	-19,38	-4,19	-6,71	-8,03	-16,59	-23,23	-146,49	1996
9959,9	7765,4	935,0	377,0	347,2	234,9	227,7	76,3	3751,3	1481,0	1064,6	642,1	407,1	192,1	1,72	2,29	0,98	6,26	15,38	7,17	36,59	55,93	39,71	2004
35450,7	30635,2	13263,6	13411,8	12052,1	365,9	1114,1	1443,4	17620,1	17408,3	12896,9	1915,5	1849,7	2135,6	1,00	3,14	4,71	2,08	6,40	11,19	19,10	60,23	67,59	2005
2493,4	1211,8	1453,5	634,7	366,4	20,9	8,6	2,9	2224,8	906,3	511,5	32,9	12,0	3,4	0,30	0,35	0,24	0,94	0,95	0,57	63,50	71,63	85,30	2014
15733,7	11551,6	1963,6	5143,8	3243,2	13,3	124,3	162,4	10654,3	11497,9	11132,4	856,4	690,8	703,3	0,08	0,79	1,41	0,13	1,08	1,46	1,56	18,00	23,09	1992
5362,7	723,6	208,6	185,7	24,2	44,6	77,2	7,7	599,6	433,2	38,5	52,5	77,2	21,5	0,69	1,44	1,06	7,45	17,82	19,93	85,01	99,99	35,66	2013
5333,3	1407,9	23,7	1280,2	424,5	-1244,0	-293,5	47,3	7271,1	4418,5	2325,7	2316,8	1277,9	1187,3	-17,51	-5,50	3,36	-17,11	-6,64	2,03	-53,69	-22,97	3,98	2000
2468,5	24,2	1036,5	624,5	7,0	34,6	17,1	1,9	448,6	575,4	23,1	53,7	19,1	2,0	0,61	0,69	8,02	7,72	2,97	8,42	64,48	89,69	98,73	2015
10047,2	7931,0	4716,9	3387,1	2981,9	3663,4	2949,2	1883,5	18856,6	19870,0	19974,8	5349,0	7619,6	4670,7	27,00	29,35	23,75	19,43	14,84	9,43	68,49	38,71	40,33	2008
10166,9	2835,2	2700,0	774,2	485,0	-1058,8	54,7	5,5	23748,6	29848,9	8028,0	113,0	1155,5	1099,5	-12,54	0,54	0,19	-4,46	0,18	0,07	-936,83	4,74	0,50	2006
8603,6	2318,3	1923,0	1959,6	661,8	1262,9	930,8	327,2	8017,3	7621,2	7625,8	7231,6	5968,6	5037,8	16,23	10,82	14,11	15,75	12,21	4,29	17,46	15,59	6,49	2013
3941,6	129,2	2348,9	1512,9	49,6	1970,4	1751,5	32,4	17233,4	15770,8	6947,8	4466,6	1783,9	32,4	36,20	44,44	25,04	11,43	11,11	0,47	44,11	98,19	99,97	2015
6614,9	3588,7	2017,8	1343,1	1228,4	215,6	382,8	-1202,1	14340,0	14833,3	20045,1	1983,4	1767,7	1905,2	2,44	5,79	-33,50	1,50	2,58	-6,00	10,87	21,66	-63,09	2008
1709,2	1356,9	1230,5	773,8	583,4	152,3	8,0	0,2	4049,2	1953,8	2115,3	16,6	-119,9	-126,5	2,32	0,47	0,01	3,76	0,41	0,01	918,73	-6,69	-0,16	2002
9863,0	6058,3	842,2	734,5	692,0	196,4	353,8	75,8	2613,1	2480,5	1567,2	1098,1	951,7	628,0	1,75	3,59	1,25	7,52	14,26	4,83	17,88	37,17	12,06	1999
1253,0	1022,5	1144,7	251,6	99,1	-13,1	38,0	48,3	2517,1	1469,6	352,8	21,5	38,1	30,7	-0,2	3,03	4,73	-0,52	2,58	13,70	-61,05	99,74	157,61	2012
2986,3	3369,7	1668,5	624,5	772,6	948,8	355,6	303,8	7730,9	7650,9	6643,6	1502,4	553,6	4564,4	11,20	11,91	9,02	12,27	4,65	4,57	63,15	64,23	6,66	2001

РЕЗУЛЬТАТЫ

Компания «Агроторг» второй год подряд становится лидером нашего рейтинга. Это значит, что выручка продуктовой сети «Пятерочка» (подразделение X5 Retail Group) не просто растет, а увеличивается намного более высокими темпами, чем улучшаются дела ее конкурентов. ООО «Лента», еще в 2015 году обгонявшее нынешнего победителя по ключевому показателю ранжирования, спустилось на пятую строчку, уступив высшие позиции газовым компаниям. Сеть «О'Кей», планомерно терявшая очки последние несколько лет, в этом году вышла из состязания, так как за два года с 2015-го ее выручка снизилась на 2 млрд рублей. Недавно совет директоров ритейлера назначил

нового генерального директора. Им стал Армин Бургер, который ранее возглавлял дискаунтеры «Да!», входящие в группу. Аналитики не исключают, что большим планам компании по развитию этого направления могут сопутствовать намерения избавиться от гипермаркетов, оборот которых неуклонно падает. В 2017 году выручка группы «О'Кей» составила 168,7 млрд рублей: в два раза меньше, чем у «Ленты», и почти в пять раз меньше, чем у «Пятерочки». Новый представитель организованной розницы в рейтинге — ООО «Евроритейл» — представляет собой набирающую обороты в Калининграде сеть Spar. Компания зарегистрирована в 2014 году, к концу 2017-го ее выручка достигла 7 млрд рублей. На этом фоне

заметно снижение на территории анклава темпов роста дивизиона «Виктория» группы

«ГРАЖДАНОЧКА» С АВТОМАТОМ

СНИЗИТЬ ЗАВИСИМОСТЬ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ОТ БЮДЖЕТНЫХ ДЕНЕГ И ПОТЕНЦИАЛЬНОГО СОКРАЩЕНИЯ ЭКСПОРТА ОРУЖИЯ РОССИЙСКИЕ ВЛАСТИ ХОТЯТ С ПОМОЩЬЮ КОНВЕРСИИ. ПЕТЕРБУРГСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗАЯВИЛИ МНОГО ПРОЕКТОВ, НО РЫНОК СБЫТА ДЛЯ НЕВОЕННЫХ РАЗРАБОТОК ОПК ПОКА НЕ СФОРМИРОВАН. ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

Начавшийся несколько лет назад и продолжающийся по сей день перманентный политический конфликт интересов властей РФ и «западных партнеров» привел к смещению факторов влияния в мировой экономике и в экономике отдельных государств. Если прежде можно было свободно рассуждать об экспортных планах и не менее смело их строить, то сейчас санкционное влияние заставляет зарубежных партнеров по поставке вооружений тщательнее обдумывать будущие контракты с поправкой на возможные последствия во взаимоотношениях со странами Запада. Вкупе со значительной зависимостью российского ОПК от государственного заказа это создало внушительные риски для отрасли. Власти решили спасти ситуацию с помощью конверсии, которая проводится с участием государственного финансирования и под государственным же надзором.

СБРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ Несмотря на то, что конверсия предполагает частичный перевод предприятий ОПК на производство гражданской продукции — а значит, и вывод ее на трудно прогнозируемый конкурентный рынок, — правительство РФ предпочитает оперировать по-военному конкретными сроками и показателями.

В конце июня вице-премьер РФ Юрий Борисов заявил, что мероприятия по развитию производства продукции гражданского и двойного назначения организациями ОПК позволили достичь ее доли в общем объеме выпуска ОПК в 17,2% по итогам 2017 года. Это соответствует значениям, установленным на 2020 год. К 2025 году доля гражданской продукции комплекса, по замыслу российских властей, должна составить не менее 30%, а к 2030 году — не менее 50%.

В качестве приоритетных рынков для диверсификации предприятий ОПК выбраны авиация, судостроение, медицина, телекоммуникации, космические технологии, робототехника и топливно-энергетический комплекс. При этом программа диверсификации до 2021 года еще не утверждена. В планах — сделать это до конца этого года, отмечал генеральный директор госкорпорации «Ростех» Сергей Чemezov. По его словам, такая программа позволит нивелировать риски, связанные с возможностью расширения санкций со стороны США и других государств. «Поставленные в непростые условия организации российского ОПК будут вынуждены не только осуществлять диверсификацию производства с упором на гражданскую продукцию. Они будут также обеспечивать готовность перевода экономики на работу в условиях военного времени, выполнение мобилизационных заданий», — говорил глава госкорпорации.

Но оставлять отечественные ОПК без господдержки господин Чemezov считает нецелесообразным, в связи с чем пред-



ВРЯД ЛИ СПРОС НА НОВУЮ ПРОДУКЦИЮ ОПК НА ОТКРЫТОМ РЫНКЕ БУДЕТ АКТИВНО РАСТИ, ПОКА ВЛАСТИ ОДНОВРЕМЕННО ДЕКЛАРИРУЮТ КОНВЕРСИЮ И ПРОДОЛЖАЮТ ГОТОВИТЬСЯ К ВОЙНЕ

лагает выделить из федерального бюджета в 2019–2030 годах дополнительные 300 млрд рублей на программу Внешэкономбанка по субсидированию оборонных предприятий, осваивающих производство гражданской продукции. О запуске совместного предприятия по конверсии, которое продвигает высокотехнологичную гражданскую продукцию, производимую организациями ОПК ВЭБ и «Ростех» объявили в 2017 году.

ВЫНУЖДЕННАЯ ЗАМЕНА Особенно сильно петербургского оборонного комплекса является то, что большинство предприятий изначально создавалось исключительно под военные задачи, отмечают в комитете по промышленной политике и инновациям города (КППИ). Ситуация для них усложняется еще и тем, что Россия к 2020 году планирует завершить основное переоснащение армии и флота, что приведет к сокращению гособоронзаказа. В связи с этим сейчас прорабатываются два конверсионных проекта.

Дочернее предприятие Кировского завода — «Универсалмаш», производитель шасси для зенитно-ракетных комплексов С-300, — рассчитывает перейти на выпуск гражданских машин промышленного назначения в течение трех лет. Машины будут ориентированы на потребителей в горнодобывающей, нефтегазовой и строительной отраслях. Первый этап обойдется «Универсалмашу» в 500 млн рублей, весь проект оценивается в 800 млн.

Выпуск кранов для строительной, теплоэнергетической, газовой и нефтехимической отраслей и жилищно-коммунального хозяйства Петербурга планирует наладить Ленинградский механический завод имени Карла Либкнехта. Он входит в концерн «Техмаш» госкорпорации «Ростех» и сейчас выпускает неснаряженные

корпусы бронебойно-подкалиберных снарядов для танкового боекомплекта. Модернизация мощностей завода для выпуска новых изделий потребует инвестиций в 1,4 млрд рублей. Проект предполагает переход на более компактную площадку — с 9 на 3 га — и создание корпуса для полностью гражданской продукции. Помимо выпуска различных гидроцилиндров и шаровых кранов, рассматривается возможность производства насосов для перекачки нефти и колесных пар для РЖД. Ориентировочный срок реализации этих планов — три-четыре года.

Среди других примеров — Обуховский завод, входящий в концерн ВКО «Алмаз-Антей», наряду с продукцией военного назначения выпускающий театральное сценическое оборудование. Предприятие «Равенство», производитель радиолокационных систем, входящее в концерн «Гранит-Электрон», выпускает гамма-терапевтические комплексы «Рокус-Р». Разработчик и производитель средств инициирования НПП «Краснознаменец» (входит в «Ростех») производит также материалы для легкой промышленности и мебельных производств. А машиностроительный завод «Арсенал», помимо своей основной продукции, разрабатывает тягачи для парковки самолетов.

ВОЛНОВАЯ ПЕРСПЕКТИВА По оценке КППИ, к числу наиболее перспективных направлений для увеличения объемов выпуска гражданской продукции в Петербурге относятся радиоэлектроника, энергомашиностроение и судостроение. Рассматриваются варианты загрузки мощностей предприятий ОПК производством автокомпонентов и станков для различных отраслей промышленности.

Проекты наиболее высокой степени готовности разработаны в рамках кластера

«Развитие информационных технологий, радиоэлектроники, приборостроения, средств связи и инфотелекоммуникаций Петербурга» (ИТРЭ), который объединяет около 200 организаций, реализующих программы диверсификации. Среди них — Завод им. Козицкого, заводы «Авангард», «Диполь», «Импульс», «Радар ММС», «Рексофт», «Рейдикс», «Транзас технологии», «Центр речевых технологий» и другие. Совокупный годовой оборот предприятий кластера сегодня оценивается в 40 млрд рублей.

Кластер делится на пять направлений в области радиоэлектроники, спрос по которым на глобальном рынке растет, говорят в комитете: «Системы комплексной безопасности и энергоэффективности на объектах транспортной, энергетической, промышленной и жилищно-коммунальной инфраструктуры», «Безопасность жизнедеятельности ЖКХ и городского хозяйства», «Энергоэффективность и ресурсосбережение», «Создание электронного кадастра, управления движением и транспортной логистики на базе ГЛОНАСС» и «Высоконадежные системы связи и инфотелекоммуникаций для управления городским хозяйством и коммуникациями».

ЭНЕРГИЧНЫЕ РАЗРАБОТКИ В комитете указывают и на другие перспективные проекты — в энергетике и промышленности. Например, изначально специализировавшимся на оборонзаказе предприятиями были разработаны система защиты и автоматики статических конденсаторов для защиты батарей с сигнализацией и фиксацией аварийных событий для применения на распределительных подстанциях с напряжением 110 и 220 кВ, система распознавания лиц на стратегически важных объектах, автоматизированная стационарная система вибрационного контроля гидроагрегатов, технология токопередачи для малых оборотов и малых токов, турбина с использованием энергетического блока, обеспечивающего автономную выработку электрической и тепловой энергии, и модель устройства рекуперации энергии для применения на электротранспортных средствах, которая в настоящее время проходит апробацию.

Впрочем, на данном этапе речь идет в основном о разработках, либо о мелкосерийном или единичном производстве. Когда именно городские предприятия ОПК смогут развернуть массовый выпуск новой гражданской продукции — будет зависеть от ее востребованности и конкурентоспособности на тех рынках, для которых она создается. Например, в радиоэлектронном кластере Петербурга, по прогнозам КППИ, производство продукции гражданского назначения вырастет в 3,5 раза уже к 2020 году. Говоря об общих целевых показателях, в комитете ориентируются на федеральные 50% гражданской продукции к 2030 году. ■

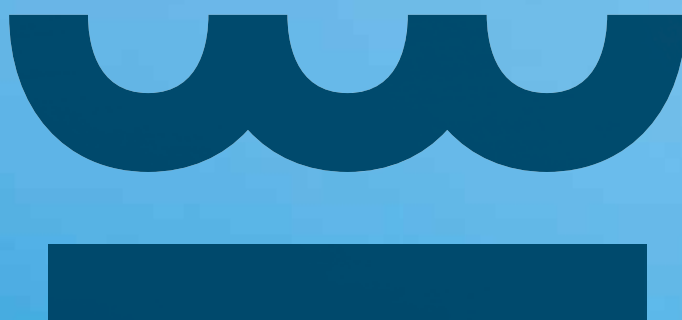


ROYAL PARK

с видом на историю

Элитный комплекс
на Петровском острове

петровский
проспект 2



Символ центра
Петербурга



(812) **612-07-07** | ROYALPARK-SPB.RU

*ГОСТИНИЧНЫЙ. ROYAL PARK (АНГ) - КОРОЛЕВСКИЙ ПАРК. ЗАСТРОЙЩИК: ООО "ПЕТРОВСКИЙ АЛЬЯНС". С ПРОЕКТНОЙ ДЕКЛАРАЦИЕЙ И РАЗРЕШЕНИЕМ НА СТРОИТЕЛЬСТВО МОЖНО ОЗНАКОМИТЬСЯ НА САЙТЕ ПРОЕКТА ROYALPARK-SPB.RU. АДРЕС ОБЪЕКТА: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ПЕТРОВСКИЙ ПРОСПЕКТ, УЧАСТОК 1, 2 (ЮГО-ЗАПАДНОЕ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ С РЕКОЙ ЖДАНОВКОЙ). СРОК СДАЧИ III КВАРТАЛ 2018 ГОДА. РЕКЛАМА

от
280
тыс. руб./м²

ЭВОЛЮЦИОНИРОВАТЬ ИГРАЮЧИ

ТО, ЧТО ЕЩЕ ВЧЕРА СЧИТАЛОСЬ КИБЕРПАНКОМ, СЕГОДНЯ СТАЛО МЕЙНСТРИМОМ: ЦИФРОВИЗАЦИЯ ВСЕГО И ВСЯ ПРИКОВАЛА ЛЮДЕЙ К МОНИТОРАМ И ГАДЖЕТАМ, А ГЕЙМИФИКАЦИЯ ЗАСТАВИЛА ИХ ВСЕ БОЛЬШЕ ВОВЛЕКАТЬСЯ В ВИРТУАЛЬНУЮ РЕАЛЬНОСТЬ. КАЖЕТСЯ, ЕЩЕ НЕМНОГО — И ЛЮДИ БУДУТ НУЖНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ НАЖИМАНИЯ НА КНОПКИ: ОДНИ — ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЦИФРОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ, ДРУГИЕ — ДЛЯ ЕЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ, ТРЕТЬИ — БОЛЬШИНСТВО — КАК ЮЗЕРЫ. КОНСТАНТИН ПЕТРОВ

Люди потихоньку становятся «новой нефтью», но не так, как обещали футурологи и маркетологи — в качестве высококлассных хорошо оплачиваемых специалистов, несущих на себе основное бремя развития экономики, а как миллиарды игроков, без которых виртуальность не имеет смысла. В играх они знакомятся, покупают, продают, ссорятся, взламывают аккаунты, образуют кланы — в общем, делают все то же, что и в реальной жизни. Причем игр становится все больше, а значит, и игроков.

Значимость тех, кто игры создает, безусловно, тоже возрастает. Но они остаются небольшой кастой «посвященных», рыцарями цифрового меча и магии, впрочем, также вовлеченными в виртуальную реальность. Более того, они ее главные и адепты, и пользователи, и пророки. Они и создают ее под себя.

НЕЗАВИСИМЫЕ ИГРОКИ «Для новичков в игровой индустрии сейчас огромное количество возможностей, чтобы выпустить свою первую игру,— рассказывает независимый эксперт по BizDev and Digital-marketing Федор Датнов.— Рынок активно развивается, существует множество платформ, под которые можно создать свой первый проект: все зависит от бюджета и команды».

По словам господина Датнова, за последние годы снизилось влияние монополистов и разработчиков «железа», что привело к развитию сегмента инди-игр, выпущенных независимыми студиями. Появились даже отдельные самородки-разработчики, создающие продукты в одиночку. Благо есть готовые графические движки и платформы, которые позволяют ускорить и удешевить разработку. Если речь идет о небольших аркадах для мобильных платформ и браузерных проектах, то порог тоже может быть низким.

«Выйти на рынок может любой, а вот „выстрелить“ удастся единицам,— поясняет эксперт рынка мобильных игр Василий Терентьев.— Сейчас доступно много бесплатных и достаточно удобных инструментов для разработки игр, что-то „играбельное“ можно сделать за неделю даже в одиночку. Однако это приводит к чудовищному перенасыщению рынка — мобильного, консольного, PC... Время от времени какой-нибудь Minecraft или Flappy Bird, который делается за копейки в свободное время, приобретает чудовищную популярность и приносит создателю-одиночке гору денег, но это исключение».

ДОРОГИЕ ПРОЕКТЫ Десять-пятнадцать лет назад почти любой проект требовал самостоятельной разработки с нуля. Сейчас бюджеты, заложенные в разработку игр, зависят от сегмента, уровня проекта, жанра и платформы. Какие-то игры вовсе не требуют вложений, другие нуждаются в серьезных инвестициях. Десять лет назад средний



ВМЕСТЕ С ИГРАЮЩЕЙ АУДИТОРИЕЙ ПОВЗРОСЛЕЛИ И ДОХОДЫ ОТ ПРОИЗВОДСТВА ИГР. МОЛОДЫЕ ЛЮДИ ТЕПЕРЬ ХОТЯТ НЕ НАХОДИТСЯ В ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ, А СОЗДАВАТЬ ЕЕ

бюджет на одну игру составлял 50 млн рублей, и это включало как разработку, так и продвижение.

«На разработку качественной компьютерной игры уровня А+++ с хорошей графикой, интересным сценарием и быстрым движком с нуля, сейчас необходимо от \$10 до \$20 млн,— утверждает основатель агентства по продвижению игр в интернете AdvGame Александр Матвеев.— Отдельная статья расходов — маркетинг. При наличии связей в СМИ на первых этапах, конечно, можно обойтись релизами в профильных изданиях. Однако, как показывает практика, для окупаемости проекта необходимо привлечь трафик. В среднем на интернет-маркетинг необходимо тратить не меньше \$3 млн в год. В итоге при грамотном продвижении инвестиции в разработку игры могут окупиться за пару лет».

На таких насыщенных рынках важно качество продукта, и в этом гораздо больше шансов у большой организации со стабильным финансированием и налаженными процессами разработки. «Наличие компетентной команды и инвестиций решает много, но не все так богаты, как компании типа EA или Blizzard,— говорит Федор Датнов.— Существуют примеры мгновенного взлета с достаточно скромными вложениями. Характерный пример — World of Tanks — когда небольшая команда белорусских разработчиков создала глобальный проект, который взлетел за считанные недели. Суммарный объем стартовых инвестиций составлял всего \$3 млн. Можно даже сказать, что сейчас золотое время для разработки игр».

НЕОДНОЗНАЧНЫЙ ФЕНОМЕН Кадры для того, чтобы собирать это цифровое золото, в России, к счастью, пока не проблема. Нельзя сказать, что их штампуют тысячами, но для развития рынка разработчиков пока хватает. В Петербурге хороших специали-

стов выпускают многие технические вузы. К примеру, Санкт-Петербургский политехнический университет и Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения. Это не значит, что выпускники этих вузов с ходу готовы создать новую стратегию или шутер, которые изменят игровой мир, но базовые навыки для работы в индустрии там заложить могут — при желании самих студентов, конечно.

Кроме того, в Петербурге и в целом в России есть большое число образовательных центров, где готовят программистов: непрофильные вузы часто открывают на своей базе курсы и учебные программы. Впрочем, эксперты зачастую убеждены, что вузы и профильное образование в игровой индустрии — «неоднозначный феномен».

«Художники и программисты обычно имеют соответствующее образование, но компании смотрят на реальные навыки, а не в диплом,— говорит господин Терентьев.— Геймдизайн — профессия достаточно новая, даже за рубежом к образованию в этой области относятся без особого доверия. У нас время от времени в вузах появляются инициативы по подготовке геймдизайнеров: я хорошо помню одну такую в Санкт-Петербургском государственном институте кино и телевидения несколько лет назад. Приглашенные эксперты от индустрии испугались требований по отработке часов и написанию методичек и разбежались. Студентов учили режиссуре, как и на остальных потоках. Получается, какое-то образование есть, но для аниматоров оно не играет практически никакой роли. Все ищут специалистов с практическим опытом».

«Самым эффективным решением является привлечение в компанию одного или нескольких опытных программистов и выстраивание на их опыте внутреннего учебного курса, через который проходят

„новобранцы“»,—поясняет основатель и технический директор федерального проекта cybersport.fm Дмитрий Роменский.— Сообщество программистов, несмотря на внешнюю закрытость, достаточно лояльно к новым особо стремящимся участникам».

КОМАНДНАЯ РАБОТА Рабочие группы возникают как грибки, рассказывает господин Роменский. Информация по ним разносится моментально, и на разработку небольшого проекта могут даже не потребоваться дополнительные инвестиции, если потенциальный лидер команды сможет объяснить суть своей идеи и заразить ею коллектив.

Хэджанты разработчиков компании так же, как и других узких специалистов: с помощью HR-организаций, через специализированные сайты, а также по знакомству и личным рекомендациям. Еще один вариант — отраслевые конференции. В последние годы в Петербурге их две: White Nights и «4С: Санкт-Петербург».

Северная столица, безусловно, один из лидеров игровой индустрии в России, но до главенства ей еще далеко. Здесь открыты подразделения крупных международных игровых разработчиков, например, BigFish, Playgendary и Wargaming. Есть и местные компании, такие как Nevosoft. Однако лидером российской игровой индустрии по-прежнему остается Москва, в которой базируются крупнейшие отечественные разработчики: Playrix, Pixonic, Mail.ru, 101XP.

«При всем уважении к городу на Неве, выделять какой-то мегаполис в качестве лидера игровой индустрии было бы не совсем корректно,— поясняет Дмитрий Роменский.— Современная разработка игр и приложений подразумевает свободу передвижения разработчиков по всему миру и отсутствие привязки к определенной локации. „Местом работы“ для продвинутых digital-специалистов уже давно является не конкретный город, дом или офис, а скорее проектная среда, к которой они подключаются и ведут командную работу с использованием, чаще всего, scrum-технологии, хорошо зарекомендовавшей себя в digital-разработках».

Есть ли в таком случае необходимость у компаний-разработчиков в отдельном офисе? Это вопрос скорее психологии. Очень много проектов разрабатывается фанатами, которые никогда в жизни не видели друг друга, но для России это весьма непривычный формат. Даже в такой продвинутой индустрии с ее гибкими подходами к проектной работе компании не готовы полностью отпустить своих работников в свободное плавание, заставляя ежедневно проделывать путь от дома до офиса. И именно этот страх потерять контроль над коллективом пока защищает от перехода в новую реальность, где человек окончательно превратится в приложение к гаджетам, а не наоборот. ■



«МЫ СОЗДАЕМ ЭКОСИСТЕМУ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОТРЕБНОСТЕЙ РЕГИОНА»

В 2019 ГОДУ РОСТ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА ПОДДЕРЖАТ НОВЫЕ УСЛУГИ И ТЕХНОЛОГИИ, ОПЕРАТОРЫ СДЕЛАЮТ СТАВКУ НА ВОЗМОЖНОСТИ 5G И ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ. ДИРЕКТОР СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФИЛИАЛА КОМПАНИИ «МЕГАФОН» АЛЕКСЕЙ ТИТОВ РАССКАЗАЛ BG О ПИЛОТНЫХ ПРОЕКТАХ ОПЕРАТОРА, О ТОМ, ЧТО ВЛИЯЕТ НА ТАРИФЫ И КАК ОКУПАЮТСЯ ВЛОЖЕНИЯ В ТЕЛЕКОМ-ИНФРАСТРУКТУРУ. БЕСЕДОВАЛ АЛЕКСЕЙ КИРИЧЕНКО

BUSINESS GUIDE: Назовите факторы роста для «Мегафона» в этом году. Есть ли они, учитывая, что операторы давно поделили рынок и проникновение каждого из них достаточно высокое?

АЛЕКСЕЙ ТИТОВ: Во втором квартале 2018 года по финансовым показателям у «Мегафона» очевидна положительная динамика. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года консолидированная выручка компании выросла более чем на 5% — до 82 млрд рублей, а чистая прибыль увеличилась на 11,5%, превысив 6 млрд рублей. При этом есть два постоянных драйвера роста: мобильная передача данных и новые услуги.

Выручка от передачи данных продолжает расти, потому что увеличивается проникновение мобильного интернета и объем его потребления. За полгода трафик на абонента в среднем по «Мегафону» вырос с 6 до 8,8 Гб в месяц. На динамику повлиял чемпионат мира по футболу. К примеру, трафик мобильного ТВ вырос в пять раз именно в период проведения матчей.

Второй драйвер — новые решения, предназначенные для актуальных задач клиентов и поэтому быстро набирающие популярность. Это, например, «Мегафон. Таргет» — умные рекламные и информационные SMS-рассылки, получателей которых можно выбирать по возрасту, полу, интересам, местонахождению и другим факторам. Это альтернатива традиционной рекламе, востребованная в разных сегментах рынка: от туристического и ресторанный бизнеса до онлайн-ритейла и сферы услуг. Так мы помогаем привлечь новых и удержать существующих клиентов. Это актуально для любого бизнеса.

BG: Стал ли «Мегафон» меньше инвестировать в развитие сети? В 2017 году вы сообщали о завершении модернизации сети в Санкт-Петербурге и практически во всех регионах Северо-Западного филиала.

А. Т.: Сети «Мегафон» в этом году исполняется 25 лет. Конечно, у нас уже давно не осталось базовых станций (БС), которые были бы ее ровесниками. В прошлом году мы завершили модернизацию сети и поставили самую современную линейку БС. Но это не означает, что инвестиции в инфраструктуру прекратились. В целом по стране инвестиции в этом году даже

выше. Модернизация продолжается, но в других направлениях: сеть большая и многогранная. БС — это только верхний этаж «домика». Есть еще коммутации, транспортные сети, магистраль.

В 2017 и 2018 годах мы сделали большой упор на обеспечение надежности. Это работа с транспортной сетью, модернизация узлов. Что касается сети четвертого поколения, то появились стандарты LTE Advanced и LTE Pro, у которых скорость вдвое выше, чем у обычного 4G, и составляет 300 и 450 Мбит/с соответственно. Мы продолжаем развивать LTE разных диапазонов в Петербурге и Ленинградской области и заменяем коммутаторы по всему Северо-Западному филиалу.

BG: Тарифы операторов, несмотря на разные названия, схожи по ценовым характеристикам. Но когда один снижает цены, остальные заявляют о демпинге — как МТС в конце прошлого года. Не является ли это сговором?

А. Т.: В России самый конкурентный рынок мобильной связи. А там, где присутствует конкуренция, картельного сговора быть не может. Если один из операторов проводит в регионе коммерческую акцию с изменением тарифа, то это лишь демонстрирует работу коммерсантов внутри компании. Они думают о том, как обеспечить клиента еще большим набором услуг и расширить свой портфель. Кстати, цена услуг связи в России практически самая низкая в мире, а качество связи гораздо лучше, чем в Европе. Вместе с тем для нас в «Мегафоне» сейчас приоритетом является рост показателя Life Time Value, то есть увеличение активности и доходности абонентов, подключенных к сети.

BG: Намерен ли «Мегафон» повышать тарифы в связи вступлением в силу «закона Яровой», с 1 июля требующего от операторов связи хранить разговоры и переписку пользователей?

А. Т.: «Закон Яровой» повлияет на затраты операторов, на маржинальность бизнеса, но уровень тарифов определяется в первую очередь уровнем конкуренции. На рынке мобильной связи в России уровень конкуренции очень высок.

BG: На прошедшем Петербургском международном экономическом форуме «Мегафон» подписал соглашения с правитель-

ством Петербурга о реализации проекта «Умный город». Аналогичные соглашения с властями подписывали «Ростелеком» и «ЭР-Телеком». Как вы намерены победить в конкурентной борьбе с этими компаниями?

А. Т.: Мы подписали соглашение о реализации пилотного проекта, который направлен на развитие в Кронштадте цифровых технологий и услуг, в том числе интернета вещей, телемедицины, виртуальной и дополненной реальности. Так как речь идет о новых решениях, необходимо их протестировать во многих сферах, чтобы превратить Кронштадт в «умный город». Первые изменения коснутся технологической инфраструктуры, стартует ряд городских программ, появится электронное здравоохранение. «Мегафон» уже реализовал инновационные проекты в других регионах — в Иннополисе, Сочи, Брянске. У нас есть не только опыт, но и техническая база — телеком-инфраструктура — для запуска цифровых решений. У «Мегафона» очень мощная сеть, самая быстрая в городе, что подтверждают данные Speedtest. В итоге конкурентную борьбу выиграет та компания, чье предложение будет лучшим с точки зрения наполнения и стоимости решения.

BG: Наверное, после завершения пилотного проекта в Кронштадте у вас появится желание сделать его более масштабным?

А. Т.: Конечно, нам бы хотелось после успешной реализации проекта масштабировать его на весь Санкт-Петербург. Как я сказал, у нас по стране много пилотных проектов по этому направлению. Это «умные» знаки, парковки, светофоры, умная теплосеть. Мы запускаем их, чтобы создать экосистему цифровых решений в зависимости от потребностей каждого региона. Например, в Новгородской области, помимо других проектов, мы создаем «Цифровую управляющую компанию». Это платформа, которая будет автоматически собирать данные потребления коммунальных услуг, выставлять счета пользователям, а также предоставлять много других возможностей для удобства людей и повышения эффективности работы управляющих компаний.

Проекты по цифровизации интересны и бизнесу. Частные компании хотят оптимизировать свои продукты или предло-

жить новые, более эффективно управлять рабочим производственным процессом. Для них тоже актуальны наши цифровые решения.

BG: Почему «Мегафон» избавляется от «башенного» бизнеса? В июле сообщалось, что вы готовите свои башни к возможной продаже в 2019 году.

А. Т.: Пока говорить о продаже «башенного» бизнеса рано. Мы выделили эти активы в отдельную компанию, для которой этот вид бизнеса является фокусом всех бизнес-процессов (Первая башенная компания. — **BG**), и будем принимать решения по ней в зависимости от развития рынка и экономики.

BG: Как для «Мегафона» завершился чемпионат мира по футболу? «Отбили» ли вы свои вложения в телекоммуникационную инфраструктуру для стадионов?

А. Т.: Мы два года готовились к чемпионату, строили телеком-инфраструктуру для оказания услуг мобильной и фиксированной связи не только на стадионе «Санкт-Петербург», но и на других объектах, задействованных в чемпионате. Гостиницы, билетные кассы, тренировочные базы — телеком-инфраструктура готовилась везде. У нас была задача выдержать нагрузку, многократно превышающую обычные показатели.

Инфраструктуру для стадиона мы проектировали и строили самостоятельно. Потом пускали туда других операторов. Понятно, что за три месяца такие проекты не окупаются. Но здесь главное кумулятивный эффект. Представьте, что вы, абонент «Мегафона», болельщик «Зенита», пришли на стадион, а там связи нет. Может быть, завтра из-за этого вы перестанете быть абонентом «Мегафона». Поэтому нельзя сказать, что здесь все упирается в окупаемость объекта. Этот проект в большей степени оказывает влияние на имидж оператора и лояльность абонентской базы. Кроме того, вся построенная нами инфраструктура продолжает полноценно работать. Каждый матч на стадионе «Санкт-Петербург» собирает десятки тысяч зрителей, а примерно половина из них — наши абоненты. Трафик передачи данных во время игр вырастает в несколько раз, но сеть успешно справляется со всеми нагрузками. ■

ПРИЛЕТАЛО В НАШИ ВОРОТА

ФУТБОЛЬНЫЕ БОЛЕЛЬЩИКИ — ЭТО НЕ ТОЛЬКО ГРОМКИЕ ПЕСНИ, ШУМНЫЕ КОМПАНИИ, РЕКИ АЛКОГОЛЯ И ПРОБЛЕМЫ С ЛОГИСТИКОЙ, НО И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ, В ЧЕМ БЛАГОДАРА ЧЕМПИОНАТУ МИРА МИНУВШИМ ЛЕТОМ УБЕДИЛИСЬ МНОГИЕ ПЕТЕРБУРГСКИЕ КОМПАНИИ.

КОНСТАНТИН ПЕТРОВ

НЕОЖИДАННЫЕ КОНКУРЕНТЫ Для Петербурга июнь уже давно едва ли не самый финансово результативный месяц. Благодаря Петербургскому международному экономическому форуму город привлекает не только инвестиции, но и богатых туристов со всего мира. В 2018 году этот турпоток пришелся на май, куда сдвинули форум, чтобы он не пересекался с футбольным чемпионатом.

Из-за мундиаля пришлось пододвинуться на вторую половину лета и остальным крупным мероприятиям в городе — фестивалям, концертам и спортивным соревнованиям. Словно кто-то принял решение, чтобы они не отвлекали внимание гостей и жителей Петербурга от главного события сезона. Со второй половины июля по конец августа город принял сразу несколько крупных фестивалей, ориентированных примерно на одну аудиторию. Поэтому между ними резко выросла конкуренция за участников и посетителей, что привело к удорожанию проектов для организаторов.

При этом возникли сложности с раскруткой фестивалей: огромная часть наружной рекламы была зарезервирована под продвижение чемпионата мира по футболу (ЧМ), его команд-участниц и отдельных матчей. С этой проблемой рекламодатели уже сталкивались летом 2017 года, когда все лучшие места для баннеров были заранее отданы под рекламу Кубка Конфедераций.

То, что оргкомитет ЧМ в России не решился продемонстрировать иностранным туристам не только официальные фан-фестивали FIFA, но и иные важные для городской экономики и культуры мероприятия, объясняется, конечно, не столько «конкуренцией», сколько нежеланием тратить дополнительные силы на их организацию и безопасность.

ПРЕДВКУШЕНИЕ ПРИБЫЛИ Впрочем, проблемы крупных уличных мероприятий стоит отнести к ожидаемым, а потому неизбежным. Гораздо интереснее результаты туристической отрасли, где предвкушения и у чиновников, и у бизнеса были куда приятнее. Оправдались они по-разному. «Если говорить о гостиничном бизнесе, то неожиданностью стала низкая, по сравнению с плановой, загрузка», — говорит управляющий партнер УК Zenith РМ Илья Андреев. — Произошла некая национальная замена: увеличилось количество туристов из Испании и Бразилии. Отели под управлением нашей компании — Docklands.Life и «Елагин Апартаменты» — суперприбыли чемпионат не принес.

У нас были высокие плановые показатели в июне — около 85% — и хороший средний чек. Но до 100% не дотянули».

Отельеры сетуют на то, что болельщики останавливались в гостиницах только в дни матчей, а не на весь период чемпионата. Семи игр, проведенных в Петербурге, оказалось недостаточно, чтобы удовлетворить ожидания гостиничного бизнеса от столь масштабного события. К тому же высокие цены на номера отпугнули туристов-неболельщиков, выбравших другие направления для путешествий.

Данные чиновников о загруженности отелей во время мундиаля куда оптимистичнее. В конце июля вице-губернатор Петербурга Владимир Кириллов говорил о загрузке отелей более чем на 90%. Все же, по его словам, туристы, которых в дни проведения чемпионата побывало на берегах Невы не менее 700 тыс., оставили в городе около 20 млрд рублей.

БОЛЕЛЬЩИКИ ОСТАЛИСЬ ДОМА Благодаря щедрым тратам дополнительную прибыль во время чемпионата получали общепит, торговые сети и продавцы сувениров. По данным компании «Эвотор», производителя онлайн-касс и облачных решений, общий оборот по кассам в Санкт-Петербурге во время ЧМ-2018 вырос на 3,2%, а количество транзакций увеличилось на 5,7%, но средний чек упал на 2,4%. Расходы посетителей в ресторанах и кафе выросли на 12,7% при росте среднего чека на 5,5%. Оборот по пиву вырос на 49%, а по крепкому алкоголю — на 22%. Интересно, что максимальный разовый рост продажи пива в Петербурге пришелся на первое июля — день матча российской сборной против испанцев.

В компании Poster, разработчике системы автоматизации для «умных» онлайн-касс, рассказывают, что рост среднего чека кафе и ресторанов в Петербурге в среднем составил 6%, но в некоторые дни наблюдался настоящий всплеск продаж. Самый значительный скачок зафиксирован в дни матчей сборной России против команд Испании и Хорватии. Благодаря фееричной игре Дзюбы и компании средний чек в петербургском общепите вырос на 20 и 15% соответственно. «Но, несмотря на ощутимый рост продаж, трафик посетителей значительно не увеличивался», — отмечает соучредитель компании Poster Родион Ерошеч. — А в дни игры сборной России приток посетителей, наоборот, снижался, так как многие болельщики предпочли привычный формат — смотреть игру дома».



ФУТБОЛЬНЫЕ ФАНАТЫ НЕ ЗАСТАЛИ ГЛАВНЫХ КУЛЬТУРНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПЕТЕРБУРГА, ЗАТО ВО ВРЕМЯ ЧМ КРУТО ПОВЫСИЛСЯ СПРОС НА КОКОШНИКИ

РЕСТОРАНЫ ВЫДАВИЛИ FASHION

Болельщикам, желавшим смотреть футбол в компании, петербургские рестораны предлагали широкий выбор заведений. По данным консалтинговой компании JLL, только во втором квартале 2018 года на основных торговых улицах Санкт-Петербурга открылось 50 кафе и ресторанов. В результате доля заведений общепита в структуре открытий достигла рекордных 47%, превывсив максимум предыдущего года — 40%.

Кафе и рестораны умудрились вытеснить с центральных улиц города других ритейлеров: 32% из открытых в апреле — июне предприятий общепита появилось в объектах, ранее занятых специализированными продуктовыми точками, fashion-магазинами или представителями сектора услуг. В частности, продолжился уход нересторанных арендаторов с улицы Рубинштейна и появление на ней новых питейно-гастрономических точек.

«В ожидании высокого турпотока многие заведения были готовы рассматривать и занимать помещения, не оборудованные под нужды общепита, пусть даже это требовало дополнительных инвестиций в согласование и устройство системы вентиляции, перепланировку и ремонт», — констатирует руководитель направления стрит-ритейла JLL в Санкт-Петербурге Юлия Корчемная. — В результате только ресторанный сегмент и магазины сувениров, также рассчитанные на гостей чемпионата, превзошли по числу открытий количество ухода арендаторов за второй квартал».

ПОДСТРОИЛИСЬ ПОД ФАНАТОВ

Хороший рост показали те бренды, которые перенастроили свое продвижение под интересы болельщиков. Например, компания Ollis, куда входит сеть ресторанов и круглосуточная служба доставки готовой еды, в дни мундиаля показала рост оборота ресторанов на 30%. Заведения, расположенные в центре, демонстрировали пиковые результаты благодаря туристам, а в спальных районах — за счет горожан, поясняют в компании. Оборот доставок за тот же период вырос на 40%. «У нас получилось сформировать стабильно высокое

число заказов и трафик в ресторанах за счет приобретения прав на трансляцию матчей и оперативного создания англоязычной версии сайта и меню», — поясняет директор по развитию Ollis Юрий Федотов. — Кроме того, мы подготовили специальное футбольное меню совместно с ФК «Зенит». И, наконец, создали обширную партнерскую сеть с хостелами города. Благодаря аналитике и грамотной операционной деятельности все обошлось без форс-мажоров, так как было понимание о загрузке и выводилось больше поваров, курьеров и сотрудников колл-центра. В дни матчей мы увеличивали штат линейного персонала в среднем на 15%». Представители компаний сферы торговли и услуг, не устраивавших специальных акций под ЧМ, рассказывают, что их обороты в футбольные дни не росли, а в некоторых случаях даже сезонно снижались.

Перед мундиалем бытовало мнение, что местные российские бренды заранее проигрывают в узнаваемости международным и не стоит тратить бюджеты на продвижение для иностранных болельщиков, так как они все равно выберут «хорошо знакомые им Uber и McDonald's». Но практика показала, что это мнение ошибочно. В-первых, болельщики приезжали не только из благополучных европейских стран или Америки, но и из государств «попроще», где не всегда сформировано позитивное отношение к международным компаниям. Во-вторых, у них был свой пользовательский опыт с конкретными брендами, также не всегда положительный. В-третьих, у российских компаний футбольные туристы искали более низкие цены и местный колорит.

«Группы болельщиков отличаются от обычных туристических групп. С ними сложнее работать», — говорит Илья Андреев. — С ними больше хлопот и больше ответственности за то, чтобы всем гостям отеля — в том числе тем, кто не является болельщиком и равнодушен к футболу, — было комфортно. У нас не было жалоб ни от групп фанатов, ни от остальных гостей. Так что, можно сказать, мы получили дополнительную прибыль, но не в материальном выражении, а в виде социального капитала». ■

ДОКАЗАТЬ ФОРМУЛУ ЛЮБВИ

USER EXPERIENCE (UX) — ЭТО ОПЫТ, КОТОРЫЙ ЧЕЛОВЕК ПОЛУЧАЕТ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ. ЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ НА СТЫКЕ ДИЗАЙНА, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПСИХОЛОГИИ СТАНОВЯТСЯ ВОСТРЕБОВАННЫМИ ВО ВСЕХ СФЕРАХ ЭКОНОМИКИ, ОДНАКО РОСТ СПРОСА НА СПЕЦИАЛИСТОВ ПО UX ПРЕВЫШАЕТ СКОРОСТЬ ИХ ОБУЧЕНИЯ.

ВЛАДА ГАСНИКОВА

«Задача UX-дизайнера — сделать опыт взаимодействия пользователя и сервиса максимально удобным, чтобы человек влюбился в продукт и пользовался им постоянно. Еще никогда роль дизайнера не была так велика, как в UX», — говорит шеф-дизайнер и основатель AIC Сергей Попков. UX-дизайн сосредоточен на том, как человек воспринимает информационную среду, какие эмоции и чувства он испытывает в процессе общения с ней, что он подумал или должен подумать, когда совершает то или иное действие в системе, поясняет ведущий дизайнер UX Just AI Екатерина Юлина. В отличие от маркетинга UX-дизайн не про рынок, а про человека, говорит она.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ УЛУЧШЕНИЯ

В UX-тестированиях проектировщики исследуют поведение пользователей во время его взаимодействия с продуктом, чтобы на основе собранной информации найти способы сделать его более удобным и эффективным. Чаще всего такие исследования касаются пользовательского интерфейса (user interface, UI) — физического проявления взаимодействия человека с продуктом компании. «Вы решили ввести в своем приложении новую полезную функцию. Кнопку с ней вы расположили в левом верхнем углу экрана смартфона. А потом вы замечаете, что этой функцией никто не пользуется, хотя она такая полезная. Дело в том, что правши — а их в обществе больше 80% — просто не дотягиваются до этого места на экране при работе одной рукой. А приложениями в смартфоне люди чаще всего пользуются на ходу», — говорит product manager сервиса грузового такси Mover Василий Гордеев. Перевернутая бутылка кетчупа Heinz, по его мнению, — классический пример изменения внешнего вида продукта, основанный на восприятии пользователей: «Такую бутылку удобнее использовать, и не нужно соскребать со стенок кетчуп, за который вы заплатили».

Люди готовы платить за удобство, когда они чувствуют заботу о себе, уверен генеральный директор bdesigners Денис Шершнев. «Последний пример, который мне очень нравится, — это продуманность беспроводных наушников Apple. Когда звонит телефон, музыка выключается, когда трубку положили — опять включается. Когда подносишь наушники с открытой крышкой к телефону или часам, видишь уровень их заряда. Купить беспроводные наушники можно в интернете за 200 рублей, но мы платим 10 тысяч за такие маленькие моменты Apple. Это все UX-дизайн», — рассказывает господин Шершнев.

UI/UX-дизайнер умных устройств Just AI Михаил Подкопаев примером человекоориентированности считает обновленный сайт «Почты России». «Его создатели полностью пересмотрели структуру старого



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

ЭФФЕКТИВНЕЕ ВСЕГО ИССЛЕДОВАТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ ВО ВРЕМЯ ПРЯМОГО ДИАЛОГА И НАБЛЮДЕНИЯ, КАК ЧЕЛОВЕК ВЗАИМОДЕЙСТВУЕТ С УСТРОЙСТВОМ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

сайта, убрали лишнее и сфокусировались на решении самых главных проблем пользователей. Например, сделали очень простой и понятный дизайн раздела для трекинга отправок. На странице есть одна строка, куда нужно ввести номер посылки, и больше никаких дополнительных действий не требуется — система сама подстроится под тебя, а пользователь теперь тратит куда меньше времени и нервов», — объясняет господин Подкопаев.

Нынешний сайт госуслуг — результат большой аналитической работы и многих уровней переработки продукта, говорит работавший над проектом Сергей Попков из AIC. «Мы в несколько этапов сокращали количество форм для получения нового загранпаспорта и оплаты штрафов ГИБДД, изучали поведение пользователей, чтобы облегчить их взаимодействие с сайтом. Переписывали многие термины на понятном языке. В итоге за несколько лет пришли к эффективным госуслугам, которыми приятно пользоваться. К примеру, если оплатить штраф в первые две недели, то можно получить скидку в 50%. Это тоже частичка вашего положительного UX в общении с государством», — доволен он.

ФИКСАЦИЯ НЕОСОЗНАННОГО Что-бы узнать впечатления пользователей от

взаимодействия с продуктом, аналитики наблюдают за людьми и разговаривают с ними. «Прямой диалог с человеком и наблюдение за тем, как он взаимодействует с системой или устройством в режиме реального времени, эффективнее всего. Наблюдение важно потому, что человек может попросту не осознавать, что его заставило совершить какое-то действие в интерфейсе, да и всех своих движений комментариев, эмоций может не замечать. Взгляд со стороны и видеозапись интервью помогают лучше проанализировать его реакции», — делится ведущий дизайнер UX Just AI Екатерина Юлина. Кроме классических опросов, исследователи проводят юзабилити-тестирование с помощью айтрекеров (eye tracker), которые фиксируют движения глаз пользователя. Техника кодизайна заключается в том, что пользователь вовлечен в процесс разработки: человек рассказывает о своих ощущениях от взаимодействия с продуктом — и разработчики изменяют его в зависимости от обратной связи.

Иногда UX-исследователи используют протоперсон (protoperson): персонажей, придуманных на основании собранных о пользователях данных. «Они помогают проникнуться эмпатией в процессе проектирования», — говорит руководитель дизайн-студии Data Art Анастасия Режепп.

UX-дизайнер создает прототип будущего интерфейса, на который до релиза ориентируются все остальные специалисты — так устроена работа над сайтами в агентстве Kelnik. «Прототип зависит от того, какие задачи перед сайтом ставит клиент, и из нашего опыта решения подобных задач. Если после запуска мы видим непредсказуемые результаты использования одной из функций сайта, на основе собранной аналитики мы проводим A/B-тесты. И так оптимизируем UX уже после релиза продукта», — говорит CEO агентства Олег Кельник.

МУЛЬТИСПЕЦИАЛИТЕТ

UX-дизайнеру нужны знания в трех областях: дизайн и художественное конструирование, информационные технологии и психология. «Если дизайнер не понимает, что движет людьми, что нужно пользователю, то с тем же успехом можно заниматься любым дизайном, но только не UX», — убеждена Екатерина Юлина.

Высшее образование в этой области можно получить в Техническом университете Эйндховена в Нидерландах, отделение магистратуры по HCI (human-computer interaction) работает в Таллинском университете. Курсы в составе учебных программ есть в ВШЭ и ИТМО. Британская школа дизайна проводит интенсивы и годичные курсы по UX-дизайну. Кроме того, по этой теме есть множество онлайн-курсов на Coursera, Udemu и в «Нетологии».

Спрос на UX-дизайнеров растет, но, несмотря на это, получить качественные знания не так просто. «Профессия новая, на нее учат в частных институтах и на онлайн-платформах. При этом текущая скорость подготовки специалистов не соответствует растущей потребности, и в ближайшие годы эта ситуация едва ли кардинально поменяется. UX полезен везде, где потребитель сталкивается с сервисом: рассчитать ставку по кредиту, проконсультироваться с врачом, заказать велосипед с доставкой, спланировать путешествие», — считает Сергей Попков из AIC.

Михаил Подкопаев согласен: UX-дизайн нужен везде, где разрабатывается продукт, с которым так или иначе будет взаимодействовать человек. «Но важность UX-специалиста возрастает, когда происходит коммуникация с цифровыми устройствами, потому что в этом случае мы испытываем большее когнитивное сопротивление, то есть сильнее ощущается разрыв между нашим жизненным опытом и объектом, с которым мы сталкиваемся. Например, у руля низкое когнитивное сопротивление — у него всего несколько положений, нет скрытых функций, взаимодействие человека с ним совершенно понятно. Но чем сложнее продукт, механизм, система, тем сопротивление выше, и задача UX-дизайнера — сводить его к минимуму», — заключает специалист компании Just AI. ■

КЭШ! ОН ЛИ?

ФРАЗА «МЫ НЕ ПРИНИМАЕМ КАРТЫ» БОЛЬШЕ НЕ СТАВИТ В ТУПИК ЧЕЛОВЕКА, ВЫШЕДШЕГО ИЗ ДОМА БЕЗ НАЛИЧНЫХ. МАЛЫЙ БИЗНЕС АКТИВНО ИСПОЛЬЗУЕТ ОНЛАЙН-ПЕРЕВОДЫ НА СЧЕТА ФИЗЛИЦ КАК СПОСОБ РАССЧИТАТЬСЯ С КЛИЕНТАМИ. О ТОМ, КАКОЙ УДОБНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ — В ТОМ ЧИСЛЕ НЕЛЕГАЛЬНЫМ — ПРЕДОСТАВИЛ ГЕРМАН ОСКАРОВИЧ Г., — В МАТЕРИАЛЕ ВГ. АЛЕКСАНДРА ЯХОНТОВА

Северная окраина Петербурга. В глубине спального района — ларек с шавермой. За прилавком парень азиатской внешности встречает посетителей фразой: «Hello! What is for you?» Азизу 28 лет. Пару месяцев назад он переехал из Египта и вместе с отцом открыл дело. Выучить русский — далеко не первостепенная задача предпринимателя. Первое, что он сделал, — установил сервис «Сбербанк Онлайн». Объяснять покупателям, как именно платить за шаверму, Азизу не приходится: приклеенная к окну бумажка с номером телефона, именем и первой буквой фамилии говорит сама за себя.

Такие таблички есть на прилавке в каждой второй забегаловке или несетевом магазине. Ради эксперимента корреспондент ВГ целый день расплачивался исключительно переводами на карту: бариста в кофейне, владелице маникюрного салона, официанту в кафе, продавщице овощей в палатке и таксисту по дороге домой.

В 2017 году около 1 трлн рублей, прошедших через «Сбербанк Онлайн», пришлось на регулярные перечисления денег между клиентами и рядом счетов, что говорит об использовании приложения для коммерческой деятельности, сообщил в марте этого года Bloomberg со ссылкой на старшего управляющего директора Сбербанка Михаила Матовникова. Он констатировал: часть этих средств ушла на обслуживание «неформального» сектора экономики.

ДВОЙСТВЕННЫЙ СТАТУС Речь идет о «Сбербанке Онлайн» лишь постольку, поскольку это наиболее распространенное в России банковское приложение. Итоги первого полугодия 2018 года показали, что 81% переводов клиенты Сбербанка совершают через цифровые каналы. Общий объем person-to-person-переводов Сбербанка за этот период составил 7,9 трлн рублей (вырос на 43% за год), 76% из них было совершено с помощью сервиса «Сбербанк Онлайн» и его приложения для смартфонов. Какой бы банк ни был на этом месте, суть одна: предприниматели используют счета физических лиц для коммерческой деятельности.

Потребность клиентов в безналичном расчете растет с каждым годом, констатирует ведущий юрист налоговой практики юридической фирмы «Клифф» Евгений Мандрашов. Он ссылается на статистику Центробанка: за последние десять лет количество операций с помощью банковской карты для оплаты товаров и услуг выросло в 35 раз, а объем транзакций — в 22 раза, до 14,6 млрд рублей. Поэтому часто перевод с карты на карту для предпринимателя — это лишь возможность удовлетворить потребность клиента, а не уход от налогов. Обычно таким способом расчета пользуется малый и микробизнес — в частности, индивидуальные предприниматели. При этом «двойственный»

статус ИП — одновременно и предпринимателя, и физлица, доходы и расходы которого могут быть как связаны с бизнесом, так и нет, — обуславливает стремление сэкономить и не уплачивать налоги с части дохода, поступившего на личную карту, говорит Евгений Мандрашов. Дополнительным фактором, по его словам, до последнего времени служил относительно слабый контроль над переводами с карты на карту со стороны банков: кредитные организации заинтересованы в увеличении числа клиентов, чему избыточный контроль не способствует.

Другое дело — предприниматели, которые вовсе не имеют официального статуса: пекут торты на заказ и продают их через соцсети, например. Нежелание легализовать микробизнес в силу его низкой рентабельности — проблема не новая, и возможность для таких предпринимателей осуществлять расчеты по карте — это лишь более удобный способ избегать уплаты налогов, чем использование наличных. «Начинающие предприниматели рассуждают так: сначала попробую, если пойдет и выручка появится, тогда все оформлю, — считает генеральный директор аудиторской компании «Уверенность» Максим Гладких-Родионов. — Существует еще одна причина уклонения от легализации бизнеса: недоверие предпринимателей государству. Нельзя сказать, что это недоверие полностью беспочвенно: истории о блокировке счетов, о гигантских недоимках в ходе налоговых проверок, об отъездах лицензий у банков — все это нервнует начинающих бизнесменов». Выбор же способа расчетов «по карте», по его мнению, обусловлен лишь удобством и быстротой.



ПЕРЕВОДЫ С КАРТЫ НА КАРТУ УДОБНЫ ПРИ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ «С РУК», НО ПОПЫТКА БАНКОВ БЛОКИРОВАТЬ ПОДОЗРИТЕЛЬНЫЕ ПЛАТЕЖИ НЕИЗБЕЖНО ЗАТРОНЕТ И ДЕЙСТВУЮЩИХ ЛЕГАЛЬНО КЛИЕНТОВ

ПРЯНИКИ В АССОРТИМЕНТЕ По социальным сетям периодически прокатывается волна «фейков» о намерении государства облагать налогом все поступающие на карты физических лиц средства. Это не так, более того, эксперты сходятся во мнении, что у Федеральной налоговой службы (ФНС) нет инструментов для контроля за множеством мелких хаотичных операций по картам. «В поле зрения налоговиков попадают только крупные суммы. Работают жалобы, но это единичные случаи, и о системной работе по выявлению таких переводов говорить пока не приходится», — подтверждает руководитель налоговой практики юридической компании BMS Law Firm Давид Капианидзе. Евгений Мандрашов рассказывает, что налоговые инспекторы, не имея возможности отследить все подозрительные операции, делают ставку на точечные проверки: мониторят соцсети и делают показательные «контрольные закупки», цель которых — психологическое воздействие на нелегальных предпринимателей.

Конечно, есть риск блокировки карты банком, если он сочтет операции подозрительными. Однако в Тинькофф-банке, который недавно упростил для своих клиентов обмен средствами с клиентами Сбербанка с помощью переводов в приложении по номеру телефона, сообщили: «Все поступления и списания с карт мониторятся на предмет противозаконной деятельности. При таком подходе банком используются многофакторные показатели, однако сотрудники стараются разъяснять клиентам, что предпринимательская деятельность по счету физического лица запрещена. Если получатель

таких платежей платит налоги, то у банка, скорее всего, дополнительных вопросов не возникнет».

Часто можно встретить совет указывать при переводе в назначении платежа безобидные фразы вроде «возврат долга», чтобы снять у банка подозрения. Однако в Сбербанке заявили, что «комментарии, которые можно отправить получателю вместе с переводом, реализованы исключительно для удобства клиентов».

Государство и банки действуют методом кнута и пряника в надежде вернуть все доходы бизнеса в налогооблагаемое пространство. Альтернативой «серым» переводам с карты на карту может стать сервис оплаты покупок с помощью приложения по QR-коду, запуск которого Сбербанк анонсировал осенью прошлого года. Этот сервис позволяет предпринимателям, наклеив QR-код на стену, экономить на покупке терминала и, оставаясь в правовом поле, удовлетворить потребность клиента в безналичном расчете.

В июле этого года вступили в силу поправки в федеральный закон «О контрольно-кассовой технике», которые обязывают индивидуальных предпринимателей установить онлайн-кассы, автоматически отправляющие в ФНС чеки на каждую операцию. Для ИП, у которых нет наемных работников, это требование начнет действовать через год. «На первом этапе введение онлайн-касс может привести к увеличению числа предпринимателей, использующих „серые“ схемы с переводами на карту», — считает ведущий оценщик компании «Финэкспертиза» Ирина Суханова. Среди возможных преимуществ онлайн-касс, которые в дальнейшем оправдают для предпринимателей переход на их использование, полагает она, — уменьшение числа налоговых проверок, контроль выручки, сохранение информации обо всех продажах и избежание споров с клиентом. Кроме того, для установившего онлайн-кассу бизнеса предусмотрен налоговый вычет, способный почти полностью покрыть расходы на ее приобретение.

В органах власти думают и о том, как упростить для микробизнеса процесс уплаты налогов. В июне глава ФНС Михаил Мишустин рассказал президенту Владимиру Путину о разработке мобильного приложения, позволяющего самозанятым регистрировать свой бизнес без визита в налоговую службу и платить налоги без оформления документов. В тестовом режиме этот сервис начнет со следующего года работать в четырех пилотных регионах: Москве, Подмосковье, Татарстане и Калужской области.

В стремлении вывести карточные переводы малого бизнеса из «серой» зоны государству лучше не переусердствовать, сходятся во мнении эксперты: иначе расчеты вновь перейдут в наличные — и отследить их будет куда сложнее. ■

ДИЛЕРЫ ПЛАНИРУЮТ МАРШРУТ

ПЕТЕРБУРГСКИЙ АВТОРЫНОК МЕДЛЕННО РАСТЕТ. НО ЕГО УЧАСТНИКИ ОТНОСЯТСЯ К ЭТОЙ ДИНАМИКЕ ОСТОРОЖНО И НЕ СТРОЯТ ГЛОБАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПЛАНОВ. НИШИ ДЛЯ НОВЫХ ВЛОЖЕНИЙ, ГОВОРЯТ ОНИ, — В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА, БУДЬ ТО ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ИЛИ УХОД В СЕТЬ. ДЕНИС ГАВРИЛОВ

По итогам первой половины нынешнего года продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России выросли на 18%. Рынок, согласно данным Ассоциации европейского бизнеса, растет с марта 2017 года. В Санкт-Петербурге динамика продаж выше, чем общероссийская. За шесть месяцев городские автодилеры, по информации аналитического агентства «Auto-Dealer-СПб», увеличили реализацию новых машин на 20%. Начиная с сентября прошлого года и до нынешнего мая в Петербурге продажи автомобилей росли от 19 до 26% месяц к месяцу. Как и в целом по России, последний раз падение реализации машин в городе было отмечено в феврале прошлого года.

Несмотря на высокую динамику авторынка, представители дилеров не склонны однозначно считать такие показатели характеристикой выздоровления отрасли после нескольких кризисных лет. Поэтому они осторожно говорят о возможных инвестициях в новые крупные проекты.

По мнению директора по маркетингу и информационным технологиям «Петровского автоцентра» Александра Эрнезакса, нынешний автомобильный рынок нельзя назвать ни растущим, ни перспективным для инвестиций. Причинами, которые привели к такому выводу, он называет низкую рентабельность, высокий порог входа, нестабильность автобизнеса и его подверженность внешним фундаментальным факторам.

«Мощности рынка по-прежнему остаются избыточными для текущего объема продаж автомобилей», — говорит директор локации «Рольф Октябрьская» Максим Вирченко. — Черета банкротств слабых дилеров продолжается, а сильные дилер-



В БЛИЖАЙШИЕ ДВА-ТРИ ГОДА ДИЛЕРЫ ВЫНУЖДЕНЫ БУДУТ В ТОЙ ИЛИ ИНОЙ СТЕПЕНИ ВЫЙТИ В ОНЛАЙН

ские холдинги продолжают развитие». Он считает, что основной причиной нынешнего роста является эффект низкой базы. При этом на фоне постепенного повышения цен на автомобили динамика рынка стала снижаться. В агентстве «Auto-Dealer-СПб» указывают, что нынешние объемы продаж новых автомобилей в городе на 30–35% ниже, чем в пиковые годы. Например, в этом году, по прогнозу агентства, в Петербурге может быть продано 150–160 тыс. новых автомобилей, тогда как в 2012 году этот показатель составлял 204 тыс. машин.

«У многих дилеров, строивших свой бизнес исключительно на кредитные

средства, сейчас одна общая проблема — снижение кредитной нагрузки. В этих условиях новые инвестиции мало кому нужны», — рассуждает директор по маркетингу и рекламе компании ОАК-РРТ Сергей Новосельский. Потенциал рынка, по его словам, также не определен. В качестве примера он приводит динамику продаж в июне и июле, когда некоторые растущие бренды показали снижение реализации автомобилей. «На мой взгляд, потенциал текущего года — это рост в пределах 5–8%», — говорит господин Новосельский.

САЛОНЫ SECOND HAND Традиционным объектом инвестиций для автомобильных

дилеров являлось строительство новых дилерских центров. «Но если на пике роста рынка можно было фиксировать около десятка открытий новых объектов в год, то за последние два-три года такие случаи проще пересчитать по пальцам одной руки», — рассказывает генеральный директор агентства «Auto-Dealer-СПб» Михаил Чаплыгин. Александр Эрнезакс считает, что на данный момент площадей достаточно и строительство новых зданий актуально скорее для локальных проектов. Все больше на рынке появляется свободных площадей по причине банкротств автодилеров. И такие центры находят своего покупателя: за последние два года, по данным «Auto-Dealer-СПб», было совершено около 20 подобных сделок.

«Для тех игроков, кто имеет возможности и амбиции расширять собственную сеть, сегодня — в силу банкротств или желания многих дилеров продать свои объекты на рынке — есть предложение. Но все зависит от цены и ожиданий покупателя по возврату инвестиций», — говорит управляющий партнер автомобильного направления ГК «Автополе» Сергей Вайнер. С другой стороны, отмечает Максим Вирченко, требования к зданиям со стороны импортеров меняются и зачастую строительство дилерских центров «с нуля» оказывается экономически целесообразнее, чем покупка готовой «коробки» и ее последующее переоснащение.

«Инвестировать в строительство новых дворцов бессмысленно», — категоричен Сергей Новосельский. Он считает, что такие проекты реальны, когда российский рынок выйдет на объем 2,3–2,5 млн проданных автомобилей со стабильным ежегодным ростом не ниже 5–7%. → 37

ЧЕРНЫЙ БИМ БЕЛОЕ УХО

ПЯТНАДЦАТЬ ЛЕТ НАЗАД, КОГДА В СУДАХ ЕЩЕ РАССМАТРИВАЛИСЬ «БАНДИТСКИЕ ДЕЛА», ЭКСПЕРТЫ ПРЕДРЕКАЛИ СКОРУЮ ИХ СМЕНУ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПРЕСТУПЛЕНИЯМИ. СЕГОДНЯ СМИ РЕГУЛЯРНО РАССКАЗЫВАЮТ О ВЗЯТКАХ ВЫСОКОПОСТАВЛЕННЫХ ЧИНОВНИКОВ, МАСШТАБНЫХ ХИЩЕНИЯХ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСПРОЕКТОВ, «ЧЕРНЫХ БАНКИРАХ» И НЕЗАКОННОМ ВОЗМЕЩЕНИИ НДС. НЕСМОТРЯ НА БОЛЕЕ ЛОЯЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ ОБЩЕСТВА, ПРЕСТУПНЫЕ ДЕЙСТВИЯ «БЕЛЫХ ВОРОТНИЧКОВ» НАНОСЯТ ГОСУДАРСТВУ УЩЕРБ В МИЛЛИАРДЫ РУБЛЕЙ И ТЯНУТ ЗА СОБОЙ ОБЩЕУГОЛОВНЫЕ ПРЕСТУПЛЕНИЯ. ДМИТРИЙ МАРАКУЛИН

Для нашей страны понятие «беловоротничковой преступности» (white collar crime — WCC) относительно новое, тогда как в США криминолог Эдвин Сатерленд еще в начале прошлого века дал определение этому явлению. В России

есть попытки сформулировать его сегодня, но четкого, единого мнения пока нет. Как полагает доцент кафедры уголовного права юридического факультета Санкт-Петербургского государственного университета и управляющий

партнер юридической компании CLC Наталья Шатихина, в первую очередь WCC подразумевает экономические и коррупционные преступления, которые совершают лица высокого социального статуса. Эту группу людей эксперт на-

зывает «позвонками», прослойкой, на которую опирается общество. И в этом их основное отличие от традиционных преступников. Субъекты WCC также отличаются более высоким уровнем образования и доходов. → 36

35 → Характерное свойство «беловоротничковых» преступников — интеллектуальность, говорит заведующий кафедрой уголовно-процессуального права Северо-Западного филиала Российского государственного университета правосудия Константин Калиновский. Еще одно, добавляет заместитель начальника 4-го отдела Главного следственного управления ГУ МВД РФ по Санкт-Петербургу и Ленобласти Олег Косатенко,— обладание специальными познаниями, как правило, в сфере экономики: ценные бумаги, страхование, сделки с недвижимостью, банковское дело.

Вместе с тем к WCC нельзя отнести все экономические или коррупционные преступления. Среди наиболее распространенных составов адвокат Андрей Гривцов выделяет взятки (ст. 290 УК РФ), мошенничество (ст. 159), растрату (ст. 160), коммерческий подкуп (ст. 204), злоупотребление должностными полномочиями (ст. 285), а также уклонение от уплаты налогов с организаций и физических лиц (ст. 199 и 198). Господин Косатенко включает в этот список незаконную банковскую деятельность (ст. 172). Однако титульной статьей WCC, считает он, остается мошенничество.

«Преступления, совершаемые „белыми воротничками“, как правило, носят групповой характер и отличаются высокой организованностью, разработкой оригинальных сценариев и схем совершения преступлений с использованием юридических лагун и пробелов в законодательстве»,— делится заместитель начальника «коррупционного» отдела ГУ МВД России по Санкт-Петербургу и Ленобласти Вааган Бабаян. Уголовное дело топ-менеджера холдинга «Сотранс», члена совета директоров банка «Берейт» Марка Бронзовского, имеющего гражданство России и США, наглядно подтверждает это утверждение. Марку Бронзовскому было предъявлено обвинение по ст. 210 УК (организация преступного сообщества) и ст. 159 УК (мошенничество). По версии следствия, преступное сообщество, целью которого было незаконное возмещение НДС, состояло из трех подразделений — финансового, юридического и координационного. Злоумышленники работали по схеме, действовавшей почти 40 компаний. От их имени номинальные руководители подавали декларации в налоговые инспекции на возмещение НДС по фиктивным сделкам. В случае отказа к работе привлекались адвокаты, которые подавали жалобы в арбитражный суд. Таким образом, считает следствие, злоумышленники смогли незаконно получить из бюджета около 430 млн рублей. Еще несколько попыток на аналогичную сумму оказались безуспешными. Сейчас дело рассматривается Приморским райсудом Петербурга.

Из последних примеров — уголовное дело о незаконной банковской деятельности, которое с ноября прошлого года расследуется петербургской полицией. Тогда в квартире, где «черные банкиры» хранили полученные доходы от преступной деятельности, во время обыска в диване был обнаружен тайник с 50 млн рублей. В июле этого года в этой же квартире следователи и оперативники изъяли уже 417 млн рублей, \$48 тыс. и €60 тыс.

Такой вид преступлений невозможно совершить без активного участия реально работающих предпринимателей, полагает следователь Косатенко. Как правило, в этой схеме задействованы коммерсанты из мелкой розницы, через

предприятия которых проходит немало наличных денег.

Наличные деньги — сами по себе товар, и стоимость услуги по незаконному обналичиванию может достигать 15% от обналиченных сумм. По оценке Натальи Шатихиной, оборот центров обналичивания денег может быть сопоставим с оборотом некоторых легальных банков.

«„Беловоротничковая преступность“ не может существовать без коррупционной составляющей, это обязательное условие, поэтому среди фигурантов экономических дел нередко оказываются должностные лица различных госорганов вплоть до достаточно высокопоставленных лиц»,— рассказывает Вааган Бабаян. «Как только возникает связка между криминалом, бизнесом и чиновниками, ущерб от преступной деятельности начинает исчисляться миллиардами»,— добавляет Олег Косатенко.

Иллюстрировать этот тезис поможет уголовное дело руководителя управления Ростехнадзора по Северо-Западному федеральному округу Григория Слабикова. По версии следствия, он оказался причастен к хищению почти 5 млрд рублей, принадлежавших нескольким саморегулируемым организациям — «Стандарт-Проект», «Строительный ресурс» и «Стандарт-Изыскания». Созданные в 2011 году СРО, по неофициальным данным, объединяли несколько сотен строительных компаний, перечислявших в СРО членские взносы, а также возмещения в компенсационные фонды. Исполнение этих обязательств позволяло строительным компаниям получать необходимые для работы лицензии. Схема, по которой были похищены деньги, заключалась в следующем. СРО заключили договоры с управляющей компанией «Норд-Вест-Капитал» на управление средствами, поступающими от строительных фирм. Деньги по фиктивным договорам были выведены из «Норд-Вест-Капитал» на счета почти десятка фирм-«пустышек», а затем, по версии правоохранителей,— в Испанию.

Преступные действия «белых воротничков», говорит Наталья Шатихина, опасны высокой латентностью (в США, к примеру, они выявляются за счет осведомителей) и снисходительным отношением общества к этой категории преступлений, в отличие, например, от нарушения правил дорожного движения или эксплуатации транспортных средств. Авария, да еще и с жертвами, может вызвать среди пользователей соцсетей куда более сильную эмоциональную реакцию, чем хищение нескольких миллиардов рублей из госбюджета, создавшее условия для ДТП.

По оценке криминолога Ивана Клейменова, профессора кафедры уголовного права Северо-Западного филиала Российского государственного университета правосудия, «беловоротничковая преступность» подрывает экономическую безопасность государства и служит питательной средой для других видов злодеяний, притягивая общеуголовные преступления, как магнит. Так, реализация амбициозного федерального проекта — строительство крупнейшего в Европе следственного изолятора «Кресты» в пригороде Петербурга — отметилась не только уголовными делами о хищении бюджетных средств и взятках высокопоставленным должностным лицам, но и убийством одного из сотрудников управления ФСИН России по Петербургу и Ленобласти, от которого зависела приемка работ на этом объекте. ■

ДВОЙНАЯ СПЛОШНАЯ В ФЕВРАЛЕ ЗАВЕРШИЛОСЬ ОБЪЕДИНЕНИЕ «ЯНДЕКС.ТАКСИ» И UBER — СДЕЛКА, ОБЪЯВЛЕННАЯ В 2017 ГОДУ И ВЫЗВАВШАЯ НЕОДНОЗНАЧНУЮ РЕАКЦИЮ СРЕДИ ИГРОКОВ РЫНКА КОММЕРЧЕСКИХ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК. МНОГИЕ ИЗ НИХ НЕ СКЛОННЫ К ПАНИКЕ И ЛУЧШИМ ВЫХОДОМ СЧИТАЮТ ИНВЕСТИЦИИ В СОБСТВЕННОЕ РАЗВИТИЕ, А ТАКЖЕ ПРОДОЛЖЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ.

ДЕНИС ГАВРИЛОВ

В июле прошлого года генеральный директор «Яндекс.Такси» Тигран Худавердян в пресс-релизе компании, посвященном объединению с Uber, оценивал суммарную долю двух игроков на российском рынке такси 2016 года в 5–6%. На июнь 2017 года, по данным аналитического центра при правительстве Российской Федерации, совместная доля «Яндекс.Такси» и Uber составляла 10,2%.

Павел Стенников, начальник отдела по связям с общественностью сервиса заказа такси «Максим», считает, что для пассажиров и отдельно взятого водителя после объединения двух компаний ничего не изменилось. Похожего мнения придерживаются в пресс-службе inDriver: «Существование нескольких сильных игроков всегда наиболее выгодно для пассажира». При этом подобные сделки решают больше организационные проблемы или вопросы привлечения капитала инвесторов, говорит Павел Стенников. «В целом эти компании просто перестали конкурировать между собой на определенной территории и продолжают совместно конкурировать с другими сервисами»,— объясняет он.

По мнению председателя правления некоммерческого партнерства «Петербургское такси» Виктора Соловьева, серьезные изменения на рынке стали происходить не столько после объединения «Яндекс.Такси» и Uber, сколько в целом с приходом в сегмент агрегаторов. «С одной стороны, внедрение современных технологий позволило существенно снизить издержки по ряду показателей, повсеместно стали доступны мобильные приложения, с помощью которых легко вызвать такси через смартфон. С другой стороны, агрегаторы благодаря предельно низким ценам искривляют сложившееся ценообразование»,— замечает господин Соловьев.

Многие крупные сервисы такси в погоне за долей рынка готовы работать в убыток. «Снижение стоимости поездки ниже уровня ее себестоимости возможно только за счет субсидий водителям. В крупных городах это обычная практика, которая применяется отдельными сервисами такси при формировании тарифов. Искусственный демпинг может продолжаться до тех пор, пока кому-то из игроков не надоест уходить еще глубже в минус. После чего субсидии прекратятся, а цены

для пользователей повысятся»,— констатируют в inDriver.

БИТВА ЦИФРЫ И ГУДКА По данным аналитического центра при правительстве Российской Федерации, на июнь 2017 года агрегаторы занимали 32,8% рынка российского такси. Лидером с долей 12,3% была объединенная группа Fasten и RuTaxi, заявившая о слиянии весной прошлого года. На втором месте находились «Яндекс.Такси» и Uber, 7,6% рынка приходилось на сервис «Максим», а 2,5% — на Gett.

При этом рынок характеризуется высокой конкуренцией. «Специфика этого сегмента пассажирских перевозок заключается в том, что он не может быть монопольным, он всегда открыт для новых участников»,— говорит Павел Стенников. В подтверждение сооснователь Wheely Антон Чиркунов напоминает, что недавно на рынке такси появился новый игрок — «Ситимобил» — с инвестициями от «Мегафона» и Mail.ru Group. К развитию в России, добавляет господин Чиркунов, готовится эстонский сервис Taxify, который в этом году привлек \$175 млн от концерна Daimler. За последние пару лет группа компаний «Везет» привлекла инвестиции фонда Almaz Capital и Mail.ru Group, inDriver получил \$10 млн от фонда Leta Capital, с целью выхода на наш рынок ищет локального игрока для инвестиций китайский сервис DiDi Chuxing.

Появление новых сервисов накаляет противостояние между таксомоторными компаниями и агрегаторами. «Статистика 2017–2018 годов говорит, что часть компаний полного цикла либо близка к закрытию, либо уже обанкротилась. Крупные агрегаторы же работают благодаря постоянной инвесторской поддержке, даже несмотря на то, что они не получают прибыли»,— резюмирует сложившееся положение Виктор Соловьев. «Ситимобил», по его словам, активно демпингует и пользуется теми же маркетинговыми инструментами, что и «Яндекс.Такси» в период своего агрессивного развития. «Скорее всего, „Ситимобил“ не ограничится рынком Москвы, а пойдет в Петербург и по регионам. Тогда нас ожидает еще более ожесточенная борьба между двумя гигантами — объединенными „Яндекс.Такси“ и Uber и „Ситимобилом“,— прогнозирует эксперт.

Неутешительные прогнозы для таксопарков дает генеральный директор компании «Эверест 8800» Сергей Муравьев. По его оценке, около 30% автомобилей в службах такси простаивают. И основная причина — не отсутствие спроса на поездки, а нехватка водителей. В связи с этим интересен тренд перехода водителей на газомоторное топливо, так как затраты на бензин сейчас составляют около 20% заработка таксиста. «Недавно в Москве мы провели опрос среди водителей, и оказалось, что почти половина из них рассматривает вариант ухода из профессии, если стоимость бензина превысит 50 рублей», — рассказывает Сергей Муравьев. По его мнению, такси — перспективная ниша для развития электрокаров, но Россия в этом вопросе пока заметно уступает Европе, Северной Америке и Китаю.

НАЛАДИТЬ СЦЕПЛЕНИЕ По словам Павла Стенникова, рынок взрослеет, и его консолидация является логичным результатом органического развития компаний. С другой стороны, он видит возможности взаимодействия бизнеса без слияний и поглощений. В качестве примера господин Стенников приводит проект «Банк заказов», разработанный сервисом «Максим». «Здесь службы такси могут бесплатно брать заказы других служб и делиться своими. Когда нет заказов, служба берет их в „Банке“, и водители не простаивают. Когда на линии не хватает водителей, служба отдает заказы в „Банк“, — рассказывает представитель „Максима“. Пользователи получают услугу вовремя, а взаимовыгодный обмен делает стабильной работу всех служб такси».

В inDriver в качестве нововведения представляют свою идеологию отсутствия между водителем и пассажиром платформы, выступающей посредником и регулятором у агрегаторов. В этой бизнес-модели водитель и пассажир сами связываются между собой и договариваются о всех условиях поездки в ходе быстрого торга. «Это позволяет inDriver не тратить огромные средства на маркетинговое продвижение и на удержание клиентов через субсидирование поездок», — говорят в компании.

ПРИБОРЫ ВРУТ Предсказать успех развития того или иного формата на рынке сложно. По мнению Павла Стенникова, на это влияет множество факторов: менталитет, спрос, технологии, удачи и ошибки их тестирования, законодательство и другие обстоятельства. «Еще недавно люди говорили, что заказ такси по телефону уйдет в прошлое и останутся только приложения, а теперь бывшие онлайн-сервисы тоже развивают телефонию», — рассказывает господин Стенников. — Вполне возможно, что вместо сервисов заказа такси в том виде, в каком они существуют сейчас, когда-нибудь будет голосовой помощник в смартфоне, который сам напомнит о поездке и вызовет автомобиль».

Сергей Муравьев вспоминает, что еще десять лет назад все таксомоторные компании считали, что им не нужны диспетчеры, поэтому активно инвестировали в развитие речевых технологий. «В итоге мы пришли к тому, что такси заказывается через приложение на смартфоне, и ни о каком звонке в диспетчерскую уже речи не идет», — констатирует он. ■

35 → Если рынок придет к таким показателям через 10–15 лет, то, возможно, необходимости в строительстве новых автосалонов уже не будет, замечает Александр Эрнезакс: «К этому времени дилерская модель бизнеса просто изменится».

ВСЕ В ОНЛАЙН Несмотря на собственные пессимистичные прогнозы, дилеры все-таки выделяют ниши, которые могут быть интересны для инвестиций. «Сейчас все фокусируется на интенсивном пути развития — повышении эффективности бизнеса. Именно здесь можно наблюдать основные точечные вложения средств», — говорит Сергей Вайнер. «Это могут быть проект-сервисы, направленные на улучшение отношений с клиентами в рамках действующего бизнеса, или смежные бизнесы, позволяющие диверсифицировать профильный актив — от IT-сервисов до детейлинг-центров», — считает господин Эрнезакс.

По мнению Сергея Новосельского, рассуждая о новых инвестициях, следует говорить не о глобальных проектах, а прежде всего об оптимизации текущей структуры продаж новых автомобилей. С подачи крупных сетевых игроков автодилеры сами сформировали потребительский экстремизм, который привел к снижению маржинальности продаж до нуля, а где-то и в минус, объясняет он. Поэтому игроки рынка находятся в поисках путей увеличения общей маржинальности сделки. В качестве примеров представитель ОАК-РРТ называет партнерские проекты с банками или страховыми компаниями, включение в сделку дополнительного оборудования. «Если же говорить о принципиально новых проектах, то надо понимать, что все они в сети. И в перспективе двух-трех лет дилеры

вынуждены будут в большей или меньшей степени выйти в онлайн. Кто не выйдет — проиграет», — уверен господин Новосельский. Онлайн-продажи — это не только инструмент для реализации новых автомобилей, добавляет Сергей Вайнер, но и ниша для продвижения услуг автосервиса.

Максим Вирченко предлагает обратить внимание на рынок автомобилей с пробегом как на одно из наиболее динамично растущих направлений деятельности дилеров. Вторичный авторынок, по его словам, становится более цивилизованным, растет количество покупателей, готовых рассматривать приобретение машины с пробегом только у официального дилера. «В то же время будущее этого рынка во многом зависит от того, каким его сделают сегодня ведущие дилеры, какой фундамент его развития они заложат», — подчеркивает господин Вирченко. Он считает, что бизнес по продаже автомобилей с пробегом требует небольших, по сравнению с первичным рынком, инвестиций в строительство автосалонов. Но здесь предъявляются высочайшие требования к технологиям и компетенциям дилера, а также к эффективности бизнес-процессов.

В конечном счете, любые планы по инвестициям в новые проекты зависят от желания собственника бизнеса и текущей доходности, единодушны участники рынка. «Автомобильный бизнес капиталоемкий и низкомаржинальный, поэтому от игроков требуются взвешенный подход в привлечении финансирования и точный и реалистичный расчет сроков окупаемости проектов», — говорит Максим Вирченко. Сергей Новосельский, в свою очередь, замечает, что дилерам важнее снижать закрепитованность и выходить на новые проекты с собственными средствами. ■

Реклама



КЛУБНЫЕ РЕЗИДЕНЦИИ
КРЕСТОВСКИЙ
DE LUXE

Крестовский де люкс

ОТРАЖАЯ МЕЧТЫ

О КРАСОТЕ

Клубные резиденции «Крестовский de luxe» расположились в одном из самых живописных и привилегированных уголков Петербурга — на Крестовском острове. В этой части города с давних пор строили свои резиденции аристократы, развивались элитные виды спорта — яхтинг и теннис, решались судьбы страны. Здесь классические представления об элитном образе жизни нашли свое воплощение в современных технологиях и материалах.

606-00-00

• www.krestovskiy.spb.ru •

СТРОИТЕЛЬСТВО ЗАВЕРШЕНО



ООО «Газпромбанк-Инвест»



АККОМПАНЕМЕНТ НА КОНВЕЙЕРЕ

ПЕТЕРБУРГСКИЕ АВТОЗАВОДЫ ДОСТИГЛИ ОДНОГО ИЗ САМЫХ ВЫСОКИХ УРОВНЕЙ ЗАГРУЗКИ МОЩНОСТЕЙ ЗА ВСЮ ИСТОРИЮ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОГО КЛАСТЕРА. ОДНАКО ЭТИ УСПЕХИ, В ОТЛИЧИЕ ОТ БУМА 2014 ГОДА, НЕ ОБЕЩАЮТ НОВЫХ КРУПНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ. КОНЦЕРНЫ СТРЕМЯТСЯ К ДАЛЬНЕЙШЕМУ НАРАЩИВАНИЮ ВЫПУСКА НА СУЩЕСТВУЮЩИХ ЗАВОДАХ И ЛОКАЛИЗАЦИИ КОМПОНЕНТНОЙ БАЗЫ. ДЕНИС ГАВРИЛОВ

По итогам первого полугодия общий показатель загрузки трех предприятий — Hyundai, Nissan и Toyota — составляет 84%. Предыдущий раз подобные результаты были в 2014 году. Но более высокое достижение городские автозаводы установили в 2013 году, когда загрузка составляла 92% всего объема производственных мощностей.

Практически предельные объемы производства в 2012 и 2013 годах стимулировали планы по развитию производственных площадок. Именно в то время стартовало строительство второй очереди заводов Nissan и General Motors. Toyota также приняла решение об удвоении собственных мощностей. Тогда это были крупнейшие инвестиционные проекты петербургского автопрома.

Одновременно на городских автомобильных предприятиях велась работа по увеличению уровня локализации выпускаемой продукции. Toyota в 2014 году открыла два новых цеха: штамповки кузовных деталей и производства пластиковых компонентов. На территории завода ввели в строй новые производственные площади для компании Toyota Boshoku — поставщика сидений и обшивки дверей для автомобилей производителя. Nissan на своей площадке в 2015 году также открыл цех штамповки кузовных деталей.

Несмотря на эти инвестиции, с 2014 года в Петербурге шло падение объемов выпуска автомобилей, а в 2015 и 2016 годах общий уровень загрузки мощностей предприятий составил уже 64 и 65%. Во многом эти показатели объясняются уходом с рынка концерна General Motors, который законсервировал собственную площадку в Петербурге, включая практически готовую к вводу в эксплуатацию вторую очередь предприятия.

Рост начался в 2017 году. Объем производства автомобилей в Петербурге увеличился на 24%, автозаводы выпусти-

ли 346,8 тыс. машин. Уровень загрузки предприятий составил 80%. «Причинами успешных показателей стали новые модели, которые появились на конвейерах предприятий (в первую очередь Hyundai Creta и Toyota RAV4), низкая база предыдущих периодов, а также относительная стабилизация на тот момент курса рубля, что сказалось на росте продаж машин», — рассказывает генеральный директор агентства «Auto-Dealer-СПб» Михаил Чаплыгин. В этом году производство продолжает расти, но уже не такими темпами. По итогам первого полугодия увеличение выпуска машин составило 8%. «Эти позитивные тенденции позволяют, хоть и с осторожностью, задуматься предприятиям о новых инвестициях», — считает господин Чаплыгин.

ДЕТАЛИЗОВАТЬ ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС По мнению Андрея Томишева, руководителя группы услуг компаниям автомобильной отрасли в СНГ компании EY, в нынешнее время для петербургских заводов наиболее актуальны инвестиционные проекты, связанные с углублением локализации и развитием поставщиков второго и более низкого уровня — для снижения зависимости от импорта и повышения добавленной стоимости. Ввод новых мощностей пока нецелесообразен из-за неопределенности на рынке и текущей недозагруженности предприятий.

«Компания Nissan имеет довольно амбициозные планы и большие надежды на повышение уровня локализации», — говорит PR-директор «Ниссан Мэнфэкчуринг Рус» Роман Скольский. Предприятие изучает вопросы локализации изделий из пластика и из стали, а также развития внутреннего производства в цехах штамповки и пластиковых изделий. Петербургский завод уже наладил поставки в Европу произведенных на предприятии бамперов, отмечает господин Скольский.

«Производство в цехах пластикового литья и штамповки не только обеспечивает нужды завода, но и имеет экспортный потенциал», — констатирует он.

Завод Hyundai развивает другую модель локализации производства. В 2010 году рядом с предприятием был открыт парк поставщиков. Сегодня, по словам начальника отдела связей с общественностью «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» Марии Мальцевой, поставщиками исключительно этого завода является более десятка компаний в Северо-Западном регионе. Из них семь входят в парк поставщиков. Они производят панели кузова, дверные рамы, бензобаки, сиденья, системы кондиционирования, глушители, элементы внутренней отделки салона. Две компании расположены в непосредственной близости от завода и поставляют передние панели, бамперы и листы стали. Два других поставщика находятся за пределами Петербурга и производят электрические жгуты и трубки. Нынешний уровень локализации на предприятии составляет 47%.

В прошлом году петербургские власти сообщили, что Hyundai рассматривает возможность строительства завода по производству двигателей, который будет расположен недалеко от основного предприятия. Весной 2018 года эти намерения подтвердил генеральный директор «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» Ентэк Ли. Однако в самой компании данные инвестиционные планы пока не комментируют. «Если этот проект будет реализован, то он станет крупнейшим для петербургского автопрома за последние несколько лет», — говорит Михаил Чаплыгин.

Андрей Томишев считает, что поставщиков первого уровня, то есть поставщиков сложных модулей и механизмов, таких как двигатели и коробки передач, эффективно размещать в непосредственной близости от завода по выпуску автомо-

билей. И такой опыт в России существует: собственные заводы по производству двигателей открыли Volkswagen в Калуге, Ford в Татарстане, Mazda во Владивостоке, а завод Renault получает двигатели с АвтоВАЗа. «Компании могут существенно сэкономить на логистике компонентов при их локализации в непосредственной близости от завода автопроизводителя», — подтверждает Роман Скольский.

В сегменте поставщиков более низкого уровня, по словам господина Томишева, ситуация обратная. Здесь поддержка со стороны автопредприятий может выражаться в консолидации объема спроса по нескольким игрокам для обеспечения окупаемости их проектов.

Экономическая целесообразность локализации компонентов, напоминает Роман Скольский, в первую очередь основывается на объемах внутреннего рынка и льготных налоговых режимах, которые позволяют сделать выпуск компонентов в стране окупаемым. «Объем российского рынка в настоящее время недостаточен для существенного увеличения перечня и объемов локальных компонентов, поэтому программы развития внутреннего рынка, направленные на увеличение покупательной способности, а также поддержку экспорта, являются наиболее эффективными для поддержки и развития локализации», — считает представитель Nissan.

ГРУЗИТЬСЯ И МЕЧТАТЬ О расширении производственных мощностей петербургские автомобильные предприятия пока не заявляют. «С одной стороны, у каждого из заводов есть резерв земли под дальнейшее развитие. С другой, если взять тот же Hyundai, то при реализации плана по строительству завода двигателей свободных площадей под расширение мощностей по выпуску автомобилей может просто не остаться. Но в такой ситуации нельзя исключать выхода из проекта Kia: была информация, что она рассматривает строительство в Петербурге собственного завода (пока производство Kia расположено на заводе Hyundai. — BG). Такой проект выгоден обеим сторонам, так как даст им возможности развития производства новых моделей для российского рынка», — рассуждает Михаил Чаплыгин.

Роман Скольский утверждает, что наиболее важной задачей для компании является максимальная загрузка имеющихся производственных мощностей в Петербурге, которая не требует существенных вложений. И только после достижения этой цели речь может идти о новых инвестициях в расширение площадки. «Безусловно, мы рассматриваем производство новых моделей на заводе в качестве возможных проектов в ближайшей перспективе», — заключает господин Скольский. ■



НАУЧЕННЫЕ КРИЗИСОМ АВТОКОНЦЕРНЫ ВМЕСТО УВЕЛИЧЕНИЯ ВЫПУСКА «ГОТОВЫХ ИЗДЕЛИЙ» В РОССИИ РЕШИЛИ ОБЕСПЕЧИТЬ СЕБЯ ДЕТАЛЯМИ ДЛЯ СБОРКИ



АЛЕКСАНДР КОЖКОВ

«ПРИ СТРОИТЕЛЬСТВЕ БОЛЬШИХ ОБЪЕКТОВ УДАЕТСЯ СЭКОНОМИТЬ МИЛЛИОНЫ РУБЛЕЙ»

КАК ТЕХНОЛОГИИ ДЕЛАЮТ ВЫБОР АРХИТЕКТУРНЫХ И ИНЖЕНЕРНЫХ РЕШЕНИЙ ОСОЗНАННЫМ И ЗАЧЕМ ПЕРЕПЛАЧИВАТЬ НА ЭТАПЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЗДАНИЙ, КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ ВЛАДЕ ГАСНИКОВОЙ РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР CESPA GROUP СЕРГЕЙ СЕМЕНОВ.

BUSINESS GUIDE: Как меняется проектирование с развитием технологий?

СЕРГЕЙ СЕМЕНОВ: Главное новшество в проектировании — это BIM (Building Information Modeling). Это проектирование в 3D-модели, которое сразу позволяет оценить, как на здание будут влиять среда и окружающие его постройки, как внутри на микроклимат будут воздействовать все коммуникации, сети, вплоть до мебели. Влияет множество факторов: количество сотрудников, сколько и какой будет техники, с какой стороны и во сколько встанет и садится солнце, какие рядом находятся здания. Такая оценка позволяет сэкономить на строительстве, а главное — на эксплуатации сооружения.

При обычном проектировании есть вещи, которые невозможно учесть. Здание построили по нормам, но выяснилось, что рабочие места находятся на солнечной стороне и на ней нестерпимо жарко. Придется тратиться на покупку, установку и эксплуатацию кондиционеров. BIM позволяет просчитать эти тонкости и избежать лишних трат. При строительстве больших объектов удастся сэкономить миллионы рублей за счет того, что строительные конструкции и инженерные системы учитывают все эти факторы и сразу создаются оптимальные решения.

BG: Неужели это инвестиции в то, чтобы людям было комфортно работать или жить в здании?

С. С.: BIM-проектирование позволяет не только просчитать это, но и экономить на эксплуатации здания. Когда в 1990-е годы началось бурное развитие, часто считали только стоимость приобретения строений, но не использования. Сейчас бизнес учится просчитывать затраты на владение: даже в тендеры закладывает требование к таким расчетам.

В жилом строительстве такой осознанности меньше: при покупке дешевого жилья люди редко прогнозируют, во сколько им обойдется жизнь в нем. Часто она дорогая, потому что при строительстве сэкономили на качественном отоплении и системе кондиционирования. Но технологии «умного» дома развиваются — и это значит, что они станут доступнее. В домах в Финляндии или Норвегии редко встретишь отопление с помощью традиционных

источников энергии. Они используют геотермальные насосы, которые закапываются в землю на определенную глубину и обогревают дома с помощью тепла, выделяемого землей. Не только жилые, но и промышленные и коммерческие здания. Мы тратим газ, которого в стране много, а они используют энергоэффективные технологии.

BG: Сколько стоит BIM-проектирование?

С. С.: Мы предлагаем его как дополнительную опцию к традиционному. Для небольшого склада площадью 10 тыс. кв. м — от 500 тыс. до 1,5 млн рублей. При этом проектирование самого склада обходится от 8 до 10 млн рублей. Чем больше факторов, влияющих на условия эксплуатации здания, тем сложнее расчеты — и, соответственно, выше стоимость. В офисных и жилых зданиях больше людей, техники и приборов, которые нужно учитывать.

Пока технология недешевая, потому что специалистов мало и программы, в которых они работают, требуют мощных компьютеров и дорого стоят. Но я уверен, что через два-три года технология будет доступнее и все проектирование начнет выполняться с помощью BIM. Это позволит сильно сократить сроки проектирования и строительства, а также видеть весь цикл жизни объекта до момента его реконструкции или утилизации. Стоимость же будет снижаться за счет появления специалистов и удешевления программ.

BG: Когда я строю склад, я готова к увеличению стоимости проектирования на 10%, потому что знаю, как они отобьются во время его использования. Возможно ли такое отношение в жилом строительстве, учитывая, что после продажи квартир застройщик не имеет отношения к тому, насколько комфортно и дорого будет людям жить в них?

С. С.: Все течет, все меняется. В начале 2000-х строили так, что без слез не взглянешь: голые стены и бетон. Потом застройщики стали делать черновую отделку: стены штукатурили, на полы наливали стяжку, ставили окна получше. Позже появился запрос от покупателей «создать внутреннюю и внешнюю инфраструктуру»: застройщики стали делать закрытые дворы, детские площадки, использовать в отделке хорошие материалы — это конку-

ренция. Сейчас сдать квартиры без отделки даже в масс-маркете почти невозможно. Зачем покупать голые стены, если в соседнем доме сдадут примерно по такой же стоимости с отделкой? Люди считают даже не деньги, а время, которое они выиграют: купят жилье с отделкой — и сразу смогут переехать, не тратя месяцы на ремонт. Требования покупателей растут — и рынок отвечает им.

BG: Как меняется уровень запросов заказчиков промышленных складов?

С. С.: Растет, но не таким темпами, как в жилищном строительстве. Предыдущие два-три года почти не вводили новых спекулятивных складов — их строят, чтобы сдавать в аренду. Большинство складов создавали по системе build-to-suit, то есть под конкретного заказчика.

Многие девелоперы стараются строить по западным стандартам и применяют современные технологии, которые экономят средства на этапе строительства и в дальнейшем — эксплуатации. Это качественные и современные склады класса А, а заказчики — зачастую западные компании, которые уже имеют площади в других странах и снижать уровень качества не готовы.

BG: Может ли восстановиться спрос на спекулятивные склады?

С. С.: Да, сейчас есть отложенный спрос на них. Был период, когда их почти не строили: спрос упал, финансирование стало слишком дорогим, многие проекты были заморожены. Сейчас старые склады почти полностью заполнены, а новые еще не построили. Поэтому спрос постепенно восстанавливается, и в следующие пару лет, я думаю, произойдет активное строительство складских комплексов и логистических парков — как под конкретных заказчиков, так и для спекулятивных. Мы тоже планируем построить склад под аренду.

BG: Снимать склад выгоднее, чем иметь свой?

С. С.: Примерно 70% всех складских площадей в России сдается в аренду. Хотя такие крупные ритейлеры, как «Магнит», X5 и «Лента», стали строить собственные. Для них это инвестиции, но иметь свой склад надежнее. А часто это делается еще и потому, что в регионах не хватает современных и качественных площадок,

но нет и крупных застройщиков, способных их построить. В Петербурге и Москве нет проблемы арендовать склад, а в других точках России выгоднее рассчитывать на себя.

BG: Где учатся ваши проектировщики, чтобы учитывать новые строительные технологии?

С. С.: Универсальных курсов нет. В основном мы перенимаем иностранный опыт во время работы с западными компаниями: они переносят сюда свои проекты, с самыми современными решениями и которые устраивают их по эксплуатационным затратам. Наша задача как проектировщиков — адаптировать эти решения в соответствии со всеми СНиПами и нормами нашего законодательства.

А технологии меняются очень быстро. Сейчас всего за четыре-пять месяцев можно возвести современный склад высотой до 12 метров, оборудованный стеллажными системами хранения и всеми инженерными коммуникациями. Применение новых технологий позволяет существенно снизить затраты на отопление, электричество и водоснабжение. Один наш клиент поменял старое освещение на светодиодные светильники и снизил потребление электричества в пять раз. Это позволило окупить работы по замене ламп меньше, чем за год. А у другого использование сэндвич-панелей с большей толщиной, чем обычно применяется в нашем климате, дало возможность зимой почти не пользоваться системами отопления.

BG: Его склад изначально был так продуман?

С. С.: Нет, этому складу уже более 15 лет, и эффект возник как раз из-за проектирования по старым правилам и стандартам. Мы занимались перепроектированием, потому что у клиента появился запрос на более эффективные инженерные системы. Упрощенный тепловой расчет показал, что на этапе проектирования не учли количество техники, персонала, грузооборот склада и тип хранения. В итоге тепла, выделяемого техникой, людьми и грузом зимой, хватало на поддержание в складе температуры в пределах +15°C. Переоборудовать сложнее и дороже, чем с помощью BIM найти решения для экономии в новом проекте. ■

РАСЧЕТ НА ОТКЛИК

С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЗАТРАТ ТЕЛЕВИДЕНИЕ ПОКА ОСТАЕТСЯ НАИБОЛЕЕ КРУПНЫМ КАНАЛОМ РЕКЛАМЫ, ОДНАКО ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОМОУШЕНА ЛЕГЧЕ КОНТРОЛИРОВАТЬ В СЕТИ. КАК БИЗНЕС ОТСЛЕЖИВАЕТ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ЛЮДЕЙ И СТРЕМИТСЯ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАТЬ КОММУНИКАЦИЮ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ, РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ ВВ ВЛАДА ГАСНИКОВА.

Ассоциация коммуникационных агентств России оценивала объем рекламного рынка страны в 2017 году в 417 млрд рублей. На телевидение пришлось 170,9 млрд рублей — это самый крупный канал. По пятам за ним следует интернет с показателем 166,3 млрд рублей, он является наиболее быстро растущим рекламным сегментом (+22% год к году).

ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕННАЯ СЛЕЖКА

Не в каждом бизнесе возможно оценить стоимость привлечения клиента и распределить ее по каналам, говорит управляющий партнер коммуникационного агентства «Со-общение» Никита Степнов. «Если компания продает товары и услуги через собственную розницу или офисы, очень сложно получить информацию о том, какие рекламные сообщения клиент видел», — утверждает господин Степнов. — Он может не помнить. Более того, если в b2b или при дорогих покупках есть время задать такой вопрос и зафиксировать ответ, то в продуктовом магазине, когда стоит очередь, это неуместно». Если компания реализует товары через дистрибуторов и чужую розницу, в процессе продаж просто невозможно ничего выяснить. Чтобы собрать необходимую информацию, компании проводят полевые исследования (например, краткие интервью в торговых точках) и пытаются наложить результат на изменения объема продаж. В результате они получают данные, считает Никита Степнов, очень приблизительные.

Зато в интернете собирать и анализировать информацию об эффективности рекламы удобно: специалисты компании знают, сколько они заплатили за каждый канал, а системы сквозной аналитики помнят данные о том, какой путь прошел пользователь, чтобы оказаться на сайте, и какие действия на нем совершал, и могут привязать эту информацию к конкретной продаже. UTM-метки в ссылках позволяют определить не только, с какого сайта перешел к вам клиент, но и с какого именно объявления или страницы он это сделал. Так маркетологи узнают стоимость привлечения клиента и окупаемость инвестиций в каждый рекламный канал. Если речь идет о повторяющихся покупках, данные за долгое время позволяют определить доход от клиента на протяжении жизненного цикла.

Эффективность офлайн-рекламы помогает замерять и IP-телефония: в объявлениях на разных площадках указывают разные номера телефона — и по количеству входящих звонков на каждый из них маркетологи определяют, какой канал был более действенным.

По такому же принципу действуют уникальные промокоды и акции, рассказывает бренд-менеджер строительной компании «Аскон Инвест» Елена Завьялова. «В одной газете мы говорим, что при покупке нашего продукта человек получает



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

РЯДОМ СТОЯЩИЙ ЧЕЛОВЕК МОЖЕТ ЗНАТЬ О ВАШИХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ МЕНЬШЕ, ЧЕМ ПРОГРАММЫ, ТЩАТЕЛЬНО ПРОТОКОЛИРУЮЩИЕ ВАШИ ДЕЙСТВИЯ В СЕТИ

в подарок телевизор, а в другой — компьютер. В зависимости от того, что просит клиент, мы понимаем, где он увидел рекламу», — приводит пример госпожа Завьялова.

ЕДИНИЦЫ И НОЛИКИ Клиенты локальных компаний, например, парикмахерских, кафе или автосервисов, приходят из соцсетей. Там есть возможность таргетировать рекламу на пользователей, находящихся вблизи конкретного места.

Поскольку соцсети предполагают быструю продажу, они больше ориентированы на сегмент b2c. Большая часть продаж b2b совершается через офлайн-точки, поэтому интернет-реклама не является основным инструментом такого бизнеса. «Для фермера, который производит молоко, эффективнее будет нанять супервайзеров и менеджеров по продажам, которые будут вести переговоры с крупными офлайн-магазинами. Для компании, сдающей в лизинг тракторную технику, реклама в интернете тоже вторична», — поясняет руководитель проектов рекламного агентства «Профитатор» Илья Николаев. Но перед покупкой люди привыкли изучать информацию о товаре в сети, поэтому специалисты не могут назвать сферы бизнеса, в которых вовсе не нужно вкладываться в онлайн-продвижение.

Одновременно компании хотят снизить стоимость привлечения клиента. «В условиях падающей экономики люди все больше смотрят, но меньше покупают. Рекламодатели не готовы с этим мириться и хотят платить только за реального клиента. Многие компании отказываются от офлайн-рекламы, включая телебюджеты, и уходят в digital», — рассказывает Никита Степанов. — Но и там ситуация ухудшается, ведь аудитория везде та же. Доходы

владельцев сайтов падают — и в погоне за прибылью многие из них обманывают рекламодателей». Например, начинают использовать кликботов. В прошлом году рынок недвижимости захлестывали фальшивые звонки клиентов, так как именно количество телефонных запросов было метрикой качества рекламы, вспоминает управляющий партнер коммуникационного агентства «Со-общение». Этой борьбой и обусловлен взрывной рост сервисов call-tracking, сквозной аналитики, CRM и других инструментов, которые позволяют оценить реальную эффективность рекламы.

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД Инструменты для изучения предпочтений аудитории варьируются от простейших опросов до нейромаркетинговых исследований и технологий eyes trackers, которая определяет, куда смотрит человек. «Чем больше компания ориентирована на digital и чем значимее для нее стать на рынке трендсеттером, тем реже она прибегает к классическим исследованиям. Ситуация на рынке меняется настолько быстро, что пока ты проводил долгое классическое исследование, все уже несколько раз поменялось. Learn on the go — проверяй гипотезы и иди вперед», — призывает директор по маркетингу сервиса «Яндекс.Деньги» Ольга Циос.

Для изучения предпочтений интернет-аудитории многие компании используют «Статистику ключевых слов» «Яндекса» (Wordstat) и Google Trends. Эти сервисы показывают, как часто пользователи задают поисковикам определенные запросы, и они особенно эффективны для изучения сезонных изменений потребительских предпочтений. «С помощью Wordstat интернет-магазин обуви может отследить,

когда пользователи начинают искать летние ботинки, а когда готовы к покупке зимних сапог. Эта статистика пригодится при планировании рекламных онлайн-кампаний: в преддверии покупательского спроса на зимнюю обувь стоит поднять ставки на контекстные объявления с рекламой сапог и валенок и отказаться от продвижения босоножек», — объясняет Илья Николаев.

Интернет-магазины чаще всего проводят опросы с помощью email-рассылок: получателям предлагают пройти небольшой опрос о сервисе и товарах компании в обмен на скидку или бонус. B2b-компании, которые продают дорогие товары и услуги в интернете, изучают мнения клиентов в телефонных беседах. Затраты на такие исследования выше, чем на онлайн-опрос, но они окупаются за счет высокой стоимости продукта.

«Бывает, что руководители бизнеса сами участвуют в исследованиях реакций клиентов. Например, топ-менеджер Delivery Club лично принимал и отвозил заказы пользователям, чтобы узнать их мнение о качестве услуг. А один из руководителей компании «Ситимобил» сел за руль такси и общался с пассажирами, пока вез их», — вспоминает Илья Николаев.

Однако стремление персонифицировать коммуникацию с потенциальным покупателем может и навредить: чем сильнее компания намерена сблизиться со своим пользователем, тем сильнее он может захотеть сбежать от нее, говорит Ольга Циос. «Чем больше мы знаем о потребителе, тем меньше он хочет, чтобы мы о нем знали. Поэтому любая, даже самая высокоточная и дата-эффективная коммуникация должна нести дополнительную ценность для человека — рациональную и эмоциональную», — подчеркивает директор по маркетингу «Яндекс.Деньги». ■

«ЛЮДЯМ ПРИЯТНЕЕ ЧИТАТЬ ЛЮДЕЙ»

НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ ПОЯВЛЯЕТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ НЕЗАВИСИМЫХ АГЕНТСТВ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ НА СОВРЕМЕННЫХ ИНСТРУМЕНТАХ КОММУНИКАЦИИ, ХОРОШО ПОНИМАЮЩИХ ПОТРЕБНОСТИ И НАСТРОЕНИЯ АУДИТОРИИ. О ТРЕНДАХ РАЗВИТИЯ РЫНКА, ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ МЕТОДОВ, КОНКУРЕНЦИИ И ПЛАНАХ ПО ВЫХОДУ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ BG РАСКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АГЕНТСТВА SETTERS ЕВГЕНИЙ ДАВЫДОВ. АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА



BUSINESS GUIDE: Какие основные тренды вы видите на рынке коммуникационных услуг?

ЕВГЕНИЙ ДАВЫДОВ: Наш рынок очень быстро меняется. За последние пару лет он изменился так, как не менялся за десятилетие до этого. Появляется огромное количество новых медиаресурсов, медийных площадок в виде блогеров, которые меняют правила игры. Людям приятнее читать людей, у блогеров появляются свои огромные медийные базы, которые больше и лояльнее, чем у традиционных СМИ. Блогер может записать видео, оперативно опубликовать — и его увидит аудитория в несколько миллионов человек. На рынок также влияет полное закрепление социальных сетей в жизни каждого человека, которые упрощают коммуникацию брендов с людьми, и весь маркетинг превращается в формат диалога с клиентами. Традиционные рекламные каналы не позволяли высказать недовольство увиденными материалами, а рекламу в интернете зачастую можно прокомментировать, а то и навсегда скрыть от своих глаз. Поэтому сейчас востребован формат очень качественной, правильно подобранной для своей аудитории рекламы. Чтобы напечатать баннер, повесить его, запустить BTL-акцию, нужно потратить огромное количество денег, сил, времени. Чтобы отредактировать рекламу в интернете — текст, визуальную составляющую, ролик (который сейчас можно снять даже на телефон и он порой сработает эффективнее, чем снятый режиссером в студии), ты тратишь намного меньше времени и усилий. И профессиональная команда из десяти человек может реализовывать проекты, на которые раньше требовались армии менеджеров и исполнителей.

BG: Насколько сильна конкуренция на этом рынке и что это за игроки?

Е. Д.: Конкуренция очень высокая, однако этот рынок еще не до конца сформирован. Есть ограниченное количество крупных сетевых агентств, независимые агентства и есть большое количество фрилансеров. Независимые агентства, может быть, пока не могут составить конкуренцию крупным игрокам, но в перспективе — с новым построением процессов, пониманием рынка, способностью оперативнее внедрять

в работу новые тренды — будут сильными конкурентами. Они гибче, им не мешает необъятный совет директоров и акционеров, они могут быстро менять организационную структуру — и это не сильно бьет по сотрудникам, потому что они молодые и тоже готовы меняться. Можно перестраивать работу чуть ли не каждый сезон.

BG: Как выглядит география ваших проектов и клиентов?

Е. Д.: В первый год работы 90% клиентов было в Петербурге и 10% в Москве; во второй год — примерно равное распределение; а сейчас ситуация обратная: абсолютное большинство клиентов находится в Москве.

В нашем московском офисе несколько менеджеров проектов, которым нужно постоянно присутствовать на встречах с клиентами, внутренних стратегических совещаниях. Агентство глубоко погружается в процессы клиента, оно становится частью команды, потому что если работать абстрагированно, эффекта не будет. Важно, чтобы клиент понимал, что от него многое зависит. Если он не дает нам вводные, не дает обратной связи, результат точно не превзойдет ожидания.

BG: Вы знаете универсальные рецепты для эффективной рекламной кампании, которые работают всегда?

Е. Д.: Универсального пакета нет. Все зависит от сферы деятельности заказчика. Если к нам приходит застройщик, для него хорошо работает лидогенерация. Мы через соцсети находим множество заинтересованных в данном продукте клиентов, а они оставляют свои контактные данные взамен, например, на особые условия по ипотеке или рекомендации по правильному выбору квартиры. Мы их аккумулируем и передаем в отдел продаж клиента, который их доработает и использует для продажи квартир. Если к нам приходит производитель косметики, могут быть два варианта: для тех, кто продает через свой интернет-магазин, и для тех, кто продает косметику только в офлайн-точках и точках других ритейлеров. В каждом направлении разные подходы и услуги. В первом случае это может быть работа с посевами (размещение нативной рекламы в различных медиа-

источниках), на YouTube, с блогерами, чтобы люди переходили по ссылке и покупали. В условиях отсутствия интернет-магазина это работа с упоминаемостью или обратной связью. То есть работа модераторов, которые общаются с клиентами напрямую, готовят ответы со специалистом заказчика и в итоге формируют матрицу ответов, которая позволяет быстрее отвечать на однотипные вопросы. Множество клиентов недооценивают мощь модерации обратной связи. Они запускают таргетированную рекламу, допустим в «Фейсбуке», и даже не смотрят, что под ней пишут в комментариях. Там могут появиться реальные негативные комментарии от пользователей. Если это не модерируется, компания, вовремя не отследившая обратную связь и не отработавшая негатив, за собственный счет убивает бренд. Поэтому мы обязательно оговариваем с клиентом, что держать обратную связь необходимо.

BG: Вы считаете, что работа с блогерами подходит для любой компании вне зависимости от ее рынка и отрасли?

Е. Д.: Блогеры, конечно, больше подходят для b2c-бизнеса. И важно, чтобы продукт заказчика был хороший, так как блогеры стали очень избирательны, спрос на их услуги превышает предложение, у некоторых очередь на полгода вперед и очень сложно попасть к ним «в ленту». Кроме того, они перестали бездумно постить рекламу, потому что для них эти действия тоже имеют цену. Если человек разместит некачественную рекламу, от него может отписаться часть аудитории, и он не хочет рисковать. Чаще всего блогер сам проверяет продукт, в ином случае «миллионники» (блогеры, чье число подписчиков измеряется миллионами. — **BG**) очень быстро теряют доверие аудитории. Доверие можно зарабатывать годами и потерять за пару неудачных рекламных интеграций.

BG: Как меняются сознание заказчиков и их готовность к использованию новых инструментов?

Е. Д.: Мы стараемся обучать наших клиентов, поэтому в работе важно понимание на одном уровне. И если в 2017 году мы работали с 70 заказчиками, то сейчас сократили это число до 35. С ними мы можем

глубже окунуться в работу бренда, компании и работать на качество. У нас появился хороший отдел входящих заказов, который объясняет заказчику, почему мы выбираем для него ту, а не иную, услугу и отговариваем их от неправильных решений. Иногда прощаемся с клиентами, если получаем полное непонимание и видим, что работать на хороший результат совместно не получится. Мы стараемся деликатно образовывать, ставить совместные цели и оговаривать количество возможных итераций, так как российский заказчик склонен к огромному количеству правок, часто неадекватных, а когда получает за эту работу счет — не понимает, за что.

BG: Вам когда-нибудь предлагали продать компанию более крупному игроку, насколько вы к этому готовы?

Е. Д.: К нам два раза обращались с такими предложениями, но мы отказались. Мы хотим сами превратиться в коммуникационную группу. При этом у нас нет и не было ни рубля заемных средств. Мы не привлекаем инвесторов, нет акционеров. Есть три основателя, которые активно занимаются развитием агентства и не планируют в ближайшее время завершать эту работу. И это не вопрос денег, а вопрос заинтересованности в проекте и в подходе к ведению бизнеса.

BG: Какие у вас планы на ближайшее будущее?

Е. Д.: Мы занимаем сильные позиции в создании контента для соцсетей. Но стремимся поменять позиционирование, добавляем и усиливаем все остальные услуги — блогеры, таргетированная реклама, веб-разработки, инфракмплексное продвижение. Наша цель — выход на рынки Европы и Америки уже в этом году. С точки зрения соотношения цены и качества агентства стран СНГ делают эту работу очень круто. Мы планируем приобрести клиентов в этих странах и открыть офис с несколькими менеджерами в Лондоне и Нью-Йорке. Работать там со сферой недвижимости, со сферой гостеприимства. Там особенно хорошо конкурировать по цене могут, например, наши услуги по видеопродакшн. И история взаимоотношений наших стран в этом никак не мешает. ■

ВЕРНОЙ ДОРОГОЙ ИДЕТЕ, ТОВАРИЩИ!

ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ОТКРЫЛА ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЯМ ДОСТУП К ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМ ОБЪЕМАМ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ, ОДНОВРЕМЕННО ОТРЕЗАВ ДОСТУП К ЗНАЧИТЕЛЬНОЙ ЧАСТИ ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ. ПОКА ВЛАСТИ РАПОРТУЮТ ОБ УСПЕХАХ В ЗАМЕНЕ ЗАРУБЕЖНОЙ ПРОДУКЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ, ЭКСПЕРТЫ ГОВОРЯТ О НЕОДНОЗНАЧНОСТИ ЭТОГО ПРОЦЕССА. ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

ЛИБО ХОРОШО, ЛИБО НИКАК Большинство опрошенных ВГ промышленных предприятий либо высказались в пользу политики импортозамещения, либо предпочли воздержаться от комментариев. Представитель группы «Кировский завод» отметил, что Петербургский тракторный завод (ПТЗ) — одно из ключевых предприятий группы — от нее выиграл. При этом ориентация на российские комплектующие, признал он, усложняет разработку и внедрение новых технологических решений, «но это верный путь». Нет тех, кто отказался бы от продукции ПТЗ в связи с нацеленностью на российские комплектующие, констатировал собеседник ВГ. Из иностранного оборудования, которое применяется на заводе для производства машин, он назвал лишь гидросистемы Bosch Rexroth AG.

На Средне-Невском судостроительном заводе (СНСЗ, входит в Объединенную судостроительную корпорацию) сообщили, что при строительстве военных кораблей и гражданских судов завод полностью перешел на отечественные смолы и ткани для композитных корпусов. «Российский производитель достиг необходимого уровня качества, при этом цена на эти материалы вполне конкурентоспособна. С точки зрения строительства они зарекомендовали себя с положительной стороны, с точки зрения эксплуатации — покажет время», — сказал представитель завода. Информацию по наличию иностранных комплектующих в других составляющих кораблей и судов, например, в силовых установках и электронных системах, на СНСЗ не раскрыли.

Разработчик и производитель высокооборотных дизелей «Звезда», как и несколько других крупных компаний, комментировать вопросы импортозамещения не стал.

БЕЗ МОЗГОВ Представители российской власти, ответственные за вопросы промышленности, неоднократно высказывались о необходимости импортозамещения вне зависимости от санкционного давления. Одной из болевых точек по-прежнему остается электроника. Если в оборонной сфере с этой задачей предприятия, с определенными оговорками, справляются, то

в гражданском поле многие вынуждены переориентироваться на покупку компонентов в странах Азии. Не так много и качественного российского софта, а все основные технологические решения «завязаны» в на программах зарубежной разработки.

В августе стало известно, что правительство РФ планирует расширить сферу применения ограничений на закупку госзаказчиками иностранного программного обеспечения. Целевой показатель этого плана — ежегодное увеличение на 10% доли российского ПО (с учетом предоставления соответствующих облачных сервисов) в социально значимых отраслях экономики: в энергетике, ЖКХ, здравоохранении, образовании, транспорте, безопасности. В конце текущего года Минкомсвязи должно предоставить правительству РФ оценку возможности перехода заказчиков на закупку отечественного ПО. Документ должен включать в себя и предложения по обеспечению перехода заказчиков на отечественный софт, включая оценку необходимости разработки нормативных правовых актов. Министерству также предстоит провести анализ влияния мер по импортозамещению программного обеспечения на экономическое развитие страны.

Такие планы являются продолжением начавшейся пару лет назад кампании по продвижению российского софта. В начале 2016 года вступили в силу закон и постановление правительства РФ о предоставлении преференций российским разработчикам ПО при госзакупках. Документы предусматривают запрет на приобретение отдельных категорий программного обеспечения зарубежных разработчиков в случае, если есть российские аналоги, включенные в реестр отечественного ПО.

В 2017 году Минкомсвязи заявляло, что среднестатистическое значение показателя «доля закупок отечественного готового ПО» в общем объеме закупок готового ПО составило в 2016 году 65,35% (44,5% в 2015 году) для органов исполнительной власти субъектов РФ и 62,3% — для федеральных органов исполнительной власти. Руководитель Центра компетенций по импортозамещению в сфере информационно-коммуникационных технологий



В АВГУСТЕ СП SIEMENS И ГРУППЫ «СИНАРА» НАЧАЛО ВЫПУСКАТЬ ПОЕЗДА «ЛАСТОЧКА» С УРОВНЕМ ЛОКАЛИЗАЦИИ 80%, А К 2026 ГОДУ ПАРТНЕРЫ ПЛАНИРУЮТ ДОВЕСТИ ЭТОТ ПОКАЗАТЕЛЬ ДО 96%

Илья Массух тогда замечал, что уровень проникновения российского софта у госзаказчиков составляет всего 5%.

СОВМЕСТНЫЕ РЕШЕНИЯ Одним из наиболее безболезненных способов сотрудничества — как для российских, так и для западных компаний — является работа в рамках совместных предприятий на территории РФ. Большинство таких проектов начиналось еще до введения санкционных ограничений. Конечно, существует риск разрыва партнерства на фоне очередного политического обострения, но большинство партнеров продолжает работу: одним это позволяет не терять российский рынок, другим дает доступ к технологиям и возможностям ее локализации.

Среди последних примеров — совместное предприятие «Уральские локомотивы», учрежденное Siemens и группой «Синара», которое в августе приступило к серийному выпуску электропоездов «Ласточка» с интегрированными российскими системами. Уровень локализации здесь доведен до 80%. Ключевая особенность серийной модели — российские микропроцессорная система управления, тормозная система и система видеинформирования пассажиров, которые ранее были «иностранками». Предполагается, что до 2026 года уровень локализации производства этих электричек достигнет 96%.

Другой пример — Таганрогский авиационный научно-технический комплекс им. Бериева (ТАНТК, входит в НПК «Иркут»), который до конца 2018 года планирует запустить серийное производство самолетов-амфибий Бе-200, оснащенных российско-французским двигателем SaM146. Первая поставка намечена на 2021 год, в перспективе планируется выйти на годовой выпуск 6–8 самолетов. Рамочное соглашение о разработке модификации двигателя SaM146 для Бе-200 было заключено в мае текущего года между ПАО «ОДК-Сатурн» и французской Safran Aircraft Engines. До этого партнеры уже производили SaM146 для оснащения пассажирских самолетов Sukhoi Superjet 100.

Неоднозначная ситуация сложилась с компанией «Сименс технологии газовых турбин» (СТГТ, совместное предприятие Siemens и «Силовых машин»). Летом прошлого года стало известно, что турбины СТГТ, предназначенные для электростанции в Краснодарском крае, были отправлены в Крым, и на фоне санкционных

ограничений это вызвало резко негативную реакцию немецкой компании, которая сейчас пытается оспорить поставку в судебных инстанциях. Бенефициар «Силовых машин» и основной владелец «Северстали» Алексей Мордашов позже допустил, что машиностроительный концерн может выйти из СП, однако представители Siemens отмечают, что таких планов нет, а эксперты считают такой шаг невыгодным для обеих сторон.

САМИ С УСАМИ Российские власти и российские предприятия понимают, что без западного оборудования им пока не обойтись. По данным Института экономической политики (ИЭП) Егора Гайдара, девальвация рубля декабря 2014 года и санкционная война 2014–2017 годов мало повлияли на географию закупок машин и оборудования у основных стран-поставщиков. Западная Европа сохранила первое место в 2018 году с 71% уровнем популярности у российской промышленности по сравнению с 77% в 2011 году. Отечественные производители смогли обрести лишь незначительное количество новых покупателей на территории своей страны. Доля российских предприятий,купающих американское и японское оборудование, сократилась с 33% в 2011 году до 22% в 2018 году — не так существенно, как можно было ожидать в условиях девальвации национальной валюты и административных запретов на закупки. Зато поставщики из Китая и Индии оказались в выигрыше от санкционной войны, добившись продаж своей продукции 35% российских промышленных предприятий, по сравнению с 19% семью годами ранее.

Согласно исследованию ИЭП, российская промышленность в силу сложившихся обстоятельств отхватывает не самые лакомые куски. Китайское, индийское и российское оборудование зачастую вызывает вопросы и по надежности, и по энергоэффективности — в особенности если речь идет об установке этих машин на высокопроизводительные предприятия.

Как долго продлится лавирование между использованием проверенных западных образцов и поиском новых поставщиков в восточном направлении и внутри страны, будет зависеть и от экономической повестки, которую сформируют профильные власти. Но в гораздо большей степени — от повестки политической, которая может в очередной раз «встряхнуть» ту или иную отрасль. ■

«МЫ ДЕЛАЕМ ПЕРВЫЕ ШАГИ В РАЗВИТИИ ИНТЕРЬЕРНОГО НАПРАВЛЕНИЯ»

ПО ИТОГАМ ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ РОССИЙСКОМУ ПОДРАЗДЕЛЕНИЮ Н+Н УДАЛОСЬ УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ГАЗОБЕТОНА НА ФОНЕ ПАДАЮЩЕГО РЫНКА И НАРАСТИТЬ СВОЮ ДОЛЮ НА НЕМ. ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «Н+Н» НИНА АВДЮШИНА РАССКАЗАЛА ВГ О КРАТКОСРОЧНЫХ ПРОГНОЗАХ, ЗАПУСКЕ ПРОИЗВОДСТВА НОВЫХ ПРОДУКТОВ И ВНЕДРЕНИИ НОВЫХ СЕРВИСНЫХ РЕШЕНИЙ. БЕСЕДОВАЛ ДМИТРИЙ БЫЧИН

BUSINESS GUIDE: Какие у компании результаты по итогам весенне-летнего сезона?

НИНА АВДЮШИНА: Удовлетворительные. В первом полугодии мы существенно увеличили объем выпуска газобетона по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Если тогда мы реализовали около 230 тыс. куб. м, то сейчас объем продаж составит 300 тыс. куб. м. Это произошло за счет двух основных факторов. В конце прошлого года с российского завода началась отправка продукции на экспорт в Великобританию, куда уже отгружено 40 тыс. куб. м газобетона, а до конца года цифра вырастет до 50 тыс. куб. м. Это дает нам прирост в общем объеме продаж. На внутреннем рынке, несмотря на снижение потребления газобетона в целом из-за спада объемов строительства, продажи Н+Н выше прошлогоднего показателя. Доля компании на российском рынке газобетона выросла, и мы планируем закончить год примерно с 30%.

BG: Насколько серьезно на бизнесе Н+Н в России отражаются курсовые валютные колебания?

Н. А.: Меняется структура себестоимости. Курс влияет на стоимость тех материалов и компонентов, которые мы импортируем. Есть также ряд псевдолокальных материалов: например, упаковочную пленку мы покупаем у российского производителя, но основной сырьевой компонент для нее в РФ отсутствует. При росте затрат на производство пленки поставщик транслирует повышение цены и для нас.

BG: Где по итогам высокого сезона Н+Н зафиксировала наибольший объем реализации?

Н. А.: Исторически мы концентрируемся на продажах в Петербурге, это самый большой рынок в СЗФО. Кроме того, компания прекрасно понимает, что здесь доходность от продаж значительно выше, чем в более отдаленных регионах, так как доля транспортных издержек в конечной стоимости газобетона достаточно высока. Но и в других регионах присутствия — в Новгородской, Псковской, Мурманской областях и Республике Карелия — мы увеличили объемы продаж. В Мурманской области зафиксировано значительное увеличение по сравнению с прошлым годом. И в Псковской области продажи демонстрируют хорошую динамику.

BG: Какие новые технологические решения Н+Н планирует внедрить в продукцию, выпускаемую российским заводом?

Н. А.: С точки зрения материала мы стремимся к различным инновациям. Это не так просто, потому что компания работает в консервативной отрасли, построенной на стандартах и ГОСТах, зачастую сохранившихся еще с советских времен и даже



ЕВГЕНИЙ ПАРВЕНКО

довоенного времени. Инновационные конструктивные решения, применяемые в сочетании с нашим материалом в странах Европы, можно использовать и в России, но, к сожалению, российская законодательная и нормативная базы не позволяют этого сделать. В Англии из газобетонных блоков строятся фундаменты зданий — это современное, развивающееся направление. В России ГОСТы и нормативы запрещают использование газобетона для возведения фундамента.

BG: А если говорить о более классических решениях?

Н. А.: Мы работаем над снижением плотности газобетона, что позволяет повысить его энергоэффективность. Люди задумываются не только о том, сколько они потратят на строительство дома, но и сколько будет стоить его содержание. Использование более энергоэффективного блока снижает затраты на обслуживание здания. В 2018 году у Н+Н также появился блок, используемый для возведения перегородок. Минимальная толщина блока — 75 мм, что делает его уникальным продуктом, по крайней мере на рынке СЗФО. За счет таких перегородок можно существенно расширить жилую площадь. Помимо производства новых продуктов, мы рассматриваем различные варианты сервисных решений. Например, измерители плотности. Даже профессио-

нальный застройщик, который получает материал на стройплощадку, может оценить его только по внешнему виду. Проверить, соответствует ли материал заявленной плотности, прочности и другим характеристикам, практически невозможно. Этим пользуются недобросовестные производители. Если мы предложим рынку способ идентификации определенных параметров материала при его приемке на стройплощадке, наше решение будет уникально, а потребителю это позволит идентифицировать нашу продукцию и сопоставить ее качество с продукцией других компаний.

BG: Какие новые изделия из газобетона только планируется запустить в производство на заводе в Ленинградской области?

Н. А.: Декоративную плитку. Мы надеемся реализовать проект к концу 2018-го или к началу 2019 года. Для Н+Н это возможность выхода в другой сегмент рынка — декора, ремонта и отделки. Плитка будет первым шагом в развитии интерьерного направления, ведь из газобетона можно сделать и мебель, и малые архитектурные формы для внутренней отделки.

BG: Какие каналы продаж вы наметили для этого товара?

Н. А.: Начнем с сетевых точек. Прежде всего это торговый дом «Петрович», с которым есть предварительные договоренности. Если проект будет развиваться успешно,

подключим и других партнеров из числа розничных магазинов стройматериалов. Кроме того, с конца прошлого года мы работаем напрямую со строительными бригадами и можем задействовать этот канал. В августе компания Н+Н запустила для строительной бригады программу лояльности: при покупке нашей продукции они получают баллы, которые можно обменивать на ценные подарки и призы.

BG: Как развивается экспортное направление?

Н. А.: В октябре мы отгружаем последнее судно с газобетоном для клиентов в Великобритании. Есть планы по поставкам в Финляндию, Данию и Швецию, но объемы потребления газобетона на этих рынках незначительные. Мы рассматриваем и другие европейские направления (Польшу и Прибалтику) и постоянно находимся в поиске новых рынков сбыта. В любом случае, Н+Н остается единственным в России обладателем сертификата, позволяющего экспортировать газобетон в страны ЕС.

BG: Вы рассматриваете для экспорта более отдаленные регионы?

Н. А.: У группы был успешный проект поставок газобетона в Анголу, но на сегодняшний день Н+Н концентрируется на рынках Европы и идет по пути запуска дополнительных продуктов, сервиса и услуг в регионах присутствия. Яркий пример — покупка заводов по производству силикатного кирпича в Германии и Польше. В России мы видим примерно такой же путь развития.

BG: Несколько лет назад Н+Н заявляла о возможности строительства в России второго завода. Сохраняются ли эти планы?

Н. А.: В контексте текущей рыночной ситуации наши результаты очень хороши: мы генерируем прибыль, а доходность подразделения сравнима с доходностью наших коллег в Европе. Однако объем прибыли пока недостаточен для того, чтобы инвестировать в новое производство. В ближайшие пять-шесть лет Н+Н вряд ли предпримет такие шаги.

BG: Вы готовы прогнозировать долю Н+Н на российском рынке газобетона в 2019 году?

Н. А.: Планируем сохранить ее на уровне 30–32%. Такая доля у компании сформировалась спустя два года с момента выхода на рынок РФ и удерживается на протяжении многих лет. Для нас она достаточно комфортна. Можно было бы принять меры и существенно увеличить присутствие за счет доли других игроков, но в этом смысле мы занимаем ответственную позицию по отношению к рынку: мы не хотим провоцировать ценовую войну и откровенный демпинг. Н+Н уверенно удерживает позиции, работая с себестоимостью существующей продукции и новыми решениями для потребителей. ■

ТЯЖЕЛАЯ ДОЛЯ

ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ О ДОЛЕВОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ, ПОЭТАПНО ВСТУПАЮЩИЕ В СИЛУ В ЭТОМ И СЛЕДУЮЩЕМ ГОДУ, ЗАСТАВИЛИ ЗАСТРОЙЩИКОВ МЕНЯТЬ МЕХАНИЗМ РАБОТЫ И ГРОЗЯТ РЫНКУ КОНСОЛИДАЦИЕЙ. КРУПНЫЕ ИГРОКИ С ОСТОРОЖНОСТЬЮ ОЦЕНИВАЮТ ВОЗМОЖНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ НОВОВВЕДЕНИЙ, НО ПРЕДРЕКАЮТ НЕМИНУЕМЫЙ РОСТ ЦЕН НА ЖИЛЬЕ. ДМИТРИЙ БЫЧИН

Изменения в федеральный закон № 214 («Об участии в долевом строительстве»), принятые и одобренные Госдумой и Советом федерации РФ в июне и подписанные президентом РФ в июле текущего года, уже частично вступили в силу, частично начнут действовать в следующем году. Законодательные изменения исключают возможность привлечения средств граждан через жилищные сертификаты, ограничивают привлечение средств через жилищно-строительные кооперативы, обязывают застройщиков раскрывать информацию о своих владельцах и учредителях и вводят солидарную ответственность бенефициаров застройщиков за причиненные дольщикам убытки.

С 1 июля 2018 года даже для тех проектов, которые уже находятся в стадии реализации, предлагается ввести банковское сопровождение. Каждый застройщик должен открыть отдельный банковский счет в уполномоченном банке и вести все расчеты только с этого счета. Банк будет оценивать целевое назначение всех платежей. Для тех проектов, которые будут начаты с 1 июля, банковское сопровождение также будет включать право банка останавливать проведение расчетов, если возникнет подозрение на нецелевое использование средств. Закон предусматривает поэтапный переход к новой модели финансирования строительства жилья с использованием эскроу-счетов. С 1 июля 2018 года их использование при привлечении средств дольщиков носит добровольный характер, а с 1 июля 2019 года — обязательный.

По новым правилам, застройщикам предоставляется возможность возводить дома по нескольким разрешениям на строительство в рамках одного проекта планиров-

ки территории (ППТ), а также привлекать целевые займы от основного общества с установлением ограничений по их объему (20% от стоимости стройки) и размеру процентной ставки (не должна превышать ключевую ставку ЦБ более чем на 2%).

БОЛЬШИЕ И МАЛЕНЬКИЕ РЫБКИ

Сложно оценить, как будет развиваться ситуация на рынке в свете изменений. «Девелоперы обладают определенным запасом разрешений на строительство, который позволит в ближайшие несколько лет реализовывать проекты по старым нормам. Этого времени будет достаточно для адаптации к новому формату работы,— говорит директор по продажам компании «Главстрой-СПб» Юлия Ружицкая.— Строительные компании возьмут курс на оптимизацию экономики проектов и сокращение издержек». Приспособиться к новым правилам игры, однако, смогут не все девелоперы. Крупные застройщики продолжают работать в штатном режиме, оптимизируя производственные процессы и контролируя издержки при строительстве, но для малых и средних компаний настанет тяжелый период, считает госпожа Ружицкая. Им попросту не хватит ресурсов.

«Отрасли будет непросто перестроиться, но изменения ее оздоровят, сделают рынок более цивилизованным»,— считает управляющий директор группы ЛСР Юрий Ильин. Крупные девелоперы уже скорректировали собственные стратегии и вряд ли будут вносить в свои планы какие-то существенные изменения, они смогут достаточно быстро перестроиться и эффективно работать по новым правилам, подчеркивает управляющий партнер Glorax

Development Дмитрий Коновалов. В дальнейшем именно такие компании будут основными игроками на рынке. Застройщиков, у которых всего несколько проектов, практически не останется, добавляет господин Коновалов. Сложности возникнут и у недобросовестных компаний, которые в перспективе будут вынуждены покинуть рынок.

По словам главного финансового директора Etalon Group Кирилла Багаченко, большая часть новых требований выполнялась компанией задолго до вступления поправок в силу, и группа успешно адаптировалась к изменениям в отраслевом законодательстве. Однако для многих небольших и средних застройщиков новые правила игры станут непосильными, и в среднесрочной перспективе, уверен господин Багаченко, строительную отрасль ждет консолидация.

Новые требования к застройщикам достаточно жесткие, указывает президент группы RBI Эдуард Тиктинский: фактически это рост финансового давления и контроля со стороны государства и банков. «Новые правила финансирования проектов означают, что даже добросовестные компании лишаются возможности гибкого управления экономикой проектов,— говорит господин Тиктинский.— Возможно, кто-то будет вынужден уйти с рынка. Таким образом, нововведения могут привести и к сокращению объема предложения, не говоря уже о росте издержек, связанных с реализацией проектов. И то, и другое рано или поздно приведет к повышению стоимости квадратного метра».

ОТМЕНА ДИСКОНТА Коллеги господина Тиктинского согласны с его прогнозом. По

словам Юлии Ружицкой, основной рост стоимости квадратного метра в новостройках покупатели почувствуют в 2019 году. Он составит около 15%: именно с таким дисконтом в среднем сейчас петербургские застройщики реализуют квартиры на начальном этапе строительства. Полная же отмена продажи строящегося жилья (в случае принятия такого решения) отнимет у покупателя возможность приобрести недвижимость по выгодной цене на старте проекта.

Нововведения привели к тому, что застройщики стремились получить как можно больше разрешений на строительство, замечает Дмитрий Коновалов. «Но до конца года серьезных изменений на рынке ожидать не стоит. Покупательская активность сохранится на том же уровне, что и в первой половине года. Что касается роста цен, то стоит ожидать их планового повышения, до 10–15%, так как девелоперы будут стремиться учитывать в цене изменения в федеральном законодательстве. И это коснется как новых, так и реализующихся проектов»,— говорит он. Рост цен в случае полной отмены продажи строящегося жилья превысит 30%, прогнозирует Дмитрий Коновалов. Сначала девелоперу придется строить жилой комплекс исключительно за счет проектного банковского финансирования, потом в течение нескольких лет продавать в нем квартиры. И весь этот период застройщик будет вынужден платить проценты за пользование денежными средствами.

Эдуард Тиктинский подчеркивает, что изменения в законодательстве, регулирующем строительную отрасль, зачастую принимаются без должного обсуждения с участниками рынка. Когда правила игры меняются непредсказуемо, сложно говорить об экономическом планировании в долгосрочной перспективе, и это является серьезной проблемой для девелоперов. «В нашем бизнесе цикл проекта длится около пяти лет. Было бы разумным минимум на такой срок зафиксировать основные регламентирующие документы. И анонсировать все серьезные изменения заблаговременно, за два-три года»,— считает владелец RBI.

Кирилл Багаченко утверждает, что Etalon Group сможет работать даже в условиях полного запрета на продажу строящегося жилья, однако это наложит определенные ограничения на объемы строительства и потенциал роста бизнеса. Большинство же других застройщиков будет вынуждено свести строительство объектов к минимуму или вовсе уйти. «С учетом поставленной задачи по строительству 120 млн кв. м в год сама идея полного запрета на продажу строящегося жилья выглядит очень противоречивой. И в этой ситуации сложно рассуждать об оптимальных сроках перехода на модель продажи только построенных площадей»,— заключает он. ■



ОТМЕНА ПРОДАЖИ СТРОЯЩЕГОСЯ ЖИЛЬЯ ЛИШИТ ЛЮДЕЙ ВОЗМОЖНОСТИ КУПИТЬ КВАРТИРУ ПО ВЫГОДНОЙ ЦЕНЕ НА СТАРТЕ ПРОЕКТА

«РЫНОК НЕ ГОТОВ К СКАЧКООБРАЗНОМУ УДОРОЖАНИЮ ЖИЛЬЯ»

для нормального функционирования рынка новые требования законодательства должны быть подкреплены конкретными моделями их реализации, уверен генеральный директор группы ЦДС Михаил Медведев.

BUSINESS GUIDE: Какие задачи для вас приоритетны?

МИХАИЛ МЕДВЕДЕВ: Текущий год был для нас активен в части запуска проектов: новый ЖК на Московском проспекте, комплексы в районе станций метро «Девяткино» и «Елизаровская», «ЦДС Полюстрово», наконец, флагманский проект «ЦДС Черная Речка». В ближайшие полгода мы обозначили для себя приоритетом грамотную работу с выведенными на рынок проектами — чтобы после яркого старта их реализация шла не менее удачно.

Вторая задача — финишная отладка систем автоматизации, которые используются в ЦДС. В частности, системы контроля качества объектов, которая находится на стадии опытной эксплуатации. Деятельность технадзора, генерального подряда, службы заказчика — всех подразделений, контролирующих качество, — координируется в одной системе, работающей онлайн и офлайн, как на планшете, так и на стационарном компьютере или смартфоне. Даже если инженер строительного надзора внес замечания в свой смартфон в режиме офлайн, при подключении сети устройство само загрузит введенные данные в общую базу. Внесенные онлайн данные появляются в общем доступе с минимальным временным лагом. Кроме того, система преобразует чертежи, выполненные в программе Autocad, в более «легкие» файлы без потери в функциональности. А благодаря автоматизации бумажной работы для технадзора упростилась и работа с предписаниями: система сама формирует документ утвержденного образца в соответствии с внесенными замечаниями.

Ранее мы говорили о трех составляющих автоматизации деятельности в ЦДС: это Ахартa как интегрирующий финансовый инструмент, система контроля качества строительства и BIM-проектирование. Ахартa и BIM-проектирование уже используются полномасштабно, а система контроля качества строительства начнет применяться в полном объеме в ближайшие полгода.

Третья приоритетная задача, которая для нас всегда актуальна, — это подбор новых участков под строительство. Мы чуть менее активно занимались этим в преддверии поправок к законодательству. Однако сегодня в оценочной работе не менее семи земельных наделов с разной степенью готовности градостроительных документов. Большинство из них в локациях, где ЦДС пока не работает, но все — в пределах города. Половина из них — проекты редевелопмента.

BG: Ценовые ожидания собственников земель и девелоперов совпадают?

М. М.: Ожидания собственников земель несколько завышены только в отношении участков, расположенных ближе к центру. За ориентир в этом случае принимаются



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

элитные проекты без учета, что именно в этом сегменте предложение полностью обеспечивает спрос и надо приложить немало усилий для продажи квадратных метров по цене, указанной в экспозиции, да и скорость возврата денег в таких проектах существенно меньше.

BG: Какова стандартная структура финансирования объекта ЦДС и как она разнится от проекта к проекту?

М. М.: У нас уже есть объекты, которые строятся в рамках проектного финансирования: соответствующее соглашение со Сбербанком действует в отношении ЖК «ЦДС Московский». По остальным объектам ведем переговоры и оцениваем перспективы различных механизмов финансирования.

Вступившие в силу новые положения закона о долевом строительстве должны быть подкреплены конкретными моделями их реализации: речь идет о тысячах договоров долевого участия даже в рамках отдельно взятого региона, а уж в масштабах страны это и вовсе гигантские цифры. Для выработки алгоритмов решения вопросов, возникающих при исполнении требований закона, профильное министерство регулярно проводит совместные совещания с представителями ведущих банков и строительных компаний, в которых участвует и топ-менеджмент ЦДС.

BG: Ранее эксперты высказывали опасения, что с обязательным включением банков в строительный процесс жилье для конечного потребителя серьезно подорожает. Насколько они оправдываются?

М. М.: Очевидно, жилье дорожать будет, но рынок не готов к тому, чтобы это происходило скачкообразно. На цены влияет не только себестоимость строительства, но и покупательная способность. Если с началом проектного финансирования зеркально поднять стоимость квадратного метра для покупателя, это будет шоковой терапией для всего рынка. Можно предполагать, что удорожание будет плавным, но более интенсивным в рамках строительного цикла конкретного объекта.

BG: А насколько банки оказались готовы к своей новой роли и обязанностям полноценных участников строительного процесса?

М. М.: Крупнейшие банки и ранее работали с подобными инструментами. Но тогда они могли выбирать объекты, и это были, как правило, точечные проекты с выраженной коммерческой составляющей. Теперь банковские структуры обязаны полностью включиться в этот процесс. Поэтому вопрос — как справиться с увеличившимися объемами — должен быть решен в ближайшие четыре-пять месяцев. В масштабах страны планы по строительству

жилья — 140 млн кв. м в год — в разы больше, чем строится сейчас. Чтобы хотя бы приблизиться к этому показателю, необходима согласованность действий всех участников строительного рынка.

BG: Что для вас входит в понятие комфортной жилой среды и за счет чего она достигается?

М. М.: Комфорт от ЦДС — это сочетание удобства в повседневной жизни и приемлемой стоимости. Сто лет назад сценарий жизни, с вариациями в зависимости от конкретного региона, городского или деревенского жизненного уклада, разительно отличался от нынешнего. Он изменился с началом массового многоэтажного домостроительства и реалий того времени — отсутствия выбора и усредненной функциональности квартир. Квартиры отличались друг от друга количеством комнат, ни о какой персонификации речи не шло. Сейчас, когда одной из задач государства является повышение рождаемости, стала важна роль семьи. Не каждая из них может позволить себе слишком просторную квартиру. Современный сценарий жизни задает основные характеристики нового жилья, а стремление к его разумной стоимости без потерь в качестве подталкивает к созданию вертикально ориентированной структуры в пределах ЦДС: генеральный подрядчик, служба заказчика, конструкторское бюро и так далее.

BG: Какое развитие получают идеи квартала «ЦДС Черная Речка» в будущих проектах компании?

М. М.: В нашем флагманском проекте необычным и действительно интересным получилось общее планировочное решение. Тщательная отработка различных уровней восприятия проекта человеком — квартала, отдельного дома при взгляде на него издалека или вблизи, дома изнутри, междомового пространства — позволяет сделать облик проекта многогранным. Эта же идея легла в основу создания концепции нашего нового комплекса «ЦДС Волковский», который мы вскоре выведем на рынок. Там другая соразмерность, другие масштабы, но проработаны те же уровни восприятия проекта. Главное в нем — чем ближе ты будешь подходить к дому, тем более отчетливым будет «чувство дома», привычного уюта. Штрих в подтверждение этой идеи: в ЖК «ЦДС Волковский» в отделке мест общего пользования будет применен стиль, подчеркивающий их камерность. Например, использована плитка точь-в-точь, как в старых парадных, а еще раньше — на печках-голландках. Чтобы у проекта появилась душа, необходимо все слои отработать в деталях. Выбирая стиль, направление, идею проекта жилого дома, важно не перейти в какую-то нарочитость, театральность. В нашем представлении должна быть общая считываемость: в этом проекте что-то этакое есть. ■

МЕНЮ, ПОЖАЛУЙСТА

по оценкам минфина, общий объем предоставленных налоговых льгот в 2017 году составил 2,5 трлн рублей, а к 2020 году грозит увеличиться до 2,8 трлн рублей. Для предпринимателей наиболее существенны уступки по НДС, налогу на прибыль и страховым взносам. ВГ изучил ассортимент налоговых послаблений, которые позволяют компаниям экономить.

АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

На федеральном и региональном уровнях действует великое множество налоговых льгот — в форме освобождения, скидок, вычетов, специальных налоговых режимов. За прошлый год, подсчитали в Минфине, таким образом правительство уступило бизнесу 2,5 трлн рублей. В течение пяти лет, прогнозируют в ведомстве, объем сэкономленных на налогах средств составит 2,8 трлн рублей. К их числу относятся и налоговые изъятия, такие как отмена налога на движимое имущество с 1 января 2019 года. «Сначала движимое имущество решили облагать налогом, затем право устанавливать льготу по имуществу делегировали регионам, которые могли полностью освободить от налога или ввести льготную ставку. Законодатели спешили, вынуждены были даже задним числом вводить эту льготу на подведомственных территориях. Наконец, со следующего года движимое имущество решили освободить от налогообложения», — рассказывает эксперт компании «СКБ Контур» Наталья Горбова.

ИТ ВПЕРЕДИ Освобождение от уплаты НДС характерно для определенных видов деятельности и реализации отдельных видов услуг. «Такая льгота предусмотрена, например, для деятельности в сфере ИТ», — говорит руководитель корпоративно-правовой службы Европейской юридической службы Елена Трубникова. — Если компания занимается разработкой программного обеспечения, является правообладателем исключительных прав на программу ЭВМ, то последующая реализация прав ее использования по лицензионному, либо сублицензионному, договору возможна с применением такой льготы». Такое послабление возможно и для ряда компаний, которые производят товары первой необходимости, медицинского назначения, технические средства для реабилитации инвалидов и оказывают образовательные услуги.

По словам госпожи Трубниковой, существенно снижает налоговую нагрузку на бизнес в сфере информационных технологий редуцирование страховых взносов. «Для ИТ-компаний ставки тарифов страховых взносов уменьшены и в общей сложности составляют 14%, что в половину меньше обычных тарифов — 30%. Обсуждалась отмена данной льготы, но ее все-таки решили продлить до 2023 года, что не может не радовать. Компании могут брать в штат больше сотрудников, ведь страховые взносы начисляются с их зарплат. А сотрудники в сфере ИТ — высококвалифицированные и, следовательно, высокооплачиваемые специалисты, поэтому бизнес вынужден нести большие расходы на уплату этих взносов», — комментирует эксперт.

Для получения льготы ИТ-компания должна аккредитоваться в Минкомсвязи,



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

РАЗНООБРАЗИЕ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ В РОССИИ ОЧЕНЬ ВЕЛИКО. НО ДОСТУП К ЗНАЧИТЕЛЬНОЙ ИХ ЧАСТИ ЗАКРЫТ САМИМ ЗАКОНОДАТЕЛЕМ

иметь в штате от семи человек и получать от ИТ-деятельности не менее 90% дохода. «Одна из дочерних компаний ГК „Аэроклуб“, занимающаяся разработкой и реализацией программных продуктов для индустрии делового туризма — „Аэроклуб ИТ“, — использует эти льготы. При выручке в 148 млн рублей в 2017 году нам удалось добиться существенной экономии и направить сэкономленные финансы на развитие, инвестиции в новые разработки», — оценивает инструмент господдержки генеральный директор агентства делового туризма «Аэроклуб» Юлия Липатова. — При этом мы не испытали никаких затруднений при получении льготы».

По оценке компании InfoWatch, благодаря такому послаблению в 2010–2014 годах объем продаж российского программного обеспечения вырос с 28 до 102 млрд рублей. С 2010 года выручка ИТ-компаний, которые получают льготы по страховым взносам, возросла в два раза, а число их сотрудников — на 30%. При этом вдвое увеличилось и поступление налогов в бюджет.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ АНКЛАВ Аналогичные льготы по освобождению от НДС и уменьшению страховых взносов применяют к резидентам «Сколково». А в случае, если выручка компании-резидента составляет не больше 1 млрд рублей, для нее действует и льгота по налогу на прибыль. Помимо «Сколково», особые налоговые режимы предусмотрены на специальных территориях развития, таких как особые экономические зоны (ОЭЗ) и территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР).

Конкретные послабления, предоставляемые резидентам соответствующих зон и территорий, зависят от их типа и местонахождения. Например, для резидентов

технично-внедренческих зон, к которым относится и ОЭЗ «Санкт-Петербург»: сниженная ставка налога на прибыль — от 13,5 до 15,5% в течение десяти лет, освобождение от налога на имущество организаций, от транспортного налога на срок от пяти до десяти лет, нулевая ставка по НДС при помещении товаров под процедуру свободной таможенной зоны и их дальнейшей реализации, пониженная ставка по земельному налогу — 5% в течение пяти лет и пониженная ставка по страховым взносам — 21% с 2018 года и 28% — с 2019-го.

Для резидентов всех ТОСЭР установлены льготные ставки по налогу на прибыль с доходов от предпринимательской деятельности. Это 0% в федеральный бюджет в течение пяти лет, 5% в региональный — в течение пяти лет и 10% — в течение следующих пяти лет. «Резиденты ТОСЭР также имеют право на возмещение НДС в упрощенном порядке, освобождение от уплаты налога на имущество и земельного налога, льготные коэффициенты по налогу на добычу полезных ископаемых (НДПИ) и пониженный размер страховых взносов (общий размер — 7,6%)», — перечисляет старший юрист юридической фирмы «Клифф» Екатерина Романова.

ПАРАЛЛЕЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ Юрист налоговой и таможенной практики Dentons Диана Агаркова специальные механизмы поддержки — ОЭЗ, ТОСЭР, а также специальные инвестконтракты (СПИК) и региональные инвестпроекты (РИП) — выделяет как наиболее интересные с точки зрения объема получаемых льгот и преференций. Однако она видит и особенности, осложняющие их применение: «Что касается ТОСЭР, то формально с точки зрения преференций и льгот — это наиболее интересные для инвестирования тер-

ритории, в частности, за счет пониженной со стандартных 30 до 7,6% ставки по страховым взносам при минимальном объеме инвестиций 5–20 млн рублей. Впрочем, на практике этот режим не всегда интересен крупному бизнесу, поскольку территории опережающего развития обычно создаются в депрессивных районах зачастую удаленных регионов, где вести бизнес крайне некомфортно, несмотря на все льготы и преференции, предлагаемые государством».

По мнению госпожи Агарковой, на этом фоне более привлекательны ОЭЗ, после закрытия неэффективных зон оставшиеся работать в действительно удобных локациях. «В рамках СПИК государство декларировало существенные меры поддержки, но на деле они не осуществляются в заявленном объеме. С момента запуска инструмента уже изменен подход к отбору проектов, а на сегодняшний день, по сути, и вовсе введен мораторий на его заключение», — анализирует действующие механизмы эксперт.

При принятии инвестиционных решений бизнес никогда не руководствуется исключительно возможностью получения налоговых льгот: они рассматриваются только в качестве вспомогательного фактора, некоего бонуса. «Инвестор выбирает регион для реализации проекта, опираясь на доступность ресурсов, наличие потенциальных контрагентов, поставщиков и других факторов ведения бизнеса, а в случае отбора нескольких регионов со схожими условиями принимает во внимание возможность получения налоговых льгот в каждом из них», — считает Диана Агаркова.

ОГРАНИЧЕННАЯ ЩЕДРОСТЬ Аналитики констатируют, что у субъектов РФ почти не осталось возможности вводить новые региональные налоговые льготы. Так, по словам юриста департамента правового консалтинга и налоговой практики «КСК Групп» Александра Беляева, с 3 августа 2018 года законом отменена скидка в виде снижения регионом ставки налога на прибыль, подлежащего зачислению в региональный бюджет, до 13,5%.

«С 2019 года они смогут это делать только в рамках механизмов поддержки, прямо предусмотренных Налоговым кодексом РФ (СПИК, РИП), — комментирует Диана Агаркова. — Таким образом, „классические“ региональные инвестиционные льготы остались в прошлом. Что касается налога на имущество, то права регионов на введение льгот формально не ограничены, но на практике в отношении дотационных регионов существует практический запрет на введение любых новых льгот. Если регион воспользуется своим правом и введет новую льготу по налогу на имущество, он автоматически лишается бюджетных дотаций из федерального центра». ■



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

«МЫ ПРОСЧИТЫВАЕМ ГОСУДАРСТВЕННУЮ ПОДДЕРЖКУ, НО НЕ ЗАКЛАДЫВАЕМ ЕЕ В ФИНАНСОВУЮ МОДЕЛЬ»

В РЕЗУЛЬТАТЕ ОДНОГО ИЗ СВОИХ ИНВЕСТИПРОЕКТОВ АРХАНГЕЛЬСКИЙ ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ ПЛАНИРУЕТ УГЛУБИТЬ ПЕРЕРАБОТКУ ЦЕЛЛЮЛОЗЫ ВНУТРИ СТРАНЫ И ВЫВЕСТИ НА РЫНОК НОВЫЙ БРЕНД ТИССЬЮ-ПРОДУКЦИИ. ДИРЕКТОР ПО ФИНАНСАМ АО «АРХАНГЕЛЬСКИЙ ЦБК» ОЛЕГ ГУБИН РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ АНАСТАСИИ ЦЫБИНОЙ О ВЫБОРЕ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ НОВОГО ПРОИЗВОДСТВА, КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКЕ КОМПАНИИ И ДЕЙСТВЕННЫХ МЕРАХ ГОСПОДДЕРЖКИ.

BUSINESS GUIDE: Каковы прогнозы по финансовым показателям комбината на конец 2018 года? За счет чего произойдет рост, если он ожидается?

ОЛЕГ ГУБИН: Этот год так же, как и предыдущий, мы планируем завершить с хорошими показателями. Выручка комбината превысит 30 млрд рублей, ожидаемая EBITDA — более 10 млрд рублей. Это лучше результатов 2017 года. Что касается объемных показателей, то в натуральных единицах варка будет на уровне прошлого года. А выручка — выше процентов на пять, что связано исключительно с фактором роста цен на готовую продукцию на рынке и в нашем случае соразмерно увеличению затрат.

BG: В июне ВТБ предоставил «дочке» АЦБК ООО «Архбум Тиссю Групп» аккредитив на €17,7 млн для покупки оборудования для нового завода в Калужской области. Строительство ведется исключительно за счет кредитных средств?

О. Г.: Единственный акционер АЦБК — Pulr Mill Holding GmbH — решил реализовать проект в калужской особой экономической зоне. Он предусматривает строительство трех очередей. Сейчас идет строительство первой очереди с общим бюджетом 8,8 млрд рублей. Доля собственного участия, по планам группы, составит не менее 50%, вторую половину стоимости — привлеченные заемные средства. Аккредитив ВТБ, открытый весной этого года, является расчетным инструментом в рамках контракта на поставку в начале следующего года компанией Andritz бумагоделательной машины. Она будет выпускать тиссю-бумагу (санитарно-гигиеническая продукция. — **BG**).

BG: Какую долю рынка этой продукции вы ожидаете занять и как повлияет ввод нового предприятия на консолидированные финансовые показатели компании в обозримом будущем?

О. Г.: Запуск этого проекта преследует две цели: добиться максимальной добавоч-

ной стоимости продукции в рамках нашей вертикально интегрированной структуры и выйти на российский рынок с новой продукцией, заняв свою достойную нишу. По доле рынка давать прогнозов не буду. На первоначальном этапе эта продукция, конечно, не будет значительной в структуре выручки холдинга. Мы можем говорить лишь о сроке окупаемости — он составит менее семи лет. До кризиса рентабельность в этом сегменте бизнеса достигала 30%, сейчас — не более 5%.

BG: В июне также Райффайзенбанк предоставил компании кредитный лимит на €20 млн — для финансирования программы модернизации. Идет ли речь о работах на том же новом предприятии?

О. Г.: У нас сформирован пул партнеров из топ-15 российского банковского сектора, исключая банки-нерезиденты. С каждым из кредитных учреждений установлены кредитные лимиты, размер которых определен исходя из политики самого банка и требований ЦБ РФ. Все кредитные линии подписаны — без обязательства их выборки с нашей стороны — на различные цели: финансирование программы техперевооружения, оборотный капитал, проектное финансирование... На текущий момент объем открытых кредитных лимитов превышает потребности предприятия в несколько раз. История сделки с Райффайзенбанком аналогична: в случае возникновения потребности в финансировании программы техперевооружения у нас есть возможность сделать это с привлечением средств из этой линии. Акционеры АЦБК дают установку на реализацию проектов с максимальной долей собственного участия, без привлечения значительных кредитных ресурсов.

BG: На что же направлена текущая инвестиционная программа, каковы ее стоимость и сроки окупаемости?

О. Г.: Имея планы на удержание своих рыночных показателей, мы должны постоянно думать и предпринимать действия по

сокращению своих издержек, повышению эффективности существующего бизнеса, увеличению доли на рынке. Для этого утверждается программа техперевооружения — стратегический документ любой компании. Горизонт планирования превышает три года. Сейчас АЦБК находится в активной фазе реализации основного, приоритетного инвестиционного проекта «Реконструкция производства картона». Начало пришлось на сложный 2008 год, окончание — в 2019 году. Бюджет проекта превысит плановую величину затрат в 11 млрд рублей. Окупаемость составит семь лет. Сейчас мы ведем активную работу по строительству и монтажу новой выпарной станции (бюджет более 6 млрд рублей) и реконструкции картоноделательной машины № 2 (бюджет более 6 млрд рублей). В перспективе — до 2025 года запланирован перевод энергохозяйства ТЭС АЦБК на газ. Пока основным топливом является уголь. Объемы планируемого обновления довольно значительные, но работы будут выполняться последовательно.

BG: Кроме кредитных средств комбинат использует займы Фонда развития промышленности (ФРП). С какими финансовыми инструментами вам удобнее работать и почему?

О. Г.: ФРП — один из инструментов поддержки отечественных производителей со стороны государства, стимулирующий рост внутрироссийского производства и потребления. Эти программы льготные и позволяют использовать более дешевые заемные средства от российских фондов. Условия ФРП более лояльны к заемщику, процедуры понятны и несложны. Я уверен, что предприятие, имеющее интерес с точки зрения развития внутрироссийского производства инвестирует, сможет получить этот заем с максимальным лимитом 500 млн рублей. Процедура привлечения заемных средств от банков на приемлемых для клиента условиях сложнее. Действующая в этом случае ри-

сориентированная модель оценки бизнеса и новых проектов утяжеляет их реализацию как по времени принятия решения, условиям, так и по стоимости заемных ресурсов. Среди успешных программ господдержки, на мой взгляд, сегодня еще можно назвать действующие постановления по субсидированию затрат на создание межсезонных запасов и субсидирование транспортных затрат по отгрузке готовой продукции на экспорт.

BG: Почему выбор пал на калужскую ОЭЗ, с учетом того что на Северо-Западе, например, есть промышленная ОЭЗ в Псковской области?

О. Г.: Центральные и южные регионы России мы видим как основные рынки потребления тиссю-продукции. С точки зрения транспортной логистики и в целом для окупаемости проекта дешевле организовать готовое производство ближе к клиенту.

BG: Какого эффекта вы ожидаете от пользования преференциями и льготами ОЭЗ?

О. Г.: При реализации инвестиционных проектов мы просчитываем возможную государственную поддержку, но никогда не закладываем ее в финансовую модель. Может быть, поэтому финансовые учреждения нам и доверяют, так как видят, что проект рассчитан только на свои и кредитные ресурсы. Если в ходе реализации проекта получилось улучшить его экономику за счет дополнительных инструментов господдержки, мы будем рады, но не рассчитываем на них в бизнес-планах. Соглашение по указанному проекту с губернатором Калужской области было подписано в 2014 году. Период льготы по налогу на прибыль в рамках него ограничен пятью годами. В 2019 году при реализации крупных инвестиционных проектов на федеральном уровне субъектам федерации запрещено устанавливать льготы инвесторам в части налога на прибыль, которая остается в регионе. Поэтому что-то прогнозировать и планировать в таких условиях довольно сложно. ■

«Я ЗА ПОНЯТНОЕ БОЛЬШИНСТВУ ЛЮДЕЙ РЕАЛИСТИЧЕСКОЕ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО»

КАК ПРАВИЛЬНО ПОДОЙТИ К ФОРМИРОВАНИЮ КОЛЛЕКЦИИ, КАКИЕ СТАНДАРТНЫЕ ОШИБКИ БЫВАЮТ У НАЧИНАЮЩИХ КОЛЛЕКЦИОНЕРОВ, ОТНОШЕНИЕ К СОВРЕМЕННОМУ ИСКУССТВУ, ПРИЧИНЫ, ПОДВИГШИЕ К НАЧАЛУ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСТАВОК,— ОБ ЭТОМ И МНОГОМ ДРУГОМ В ИНТЕРВЬЮ BG РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «ГАЗИНФОРМСЕРВИС» ВАЛЕРИЙ ПУСТАРНАКОВ. БЕСЕДОВАЛ АЛЕКСАНДР ЕРМАКОВ

BUSINESS GUIDE: Расскажите, с чего началось ваше увлечение коллекционированием живописи? Это был интерес к какому-то направлению, художнику или вы искали способ для хороших инвестиций?

ВАЛЕРИЙ ПУСТАРНАКОВ: Я начал интересоваться живописью во время учебы в Академии Можайского. Один из моих сокурсников сам пытался писать: он своим примером как бы подтолкнул меня. В свободное время часто ходили с друзьями в Русский музей, в Эрмитаж. С тех пор и появился интерес к живописи. Позже, когда появилась возможность что-то приобретать, я начал собирать работы для того, чтобы украсить свой дом. Я помню интервью с Никитой Михалковым. Он говорил, что его эстетическое восприятие живописи формировалось с раннего детства: «Я просыпался, а передо мной висели замечательные живописные произведения, любоваться которыми я не перестаю и сегодня». Я тоже захотел сделать так, чтобы внуки с раннего детства привыкали к хорошей живописи.

Сначала я преследовал декоративные цели. Но потом коллекционирование меня увлекло как процесс: я стал завсегдатаем на выставках и в галереях, познакомился с художниками и искусствоведами. Благодаря их увлекательным рассказам у меня сформировалось устойчивое желание быть сопричастным этому миру, с этого и начались мои первые шаги в собирании работ русского реализма. Обязан отметить неоценимый вклад в создание коллекции искусствоведа Екатерины Сапоговой. Только благодаря ее знаниям мне удалось собрать коллекцию работ, которую считал возможным выставлять Русский музей.

BG: Почему вы отдали предпочтение реалистической живописи, каковы ваши принципы коллекционирования?

В. П.: Абстрактных работ я не понимаю. Как можно взять и из восприятия выбросить содержательную часть? Мы же, когда смотрим на картину, не только краски воспринимаем, мы и изображение видим. Я за полноту восприятия человеком художественного произведения. Отсюда моя страсть к реалистической живописи и особенно той, что написана художником с натурных эскизов. Ведь очень важно, что автор хотел сказать своим произведением, какие он хотел выразить чувства, какие мысли, какими эмоциями хотел поделиться. И реалистическая живопись, на мой взгляд, все это позволяет передать, в отличие от абстрактной. Реализм в России основан на глубоких традициях академической школы, поэтому он содержателен, богат и красив.



BG: Как собрать собственную коллекцию живописи? Нужно знать художников лично, ходить на аукционы?

В. П.: Я использую все возможности. Как правило я приобретаю работы непосредственно у художников. Люблю приходить к ним в гости, в мастерские, рассматривать эскизы, обсуждать работы. Это для души. И это всегда дешевле, что немаловажно. С арт-дилерами я тоже работаю, участвовал в аукционах.

BG: Насколько важно, чтобы художник нравился вам как человек? Бывали ли случаи, что вы покупали картины из уважения к человеку или желая ему помочь материально?

В. П.: Работы талантливых художников всегда хорошо продаются. Такие люди не нуждаются в материальной помощи. Не всегда произведениями живописи распоряжаются сами авторы, чаще их семьи, что иногда усложняет процесс покупки. Одаренные художники, как мне кажется, особенно не заинтересованы в чем-то материальном,

для многих из них духовное содержание жизни намного важнее, чем их финансовых успех. Деньги, конечно же, нужны всем, я рад, если когда-то моя покупка была своевременной и как-то поддержала художника.

Личные качества для меня не так важны. Художники, как правило, очень интеллигентные и увлеченные своим делом люди. С некоторыми авторами у меня сложились дружеские отношения, с некоторыми — просто деловые. Важно, чтобы человек был талантлив, чтобы его работы мне нравились.

BG: Кто из современных, ныне живущих художников вам наиболее близок?

В. П.: Все авторы, чьи работы мне посчастливилось приобрести для своей коллекции, по-своему мне симпатичны, я их очень уважаю. Дружеские отношения у меня сложились с Геннадием Бернадским и Олегом Теняевым. Я бы назвал их петербургскими художниками, хотя первый родился в Крыму, а второй сейчас разрывается между

Москвой и Петербургом. Очень ценю общение с семьей Пластовых.

BG: Как вы отличаете китч от настоящего актуального искусства?

В. П.: На взгляд, на вкус, на цвет... Китч — это немецкое слово. Переводится как «безвкусица и халтура». Наметанный взгляд всегда это видит.

BG: Может ли вообще конъюнктурное искусство представлять интерес для серьезных коллекционеров? Я говорю о таких художниках, как Никас Сафронов.

В. П.: У конъюнктурных художников, как правило, есть прекрасные работы. Такие работы интересны коллекционеру. Чем конъюнктурный художник отличается от творца неконъюнктурного? Тем, что он остро чувствует рынок и умеет зарабатывать. Вместе с тем таланта у него никто не отнимал.

BG: Но конъюнктурщики, на мой взгляд, пишут не только на потребу публики, но и по заказу политической и экономической элиты. Был в Советском Союзе художник Налбандян. Рисовал только Леонида Ильича...

В. П.: Не только. Он рисовал и Иосифа Виссарионовича, и Никиту Сергеевича, и на тюморты, и пейзажи. Заказы со стороны элиты не появляются на пустом месте. Талант первичен. Вот возьмите Александра Шилова. Наш современник, замечательный художник, портретист прекрасный. У него ведь действительно получаются одухотворенные портреты. А есть фотографические вещи, без души написанные. Я видел у него в музее несколько пейзажей — прекрасные работы. Почему он ими не занимается? Для кого-то он тоже конъюнктурный художник, но это никак не исключает признание его таланта.

BG: В век цифровых технологий появилось цифровое искусство. На ваш взгляд как коллекционера, оно инвестпригодно?

В. П.: Я готов согласиться с тем, что это искусство, но скорее это перформанс. Он бывает содержательным и глубоким, а бывает — как в фильме «О чем говорят мужчины»: вот стоит унитаз, и я не понимаю для чего он, для того чтобы им пользоваться, или это экспонат. Все-таки это не живопись. Я не возьмусь оценивать инвестиционную пригодность такого искусства, так как им не увлекаюсь.

BG: Культура и искусство — важные элементы в развитии нашей страны. А вы как организатор передвижных выставок, какие цели вы ставите перед собой?

В. П.: Когда я собрал достаточное количество серьезных работ, которые не просто нравились мне лично, но и высоко оценивались специалистами, у меня возник закономерный вопрос: а зачем ты все это собираешь-то? Чтобы как Гобсек чахнуть над сундуком золота?

Я родился в Салавате, небольшом городе в Башкирии. В детстве был лишен возможности посещать интересные выставки. Когда я задался вопросом о дальнейшей судьбе своей коллекции, я решил, что надо ее людям показывать. А где показывать? В Петербурге и Москве публика пресыщена. А в глубинке, на периферии, народ не избалован, выставки проводятся редко, и потребность в искусстве острая. Из этих соображений я повез свою коллекцию в регионы.

BG: Альтруизм практически?

В. П.: На выставках я никогда не зарабатываю. В лучшем случае затраты частично окупаются. Например, мы сделали две выставки в Екатеринбурге: одну — в Свердловском краеведческом музее, вторую — в Уральском центре развития дизайна. Наша дочерняя компания «Уральский центр систем безопасности» отмечала круглую дату. Мы оплатили стоимость аренды и сделали бесплатный вход для всех жителей — просто как подарок городу в честь юбилея компании. Выставка прошла при полных залах.

Аналогично мы организовали выставку в Уфе. Выставка получилась объемная и интересная. Для Уфы она стала событием. В открытии приняли участие представители республиканской и городской власти. Мы пригласили внука великого реалиста Аркадия Пластова (автор работы «Фашист пролетел») — художника Николая Пластова и его замечательную семью. Партнером по организации выставки была компания «Газпром трансгаз Уфа». Ее директор Шамиль Шарипов — творческий человек, увлекается живописью, пишет музыку. Выставка была посвящена 60-летию этой компании. Мы планировали выставку на месяц, но по окончании этого срока министр культуры Республики Башкортостан обратился с просьбой продлить ее еще на два. И мы с Шамилем Гусмановичем с удовольствием согласились.

BG: А из «коллег», из современных коллекционеров кого вы могли бы выделить?

В. П.: Одного, чья деятельность у меня вызывает восхищение. Это бизнесмен Алексей Ананьев, который в 2011 году открыл в Москве Институт русского реалистического искусства. В этом музейно-выставочном комплексе представлена уникальная частная коллекция картин русского реализма. В наши дни Ананьев самый продвинутый коллекционер, галерист и организатор выставочного процесса. Я бы сказал, что это современный Третьяков.

BG: Что вы посоветуете начинающим коллекционерам? Окупаются ли инвестиции в живопись? Существуют ли какие-то «грабли», на которые начинающие коллекционеры наступают? Как избежать этого?

В. П.: В самом начале надо осознать концепцию: что ты хочешь собирать и зачем тебе это надо. Когда концепция в голове сложится, ты уже не будешь разбрасываться. Я тоже сначала совершал ошибки. Какие-то из работ сейчас бы приобретать не стал. Для того чтобы заниматься коллекционированием живописи в инвестиционных целях, нужно быть очень состоятельным человеком, приобретать работы известных художников за сотни тысяч долларов для последующей перепродажи. Тогда это имеет инвестиционный смысл. Но я не для этого собираю. Я изначально решил собирать для себя, для собственного эстетического удовольствия. Пока что я только трачу и за все эти годы не продал ни одной работы из своей коллекции. ■

ПОУМНИЧАЙ МНЕ ТУТ

ПОКА РОССИЙСКИЕ ВУЗЫ КОНСТАТИРУЮТ ФОРМАЛИЗАЦИЮ ГОСПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ, БИТВЫ УЧЕНЫХ И ЛЕКЦИИ В БАРАХ ПРЕВРАТИЛИСЬ В ПОЛНОЦЕННЫЙ РЫНОК. ЕГО ИГРОКИ КОНКУРИРУЮТ ЗА ВНИМАНИЕ АУДИТОРИИ И ЗА СПОНСОРОВ ИЗ ЧИСЛА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ КОМПАНИЙ, КОТОРЫЕ АКТИВНО ИСПОЛЬЗУЮТ НАУЧПОП-ИВЕНТЫ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СВОЕГО БРЕНДА.

АЛЕКСАНДРА ЯХОНТОВА

В прошлом году из-за формальных недочетов в документах Рособнабзор запретила одному из ведущих российских негосударственных вузов, Европейскому университету в Санкт-Петербурге, обучать студентов. В ответ Европейский университет перестал обучать и начал просвещать: его преподаватели стали читать лекции в Новой Голландии и баре Black Books на улице Рубинштейна. Николай Вахтин, ректор вуза на тот момент, рассказывал, что владельцы бара напротив пытались переманить лекторов к себе: слушателей набиралось под завязку.

Почва для успеха этого формата была подготовлена давно. Тренд на лекции в барах в Петербурге начался лет пять назад, когда в речевой обиход горожан уже входило слово «бархопинг» и модно стало выпивать не впустую, а чувствуя свою принадлежность к интеллектуальной элите — в сочетании с посещением лекции известного ученого.

Речь о том, что организация научно-популярных мероприятий становится похожа на полноценный рынок, зашла в 2016 году на Всероссийском форуме популяризаторов науки. Одним из первых игроков была петербургская газета «Бумага», вынесшая на площадки российских баров придуманный в Германии формат science slam — короткие стендап-выступления ученых. К 2015 году та же команда вышла на рынок с фестивалем открытых лекций «Кампус», который теперь проходит дважды в год и включает лекции на новой сцене Александринского театра и в барах по всему городу.

У этих проектов разные модели монетизации: science slam отчасти зарабатывает на входных билетах, а идеология «Кампуса» подразумевает свободный вход для всех. Существенную часть прибыли дает продажа спонсорских пакетов. Являясь спонсором московского слэма стоит 500–600 тыс. рублей, петербургского — 400 тыс. рублей, а фестиваля «Кампус» — от 1 млн рублей. «Иногда мы делаем тематические события по запросу конкретного спонсора, в этом случае цена начинается от 1 млн рублей. Закрытое корпоративное мероприятие для сотрудников компании стоит от 200 тыс. рублей», — рассказывает директор отдела мероприятий газеты «Бумага» Михаил Тупикин.

Спонсорами научно-популярных мероприятий готовы выступать компании, бренду которых близки понятия технологичности и наукоемкости. «Yota поддерживает инициативы, связанные с экспериментами и технологиями, которые меняют будущее уже сейчас. Сотрудни-

чество с такими проектами помогает нам повысить узнаваемость среди целевой аудитории», — говорит пресс-секретарь Yota Екатерина Конькова. В компании регулярно проводят исследования и измеряют знание бренда среди аудитории поддерживаемых ею проектов. По словам Екатерины Коньковой, их цель — не только узнать, как повысилась узнаваемость, но и понять, как воспринимает бренд целевая аудитория после спонсируемых мероприятий. Во внимание берутся, в том числе, комментарии к публикациям и отклик в соцсетях по итогам проектов. Другая цель такой поддержки, по словам руководителя научно-исследовательского центра Bosch Уве Ибена, — поддержка молодых ученых, среди которых компания сможет найти себе партнеров или стажеров. «Популяризирующие науку мероприятия помогают нам позиционировать бренд Biosad как компании с сильным научным и инновационным потенциалом», — говорит вице-президент биофармацевтической компании по HR и корпоративному маркетингу Александра Глазкова. — Кроме того, такая активность созвучна с нашей стратегией корпоративной социальной ответственности».

КОНКУРЕНЦИЯ ON/OFF Спустя год после старта проекта в Петербурге science slam вышел на рынок Москвы, а сейчас присутствует в двадцати регионах. В столице «Бумага» экспериментировала и с научными лекциями. Прошедший в сентябре фестиваль Science Bar Hopping, состоящий из 32 лекций в 16 барах, собрал около 2 тыс. человек. «Наши прямые конкуренты — это не научпоп-ивенты, а бары и кинотеатры. Люди не выбирают, на какую бы лекцию им сходить, а выбирают, где провести вечер», — уверен Михаил Тупикин.

В мае этого года в России появился новый игрок — фестиваль Pint of Science, придуманный лондонскими учеными шесть лет назад. «Поскольку финансовые взаимоотношения между нами и глобальным брендом присутствуют, Pint of Science Russia можно условно назвать франшизой», — говорит директор фестиваля Ирина Моисеева. — Но проект был основан учеными и исследователями, проводится силами волонтеров и коммерческим пока не является, поэтому мы не описываем его в бизнес-терминах».

Дебютный Pint of Science Russia прошел в пяти городах, включая Петербург и Москву: 43 мероприятия в 16 барах, около 100 спикеров и 1,6 тыс. слушателей. Бюджет — около 500 тыс. рублей. «И лекторы, и хозяева площадок, и ор-

ганизаторы участвовали в фестивале на добровольных началах. Основные затраты — это расходы на производство, видеосъемку, рекламу в социальных сетях и комиссию билетного агента», — объясняет госпожа Моисеева. Привлекать коммерческих спонсоров организаторы не решились, так как не до конца понимали, что конкретно могут им предложить, удастся ли собрать спикеров и аудиторию и каковы будут затраты. Однако в следующий раз за счет спонсоров Pint of Science планирует увеличить бюджет и повысить качество организации фестиваля. Придется конкурировать с другими научпоп-проектами, предполагает Ирина Моисеева, и чтобы получить преимущество перед бесплатными мероприятиями компания планирует более активную рекламу и повышение качества контента. Вместо того, чтобы идти на лекцию в бар, можно посмотреть ее запись в сети, добавляет госпожа Моисеева, поэтому для проекта важно найти свою аудиторию. «Любой рынок идет в направлении узкой сегментации, формирования кастомизированного предложения, и рынок научно-популярных ивентов — не исключение», — уверена она.

ДЕЛУ — ДЕНЬГИ «Все партнеры фестиваля работали на драйве и с интересом, но некоммерческая форма сотрудничества повлекла ограничения в виде накладок по менеджменту, рекламным возможностям и региональному охвату», — разбирает плюсы и минусы волонтерского сотрудничества директор «Пинты».

Для многих научпоп-проектов «коммерциализация» — это слово с негативным оттенком, замечает Михаил Тупикин. «Мы подходим к этому как бизнесу — проверяем каналы, тестируем гипотезы, занимаемся пиаром и маркетингом. Мы знаем, сколько регистраций на мероприятие конвертируются в билеты, какой должна быть цена за вход, как оформлять онлайн-ресурсы и готовить контент», — добавляет он. — Идеологически многие работают под девизом „знания должны быть бесплатными“. Мы с этим не спорим, но профессиональная работа — будь то работа организатора, лектора или видеооператора — должна оплачиваться. Только так можно добиться высокого качества».

По мнению директора отдела мероприятий «Бумаги», расчет на то, что продукт сам себя продаст, — основная проблема начинающих организаторов. «Нет: люди придут, только если вы способны донести до них информацию про свои проекты», — резюмирует он. ■

ПРИБЫЛЬ В ПОЛЬЗУ ОБЩЕСТВА

СОЦИАЛЬНЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВОМ В РОССИИ ЗАНИМАЕТСЯ 1% БИЗНЕСМЕНОВ. ЧАСТО ИМ НЕ ХВАТАЕТ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ ДЕЛ, ПОЭТОМУ КРУПНЫЕ ФИРМЫ ВКЛАДЫВАЮТСЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ОТДЕЛЬНЫХ ЭНТУЗИАСТОВ. ВЛАДА ГАСНИКОВА

В России юридически не существует социального предпринимательства (СП), федеральный закон относительно него рассматривают в Госдуме и обещают принять до конца 2018 года. Руководитель проекта по поддержке социальных предпринимателей «Больше, чем покупка!» Лена Карин определяет СП как вид экобизнеса, в задачи которого входит не столько получение прибыли, сколько возможность тратить прибыль на решение проблем общества: актуальные, сложные, часто малозаметные окружающим и даже государству. «Это может быть создание рабочих мест для социально незащищенных людей на обычных предприятиях, обустройство исторических предприятий для сохранения культурного богатства, создание компаний с благотворительным уклоном и другие варианты. Но всех их объединяет одно: прибыль должна решать социальную проблему, чтобы не ждать милости или пожертвований», — объясняет она.

Руководитель направления по корпоративной социальной ответственности Объединенной металлургической компании (ОМК) Ольга Миронова называет еще два признака социального предпринимательства. Это тиражируемость и новизна подхода к решению проблем — поскольку старые способы, обычно предлагаемые государством, не работают.

Евгения Телицына, исполнительный директор фонда поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам», призывает не сравнивать классический бизнес и СП. «Социальный предприниматель измеряет свой успех социальными изменениями, решением проблемы своей целевой аудитории, а не деньгами. Он реинвестирует всю прибыль в расширение и углубление своей работы», — подчеркивает она.

СТАТИСТИКА ДОБРЫХ ДЕЛ В России этот тип бизнеса развит слабо. В 2016 году в рейтинге лучших стран для деятельности социальных предпринимателей, подготовленном агентством Thomson Reuters в кооперации с Deutsche Bank, UnLtd и The Global Social Entrepreneurship Network, Россия занимала 31-е место, находясь между Египтом и Пакистаном. Основными критериями исследования были поддержка правительства, квалифицированный персонал, понимание общества, возможность заработка на жизнь и доступ к инвестициям.

По данным Агентства стратегических инициатив, на 2017 год социальным предпринимательством в России занимается около 1% компаний. В Западной Европе этот показатель достигает 25%. «В Англии 70 тыс. социальных предприятий, в работу которых вовлечен 1 млн человек, а годовой оборот составляет 100 млрд фунтов. В США 140 тыс. социальных организаций и предприятий, в них работает 9,4 млн человек и на них приходится 8,3% обще-



СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ПРИНИМАЕТ РАЗНЫЕ ФОРМЫ: ЭТО И ВОССТАНОВЛЕНИЕ СВОИМИ СИЛАМИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ, И СОЗДАНИЕ РАБОЧИХ МЕСТ ДЛЯ СОЦИАЛЬНО НЕЗАЩИЩЕННЫХ ЛЮДЕЙ

го фонда заработной платы в стране», — рассказывает Евгения Телицына.

ПОМОЩЬ СЛОВОМ И МОНЕТОЙ В России есть успешные бизнесмены в этой сфере, чаще всего — с опытом работы в некоммерческих организациях. Однако, говорит преподаватель Института бизнеса и делового администрирования РАНХиГС Анна Рудакова, им не хватает профессионализма в ведении дел. «В нашем обществе к социальному предпринимательству относятся с осторожностью: многие сравнивают его с благотворительностью и не понимают, зачем за это платить деньги. Отсутствие поддержки, активных преференций и льгот не стимулирует профессиональных предпринимателей тиражировать и продвигать социальный бизнес в нашей стране», — замечает она.

Обычно СП регистрируют два юрлица: ООО или ИП, чтобы оказывать платные услуги и участвовать в тендерах, и некоммерческую организацию, чтобы собирать пожертвования, претендовать на гранты и государственную поддержку на местном уровне. Например, в Петербурге в 2018 году действует программа «Поддержка социального предпринимательства», по которой компании могут возместить до 50% расходов на аренду помещения и покупку оборудования, максимально — 500 тыс. рублей.

Свои программы поддержки социальных проектов есть у российских представительств международных фирм, например, у Danone, Unilever, входящего в группу Societe Generale Росбанка, и у российских ОМК, ЛУКОЙЛа, «Северстали», «Норникеля». Часто это программы обучения для социальных предпринимателей, которые познают, как вести бизнес, под руководством наставников. Благотворительный фонд компании Amway «В ответе

за будущее» поддерживает образовательную программу «Мама-предприниматель», предоставляя бесплатное обучение женщинам в декретном отпуске. Компания Cartier проводит ежегодный конкурс для женщин-предпринимателей, возглавляющих стартапы с социально ответственным подходом к ведению бизнеса, победители получают финансовую поддержку проектов.

Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» президента ЛУКОЙЛа Вагита Алекперова занимается развитием социального предпринимательства в России с 2007 года. Он помогает бизнесменам финансово, консультирует, обучает и помогает со сбытом продукции — на 507 заправках ЛУКОЙЛа по всей стране продают изделия 50 социальных предпринимателей. По опыту директора фонда «Наше будущее» Наталии Зверевой, не безвозмездные гранты, а займы являются двигателем социального бизнеса. Поэтому организация ежегодно проводит конкурс «Социальный предприниматель»: за одиннадцать лет 228 его победителей получили 556,4 млн рублей беспроцентных займов.

У центра поддержки социальных инициатив Impact Hub Moscow действует программа Ready to Start, которая помогает создать собственный бизнес людям старше 50 лет. «У нас есть кураторы, которые помогают социальным предпринимателям вырабатывать привычку ежедневно ставить цели, проверять гипотезы. Помимо образовательных программ по общим бизнес-компетенциям и консультаций экспертов, начинающим социальным предпринимателям нужна поддержка сообщества таких же, как они — по-хорошему сумасшедших энтузиастов своего дела», — рассказывает генеральный директор Impact Hub Moscow Екатерина Халецкая.

ХОРОШИЕ ЛЮДЯМ Несмотря на то, что в России СП практикуют малая доля компаний, у нас много интересных примеров экономически устойчивых бизнесов. Резидент «Сколково» компания «Моторика» изготавливает инновационные функциональные протезы. «Эти протезы помогают детям с травмами рук почувствовать себя киборгами, супергероями, не обделенными, а наделенными новыми способностями. И дети могут получить их за счет государства», — говорит Юлия Уракчеева, соосновательница агентства Sova Communications, которое занимается информационным сопровождением социальных проектов.

После аварии предприниматель Роман Аранин оказался в инвалидном кресле. Он основал в Калининграде компанию «Обсервер». Она производит коляски-вездеходы, которые позволяют подниматься по лестницам, и коляски, которыми человек управляет за счет давления подбородка и дыхания.

Наталия Зверева вспоминает проект «Коломенская пастила», который поддерживал ее фонд. «Наталия Никитина возродила рецепт пастилы, утерянный на столетия, и открыла в Коломне Музей исчезнувшего вкуса. Постепенно он преобразил весь город: в нем открылась „Калачная“, где готовят калачи по старинному рецепту в специальной печи, магазин мыла, в котором посетители словно переносятся в XIX век», — перечисляет госпожа Зверева. — Затея Наталии сделала Коломну привлекательной для туристов из России и зарубежья, и турпоток в город вырос в несколько раз».

Петербургская сеть «Спасибо!» — это первые в России благотворительные магазины. Горожане бесплатно отдают в них ненужную им ношеную одежду, часть которой передают в социальные центры и благотворительные организации, поддерживающие нуждающихся. Оставшуюся часть продают в магазинах, как в секонд-хендах. Свою прибыль «Спасибо!» переводит партнерским благотворительным организациям — например, в «Ночлежку», которая помогает бездомным людям, и «АдВиту», которая обеспечивает лечением онкобольных.

Московская компания «Слон-строй» производит тротуарную плитку, перерабатывая пластиковые пакеты. В Благовещенске работает кабинет слепого массажа «Рада» — вместе с мамой его открыла Рада Фаттахова по программе поддержки социального предпринимательства Благовещенского арматурного завода. В пермском городе Чусовой Ирина Сердитых открыла дом детской одежды «Ирис». Она берет на работу женщин, освободившихся из заключения, которые там научились шить, а люди с ограниченными возможностями здоровья занимаются на предприятии маркировкой и фасовкой. В образование социальных предпринимателей вкладывается ОМК в тех городах, где есть ее металлургические заводы. ■

В своем стремлении все успеть и объять необъятное современный человек теряет контроль над правильным режимом питания. А это влечет за собой накопление токсинов в организме, ухудшение внешнего вида, снижение качества жизни. И тогда на помощь приходят специально созданные программы грамотного очищения организма, позволяющие произвести его «перезагрузку» и настроить жизнедеятельность на правильный лад. Недавно карельскую клинику «Кивач» с целью оздоровления посетил известный российский актер и шоумен Леонид Барац со своей женой Анной Моисеевой. Леонид и Анна рассказали нам о детокс-программе, приятном бонусе и достигнутом результате.

ЛЕОНИД БАРАЦ:

«КИВАЧ» – ЭТО ЗАМЕЧАТЕЛЬНО!»



— Вам кто-то посоветовал клинику «Кивач»?

Леонид: О «Киваче» в Одессе узнали. Вот откуда дошла популярность клиники! Слава идет по всей земле (улыбается). Знакомая посоветовала сюда поехать.

Анна: Когда я начала рассказывать о том, что еду в Карелию, в «Кивач», оказалось, что многие здесь бывали, другие заинтересовались, почему еду именно сюда. Очень много вопросов: что здесь? Как здесь? Как сюда попасть? Какая здесь

программа? Я сама очень люблю всякие оздоровительные мероприятия и санатории, поэтому в принципе всегда стараюсь быть в курсе.

— Что главное выделили для себя во время нахождения в клинике?

Анна: Очень насыщенный график в течение дня. Это максимальный плюс. Потому что у тебя нет времени даже думать о голоде, когда находишься на программе детокс.

— Какой результат получили?

Анна: Я ехала сюда в первую очередь за оздоровлением, за детоксом. И я в абсолютнейшем восторге! А тут еще получилось потерять несколько килограммов — это приятный бонус. Я в восторге. Леша это видит.

Леонид: Результат я ощутил. Дело в том, что я только вчера в клинику приехал, я давно не видел Аню. И все мои чувства мне подсказали, что у Ани все меньше, чем было раньше (улыбается).

— Что можете сказать о клинике в двух словах?

Леонид: «Кивач» — это замечательно! Приезжайте в Карелию.



ГЛАВНЫЕ
ПРЕИМУЩЕСТВА:



ДЕТОКС



ДИАГНОСТИКА
CHECK UP****



ANTI AGE**



ПЛАСТИЧЕСКАЯ
ХИРУРГИЯ



КОСМЕТОЛОГИЯ



На протяжении 20 лет клиника занимается очищением организма (детоксом) по специально разработанным программам, она специализируется на интегративной медицине и была признана «Лучшей Detox*** и Anti Age** клиникой» (премия Aurora Beauty & Health European Awards 2014). Здесь применяются передовые подходы к диагностике и лечению, включая вегеторезонансное тестирование, гемосканирование, спектральную фототерапию, квантовую эндовазальную терапию, лимфотропную терапию.

* Клиника «Кивач». Лауреат в номинации «Лучшая Detox*** клиника», «Лучшая Anti Age** клиника». Премия Aurora Beauty & Health European Awards. **Антивозрастная.

Детокс. *Обследование. Услуги по профилю «Пластическая хирургия» предоставляются ООО «Кивач Эстетик плюс».

Не является публичной офертой. Реклама. Лицензия ЛО-10-01-001090 от 15 декабря 2016 г.

Клиника «Кивач»:
186202, Республика Карелия,
Кондопожский р-н, с. Кончезеро
8 (800) 100-80-30

www.kivach.ru



/kivachclinic

АНДРЕЙ ГРИГОРЬЕВ-АППОЛОНОВ:

«ЗДЕСЬ НЕОБХОДИМО ПОБЫВАТЬ ХОТЯ БЫ РАЗ. А ДАЛЬШЕ УЖЕ — ПОВЕДЕТЕСЬ И ЗАПАДЕТЕ!»

— Андрей, расскажите, откуда вы узнали про клинику «Кивач»?

— У меня огромное количество друзей, и среди них очень много кто побывал здесь. Кто-то приезжает уже третий или пятый раз. Один друг выдержал здесь 4 дня на жесткой диете, сбежал, но на следующий год вернулся и две недели здесь провел. Вышел счастливым и похудевшим килограммов на 7-8. Короче, влюбился! Есть сразу влюбленность в «Кивач», как у меня, я, прям, наслаждаюсь, либо постепенно-постепенно...

— А вас что в «Кивач» привело?

— Я могу честно сказать, что жизнь популярного артиста непростая. Эти все движения, тусовки и, конечно же, алкоголь, а самое главное — нервяк. У меня было энергетическое истощение перед тем, как я сюда приехал. Я понимал, что ни в Москве, ни в Подмоскowie не отдохну, потому что можно сбежать и зажечь где-нибудь в ночи. Поэтому я осознанно выбрал «Кивач». И не жалею об этом, потому что все супер! Здесь работают профессионалы своего дела.

Современный рабочий график артиста не дает возможности надолго исчезать из самой гущи событий. Поэтому многие представители шоу-бизнеса предпочитают и отдохнуть, и заняться своим здоровьем. Это осуществимо, если довериться команде высококлассных специалистов. Солоист группы «Иванушки International» Андрей Григорьев-Апполонов поделился впечатлениями о карельской клинике «Кивач», где восстанавливал свои физические и эмоциональные силы после напряженных трудовых будней.

У всех большой стаж, все специалисты. Тебя здесь принимают как родного и все тебе расскажут, и все покажут. Все делают так, чтобы тебе было комфортно.

— Это правда, что в «Киваче» программы построены на основе лечебного голодания?

— Здесь есть разные курсы (смеется), вы можете приехать и реально голодать на воде и отварах, если у вас есть лишний вес, а можете выбрать диету полегче. Например, я не голодал. Я первые два дня сидел на жиденьких супчиках 5 раз в день — морковном, брокколи. И после пары дней, которые я провел с этими супами, я сказал: «Товарищи, мне худеть много не надо, дайте мне раздельное питание!» Врач назначил мне подходя-

щий вариант диеты. То есть в «Киваче» вы можете выбрать разные варианты диеты, которые подойдут именно вам, прежде всего для «головы» и для собственного здоровья.

— Неужели ни разу не возникло желания пойти и немедленно что-нибудь съесть?

— Я вчера даже не доел ужин, потому что наелся! Последние три дня здесь на раздельном питании, а результат уже ощутил — похудел на 3 кг за 5 дней. Раздельное питание — это полезная штука!

— Что для вас «Кивач»?

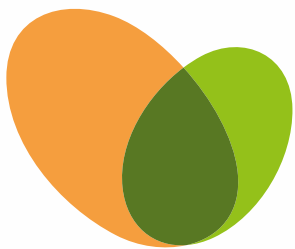
— «Кивач» — это начало твоего здорового образа жизни. Из клиники ты приезжаешь домой с легким талмудом, где тебе еще на ближайший месяц пропи-



сана диета и рекомендации — что надо, что не надо. И если ты реально решил изменить свой жизненный стиль или серьезно похудеть, то следуй предписаниям «Кивача», направляющим тебя на правильный образ жизни. Это подходит даже для графика артиста, когда концерт в четыре утра заканчивается, а потом туса до шести. Здесь именно то, что надо!

— Будете рекомендовать клинику своим друзьям и знакомым?

— Я не то что рекомендую, я просто говорю, что здесь необходимо побывать хотя бы раз. А дальше уже — поведетесь и западете!



СКАНДИНАВИЯ

клиника внимательной медицины



ВИДИМ, ЧТО ВАС БЕСПОКОИТ

avaclinic.ru | тел.: 600-78-17



scandinaviaclinik



avaclinic



scandinaviya

ЛИЦЕНЗИЯ № ЛО-78-01-008941 ОТ 26.06.2018 Г. РЕКЛАМА.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, НЕОБХОДИМО
ПОЛУЧИТЬ КОНСУЛЬТАЦИЮ СПЕЦИАЛИСТА