

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЭКОНОМИКА РЕГИОНА

КОНГРЕССНЫЕ ПРИЧИНЫ
И СЛЕДСТВИЯ / 21
НАВЯЗАННАЯ
ИНВЕСТИЦИЯ / 24
БАНКИ В ПОГОНЕ
ЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ / 34

Среда, 20 ноября 2019 №213

(№6693 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

ПАРТНЕР ВЫПУСКА



РЕКЛАМА



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЭКОНОМИКА РЕГИОНА»

ОБЕЩАНИЯ
ДЛЯ ИНВЕСТОРА

Администрация города заявила, что подготовила инвесторам несколько участков для реализации проектов новых конгрессно-выставочных центров. Земли под будущее строительство расположены в Курортном, Кронштадтском и Красногвардейском районах города. Пока желающие в очередь не выстраиваются, но город заявляет о готовности обсуждать возможность реализации проектов в рамках государственно-частного партнерства или иных схем, предусмотренных законодательством.

Ситуация с конгрессными центрами в Петербурге двоякая: с одной стороны, их достаточно — один только «Экспофорум» охватывает все крупные мероприятия, вроде бы острой необходимости в новых аналогичных центрах нет. Но с другой — новые площадки городу бы не помешали. Ведь, как говорят специалисты, в данном случае не спрос рождает предложение, а, наоборот, наличие предложения способно породить спрос. Чем больше в городе будет удобных площадок для проведения конгрессов и форумов, тем больше будет желающих организовать их именно в Петербурге.

Но у данных проектов есть серьезный минус — достаточно длительные сроки окупаемости. По крайней мере, другим сегментам коммерческой недвижимости конгрессные центры проигрывают. Сегодня проекты масштаба «Экспофорума» под силу только монополистам вроде «Газпрома». Поэтому чиновникам придется либо ждать, когда рынок насытится складами, торговыми и офисными центрами и инвестор сам обратит внимание на менее маржинальные сегменты, либо все-таки действительно прорабатывать документацию для создания ГЧП или иной схемы, способной заинтересовать частный капитал.

Но это далеко не простая работа, требующая и постоянных консультаций с бизнесом, и наличия специалистов, досконально владеющих вопросом. Есть ли такие специалисты в Смольном — большой вопрос. Дело в том, что проекты по строительству конгрессно-выставочных комплексов в каждом районе города администрация города анонсировала еще семь лет назад, но с тех пор подвижек в этом вопросе не наблюдается.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

НЕРАВНОМЕРНОЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ВЛАСТИ
ПЕТЕРБУРГА ПЫТАЮТСЯ ВЫСТРАИВАТЬ ПРОМЫШЛЕННУЮ ПОЛИТИ-
КУ ГОРОДА В СООТВЕТСТВИИ С МИРОВЫМИ ТРЕНДАМИ, ЗАЯВЛЯЯ
О ТОМ, ЧТОБЫ ДЕЛАТЬ ОТРАСЛИ «УМНЫМИ», ВЫСОКОПРОИЗВО-
ДИТЕЛЬНЫМИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫМИ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ
РЫНКАХ. ЭТИ ЗАДАЧИ УСЛОЖНЯЮТСЯ ЗА СЧЕТ БОЛЬШОГО КОЛИЧЕ-
СТВА ОБОРОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ЗАЧАСТУЮ ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ЕЩЕ
СОВЕТСКУЮ МАТЕРИАЛЬНУЮ БАЗУ И ПОДХОД, НЕСОВЕРШЕНСТВА
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ТОЙ ИЛИ И ИНОЙ СФЕРЕ, А ТАКЖЕ ОБЩЕЙ
НЕБЛАГОПРИЯТНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ. ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

В ряде отраслей промышленности властям и компаниям удастся найти такие точки взаимодействия, которые позволят как улучшить показатели бизнеса, так и повысить отдачу для города, но в целом механизм взаимодействия пока остается несовершенным.

«УМНАЯ» ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В начале июня правительство Петербурга, компания «Газпром нефть», университеты ИТМО, ЛЭТИ и Политех подписали меморандум о сотрудничестве, который предусматривает совместную деятельность по объединению разработок в области искусственного интеллекта. Предполагается, что деятельность научно-образовательного центра «Искусственный интеллект в промышленности» будет сконцентрирована на исследованиях и разработках, способных внести ощутимый вклад в развитие цифровой экономики и реального сектора российской промышленности, а также на подготовку кадров для решения технологических задач.

«Мы объединяем усилия в создании научно-образовательного центра мирового уровня. Он появится именно в Петербурге, потому что у нашего города колоссальный научный, образовательный, промышленный и кадровый потенциал. Создание этого центра позволит нам совершить настоящий прорыв в развитии „умной“ экономики, решить непростые задачи, стоящие сегодня перед нашей страной», — отмечал тогда еще врио губернатора Александр Беглов.

Следуя тренду на новые требования к экономике и промышленности, Смольный провел и реорганизацию своих ведомств: с 1 августа 2019 года в системе исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга начал работу новый комитет — по промышленной политике, инновациям и торговле. В новую структуру вошли комитет по промышленной политике и инновациям и комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка, а возглавил вновь образованное подразделение Юрий Калабин, до 2019 года занимавший пост генерального директора «дочки» ОАО «Российские железные дороги» — АО «КРП-инвест».

«Экономика изменилась, и разделение предприятий на малые, средние и большие стало крайне условным, эта грани-



ВИЦЕ-ГУБЕРНАТОР ПЕТЕРБУРГА ЕВГЕНИЙ ЕЛИН ОТМЕЧАЕТ, ЧТО РАЗДЕЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МАЛЫЕ, СРЕДНИЕ И БОЛЬШИЕ СТАЛО КРАЙНЕ УСЛОВНЫМ — И ЗНАЧИТ, ЧИНОВНИКАМ НАДО ПЕРЕСТРАИВАТЬ СВОЮ РАБОТУ

ца практически стирается. Сегодня есть предприятия новой экономики, традиционной экономики, есть потребительский рынок и самозанятые», — уточнял причины реорганизации вице-губернатор Петербурге Евгений Елин.

Перед новым комитетом поставлены задачи стимулировать развитие промышленного

производства и работать над усилением роли самозанятых и потребительского рынка в городской экономике. При этом объединение комитетов должно оптимизировать расходы на содержание и повысить эффективность работы, но пока делать оценки преждевременно: на текущий момент структура работает менее двух месяцев.

БИЗНЕС И ВЛАСТЬ

ПРЯМАЯ ПОДДЕРЖКА Одним из инструментов поддержки экономики городскими властями является Фонд развития промышленности Петербурга — некий аналог сходной федеральной структуры, который предоставляет бизнесу займы для реализации их проектов.

Так, в апреле 2019 года наблюдательный совет фонда одобрил заем для АО «Диаконт» в размере 34 млн рублей сроком на пять лет под 3% годовых на первые три года и 5% годовых на оставшийся срок. Средства предназначены для закупки технологического оборудования, с помощью которого предприятие организует серийное производство специальных телевизионных камер, обеспечивающих дистанционный контроль в условиях высокого ионизирующего и температурного воздействия на объектах атомной энергетики: атомных электростанциях, заводах по переработке отработанного ядерного топлива, исследовательских институтах. Предполагается, что реализация проекта позволит создать 40 высокопроизводительных рабочих мест и обеспечить около 78 млн рублей налоговых поступлений в бюджет. Продукция компании поставляется в 23 страны.

В августе фонд принял решение о поддержке еще двух промышленных проектов: ОАО «Завод Магнетон» и АО «Научно-исследовательский институт точной механики» (НИИ ТМ).

В частности, «Магнетону» был одобрен заем на 50 млн рублей для переоснащения механообрабатывающего производства и производства ферритов. Средства выданы, как и «Диаконту», по следующей схеме: под 3% годовых на первые три года, еще на два года — под 5% годовых. Предполагается, что приобретение нового оборудования позволит наладить массовый выпуск гражданской продукции, такой как катушки индуктивности, дроссели, фильтры, делители и сумматоры мощности и другие позиции по программе импортозамещения. Реализация проекта должна создать 15 высокопроизводительных рабочих мест и пополнить бюджет примерно на 28 млн рублей.

НИИ ТМ с привлечением 47 млн рублей займа фонда закупит оборудование для высокопроизводительной линии автоматизированной сборки радиоэлектронной аппаратуры. Новые мощности позволят наладить серийный выпуск комплексной системы обеспечения безопасности и автоматизированного управления движением поездов метрополитена, а также автоматизированной системы управления наружным освещением. В настоящее время среди заказчиков НИИ ТМ — петербургский, нижегородский и казанский метрополитены, продукция востребована в метро Москвы, Ташкента и Минска. В самой компании рассчитывают на экспортный потенциал продукции, которая будет запущена в производство в рамках нового проекта. Заем выдан институту на три года под 3% годовых. Общая сумма налоговых поступлений в бюджеты всех уровней должна составить более 51 млн рублей, непосредственно в казну Петербурга — около 18 млн рублей.

ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ Руководитель отдела поддержки доступа на рынок фармацевтической компании «Биокад» Валентин Додонов отмечает, что компания активно взаимодействует с прави-

тельством Петербурга, многие вопросы решаются в режиме диалога. «Мы реализуем крупные инфраструктурные проекты в регионе, и часто возникают технические вопросы, приходится обращаться в профильные комитеты. Благодаря выстроенному взаимодействию удается быстро и эффективно разбираться в возникающих ситуациях», — говорит он.

Господин Додонов подчеркивает, что среди мер поддержки властями города — налоговые преференции в качестве резидента особой экономической зоны (ОЭЗ) Петербурга и в рамках реализации специального инвестиционного контракта (СПИК). Кроме того, в рамках стратегического инвестиционного партнерства «Биокаду» на льготных условиях были предоставлены земельные участки под строительство новых производственных мощностей в Пушкине.

«Диалог (с властями. — **BG**) должен быть открытым, нормотворческие инициативы должны обсуждаться с бизнесом и профильными ассоциациями. Это будет способствовать развитию бизнеса и инвестиционного климата. Есть удачные практики во многих регионах, их нужно анализировать и экстраполировать на другие субъекты. Например, сейчас в Москве активно входит в практику инвестиционный инструмент — офсетный контракт», — добавляет представитель «Биокада».

В пивоваренной компании «Балтика» считают, что в настоящее время эффективное взаимодействие и диалог между бизнесом и властью в Петербурге сведены к минимуму. Взаимодействие бизнеса и власти должно развиваться и быть направленным на решение не только экономических, но и социальных задач, говорят в компании. К такому взаимодействию может относиться поддержка интересов предпринимателей в законодательных органах, общественная экспертиза законопроектов и решений, создание общественных советов при органах власти.

В идеале должна сложиться практика, когда стратегия развития Петербурга учитывает и долгосрочные планы бизнеса — не только государственных корпораций, но и инвесторов в том числе. И вместе с тем стратегия развития отдельной компании учитывает цели и задачи, которые ставит перед собой правительство города. На сегодняшний день такого механизма нет. Бизнес формирует среднесрочные и краткосрочные инвестиционные и операционные планы, опираясь на собственную аналитику и экономические показатели. «Такие планы имеют высокую степень прозрачности, особенно в России, так как слишком велика непредсказуемость законодательного регулирования. Можно предусмотреть любые экономические тренды, колебания валют и действия конкурентов на рынке, но крайне сложно предсказать в среднесрочной перспективе трех-пяти лет изменения регулирования в отдельном регионе», — говорят в «Балтике». Одним из действенных механизмов поддержки местных властей была бы, например, возможность для компании использования инвестиционного налогового вычета, но в нынешней версии соответствующего постановления городского правительства такая возможность отсутствует, при этом ежегодно «Балтика» вкладывает сотни миллионов рублей в модернизацию своего предприятия в Петербурге, добавляют в компании. ■

ТРАДИЦИОННЫЙ РОСТ

ПО ИТОГАМ ДЕВЯТИ МЕСЯЦЕВ ТЕКУЩЕГО ГОДА ИНДЕКС ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА (ИПП) В ПЕТЕРБУРГЕ ВЫРОС НА 4,7% ПО СРАВНЕНИЮ С АНАЛОГИЧНЫМ ПЕРИОДОМ ПРОШЛОГО ГОДА. ПРИ ЭТОМ ПОКАЗАТЕЛЬ РОС, ДАЖЕ НЕСМОТРЯ НА ЛЕТНИЕ МЕСЯЦЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕСЯ СНИЖЕНИЕМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ. СРЕДИ ЛИДЕРОВ РОСТА ТРАДИЦИОННО ПРЕОБЛАДАЮТ ОБРАБАТЫВАЮЩИЕ ПРОИЗВОДСТВА, В ТОМ ЧИСЛЕ АВТОПРОМ, СУДОСТРОЕНИЕ И ФАРМАЦЕВТИКА. ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

ИПП в автопроме Петербурга за девять месяцев продемонстрировал рост 3,3%, а сама отрасль отметилась заключением еще одного специального инвестиционного контракта (СПИК) и запуском в производство новых моделей.

3 июля текущего года Минпромторг РФ подписал СПИКи с рядом автопроизводителей, в том числе японской Toyota, мощность которой расположена в Петербурге. «Россия благодаря своему значительному промышленному потенциалу играет ключевую роль в глобальной стратегии Toyota. Принимая решение об инвестициях в производство, мы всегда исходим из долгосрочной перспективы развития... Мы будем продолжать увеличивать локализацию производства в России, реализовывать программы развития локальных поставщиков и, в конечном счете, радовать наших клиентов продуктом высокого качества», — отмечал в связи с этим президент ООО «Тойота Мотор» (российское подразделение концерна. — **BG**) Сюдзи Суга.

В общей сложности японский автопроизводитель планирует вложить в развитие производства в РФ около 20 млрд рублей в течение 10 лет, а в октябре петербургский завод компании начал производство нового поколения кроссовера RAV4, созданного на глобальной платформе TNGA.

Другая японская компания с мощностями в Петербурге — Nissan — также будет работать в рамках СПИКа, но заключенного Минпромторгом РФ с «АвтоВАЗом» в конце прошлого года: к реализации контракта привлечен альянс Renault — Nissan — Mitsubishi. «АвтоВАЗ» совместно с альянсом планируют локализацию глобальных автомобильных платформ, производство двигателей, включая газомоторный вариант, а также бесступенчатой коробки передач. В феврале текущего года завод Nissan начал серийную сборку обновленного кроссовера Qashqai в Петербурге.

ООО «Хендэ Виа Рус» (подразделение корейского Hyundai. — **BG**) планирует вложить 12,7 млрд рублей в строительство завода двигателей для автомобилей в Петербурге. «Мы планируем открыть завод с производственной мощностью 330 тыс.

двигателей в год, который будет функционировать в три смены. Объем производства планируем на уровне 233 тыс. двигателей в год, из которых более 20% будет поставляться на экспорт. Старт массового производства запланирован на октябрь 2021 года», — отмечал в начале октября генеральный директор компании О Сингхун.

Сейчас корейский концерн обсуждает возможность заключения СПИКа по этому направлению. В декабре 2018 года еще одна структура Hyundai — ООО «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» (ХММР, завод Hyundai в Петербурге), — уже заключила СПИК с правительством Петербурга и Минпромторгом РФ, общий объем инвестиций в его рамках может превысить 35 млрд рублей.

СУДОСТРОЕНИЕ ИПП других транспортных средств, включая различные суда, с начала года вырос сразу на 16,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, при этом в судостроительной отрасли фиксируется устойчивый тренд на гражданское судостроение, в частности — для рыбной промышленности.

Адмиралтейские верфи в январе 2019 года заложили головной морозильный рыболовный траулер проекта СТ-192 для ООО «Русская рыбопромышленная компания» (РРПК). Длина траулера проекта СТ-192 составляет 108,2 м, ширина — 21 м, водоизмещение — 11,873 тыс. тонн, дедвейт — 5,332 тыс. тонн. Закладка состоялась в рамках заключенного в октябре 2017 года между АО «Объединенная судостроительная корпорация» (куда входят Адмиралтейские верфи. — **BG**) и РРПК контракта на строительство шести рыболовецких траулеров за 37 млрд рублей.

Второй траулер для РРПК был заложен в апреле, третий — в сентябре 2019 года. Закладка третьего траулера намечена на июнь, четвертого (начало резки металла для него запланировано на декабрь текущего года. — **BG**) — на август следующего года. Первые два судна планируется сдать РРПК в 2021 году, шестое — в 2023 году. При этом контракт компании с Адмиралтейскими верфями предполагает опцион на строительство еще четырех судов. → 16

15 → Другой петербургский судозавод — Северная верфь, — последние годы специализировавшийся на строительстве военного флота, также осваивает нишу гражданского судостроения. В январе текущего года судозавод заложил для ООО «Вирма» (входит в группу компаний «Карельский рыболовный флот» — **ВГ**) уже второй ярусолов-процессор проекта МТ1112XL. Ярусолов имеет водоизмещение около 2 тыс. тонн, длину 58,6 м и ширину 13 м и предназначен для высокотехнологичного способа лова рыбы с автоматизированными линиями установки и выборки ярусов. Всего Северная верфь планирует построить для «Вирмы» три судна проекта. Первое было заложено в июле 2018 года, закладка третьего состоялась в марте 2019 года.

Кроме того, Северная верфь строит траулеры проекта 170701 для группы «Норебо». Суда проекта предполагают капсулообразное строение корпуса, их длина составляет около 80 м, валовая вместимость — около 3,5 тыс. тонн. Траулеры будут оборудованы рыбообрабатывающими фабриками, позволяющими производить филе трески и пикши в объеме более 21 тонн продукции, а также не менее 7 тонн рыбной муки в сутки.

Первый траулер для «Норебо» был заложен на верфи в ноябре прошлого года, второй — в марте 2019 года, третий — в июле текущего года. В общей сложности на судозаводе предполагается строительство 14 судов для рыбодобывающих компаний: четырех ярусоловов-процессоров (трех — для «Вирмы», одного — для компании «Глобус») и десяти траулеров-процессоров для группы «Норебо».

ФАРМАЦЕВТИКА И МЕДИЦИНСКИЕ ИЗДЕЛИЯ Высокотехнологичный сектор экономики Петербурга по итогам восьми месяцев охарактеризовался ростом ИПП лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях, на 7,8%. Среди тенденций — работа не только на внутренний, но и на внешние рынки.



ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ «ГЕРОФАРМ» И ESPROMED BIO (ВЕНЕСУЭЛА) В ИЮНЕ ТЕКУЩЕГО ГОДА ПОДПИСАЛИ СОГЛАШЕНИЕ, ПРЕДПОЛАГАЮЩЕЕ НАЛАЖИВАНИЕ ПОСТАВОК ИНСУЛИНА В ВЕНЕСУЭЛУ И ПОМОЩЬ В ОРГАНИЗАЦИИ ЕГО ПРОИЗВОДСТВА

Фармацевтическая компания «Биокад» в апреле текущего года зарегистрировала оригинальный ингибитор интерлейкина-17 (anti-IL-17) для лечения среднетяжелого и тяжелого псориаза. На разработку и клинические исследования нового препарата «Эфлейра» (международное непатентованное наименование — нетакимаб) потребовалось семь лет, инвестиции в разработку составили 568 млн рублей.

По прогнозам компании, появление нового препарата снизит стоимость терапии тяжелого псориаза в три раза. «Впервые в истории страны, включая опыт СССР, была абсолютно с нуля создана оригинальная молекула такого класса. Кроме того, это первая российская молекула, созданная с применением самых передовых методов вычислительной биологии, включающих проектирование *in silico*, сравнивая, а в иных случаях даже превосходящая по эффективности мировые блокбастеры рынка. В ближайшее время будет налажено полноценное производство и пациенты с тяжелыми формами псориаза получат доступ к инновационному эффективному

препарату и, как следствие, передовому качественному лечению», — говорил в связи с регистрацией препарата генеральный директор «Биокада» Дмитрий Морозов.

Торговая палата Республики Куба в сентябре одобрила компании «Активный Компонент» поставки активных фармацевтических субстанций (АФИ) в страну. «Мы начнем осуществлять экспорт отечественных АФИ в Республику Куба в 2020 году. Позиции, интересующие кубинскую сторону, имеются в нашей номенклатуре, и мы надеемся частично или полностью заместить ими индийские и китайские АФС», — отмечал в связи с этим президент фармацевтической компании Александр Семенов.

Фармацевтическая компания «Герофарм» и Espromed BIO (Венесуэла) в июне текущего года подписали соглашение, предполагающее налаживание поставок инсулина в Венесуэлу и помощь в организации его производства. Согласно документу, объем поставок инсулина составит более 8 млн флаконов в год, а к концу 2019 года «Герофарм» планирует довести

объемы поставок до 15 млн доз инсулина в месяц. Также «Герофарм» оказывает Espromed содействие в создании локального производства инсулина. По оценкам российской компании, трансфер технологии производства готовых лекарственных форм инсулинов может занимать около полугода.

Германская Sarstedt в июле начала строить в Петербурге завод систем забора крови, запуск которого планирует в 2022 году. Объем инвестиций в проект оценивается в €21,2 млн (1,5 млрд рублей). На предприятии будут работать две линии по производству одноразовых систем взятия крови — венозной и капиллярной. Общая площадь комплекса составит около 9 тыс. кв. м.

«В перспективе мы планируем расширить ассортимент. Рассчитываем, что продукция будет поставляться не только в медучреждения России, но в том числе в СНГ и в другие граничащие с РФ страны», — отмечал глава правления компании Юрген Сарштедт в ходе церемонии начала строительства. ■

ЗАСОЛИТЬ ПРОБЛЕМУ РОССИЙСКИЙ РЫНОК СОЛИ — И ПИЩЕВОЙ, И ТЕХНИЧЕСКОЙ — ПОКАЗЫВАЕТ РОСТ. НЕКОТОРЫЕ СЕГМЕНТЫ ЗА ГОД ВЫРОСЛИ БОЛЕЕ ЧЕМ НА ЧЕТВЕРТЬ. ЗА ДОЛЮ НА РЫНКЕ ТАКОГО, КАЗАЛОСЬ БЫ, ПРОЗАИЧЕСКОГО ПРОДУКТА РАЗВОРАЧИВАЮТСЯ НЕШУТОЧНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ БИТВЫ. АРИНА МАКАРОВА, ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Согласно исследованию компании Roif Expert, в этом году российский рынок соли демонстрирует рост потребления, к октябрю он составил 22%. Наибольший прирост пришелся на техническую соль — галит. В этом сегменте динамика составила +26% к показателям прошлого периода.

По данным аналитиков Roif Expert, большая часть спроса на рынке соли удовлетворяется за счет внутреннего производства, на который приходится 80% от всей потребляемой продукции. Оставшиеся 20% поделили между собой Беларусь и Казахстан, чьи поставки занимают более 80% от всей импортной соли.

ДЕЛО ТЕХНИКИ Сфера применения галита довольно широка: сельское хо-

зяйство, животноводство, медицина, химическая промышленность. Кроме того, галит является самым популярным противогололедным реагентом. При посыпке техническая соль образует так называемый рассол, который предотвращает образование льда на дорогах. По словам директора «Руссоль Северозапад» Александра Коломеера, именно дорожники являются ключевыми потребителями соли в Петербурге и Ленинградской области. Основной объем поставок приходится на ГУПы, которые отвечают за содержание дорог.

В Петербурге активное использование соли для борьбы со льдом неоднократно вызывало споры, что в итоге привело к отказу от ее использования в 2016 году. Стала применяться пескосоляная смесь, в ко-

торой соль занимает не более 10%. Город и до этого стремился снижать соляную нагрузку, что приводило к сокращению объемов закупок, отмечали тогда в Смольном. «В этом сезоне, похоже, парадигма изменится. Уже состоялся ряд торгов для городских нужд, в результате общий объем закупок приблизился к 100 тыс. тонн. Это показатель, сравнимый с тем, который был три года назад, когда для борьбы с гололедом использовалась чистая соль. При обработке дорог смесью с песком на одну зиму требуется около 30 тыс. тонн», — говорит Александр Коломеер.

Наибольшие закупки производит СПб ГУДП «Центр», которое занимается обслуживанием центральной части города. В июле этого года предприятие провело тендер на закупку 40 тыс. тонн соли за 234

млн рублей. Этот показатель выше прошлогоднего. Ранее в городском комитете по благоустройству пояснили увеличение объема необходимостью пополнять запасы на складах, пообещав, что чистой соли на улицах больше не станет.

По словам генерального директора «Севзапрегисонсоль СПб» Владимира Левина, первую строчку в списке производителей, техническая соль которых используется в Петербурге, занимает предприятие «Беларуськалий», на втором месте — «Уралкалий», на третьем по объемам поставок — «Тыретский солерудник» из Иркутска. «Российские игроки проигрывают с точки зрения логистики. Затраты на перевозку в Северо-Западный округ гораздо выше, чем у белорусов», — добавляет Владимир Левин. → 18

НОВАЯ ЭНЕРГИЯ ДЛЯ НОВОЙ ГОЛЛАНДИИ

Современные общественные городские объекты требуют не только больших материальных и временных затрат. Для их реализации и эксплуатации нужно много энергии — человеческой и электрической. При этом многие заметные девелоперские проекты становятся возможными лишь благодаря грандиозной инновационной работе, которая не видна.

«Новая Голландия» — один из самых масштабных и амбициозных в Петербурге проектов реставрации и приспособления для современного использования федерального памятника культуры и истории. И задачей не менее важной, чем реставрация исторических зданий или креативное наполнение нового пространства, стало обеспечение объекта энергией в нужном объеме и для разных потребностей — оснащение удобными и безопасными системами инженерных решений и сетей. С этим успешно справляется компания Schneider Electric — мировой лидер в управлении энергией и промышленной автоматизации.

ХОРОШО ЗАБЫТОЕ

Между прочим, идея превращения острова Новая Голландия в «центр культуры и сотрудничества» родилась еще в 1977 году в головах архитекторов Вениамина Фабрицкого и Галины Ковалевой. Но в советские времена как-то не сложилось, а после «не сложилось» до конца 2000-х, хотя варианты регулярно возникали. Реальные работы по реставрации, реконструкции и консервации зданий и сооружений начались с приходом компании Millhouse в 2010 году. Одним из сложнейших этапов, учитывая расположение и состояние объекта культурного наследия, стали работы по прокладке сетей инженерно-технического обеспечения. В 2012 году тендер на поставку силового электротехнического оборудования и промышленной автоматики выиграла компания Schneider Electric, обладающая огромным опытом работы в России.

«История компании в нашей стране насчитывает уже более 35 лет, — рассказывает региональный директор Schneider Electric Николай Картасиди. — За эти годы она внесла значительный вклад в развитие российской экономики и промышленности, предлагая интегрированные энергоэффективные решения для энергетики и инфраструктуры, промышленных предприятий, культурных, административных и инфраструктурных объектов».

В Санкт-Петербурге компания обеспечила работоспособность таких знаковых объектов, как Государственный Эрмитаж, Константиновский дворец, Марининский театр, Александринский театр, БДТ, «Лахта-Центр», «Газпром-арена» и «Сибур-арена», офисное здание компании JetBrains, Западный скоростной диаметр и другие.

И вот — «Новая Голландия».

ИННОВАЦИИ ПРЕЖДЕ ВСЕГО

«В этом проекте основной курс был взят на инновационность, — рассказывает Николай Картасиди. — Реконструкция острова происходит поэтапно. Корпуса вводятся в эксплуатацию по одному и встраиваются в общую систему автоматизации и диспетчеризации, которую мы называем EcoStruxure, — это открытая платформа, поддерживающая технологию интернета вещей.



В ее основе — сбор данных с подключаемых устройств, управление этими устройствами и аналитический сервис, позволяющий оптимизировать и повышать эффективность всего объекта».

Schneider Electric — признанный лидер в переходе к цифровым технологиям в энергетике. Ее вклад в цифровизацию России, в частности открытие совместных научно-исследовательских центров в технопарках «Сколково» и «Инополис», высоко оценило руководство страны, пообещав и впредь поддерживать такие проекты.

СИЛА ИЗ-ПОД ЗЕМЛИ

Пожалуй, самым необычным из технических решений в «Новой Голландии» стало зарыть энергию в землю — причем не в переносном, а в буквальном смысле. Распределительная трансформаторная подстанция, обеспечивающая электричеством обитателей острова, расположена под землей — это единственный в своем роде объект в Северо-Западном регионе.

Подстанция была спроектирована и изготовлена специально для нужд «Новой Голландии» — это абсолютно штучный товар, с высочайшей степенью надежности конструкции и оборудования. При этом, несмотря на подземное расположение, подстанция полностью защищена от затопления.

«Безопасность — одно из приоритетных направлений в обеспечении энергией объектов, которые посещает огромное количество людей, — поясняет Николай Картасиди. — Достигнуть полного контроля над энергией во всех

структурах можно только за счет системных решений на основе самого надежного современного оборудования».

Стоит отметить, что комплексные инженерные решения на основе оборудования Schneider Electric позволяют обеспечить не только надежность, но и удобство в эксплуатации.

Оборудование, которое поставляет Schneider Electric, отмечают технические специалисты «Новой Голландии», не создает проблем для обслуживающего его персонала. Оно удачно скомпоновано и русифицировано, а кроме того, позволяет работать по одному протоколу передачи данных: их можно увязать в единую систему и установить дистанционный мониторинг за работой аппаратов. В результате упрощается система мониторинга, сокращаются эксплуатационные издержки.

ДЛЯ ВСЕХ И КАЖДОГО

Сегодня из шести исторических зданий, расположенных на острове, завершены работы в трех корпусах: «Дом коменданта», «Бутылка», «Кузня» (открылись в 2016 и 2017 годах). При этом в «Кузне», которая была почти полностью разрушена, работают кафе и ресторан с балльным залом, — соответственно, здание (и сценарий энергоснабжения) адаптировали под новую функцию.

Один из самых примечательных объектов (как с исторической, так и с технологической точек зрения) — трехэтажная кольцеобразная постройка с внутренним круглым двором. Ее автор, архитектор Военного ведомства Александр

Штауберт, называл свое творение «башней», но в городском фольклоре здание (в котором располагалась морская гауптвахта) получило имя «Бутылка» — по внешнему сходству с бутылочным горлышком. Если верить преданию, выражение «не лезь в бутылку» произошло именно от этого топонима. Сегодня оно могло бы поменять негативную окраску на позитивную, поскольку здесь позитив на каждом этаже: первый посвящен гастрономии, второй — искусству, третий — здоровью, красоте и спорту.

Чтобы таким разным по сценариям и объемам энергопотребления арендаторам было комфортно сосуществовать, пришлось вновь применить необычное решение: электроснабжение «Бутылки» выполнено с применением шинопроводных систем. Они обладают рядом преимуществ по сравнению с кабельными сетями: компактность, пожаробезопасность, удобство в монтаже и обслуживании и, конечно, гибкость в подаче питания арендных площадей.

ТОЛЬКО ВПЕРЕД

Таковыми же шинопроводными системами предполагается оборудовать и новый корпус № 12 — здание бывших лесных складов, расположенное на пересечении набережных Крюкова и Адмиралтейского каналов. Его реставрация и приспособление для современного использования завершится в начале 2020 года. Резидентами «Дома 12» станут Музей современного искусства «Гараж», Цифровой дом компании «Газпром нефть», ресторан «KoKoKo» и бистро Матильды Шнуровой.

Три здания бывших складов — самые крупные объекты на острове. Их реставрация и приспособление для современного использования, согласно плану, продлятся до 2025 года. И в оставшихся двух также будут использоваться оборудование и технические решения Schneider Electric.

«Для нас очень важно, что нашим партнером является компания Schneider Electric, — отмечают в «Новой Голландии». — Это сотрудничество позволяет нам использовать их богатый опыт и разработки в области энергетики, чтобы создавать уникальное общественное пространство. У нас много креативных задумок, которые требуют серьезного технического обеспечения. Большинство из них нам удастся реализовать при помощи инновационных решений компании Schneider Electric».





ЛЕЙЛА ТУРЛЫБЕК

ДО 2014 ГОДА ГЛАВНЫМ ИМПОРТЕРОМ СОЛИ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК БЫЛА УКРАИНА. НО СЕЙЧАС ЕЕ МЕСТО АКТИВНО ЗАНИМАЮТ КОМПАНИИ ИЗ КАЗАХСТАНА И БЕЛОРУССИИ

16 → ИМПОРТ РАСТЕТ Рынок пищевой соли также продолжает расти. Эта тенденция была и в прошлом году. В 2019 году, по данным Roif Expert, объемы потребления увеличились на 8,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. «Производители пищевой соли в России среагировали на спрос интенсификацией производства в размере 5%. Однако полностью закрыть потребность собственными силами не удалось, по итогам отчетного периода 2019 года объем импортных поставок увеличился на 18% по сравнению с прошлым годом», — отмечают аналитики.

По словам Владимира Левина, объемы производства у российских предприятий незначительно выросли, но в целом рынок достаточно стабилен. «Интенсивного роста рынка соли не может быть без наращивания производства пищевой и химической промышленности, а этого пока не происходит», — считает он.

Если обратиться к структуре зарубежных игроков, господин Левин отмечает приход производителей из Казахстана, которые «придавили» рынок ценой. В целом же расстановка сил практически не поменялась: в лидерах по-прежнему белорусские компании. По данным исследования, проведенного маркетинговым агентством Roif Expert, доля отгруженной продукции в общем объеме поставок пищевой соли в Россию из Казахстана увеличилась на 3 п. п.

Еще пять лет назад лидером на рынке соли была Украина, но после известных событий ей пришлось покинуть российский рынок. Сегодня ее место активно занимают производители из братских республик. По оценке Евгения Короля, вице-президента по продажам АО «Аралтуз» (Казахстан, производит соль под брендом «Славяночка»), компания сегодня занимает до 16% российского рынка. Примечательно, что еще семь лет назад компания на российском рынке практически не была представлена. В 2012 году компания продавала 1,3 тыс. тонн соли в Россию. В этом году на рынке РФ «Аралтуз» планирует реализовать 336 тыс. тонн — это 75% от реализации компании. Сегодня «Аралтуз» добывает около полу-

миллиона тонн соли, мощности же компании позволяют производить до 1 млн тонн соли в год. Запас месторождений соли, по оценкам господина Короля, составляет около 40 млн тонн.

Активная стратегия казахстанских производителей нравится не всем. На фоне такого роста разворачиваются нешуточные маркетинговые сражения.

Например, по рассказу господина Короля, недавно в интернете прошла волна негативных роликов о качестве соли «Аралтуз». Среди прочих претензии высказывались к нерастворимому остатку соли. «Доходит до абсурда. Например, в одном ролике блогер рассказывает, что ему попались стекла в нашей пачке соли», — рассказывает вице-президент «Аралтуза». — Блогер, очевидно, спутал этот осадок с минералами природного происхождения. Вы только представьте, мы отгружаем 300 млн пачек в год, и без своего стекольного завода. Мы нашу соль стеклом просто физически не обеспечим, в этом и есть вся абсурдность. Нашу продукцию периодически проверяет Роспотребнадзор и остальные проверяющие органы РФ, и ни разу не вводили запрет». Тем не менее, какими бы абсурдными ни были обвинения в интернете, торговые сети на них реагируют. «Одна крупная российская сеть приостановила продажи нашей продукции, мотивировав это тем, что присутствует наш бренд плохо влияет на имидж. Я приехал с документами, экспертизой, все показал, объяснил. Вопросы снялись. Но вслед за крупной сетью продажи приостановила и менее масштабная. И отказывалась возобновить их до тех пор, пока не начнет продажи более крупный ритейлер», — сокрушается вице-президент по продажам.

ЭКСТРА-ТЕНДЕНЦИЯ По словам исполнительного директора ассоциации «Русспродсоюз» Дмитрия Вострикова, производственная база российских изготовителей позволяет полностью закрыть внутренние потребности. «Однако сложности с отгрузкой российской соли, которые игроки испытывали ранее, не позволяли достичь этого показателя.

В этом году ситуация на рынке подвижного состава стабилизировалась», — говорит он.

Кроме того, как он отмечает, в последние годы увеличивается спрос на соль «Экстра», которая получается путем выпаривания из рассола и представляет собой чистый химический продукт. Основные производственные мощности этого вида соли всегда находились в Белоруссии.

«Но ситуация меняется. В последние годы в России тоже наращиваются производственные мощности этого вида. Полностью модернизировано производство „Экстры“ в городе Усолье-Сибирское Иркутской области. В 2018 году запущен завод в Новомосковске Тульской области. В ближайшие годы планируется ввод еще нескольких заводов в центральной части России, что позволит на 100% покрывать потребности нашей страны в соли „Экстра“, — прогнозирует господин Востриков. На это указывает и Александр Коломеев. «Существенную часть в структуре импорта традиционно занимала соль марки „Экстра“. Однако после введения запрета на ввоз зарубежной продукции в рамках санкций и программ импортозамещения российские производители стали активно развивать это направление. В частности, был открыт завод в Новомосковске. И хотя остаются сложности с логистикой, постепенно доля поставок от российских предприятий будет расти», — считает Александр Коломеев.

Следует отметить, что культура потребления соли в стране в зависимости от региона различается. В Петербурге, Москве и других крупных городах потребитель чаще всего использует заводскую упаковку — круглые баночки — и солит из нее. А во многих регионах еще предпочитают держать соль в небольшой миске и солить пищу пальцами.

ДОБАВИТЬ ЙОДУ Одна из наиболее активно обсуждаемых инициатив — обязательное йодирование пищевой соли. С таким предложением выступило Министерство здравоохранения России. Владимир Левин говорит, что об этой

инициативе слышит уже около 10 лет, однако пока изменений не произошло. «В любом случае это вряд ли как-то повлияет на рынок. Йод на производствах есть. Но потребители не готовы к такому решению. Сейчас спрос на йодированную соль минимален. Чтобы изменить ситуацию необходимо провести масштабную рекламную кампанию, на которые нужны средства. Если же эта мера будет носить рекомендательный характер, то ее тогда просто будут игнорировать», — считает Владимир Левин.

Эксперты напоминают, что в 2018 году в России вступил в силу новый ГОСТ. Согласно изменениям, теперь йодирование проводится с использованием йодата калия, исключая применение йодида калия. Срок годности продукции в этом случае увеличивается с 9–12 месяцев до полутора лет. «Лабораторные исследования подтвердили, что йодат калия, в отличие от йодида, позволяет сохранить необходимую концентрацию йода в соли в течение всего срока годности. Из-за улетучивания йодида калия покупатель не всегда имел гарантию, что указанное количество йода на этикетке присутствует в продукте, а это граничило с обманом потребителя», — поясняет Дмитрий Востриков.

Директор компании «Соль Петербурга» Вячеслав Довнорович называет обязательное йодирование пищевой соли двойным вопросом и обращает внимание на химические особенности йодата калия, который предлагается использовать. «Это очень летучее соединение. При любой термической обработке пищи через секунду от него и следа не останется. Поэтому полезность данного продукта актуальна только при досаливании салатов. Но здесь возникает вопрос в дозировке: рекомендуемое суточное потребление обычной соли — 5–6 граммов на человека, для йодированной соли — 3–4 граммов. В итоге либо организм получит переизбыток йода, либо салат останется недосолённым», — считает Вячеслав Довнорович.

Евгений Король рассказывает, что йодирование соли обязательно в большинстве стран бывшего СССР. ■



ПАКЕТ УСЛУГ «НА СТАРТЕ» ДЛЯ БИЗНЕСА



ОТКРЫТИЕ РАСЧЁТНОГО СЧЁТА
1 ГОД ОБСЛУЖИВАНИЯ

8 800 510 00 00
vtb.ru

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

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ ДЛЯ КЛИЕНТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА (ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ) ПРИ ОТКРЫТИИ ПЕРВОГО РАСЧЕТНОГО СЧЕТА В ВАЛЮТЕ РФ В БАНКЕ ВТБ (ПАО) И ОДНОВРЕМЕННОМ ПОДКЛЮЧЕНИИ ПАКЕТА УСЛУГ «НА СТАРТЕ». ОБСЛУЖИВАНИЕ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ НА УСЛОВИЯХ ПАКЕТА УСЛУГ «НА СТАРТЕ», ПЕРИОД ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОТОРОГО НЕ МОЖЕТ ПРЕВЫШАТЬ 12 (ДВЕНАДЦАТИ) КАЛЕНДАРНЫХ МЕСЯЦЕВ С ДАТЫ ОТКРЫТИЯ СЧЕТА. ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ ПЛАТА НЕ ВЗИМАЕТСЯ ПРИ УСЛОВИИ ПОДКЛЮЧЕНИЯ К СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ (ДБО) НЕ ПОЗДНЕЕ 2-ГО МЕСЯЦА ОБСЛУЖИВАНИЯ. УКАЗАННЫЕ УСЛОВИЯ НЕ ЯВЛЯЮТСЯ ОФЕРТОЙ ИЛИ ПРИГЛАШЕНИЕМ ДЕЛАТЬ ОФЕРТЫ. СРОКИ ДЕЙСТВИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ПЕРЕЧЕНЬ ОТДЕЛЕНИЙ БАНКА, ПРЕДЛАГАЮЩИХ ПАКЕТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА СПЕЦИАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ, УТОЧНЯЙТЕ ПО ТЕЛЕФОНУ 8 800 510 00 00, А ТАКЖЕ В ОФИСАХ БАНКА ВТБ, ОБСЛУЖИВАЮЩИХ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ (КРОМЕ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ). ПОДРОБНЫЕ ТАРИФЫ С ПОЛНЫМ ПЕРЕЧЕНЕМ УСЛУГ УКАЗАНЫ НА WWW.VTB.RU, DELO.VTB.RU. РЕКЛАМА.



ОТДЫХ ПОСЛЕ РОСТА

ПЕРЕЖИВ БУРНОЕ РАЗВИТИЕ В ДОКРИЗИСНЫЕ ГОДЫ, НА ТЕКУЩИЙ МОМЕНТ СЕГМЕНТ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРКОВ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ, СТАГНИРУЕТ. БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО РИСКОВ, СВЯЗАННЫХ С ЗАПОЛНЯЕМОСТЬЮ, ВОЗРОСШИЕ ПОТРЕБНОСТИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ РЕЗИДЕНТОВ, ОБЪЕМ НЕОБХОДИМОГО КАПИТАЛА, В ТОМ ЧИСЛЕ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ — ВСЕ ЭТО НАКЛАДЫВАЕТ ОГРАНИЧЕНИЯ НА РАЗВИТИЕ ДАННОГО ВИДА НЕДВИЖИМОСТИ.

РОМАН РУСАКОВ

Высокая конкуренция промышленных площадок на рынке и низкая активность со стороны резидентов, связанная с общими тенденциями в экономике, остаются ключевыми причинами низкой заполняемости индустриальных парков.

Девелоперы индустриальных парков не заявляют о новых крупных проектах, сосредоточившись на заполнении имеющихся площадей. «Безусловно, по мере стабилизации экономической ситуации спрос будет возрастать, если мы говорим об уже реализованных, полностью подготовленных парках. Однако конкуренцию смогут выдержать лишь те проекты, которые максимально отвечают потребностям рынка и отличаются высоким качеством инженерных коммуникаций и хорошей инфраструктурой», — считает Евгений Титаренко, партнер Bright Rich I CORFAC International. Он полагает, что последние крупные сделки подтверждают, что клиенты выбирают обособленные земельные участки под строительство индустриально-складской недвижимости, поскольку для конечного заказчика реализация проекта в составе индустриального парка предполагает ряд определенных ограничений. Если будущий объект обладает специфическими требованиями, связанными со сложной конфигурацией или высокими необходимыми мощностями, разместить в парке может быть достаточно непросто.

Еще одним фактором, тормозящим развитие сегмента, по мнению господина Титаренко, является то, что в Петербурге собственниками большого количества земельных участков являются муниципальные структуры, поэтому возможность получения дополнительных льгот стимулирует крупных клиентов обращаться напрямую к ним, минуя парки.

Илья Князев, руководитель отдела индустриальной и складской недвижимости Knight Frank St Petersburg, добавляет: «Основные конкуренты индустриальных парков — это неподготовленные земельные участки, поскольку их цена существенно ниже. В данном случае компании готовы самостоятельно перевести участок и подключить ко всем коммуникациям. Однако это крайне редко обходится дешевле, чем если бы они купили подготовленную землю в индустриальном парке. Также своеобразная альтернатива индустриальным паркам — площадки в сером поясе, где компании находят недорогие решения по аренде бывших производственных площадок».

ОТЫГРАННЫЙ ТРЕНД Инвестиционный стратег «БКС Премьер» Александр Бахтин полагает, что заполняемость индустриальных парков идет медленно, так как на фоне общей слабости российской экономики нет предпосылок для актив-



СВОЕОБРАЗНАЯ АЛЬТЕРНАТИВА ИНДУСТРИАЛЬНЫМ ПАРКАМ — ПЛОЩАДКИ В СЕРОМ ПОЯСЕ, ГДЕ КОМПАНИИ НАХОДЯТ НЕДОРОГЕ РЕШЕНИЯ ПО АРЕНДЕ БЫВШИХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПЛОЩАДОК

ного появления новых промышленных производств. «Отчасти активизации нового строительства способствует тренд на импортозамещение. Однако на текущий момент этот фактор уже частично отыгран. В основном мы видим начало реализации уже заявленных ранее проектов резидентов индустриальных парков», — говорит он. Так, в частности, в июле в индустриальном парке «Марьино» началось строительство завода по производству медицинской техники немецкой компании Sarstedt, договоренности о котором были достигнуты в 2018 году. Начало производства запланировано на 2020 год, строительство будет вестись на площадке 4 га. Объем инвестиций резидента оценивается в 1,5 млрд рублей. «Также в конце августа сервис доставки готовой еды Grow Food запустил собственное производство мощностью 12 тонн продукции в сутки в индустриальном парке в Колпино. Объем инвестиций резидента в проект завода на площадке в Колпино 0,22 га составил 200 млн рублей», — рассказывает господин Бахтин.

Филипп Чайка также напоминает, что в индустриальном парке «Левобережный» появится завод по переработке резиновых шин компании «Эко Карбо», а «Никольский завод регенерации масел» станет заниматься переработкой отработанных машинных и других видов масел. Он также говорит, что на территории осо-

бой экономической зоны «Новоорловская» планируется строительство завода по производству дженериков и лекарств фармацевтической компании «Вертекс». «В индустриальном парке „М10“ планируется к 2020 году построить завод площадью 10 тыс. кв. м по производству упаковки из гофрокартона компании „Транспак“. На территории индустриального парка YIT Greenstate разместит производство электротехнического оборудования площадью 11 тыс. кв. м компания „Хакель“. В Тосненском районе Ленинградской области в индустриальном парке „Федоровское“ появится завод кабеленесущих систем компании „Нидакс“, — перечисляет господин Чайка.

КОНКУРИРОВАТЬ ЗА РЕЗИДЕНТОВ

На текущий момент в Санкт-Петербурге и Ленинградской области реализуется более 30 проектов индустриальных парков в разной степени готовности. И всем этим площадкам приходится конкурировать за резидентов с производственными площадками, которые регулярно выводятся на рынок недвижимости Петербурга. Часть производственной недвижимости выставляется на продажу в результате банкротства предприятий. «Около 90% действующих индустриальных парков реализованы по схеме brownfield, то есть обеспечены готовой инфраструктурой, но на рынке появляются активы с готовой

инфраструктурой, порой по демпинговой цене. Что касается цен на промышленные земельные участки, то здесь также наблюдается снижение стоимости. По нашим оценкам, стоимость участков промышленного назначения составляет порядка 1,5–3,5 тыс. рублей за квадратный метр в зависимости от локации», — рассказывает господин Бахтин.

«В Петербурге одновременно и мало индустриальных парков, и спрос на них не самый большой. Основная причина — в наличии дешевых, хоть и не очень качественных площадей в сером поясе. С сокращением старых промплощадок и развитием современной промышленной индустрии спрос на подобные парки, особенно основанные на принципах технопарков с опытным производством, научными разработками и так далее, будет расти», — подтверждает слова коллеги Екатерина Запорожченко, коммерческий директор ГК Docklands Development.

По данным Colliers International, в настоящий момент в Санкт-Петербурге и Ленинградской области функционируют 14 индустриальных парков (десять — в Ленинградской области, остальные четыре расположены в черте города). Совокупный размер этих парков составляет 1750 га. Крупнейшие проекты в Ленинградской области — «Уткина Заводь», «Красный Бор», «Ям-Ижора», «Тельмана». В числе крупнейших городских — «Марьино», а также проекты на территории первого и второго парков «А Плюс Парк Санкт-Петербург».

На стадии строительства находится около десяти новых проектов в разных районах ЛО общей площадью ЗУ 5200 га. Крупнейшим из них является «Усть-Лужский индустриальный парк».

Филипп Чайка, руководитель отдела индустриальной и складской недвижимости IPG.Estate, напоминает, что в этом году группа компаний «Терра» заявила о намерении построить индустриальный парк площадью 20 га для представителей малого и среднего бизнеса на севере Санкт-Петербурга — в Бугровском сельском поселении Всеволожского района. Уже ведется проектирование. Парк будет рассчитан на 30–50 резидентов.

ТЯГА К ЮГУ Александр Усачев, руководитель проекта BN.ru, говорит, что практически все парки находятся к югу и востоку от Петербурга — здесь очень важна близость к магистралям московского направления. 56% парков расположены не далее чем в 10 км от КАД, еще 25% — в пределах 20 км, рассказал господин Усачев. По его подсчетам, заполняемость индустриальных парков в среднем составляет 40%, но при этом чем больше площадь парка, тем выше заполняемость. В тех, площадь которых менее 100 га, средняя запол-

няемость — 66%. «Самая высокая — в „А плюс Парк Шушары“ (95%, площадь 72 га), более 70% также в Greenstate, „Марьино“ и „Федоровском“. Все эти объекты объединяет удачная локация, наличие необходимой инфраструктуры и профессиональной управляющей компании», — говорит господин Усачев. Он отмечает, что в 2019 году трендом развития стало строительство складских помещений на территории индустриальных парков в общей сложности на 125 тыс. кв. м, тогда как в 2018 году в структуре резидентов около 80% площадей занимали производственные площадки (подробнее о рынке складской недвижимости читайте на стр. 49).

Филипп Чайка приводит в пример проект, предполагающий, что в индустриальном парке «PNK парк Софийская КАД» появится складской комплекс площадью 51 тыс. кв. м для компании «Марвел-Логистика», а также 22,5 тыс. кв. м для компании Maersk.

Алексей Калачев, эксперт-аналитик АО «Финам», напоминает, что, хотя «индустриальным парком» называют себя много проектов, официально этот статус, позволяющий надеяться на определенные преференции со стороны властей, признается не за всеми из них. В 2015 году вышло постановление правительства РФ об индустриальных парках, в котором обозначены параметры, по которым промышленную зону можно отнести к индустриальному парку. Для получения статуса парка необходимо пройти сертификацию.

Процесс сертификации постепенно продвигается. Еще пару лет назад в реестр Ассоциации индустриальных парков было занесено только три площадки из этого региона: индустриальные парки «Марьино», «Левобережный», «Greenstate». «На сегодняшний день в специально созданной Минпромторгом геоинформационной системе (www.gisip.ru) значатся три индустриальных парка на территории Санкт-Петербурга в статусе „действующих“: „Марьино“, „А Плюс Парк Колпино“ и „А Плюс Парк Пушкин“. На территории Ленинградской области — пять парков в статусе „действующий“: „Левобережный“, М10 „Красный Бор“, М10 „Никольское“, „Пикалево“ и Greenstate, — и два в статусе „создается“: „Северо-Западный нанотехнологический центр“ и „Кола“, — перечисляет господин Калачев.

В Каталоге индустриальных парков России, который публикует Ассоциация индустриальных парков России на своем сайте (www.indparks.ru), перечень действующих парков Санкт-Петербурга тот же, что и выше. В Ленобласти Ассоциация насчитывает десять индустриальных парков: пять действующих («Greenstate», «Левобережный», «М10», «Пикалево» и «Федоровское») и пять создающихся («Гатчина», «Дони-Верево», «Кола», «Подпорожье» и «Угра»).

«Впрочем, и не входящие пока в федеральные реестры индустриальные парки региона могут рассчитывать на региональные преференции и льготы. С 2014 года в Ленинградской области действует региональный закон о мерах государственной поддержки индустриальных парков, согласно которому управляющим компаниям предоставляются налоговые льготы: по налогу на прибыль ставка снижена до 13,5%, по налогу на имущество — до 0%, а также дополнительно предоставляется льготная ставка аренды земельных участков», — заключает господин Калачев. ■

КОНГРЕССНЫЕ ПРИЧИНЫ И СЛЕДСТВИЯ

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ЧИСЛО КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ПЕТЕРБУРГЕ ВЫРОСЛО В ТРИ-ЧЕТЫРЕ РАЗА. КАК ПОЛАГАЮТ ЭКСПЕРТЫ, СУЩЕСТВУЮЩЕГО КОЛИЧЕСТВА ПЛОЩАДОК ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТАКОГО ЧИСЛА ВЫСТАВОК И КОНГРЕССОВ В ГОРОДЕ ХВАТАЕТ. ВПРОЧЕМ, ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ КОНГРЕССНЫХ ЦЕНТРОВ, КАК ОТМЕЧАЮТ ЭКСПЕРТЫ, СПОСОБСТВУЕТ РОСТУ ЧИСЛА МЕРОПРИЯТИЙ В ГОРОДЕ И СТИМУЛИРУЕТ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ. КИРИЛЛ ОРЛОВ

По данным Colliers International, на сегодня в Петербурге представлено пять специализированных конгрессно-выставочных комплексов общей вместимостью около 50 тыс. человек. Доля таких отдельно стоящих комплексов в общем объеме предложения конгрессно-выставочных услуг составляет 45%.

За последние четыре года число проводимых конгрессно-выставочных мероприятий в Петербурге существенно увеличилось. Если в 2015 и 2016 годах проводилось по 80–100 мероприятий в год, то в 2018–2019 годах число различных выставок, форумов и конференций достигло 250–300. Открытие крупнейшего в городе выставочного комплекса «Экспофорум» в конце 2015 года дало мощный толчок для развития петербургской MICE-индустрии. На рынке MICE-услуг можно выделить формат конгресс-отелей, которые специализируются на проведении крупномасштабных мероприятий и обладают большим номерным фондом. Среди таких гостиниц — «Park Inn by Radisson Пулковская», «Park Inn by Radisson Прибалтийская», «Holiday Inn Московские ворота».

По данным viart-tm.ru, в Санкт-Петербурге 20 выставочных центров, в Москве — девять, но средняя площадь московских центров составляет 90 тыс. кв. м, в то время как площадь крупнейших площадок Петербурга — «Ленэкспо», «Экспофорума», СКК — всего 50 тыс. кв. м, то есть в 2–3 раза меньше. При этом, исходя из данных PwC, объем выставочных площадей в Москве по сравнению с мировыми мегаполисами достаточно обширен: 0,45 млн кв. м против 0,15 млн кв. м в Лондоне, 0,53 млн кв. м в Париже и 0,08 млн кв. м в Мехико. «Исходя из данного сравнительного анализа, Санкт-Петербург близок к насыщению на данном сегменте и не испытывает значимой потребности в новых конгрессно-выставочных центрах», — считает Александр Осин, аналитик управления операций на российском фондовом рынке ИК «Фридом Финанс».

«Ситуация с выставочными площадями парадоксальна: их нужно больше, но их пока крайне тяжело загрузить новыми мероприятиями. А новых мероприятий нет потому, что не хватает площадей. Петербург — город привлекательный для событийного, конгрессного туризма. При этом, как показал опыт чемпионата мира, отельный рынок, в том числе за счет развития рынка апартаментов, может обеспечить всех прибывающих качественными

местами для проживания. А вот различных современных мест для проведения этих мероприятий явно не хватает. Один „Экспофорум“ всех удовлетворить не может», — считает Екатерина Запорожченко, коммерческий директор ГК Docklands Development. С ней согласен Павел Бережной, исполнительный директор ГК «С.Э.Р.»: «Мест должно быть больше, и они должны быть разнообразнее и по расположению, и по масштабу. Но рисковать и вкладывать в эту недвижимость мало кто готов без гарантий наличия мероприятий. А новые мероприятия не придут без новых мест. Поэтому городские власти должны поддержать и проведение мероприятий, и создание новых выставочных центров. Ведь это позволит развивать туризм вне сезона белых ночей», — уверен он.

Валерий Трушин, руководитель отдела исследований и консалтинга IPG.Estate, уверен, что конгрессная и выставочная недвижимость города не может существовать в отрыве от стратегической деловой программы города. «На текущий момент Северная столица принимает всего два масштабных мероприятия: ПМЭФ и ПМЮФ, которые собирают на несколько дней бизнес-элиты страны. Мероприятия проводятся в рамках „Экспофорума“. На мой взгляд, площадки имеют невысокую загруженность. Например, если мы говорим про конгрессные залы при гостиницах, то они имеют хорошую загрузку, до 70–80%, в период делового сезона. Такие залы арендуют для проведения мероприятий, обучения, деловых переговоров и так далее. Но данная ситуация находится совершенно в рамках рынка: Северная столица по объемам пока не может сравниться со столичным рынком. При этом у нас есть высокий потенциал для развития делового туризма в рамках уже функционирующих комплексов», — уверен господин Трушин.

Илья Хлоповских, консультант отдела стратегического консалтинга CBRE, полагает, что, несмотря на значительно меньший объем по сравнению с рынком Москвы, рынок Петербурга с учетом объема проводимых мероприятий и уровня деловой активности можно считать насыщенным. «Ожидается рост рынка за счет строительства второй очереди KBЦ „Экспофорум“ для размещения крупнейших мероприятий — Газовый форум, ПМЭФ, которые, по словам представителей ООО „ЭкспоФорум-Интернэшнл“, не помещаются на существующих площадях KBЦ „Экспофорум“. Ожидаемый срок окупае-

мости объектов — от 20 лет», — приводит данные господин Хлоповских. По его мнению, за последние четыре-пять лет рынок демонстрировал рост показателей, что косвенно обусловлено эффектом низкой базы. В то же время в 2018 году не был зарегистрирован высокий рост спроса. Он замечает, что на развитых европейских рынках проявляется тренд замедления роста выставочной деятельности, ожидается сокращение объема спроса.

«Сегодня в мире общая площадь выставочных площадок составляет 35 млн кв. м, увеличившись за последние шесть лет на 7,7%. Глобальный спрос растет приблизительно в рамках динамики роста численности населения в наиболее богатых странах. Это актив „защитный“, низкодходный, но с большим оборотом операций, что создает риски для инвестора. Актив по цене „привязан“ к инфляции, но с точки зрения долгосрочного периода. В среднесрочном периоде рост инфляции и ставок может привести к падению стоимости таких инвестиций. Это актив для очень консервативных, долгосрочных инвесторов, вложение на десятилетия. Эти тенденции развития и существования сегмента представляются базовыми, не меняются в историческом периоде», — полагает господин Осин.

По данным PwC, средняя ставка аренды 1 кв. м площади для операторов (в зависимости от размера арендуемой площади и сезонности) составляет 170–450 рублей в день без учета НДС. Новая площадка в Петербурге, по мнению господина Осина, сможет закрепиться у верхней границы диапазона, только если предложит высококачественный сервис и новые технологии. «Коммунальные и прочие постоянные расходы составят от 130 рублей за квадратный метр, долю расходов на зарплату в выручке на основе отраслевых опросов можно оценить в 10–15%. Таким образом, операционную и чистую рентабельность проекта можно оценить в 8–12% и порядка 3–5%», — приводит расчеты господин Осин. По его мнению, при такой рентабельности можно рассчитывать на сравнительно быструю окупаемость проекта в номинальном выражении (за 8–10 лет) только ввиду потенциально высокой инфляции в РФ. «Она составляет, как показывают оценки на основе макроэкономической статистики денежных агрегатов и ВВП, 10% в год. И это несмотря на текущий инфляционный спад ценой восьмилетнего экономического застоя», — говорит эксперт. ■

КУРС НА НОВЫЕ ОТКРЫТИЯ

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНОЙ ИЗ САМЫХ ИННОВАЦИОННЫХ В МИРЕ, ОТМЕЧАЮТ ЭКСПЕРТЫ, ПРИ ЭТОМ В ЧИСЛЕ МИРОВЫХ ЛИДЕРОВ ЕСТЬ И РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ. КСЕНИЯ ПОТАПОВА

«Фармацевтика не может жить без инноваций, курс на новые открытия заложен в самой сути отрасли. Настоящее и будущее фармрынка сегодня определяют персонализированная медицина и цифровые технологии. Использование 3D-печати в производстве, подбор препаратов с помощью искусственного интеллекта, блокчейн-технологии для маркировки лекарств — все это уже реальность, в которой отрасль живет и развивается. Сегодня будущее за иммунотерапевтическими и биоценозсберегающими препаратами с направленным местным действием, которые не разрушают микробиоту и иммунитет, обладая при этом высокой эффективностью (антисептики для лечения заболеваний горла, например, одни из таких). Соответственно, мировыми лидерами отрасли становятся компании, которые активно развивают данные направления», — считает Валентина Бучнева, глава евразийского подразделения фармацевтической компании «Босналек».

«При этом, когда мы говорим про инновации в этой отрасли, то подразумеваем сразу несколько направлений деятельности. Первое — создание новых продуктов: это то, над чем фармкомпания работала всегда. Бренды — как те, что специализируются на оригинальных препаратах, так и те, что работают с дженериками — инвестируют в исследования и разработку 40% от всех средств, выделенных на инновации. Второе направление — внедрение новых технологий. В частности, сейчас фармотрасль активно использует искусственный интеллект», — добавляет Евгений Смирнов, коммерческий директор и партнер по Pharma&FMCG в компании Navicon.

ДВИГАТЕЛЬ ПРОГРЕССА «Сегодня компании вкладывают миллионы в разработки и исследования, чтобы получить качественно новые препараты и опередить конкурентов. Конечно, за инновациями в отрасли в первую очередь стоит желание

получить прибыль и занять лидирующие позиции в том или ином сегменте препаратов и, возможно, только потом — желание помочь людям», — отмечает Анна Кокорева, старший аналитик Coface Россия.

Одну из главных причин для инновационного развития Евгений Смирнов видит в возможности роста. «В частности, российский фармацевтический рынок уже на протяжении пяти лет не растет. При таких условиях выиграть конкурентную борьбу — увеличить долю на рынке или объем продаж — можно только за счет инноваций. Поэтому компании вкладываются во внедрение ИТ-решений и разработку новых продуктов, в том числе в digital-формате. Здесь можно вспомнить о программах поддержки пациентов. Например, препаратов инсулина на рынке много, они более или менее похожи. Поэтому некоторые компании продают не только лекарство — вместе с ним идет программа поддержки. Она помогает пациенту изменить стиль жизни: правильно питаться, соблюдать режим, заниматься спортом. Такая программа — это инновационный продукт, который меняет отрасль: компании могут не только продавать лекарства, но и предоставлять пациенту дополнительные сервисы высокого качества. Еще один тренд, который сейчас приходит в Россию, — возможность работать непосредственно с пациентом. Напрямую продавать ему препарат нельзя, но информировать о новинках, узнавать о предпочтениях и в результате улучшать сервис и совершенствовать продукцию — можно. Поэтому еще один двигатель инновационного развития в фармкомпаниях — стремление более точно и точно донести информацию до пациентов и, конечно, врачей. Здесь на помощь приходят решения для омниканального маркетинга и хранилища Data Lake, в которых можно собирать информацию о клиентах», — поясняет эксперт.

БЕГ С БАРЬЕРАМИ «Производство инновационных препаратов мирового

уровня требует колоссальных вложений. Важна и поддержка курса на инновации на государственном уровне. В частности, это касается вопроса ускоренной регистрации прорывных препаратов, чтобы сократить путь инновационной формулы до пациента. Разработка и производство прорывных лекарств обходится компаниям в разы дороже производства, например, дженериков. Это необходимо учитывать, когда речь заходит о реализации инновационной разработки. Препараты нового поколения помогают людям лечиться эффективнее и быстрее, чем раньше, но и стоят они значительно дороже лекарств предыдущих поколений. Поэтому на этапе реализации произведенных инновационных препаратов фармацевтические компании сталкиваются с еще одной проблемой — вернуть средства, вложенные в разработку лекарства. Это долгосрочный проект, к которому ввиду объективных причин готовы в основном крупные глобальные игроки. Еще одно серьезное препятствие на пути инноваций в отрасли — это цикл инновационных фармацевтических разработок», — отмечает Валентина Бучнева.

Жизненный цикл инновационных разработок длительный, потому что сам процесс разработки и ее внедрения может занять годы, а порой и десятки лет. «В фарминдустрии он представляет собой следующую цепочку: изучение механизмов заболеваний, поиск молекул-мишеней, разработка новых таргетных методов лечения (моноклональные антитела), CAR-T, масштабирование, пилотное производство, клинические испытания, получение регистрационного удостоверения, выход на рынок», — поясняет Екатерина Авилова, руководитель направления молекулярных и клеточных исследований GE Healthcare Life Sciences Россия/CHG, кандидат биологических наук.

«Компания может осуществлять исследования пять-семь лет, затем внедрять препарат в практику еще столько же,

и только после успешной клинической практики разработка становится на поток. Основные трудности связаны с привлечением финансирования, так как компания и ученые не могут дать гарантии, что исследования пройдут успешно и конечный продукт получит широкое распространение», — добавляет Анна Кокорева.

«Дело в том, что предугадать, каким будет следующее открытие, в нашей сфере достаточно сложно. Это может быть не слишком существенное для сферы интересов конкретной компании новшество, а может быть и история, которая фактически делает ваши текущие разработки неактуальными. Условно, лекарство, которое вчера стоило 100 рублей, сегодня может стоить уже 10. Соответственно, если в портфеле компании на долю данного препарата приходится существенная часть прибыли, под угрозой может оказаться дальнейшее развитие бизнеса», — заключает Валентина Бучнева.

РОССИЙСКИЙ ОПЫТ Что касается российских фармацевтических компаний, то, например, перерастить из национального чемпиона в мирового оказывается сложно ввиду жесточайшей конкуренции, считают эксперты. «Есть два способа. Первый — изобретение оригинальных препаратов, которые эффективно работают и конкурируют с оригинальными разработками международных лидеров. Второй — делать препараты-дженерики, которые дешевле оригинальных, но при этом очень высокого качества. Западные компании предпочитают идти по первому пути, а, например, индийские компании — по второму», — отмечает Евгений Смирнов.

Валентина Бучнева отмечает, что российские фармкомпании входят в число самых быстрорастущих в мире, но называть их лидерами индустрии пока все-таки сложно. Хотя в стране сейчас производят 84% лекарственных средств из перечня жизненно необходимых, это не говорит о том, что на мировом рынке российские фармкомпании лидируют. Они часто предпочитают идти по пути производства дженериков и редко разрабатывают уникальные инновационные препараты своими силами. При этом эксперт отмечает, что вопрос превращения национального лидера в мирового очень прост — это, прежде всего, вопрос эксклюзивности. Тут фармацевтический бизнес не отличается от любого другого. Если компания разработала препарат, который стал прорывным в своей области, ее потенциал с точки зрения перспектив и инвестиций увеличивается в геометрической прогрессии.

«На сегодняшний день существует несколько российских гигантов в биофармацевтической индустрии, которые успешно отвоевывают часть рынка у западных биофармацевтических производителей, с потенциалом вывода продуктов на рынки других стран», — заключает Екатерина Авилова. ■



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК ДЛИТЕЛЬНЫЙ, ПОТОМУ ЧТО САМ ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ И ЕЕ ВНЕДРЕНИЯ МОЖЕТ ЗАНЯТЬ ГОДЫ, А ПОРОЙ И ДЕСЯТКИ ЛЕТ

ФАРМАЦЕВТИКА



«ИННОВАЦИИ „СВЕТЛАНЕ“ НУЖНЫ НЕ „ДЛЯ ГАЛОЧКИ“»

НОВЫЙ ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПАО «СВЕТЛАНА» ИГОРЬ КОЗЛОВ В БЕСЕДЕ С КОРРЕСПОНДЕНТОМ BG МАКСИМОМ СУХАРНИКОВЫМ ПОБЕСЕДОВАЛ О ПРОБЛЕМАХ, КОТОРЫЕ СЕЙЧАС СТОЯТ ПЕРЕД ОТЕЧЕСТВЕННОЙ РАДИОЭЛЕКТРОНИКОЙ, А ТАКЖЕ О ТОМ, КАК ОДНО ИЗ СТАРЕЙШИХ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭТОЙ СФЕРЫ ПЛАНИРУЕТ ИХ РЕШАТЬ И СКОЛЬКО МИЛЛИАРДОВ ЧАСТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ БУДЕТ НАПРАВЛЕНО НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ.

BUSINESS GUIDE: Ваше избрание председателем совета директоров ПАО «Светлана» состоялось в этом году. Чья это была инициатива?

ИГОРЬ КОЗЛОВ: Такое предложение мне сделал Андрей Березин, председатель правления инвестиционной компании «Евроинвест», являющейся одним из акционеров ПАО «Светлана». Наше знакомство состоялось еще во время моего руководства «Росэлектроникой» (на тот момент ПАО «Светлана» еще входило в состав этого холдинга). Однако мы продолжили взаимодействовать и после того, как в 2018 году государство вышло из состава акционеров и предприятие стало полностью частным.

И когда Андрей Березин сформулировал задачу вывести «Светлану» на новую ступень развития, сделав ставку на обновление кадрового состава и внедрение инновационных разработок, способных конкурировать не только в России, но и за рубежом, предложив мне возглавить этот процесс в статусе председателя совета, то я, конечно, согласился.

Я считаю, что это, конечно, не простая, но вместе с тем амбициозная задача, которая по плечу и акционерам, и топ-менеджменту «Светланы».

BG: Сегодня российская электроника переживает не самые лучшие времена. Какие ключевые проблемы и вызовы в этой сфере вы видите?

И. К.: Стоит честно признать, что за последние три десятка лет отечественная электронная промышленность утратила свои позиции, причем не только на внешних рынках, но даже и на внутреннем. Сегодня на большинстве предприятий из-за старения инженерных и научных кадров практически не осталось людей, способных говорить о какой-то внятной стратегии и технологической политике. Экспертов, способных видеть за горизонт в десять лет, остаются считанные единицы. К сожалению, даже у той молодежи, которая в последние годы активно интересуется и инженерным делом, и электроникой в частности, у молодежи, которая идет в профильные технические вузы, все же не хватает навыков, которые можно получить только на производстве. Так что к наставничеству над молодежью будем привлекать тех ветеранов, которые еще готовы делиться своим опытом и навыками. И в обновление и восстановление кадрового потенциала будут направляться существенные инвестиции.

BG: Сейчас много говорится об инновациях и импортозамещении. А что вы вкладываете в эти понятия? Насколько эти тренды актуальны для «Светланы»?

И. К.: Вы абсолютно правы в том, что это актуальные темы. Но, к сожалению, для целого ряда предприятий они приобретают оттенок очередной кампанейщины. У нас на «Светлане» ситуация абсолютно противоположная. Как частному предприятию, ориентированному на повышение выручки и прибыли, инновации «Светлане» нужны не «для галочки». Акционеры и менеджмент компании прекрасно понимают, что без инновационных проектов и заделов в сфере R&D у предприятия просто нет перспектив.

Перед нами стоит очень сложная, но стратегически приоритетная задача — выйти на внешние рынки гражданской продукции. Очевидно, что внутрироссийский рынок очень мал, он никогда не даст той отдачи, которую можно получить на зарубежных масштабах. Но стоит честно признать: то, что сейчас в России называют «инновациями», за рубежом уже давно повседневные технологии. И чтобы успеть запрыгнуть в этот поезд, нам нужно очень постараться. Сейчас перед «Светланой» стоит задача минимум: подтянуться до общемировых инновационных трендов, заявив о своем потенциале. И уже следующим шагом должна стать работа по созданию и продвижению гражданской электронной продукции, которая бы по своим технико-экономическим характеристикам могла встать в уровень с мировыми аналогами. Тем самым мы получим перспективу для конкуренции на внешних рынках.

Бояться этого не стоит, поскольку там работают такие же инженеры и специалисты. И опыт нашего предприятия «Светлана-Рентген» как раз показывает, что успешно конкурировать там можно и должно. При этом нам придется серьезно нарастить свои компетенции именно в маркетинге и продажах. И в этом направлении мы также будем и растить молодые кадры, и, конечно, создавать альянсы с теми компаниями, которые успешно работают на экспорт.

BG: О каких инновационных проектах «Светланы» уже можно рассказать и какие инвестиции на них направят?

И. К.: В 2019 году стартовало сразу несколько проектов по выходу предприятий группы компаний на гражданские рынки. Важно отметить, что это не только дивер-

сификация, но и освоение конечной продукции на базе традиционных бизнес-направлений «Светланы».

Например, на базе дочернего предприятия «Светланы» — АО «С.Е.Д.-СПб» — создан инновационный отдел по освоению новых технологий аппаратостроения, таких как, в частности, разработка и изготовление высокочастотных генераторов, востребованных многим отраслями отечественной промышленности. В качестве ведущих сотрудников этого отдела нам удалось привлечь коллектив конструкторов и специалистов из петербургского ВНИИ ТВЧ (Токов высокой частоты) имени Волгодина.

Одной из первых разработок этого отдела станет создание двух установок мощностью 100 кВт для получения специальной высокотемпературной керамики для «Росатома». А также очень перспективная разработка по установке локальной очистки нефти от водяных примесей.

Кроме того, в сотрудничестве с Московским энергетическим институтом (МЭИ) идет проработка направления электронно-лучевых пушек.

До конца года планируется получить сертификацию по обслуживанию и эксплуатации медицинской техники, после чего группа компаний может полноценно выйти в направление дентальных мобильных рентгеновских аппаратов.

В части рентгеновских трубок «Светланой-Рентген» разработана полная линейка импортозамещающих трубок для всех типов флюорографов. Уверены, что у сервисных компаний, обслуживающих медицинскую диагностическую аппаратуру, произведенную за рубежом, эти трубки будут востребованы и по качеству, и по цене.

В целом на развитие инновационных направлений «Светланы» в ближайший год будет направлена сумма не менее 1 млрд рублей. А в дальнейшем рассчитываем, что она постоянно будет расти.

BG: А какая работа у «Светланы» в сфере импортозамещения?

И. К.: Работа ответственная. Ведь развитие инновационного гражданского направления для нас еще важно и потому, что за счет того же экспорта гражданской продукции мы сможем стабильно осуществлять инновационное развитие и в сфере государственного заказа, при этом не привлекая госфинансирования (которое с каждым годом снижается).

Позволю напомнить, что вся 130-летняя история «Светланы» связана с темой импортозамещения: в этом году мы отмечаем юбилей создания завода «Айваз» (преемником которого стала «Светлана»), на котором выпускались первые российские табачные машины и оружейные прицелы. И, конечно, первые русские лампы, от аббревиатуры которых — СВЕТовые ЛАмпы Накаливания — и родился бренд «СВЕТЛАНА».

И нужно отдать должное нынешним акционерам ПАО «Светлана», которые, помимо бизнеса, сохраняют государственный подход к стратегическим вопросам сохранения электронной безопасности страны. Понятно, что госзаказ — доход стабильный, но далеко не сверхмаржинальный. Но он выполнялся и будет выполняться, в том числе за счет внедрения импортозамещающих технологий. Мне отрадно осознавать, что акционеры придерживаются принципа, при котором, условно, газовый компрессор «Газпрома» удаленно никто не должен отключать без ведома самого «Газпрома». ■

Игорь Козлов родился в 1965 году в Ташкенте.

В 1987 году окончил Рижское высшее военное авиационное инженерное училище имени Алксниса. В 1999 году с отличием окончил Военно-воздушную инженерную академию имени профессора Жуковского. В 2006 году получил степень MBA бизнес-школы Эсслингенского университета, Германия. До 2003 года состоял на действительной военной службе в Вооруженных силах РФ, полковник запаса. С 2003 по 2010 год — топ-менеджер в ряде холдингов («Каскол», «Группа ЧТПЗ», «Уралсиб»). С 2010 года — вице-президент по управлению промышленными активами, активами в сфере высоких технологий и ОПК в АФК «Система». В 2012–2013 годах — управляющий партнер инвестиционной компании Glavros Investments, Ltd. В 2013 году назначен советником министра связи и массовых коммуникаций РФ. С 2015 года председатель совета директоров, в 2016–17 годах — генеральный директор АО «Росэлектроника». В настоящее время — совладелец и член советов директоров ряда производственных и энергетических компаний в России и за рубежом, а также председатель совета директоров ПАО «Светлана».

НАВЯЗАННАЯ ИНВЕСТИЦИЯ

БАНК РОССИИ ПРЕДЛАГАЕТ СОЗДАТЬ СРО В РАМКАХ БОРЬБЫ С МИССЕЛИНГОМ И НАВЯЗЫВАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЯМ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ. В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ БАНКИ ЧАЩЕ ВСЕГО ПРЕДЛАГАЮТ ПОСЛЕДНИМ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ, А КЛИЕНТЫ, НЕ ПОЛУЧИВ ОБЕЩАННОГО ДОХОДА, ПИШУТ ЖАЛОБЫ. ОДНАКО САМИ ИГРОКИ РЫНКА ЖАЛУЮТСЯ НА НИЗКУЮ КУЛЬТУРУ НАСЕЛЕНИЯ. ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВА



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

БОЛЬШЕ ВСЕГО ЖАЛОБ НА МИССЕЛИНГ ПОСТУПАЕТ В ОТНОШЕНИИ БАНКОВ И СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

Банк России в 2019 году получил 2,4 тыс. жалоб от граждан на мисселинг или недобросовестное навязывание финансовых продуктов и услуг. Регулятор начал выделять такие жалобы в отдельную категорию только в феврале 2019 года. По словам заместителя руководителя службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг Банка России Елены Ненаховой, почти половина жалоб (43%) касается навязывания клиентам продукта по инвестиционному страхованию жизни (ИСЖ). Навязывают также определенные ценные бумаги, акции, облигации, векселя, договоры доверительного управления. Но в основном это все-таки договоры ИСЖ, и больше всего недовольств по мисселингу поступает в отношении кредитных организаций (63,5%), а также субъектов страхового дела (29,1%).

Практика агрессивных продаж, в том числе и путем «холодного обзвона» по базам данных, а также обмана потребителя в части полноты информации о предлагаемых услугах, применяется не только банками. Конечно, в лидерах предлагаемых таким образом услуг в основном финансовые организации, но зачастую агрессивной рекламой своего продукта пользуются интернет-провайдеры, сотовые операторы, частные медицинские клиники и так далее, отмечает Алексей Корнев аналитик ГК «Финам». «Если крупные кредитные учреждения стараются не злоупотреблять мисселингом, то небольшие компании и особенно недобросовестные участники рынка (в первую очередь, всевозможные форекс-кухни или финансовые пирамиды, замаскированные под порядочных форекс-брокеров) набирают клиентскую базу как раз за счет активного мисселинга. Отдельно стоит выделить мисселинг, связанный не с навязыванием какого-то продукта, а с замалчиванием неприятных нюансов, с которыми может столкнуться потребитель. Такая практика тоже достаточно распространена, и, конечно, в основном в сфере финансовых, банковских, страховых услуг», — добавляет эксперт.

Что же касается большого числа жалоб по ИСЖ, то оно объясняется взрывным ростом этого рынка в последние годы. Одной из причин стало снижение доходности по банковским вкладам. Банки были заинтересованы в запуске новых продуктов для поддержания своей прибыли и достаточно агрессивно предлагали

ИСЖ клиентам. Сейчас динамика сборов страховщиков жизни падает: по итогам 2018 года премии по всей России выросли на 32,8% до 478 млрд рублей, но в первом квартале 2019 года они, напротив, снизились на 7,6% до 84,9 млрд рублей, а во втором квартале отрицательная динамика усилилась и за полугодие премии снизились на 10% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 198,6 млрд рублей.

«Очевидно, чтобы новые продукты продавались, о них нужно рассказывать клиенту. А речь идет о довольно сложных инструментах, и рассказать о них нужно просто с яркими примерами. Хотя открытое навязывание или жесткий мисселинг, когда, например, вы не можете купить нужный вам продукт, не купив другой, в нашей стране сложно представить. Банковская сфера слишком строго регламентируется», — отмечает Мурад Шихмагомедов, начальник управления развития банковских продуктов и проектов банка «Фридом Финанс».

Основную проблему он видит не в навязывании, а в низкой финансовой грамотности населения: менеджер приводит какие-то красочные примеры высокой доходности по ИСЖ, которая вполне возможна при хорошем стечении обстоятельств, и клиент подписывает договор, не прочитав условия и не изучив устройство продукта. А все существенные условия прописаны в документах, которые надо внимательно читать.

ИЗЖИТЬ МИССЕЛИНГ Сегодня и страховое сообщество, и регулятор принимают меры по предупреждению случаев мисселинга, внедряя стандарты продаж, инструменты коммуникаций, обучая продающих сотрудников и повышая финансовую грамотность потенциальных клиентов, так что говорить о динамическом распространении практики мисселинга не вполне корректно, отмечает генеральный директор СК «Ингосстрах-Жизнь» Владимир Черников.

С ним согласен директор петербургского филиала ВСК Дмитрий Лучков. В январе 2019 года вступил в силу согласованный с ЦБ РФ стандарт ВСС по страхованию жизни, который установил правила описания страхового продукта по страхованию жизни, напоминает он. Введенные стандарты обязали страховщиков и банки информировать клиентов о ключевых отличиях страхования жизни от

классических банковских вкладов, о ставках и о возможных рисках, которые клиент принимает на себя, оформляя договор.

Кроме того, с апреля 2019 года введено указание ЦБ о раскрытии информации при продаже продуктов страхования жизни, добавляет Дмитрий Лучков. А в августе 2019 года совместной рабочей группой, куда входили представители НАУФОР, и СРО НФА, был разработан «Стандарт о требованиях к взаимодействию с физическими лицами при предложении финансовых инструментов», который устанавливает требования к брокерам, доверительным управляющим, дилерам, депозитариям, регистраторам, инвестиционным советникам, направленные на предотвращение мисселинга, напоминает господин Корнев.

Тем не менее Банк России собирается пойти дальше и предлагает создать саморегулируемую организацию для борьбы с мисселингом на финансовом рынке. Деятельность такой СРО будет направлена в первую очередь на контроль этических взаимоотношений между финансовыми организациями и клиентами. При этом глава регулятора Эльвира Набиуллина отмечала, что Банк России может ввести государственное регулирование продаж финансовых продуктов, если в ряде секторов саморегулирование не работает.

ЦБ хочет, чтобы банки самостоятельно могли отслеживать и решать споры по вопросам продажи банковских продуктов, отмечает Мурад Шихмагомедов. С одной стороны, хорошо, что регулятор отдает это на откуп самим банкам, добавляет он, с другой — есть уже существующие банковские организации, которые могли бы взять на себя решение этих вопросов.

НЕПРОСТАЯ СИТУАЦИЯ Мисселинг не является нарушением закона, ведь потребитель самостоятельно, по собственной инициативе подписывает соответствующий договор, формально его никто к этому не принуждает. Вместе с тем это явление все же следует квалифицировать в качестве недобросовестных действий, так как, по сути, продается не тот финансовый продукт и при этом потребителю не сообщается о его важных особенностях, говорит Дарья Филина, партнер юридического бюро Legal to Business.

В США факт недобросовестного навязывания финансовых продуктов и услуг карается штрафом, в разы превышающим нанесенный ущерб, а английский

регулятор FSA пошел еще дальше и опубликовал письмо, в котором содержится десять пунктов, по которым потребитель может требовать от финансовых компаний возврата средств в случае совершения мисселинга, рассказывает госпожа Филина. В Великобритании с мисселингом борются через обращение к финансовому омбудсмену. В Нидерландах клиент финансовой организации в обязательном порядке получает памятку с основными параметрами по договору, в том числе с детализацией его инвестиционных параметров. В Германии действует институт независимых союзов потребителей, в том числе в сфере финансовых услуг, занимающихся бесплатными консультациями клиентов по любым вопросам, связанным с приобретением финансовых услуг.

В России в ряде случаев можно попробовать сослаться на нарушение прав потребителя на информацию (ст. 8, 12 Федерального закона «О защите прав потребителей»), а также пытаться признать договор недействительным вследствие того, что лицо действовало под влиянием существенного заблуждения в отношении природы сделки, а также в отношении лица, с которым оно вступает в сделку. Однако следует понимать, что доказать, что потребитель не был должным образом проинформирован относительно существа заключаемого с ним договора и что ему не была предоставлена полная информация об оказываемых ему услугах, будет сложно.

«Для стратегически мыслящих игроков этого рынка совершенно очевидно, что увеличение продаж „здесь и сейчас“ в перспективе негативно скажется на развитии рынка. Так что целевое использование мисселинга как инструмента продаж — недальновидно и невыгодно», — уверен господин Черников. Введение в силу стандартов ВСС и ЦБ в качестве инструмента защиты от мисселинга, а также волатильность рынка и изменение клиентских предпочтений — все это уже привело к трансформации трендов продуктового развития в 2019 году и, как следствие, к корректировке сборов по ИСЖ, добавляет эксперт. Поэтому важно, чтобы страховые компании обучали партнеров продавать страховые продукты именно тем клиентам, которые имеют потребность и интерес к подобным инвестициям и понимают, что именно они покупают. ■

ОСАГО НЕГЛУБОКОЙ ПРОРАБОТКИ

УВЕЛИЧЕНИЕ ЛИМИТА ВЫПЛАТ ЗА ВРЕД ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЮ В ЧЕТЫРЕ РАЗА, ОЖИДАЕМОЕ С ЯНВАРЯ 2020 ГОДА, ПРИВЕДЕТ К РОСТУ СРЕДНЕЙ ЦЕНЫ ПОЛИСА ОСАГО НА 20–25%, СЧИТАЕТ ЦЕНТРОБАНК. ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВА

ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВА

Законодатели и рынок продолжают обсуждать поправки в закон об ОСАГО, которые должны будут повысить страховую сумму за вред жизни и здоровью с 500 тыс. до 2 млн рублей уже с 1 января 2020 года. Также предполагается, что страховщики смогут устанавливать некоторые собственные коэффициенты, учитывая индивидуальные характеристики водителя, в том числе грубые нарушения правил дорожного движения.

Кроме того, Минфин предлагает исключить коэффициент территории из расчета стоимости ОСАГО с 1 января 2020 года, а коэффициент мощности автомобиля — с 1 октября 2020 года. Предлагается заменить исключение этих коэффициентов большей тарифной свободой для страховщиков, которые смогут применять базовый тариф с отклонением вверх и вниз от границ установленного ЦБ тарифного коридора на 40%, а затем на 30%. По расчетам Российского союза автостраховщиков (РСА), средневзвешенный коэффициент мощности составляет 1,25, средневзвешенный территориальный коэффициент — 1,28.

РОСТ НЕИЗБЕЖЕН По мнению Российского союза автостраховщиков (РСА), средняя цена полиса ОСАГО будет меняться по-разному. Но в среднем, учитывая, что по итогам девяти месяцев 2019 года средняя цена полиса ОСАГО в РФ находилась на уровне 5409 рублей (такие оценки делает сам РСА), рост может составить 800 рублей. Центробанк считает, что рост будет более значительным. Как заявил недавно заместитель председателя ЦБ Владимир Чистюхин, средняя стоимость полиса после повышения лимита может вырасти на 20-25%.

Скорее всего, средний рост возможен в пределах озвученной оценки, около 15%, согласен управляющий директор департамента страхования автотранспортных средств компании «Ренессанс Страхование» Сергей Демидов. При этом в Петербурге и Москве увеличение может быть не таким заметным, поскольку эти города пока демонстрируют менее высокую убыточность ОСАГО, чем в среднем по стране, считает господин Демидов. «Серьезного влияния на рынок Петербурга это изменение не окажет. Увеличение цены не настолько существенно, чтобы повлиять на количество автовладельцев, предпочитающих не оформлять полис. Рост убыточности также будет компенсирован пересмотром тарифа и, соответственно, не окажет влияния на доступность полисов», — говорит он.

Средняя премия за период с 1 января по 11 октября 2019 года в целом по РФ по всем видам транспортных средств снизилась на 5,28% и составила 5413 рублей, средняя премия по легковым автомобилям физлиц за этот же период стала меньше на 3,79% (5366 рублей). При этом размер средней выплаты вырос в целом по РФ для всех видов транспортных средств на



НЫНЕШНИЙ ПОТОЛОК ВЫПЛАТ ПО ОСАГО ЗА ВРЕД ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЮ В 500 ТЫС. РУБЛЕЙ ЗАЧАСТУЮ НЕ ПОКРЫВАЕТ ДАЖЕ ЧАСТИ ФАКТИЧЕСКИХ РАСХОДОВ

1,8%, до 72 849 рублей, для частных легковых автомобилей — на 0,98%, до 71 263 рублей.

«В связи с увеличением лимита выплат за вред жизни и здоровью ожидаемо увеличение средней премии на 10–15%. Вероятнее всего, в Петербурге и Москве этот рост будет меньше: так как доля таких убытков в этих регионах ниже, мы ожидаем рост на 5–10%», — добавляет Антон Горбатов, руководитель управления андеррайтинга и автоматизации САО ЭРГО. Тарифный коридор по легковым транспортным средствам физических лиц в настоящее время составляет 2746–4942 рубля. Большинство страховщиков имеют базовый тариф в районе 3500–4000 рублей. Скорее всего, увеличение лимита может сдвинуть этот диапазон немного выше, примерно на 5%, до 3700–4200 рублей, отмечает господин Горбатов.

По мнению Андрея Ковалева, директора департамента андеррайтинга и управления продуктами страховой компании «Согласие», рост среднего тарифа будет больше: на уровне 20%, а в Петербурге и Москве — 15%. «Мы достаточно осторожно относимся к данной инициативе. Она приведет к существенному увеличению стоимости полиса, что, по нашей оценке, может быть негативно воспринято населением и приведет к увеличению доли автовладельцев, не покупающих ОСАГО. В результате в случае ДТП возрастет риск оказаться незащищенным даже у тех, кто купил полис ОСАГО», — отмечает господин Ковалев.

Владимир Храбрый, директор филиала СПАО «Ингосстрах» в Санкт-Петербурге, поддерживает инициативу по повышению лимитов за вред жизни и здоровью. «Но необходимо помнить, что экономика страхования не предусматривает повышения лимита ответственности по какому-либо риску без адекватной корректировки тарифа. Это правило работает и в ОСАГО —

причем в данном сегменте повышение лимитов без коррекции ставок может привести к новому витку кризиса, так как может спровоцировать рост убыточности», — подчеркивает господин Храбрых. В то же время он не ожидает значительного повышения среднего тарифа: текущие результаты либерализации (за девять месяцев 2019 года) говорят о тенденции к снижению средней премии — компании начинают конкурировать за страхователя и корректировать тариф в рамках коридора. В Санкт-Петербурге, к примеру, размер средней премии снизился на 5,2%, обращает внимание господин Храбрых.

ПРЕДМЕТ ДИСКУССИИ

Увеличение страховых выплат за ущерб жизни и здоровью в ОСАГО обсуждается депутатами и страховщиками уже давно. И закон планировалось принять в сжатые сроки, с тем чтобы он вступил в силу с 1 января 2020 года или с 1 апреля того же года. Однако рассмотрение законопроекта задерживается и с рассмотрения Госдумы он был снят, поскольку ряд экспертов и депутатов все-таки считают, что поправки недостаточно проработаны. Под сомнение ставятся и само повышение лимитов, которое приведет к росту тарифов, и поправка об отмене регионального коэффициента в ОСАГО.

По мнению президента РСА Игоря Юргенса, поправка о повышении выплат за ущерб жизни и здоровью пострадавших в ДТП до 2 млн рублей — социально значимая, она касается защиты интересов людей, попавших в острую ситуацию, нуждающихся в финансовой поддержке. «Отказ от запланированного увеличения лимитов возмещения в ОСАГО должен обсуждаться публично. По существу, экспертам предстоит определиться с приоритетами: что важнее автовладельцам — сэкономить на покупке полиса ОСАГО тысячу рублей в год или иметь гарантии выплаты на 2 млн рублей по возмещению ущерба жизни и

здоровью», — заявлял агентству «Интерфакс» президент РСА Игорь Юргенс.

Нынешний потолок выплат по ОСАГО за вред жизни и здоровью в 500 тыс. рублей зачастую не покрывает даже части фактических расходов, если речь идет о действительно тяжелых травмах и длительном лечении, отмечает аналитик ГК «Финам» Алексей Коренев. «Если предложени Минфина будут приняты, будет уравнен лимит выплаты за вред жизни и здоровью по ОСАГО и в рамках обязательного страхования ответственности перевозчика. Сейчас при гибели пассажира на автобусе, самолете, поезде и так далее родственникам полагается компенсация 2 млн рублей, а при гибели пассажира автомобиля, в том числе такси — 500 тыс. рублей в рамках ОСАГО. Эксперты и различные ведомства неоднократно указывали на несправедливость такой ситуации», — отмечает управляющий партнер юридической фирмы Legal to Business Светлана Гузь. Тем не менее она считает, что в законопроекте имеется ряд существенных недоработок, в том числе и в части отмены территориального коэффициента. Так, при отмене коэффициента, например, для Крыма, где по настоянию депутатов в свое время был введен самый низкий территориальный коэффициент (0,6), цены на полисы ОСАГО повысятся автоматически для всех водителей — правда, на разную величину. Зато территориям «профицитным» — таким, как Москва и Санкт-Петербург, — новация обеспечит столь же автоматическое снижение средних базовых тарифов в ОСАГО.

Господин Корнев считает, что отмена коэффициента мощности вкупе с возможностью для страховщиков самостоятельно варьировать условия страхования в более широких рамках относительно базового тарифа выглядит разумной: не всегда мощность двигателя имеет непосредственное отношение к тем рискам, которые несет страховщик, равно как и к сумме страховых выплат. Другое дело, что и отмена коэффициента мощности, и отмена территориального коэффициента должны быть детально проработаны с тем, чтобы максимально полно учесть все возможные ситуации, когда бы закон работал некорректно или оказался бы откровенно невыгодным страховщикам или страхователям.

«Реформа ОСАГО однозначно назрела, но она не должна вестись „кавалерийским наскоком“. Идеальным вариантом было бы, если бы из-под пера законодворцев вышел документ, максимально полно учитывающий интересы и страховых компаний, и водителей, исключающий возможности злоупотребления со стороны недобросовестных граждан и преступных группировок, а также использующий весь накопленный опыт коллег из тех стран, где система страхования гражданской ответственности существует уже давно и проработана достаточно глубоко», — резюмирует господин Коренев. ■

ПОГРУЖЕНИЕ В ЦИФРУ

ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ СТРАХОВЫЕ ЗАНИМАЮТСЯ ПЕРЕВОДОМ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ОНЛАЙН. БОЛЬШЕМУ ПРОНИКНОВЕНИЮ МЕШАЕТ НЕДОВЕРИЕ КЛИЕНТОВ, КОТОРЫЕ ХОТЯТ ПЕРЕД ПОКУПКОЙ УТОЧНИТЬ У АГЕНТА ТОНКИЕ МОМЕНТЫ, А ТАКЖЕ ПОПРОСИТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ СКИДКУ.

ГЕОРГИЙ КАРЧИК

Онлайн-продажи страховых полисов стремительно растут, а с точки зрения объемов лидирует ОСАГО. По данным Российского союза автостраховщиков (РСА), в настоящее время около 50% полисов ОСАГО продается онлайн. Таким образом, годовые сборы будут превышать 100 млрд рублей, и эта цифра будет еще расти. Остальные виды страхования значительно отстают: в прошлом году сборы по электронным продажам у десяти лидеров каско составили почти 5 млрд рублей. Также заметный объем у страхования выезжающих за рубеж: почти 3 млрд у десяти лидеров. «В онлайн заметные сборы есть почти у всей линейки страховых продуктов для частных лиц, где продажи не требуют активных усилий продавца», — отмечает руководитель Северо-Западного дивизиона группы «Ренессанс-страхование» Ольга Захарченко. В «Ингосстрахе» отмечают, что в корпоративном сегменте пользуются популярностью продукты страхования грузов и ответственности. «На сегодняшний день несомненным драйвером развития электронного канала продаж страховых продуктов являются ОСАГО и страхование медицинских расходов выезжающих за рубеж. Чаще всего знакомство у клиентов с виртуальным продуктом бывает именно с этими страховками онлайн», — говорит руководитель блока цифрового бизнеса ПАО СК «Росгосстрах» Дмитрий Литовченко.

Онлайн-продажи одновременно привлекают как страхователей, так и компании. «Клиенты уже привыкли к удобству мобильных приложений и интернет-платформ при заказе такси, бронировании гостиниц, аренде автомобилей и прочих услугах. И сейчас пользователи проецируют свои ожидания и на страховую отрасль», — отмечает управляющий директор департамента «Стратегия» компании Accenture Илья Золин. — Компаниям, в свою очередь, важно соответствовать ожиданиям потребителей и формировать позитивный клиентский опыт».

АТМОСФЕРА НЕДОВЕРИЯ Наиболее серьезный сдерживающий фактор для онлайн — консервативное восприятие аудиторией финансовых услуг. Электронные продажи ощущаются как менее осязаемые, а потому и опасные. «Осталась привычка приобретать продукты через менеджера, которому можно задать уточняющие вопросы и получить договор в бумажном варианте», — отмечает руководитель СК «Сбербанк страхование» Дмитрий Попов. — Еще есть боязнь потребителей, что при покупке онлайн что-то может пойти не так или произойдет сбой — и оплата будет

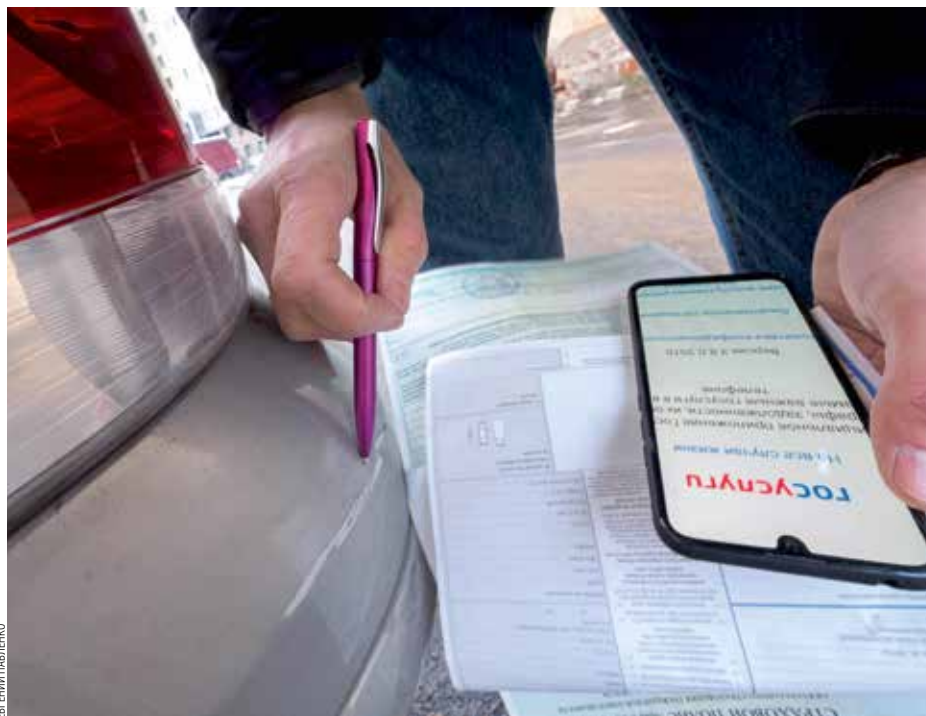
произведена, а подтверждение этому не будет получено».

«От динамики развития финансовой и цифровой грамотности зависит переход в онлайн не только страхования, но и всего сектора финансовых услуг. Также проблемы создают мошенники и та атмосфера недоверия, которая формируется по их вине», — говорит начальник управления интернет-продаж СПАО «Ингосстрах» Евгений Демидов. — Достаточно вспомнить, к примеру, различные мошеннические сайты по продаже страховок ОСАГО. По этой причине автолюбители РФ какое-то время не доверяли идее оформления полисов онлайн».

«Действительно, мошенники подпортили экспансию онлайн-продуктов», — соглашается генеральный директор «Юридического бюро №1» Юлия Комбарова. По ее словам, некоторые страховщики специально урезают риски в интернет-продуктах, так как условия страхования обычно внимательно не читают, а спросить страхователя не у кого. Независимый консультант Дмитрий Смирнов добавляет, что в онлайн невозможно попросить скидку — в отличие от агентских продаж. «Долгое заполнение документов тоже надоедает страхователю, и он предпочтет вызвать агента, который оформит бумаги за него», — считает он.

Сдерживающим фактором также является неочевидная сиюминутная финансовая выгода от онлайн-продаж, что может привести к недофинансированию развития дистанционного канала. Страховая компания, безусловно, экономит на выплате агентского вознаграждения, а также содержании персонала и офисов. Но при этом существенно возрастают маркетинговые расходы на продвижение и привлечение трафика. «Стоимость трафика в сегменте страхования для онлайн-продуктов очень высока», — уверен господин Золин. — Например, реди рект на страницу по продаже электронного ОСАГО может стоить 50–100 рублей. Итоговые затраты поэтому получаются высокими — сопоставимыми или даже превышающими средний размер комиссионного вознаграждения для агентских продаж».

При этом стратегически компании, которые не развивают онлайн-продажи, проигрывают. В «Ренессанс-страховании» считают, что этот вид страхования еще и выгоден, так как выходит на уровень рентабельности уже через 4–5 лет. В первую очередь это происходит благодаря ежегодному росту доли продлений договоров и уменьшению операционных расходов на привлечение клиентов, а также за счет высокой доли кросс-продаж высокопри-



ОТ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ И ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ЗАВИСИТ ПЕРЕХОД В ОНЛАЙН НЕ ТОЛЬКО СТРАХОВАНИЯ, НО И ВСЕГО СЕКТОРА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

быльных продуктов в прямом страховании. Общее сокращение расходов составляет примерно 30%. Более того, часто страхователи делают пролонгацию бумажных договоров онлайн, а затем используют этот способ для заключения новых договоров. Наконец, расставание с деньгами на банковской карточке проходит для клиента психологически легче, чем с наличными, что способствует большему чеку в таких продажах.

РАЗНИЦА МЕНТАЛИТЕТОВ Кроме того, развитие дистанционных каналов зависит от менталитета, причем напрямую это не связано с уровнем развития страны. В компании Accenture отмечают, что доля онлайн высока в Великобритании, Эстонии, Китае, а доминируют именно агентские продажи в Италии и США. При этом по поводу россиян нет однозначного мнения. «В России еще очень много клиентов, предпочитающих общение с агентом, доверие к которому накоплено годами. Клиентам сегодня удобнее, чтобы агент разъяснил все детали продукта, помог с возобновлением полиса или при страховом случае», — говорит заместитель генерального директора, начальник управления по развитию цифровых продаж и поддержки сети «РЕСО-Гарантия» Ренат Конурбаев. — Так что в глазах клиента преимущество пока на стороне человека — нашего агента. И лидирующие позиции на рынке нашей компании, у которой агенты — ключевой стратегический канал продаж и обслуживания, вполне показательны».

Препятствует развитию и консерватизм посредников юриц, не желающих терять потоки из-за реформы. «Комиссионный доход банков и автосалонов от продажи страховых продуктов очень существенный, и от него добровольно не откажутся», — продолжает господин Золин. — При этом сами агенты и страховые посредники тоже цифровизируются — во всяком случае, как это позволяет закон». На условиях анонимности страховщики рассказали, что автосалоны берут комиссию, которая доходит до 50–60% от стоимости страховки, если это касается страхования жизни, по которому выплаты редки.

«Особым драйвером электронного канала у нас является мегарегулятор: нельзя недооценивать активность и усилия Банка России по запуску и развитию электронного ОСАГО, по распространению принципов Европротокола, по активному вовлечению Банка России во все инициативы цифровизации индустрии», — уверен господин Конурбаев. Поэтому обязательные виды являются драйвером роста. Следующим драйвером может стать «Зеленая карта», но для реформ нужна добрая воля всех 48 государств — участников соглашения. В РСА отметили, что заключение договоров «Зеленая карта» в режиме онлайн будет возможно только после внесения соответствующих изменений в правила системы на международном уровне и реализации автоматизированного обмена данных между таможенными органами стран — участников системы.

Эксперты отмечают, что на сегодня высокий потенциал у коробочного ДМС физлиц. «Пока предложений с адекватными условиями на рынке мало даже офлайн, но этот сегмент в ближайшие несколько лет ждет быстрый рост, в том числе и онлайн. Это хорошо понятный клиентам и востребованный продукт, который займет значительную долю онлайн. Пока продажи ДМС у десяти лидеров за прошлый год составили всего 57 млн рублей, потенциал роста огромный», — говорит госпожа Захарченко. В «Росгосстрахе» считают, что задача страховщиков в этом случае — правильно сформировать пакетные предложения с ориентацией на определенные сегменты клиентов. Например, это страхование от несчастного случая: довольно часто такой продукт приобретают для детских спортивных секций. Эксперты говорят, что агентом в этом сегменте выступают спортивные организации, которые получают комиссионные со страховщиков.

Руководитель практики Digital компании Accenture в России Лариса Малькова заключает, что в долгосрочной перспективе финансовые продукты будут встраиваться в нефинансовые сервисы и онлайн-платформы. Участники рынка будут вынуждены стать в первую очередь технологическими компаниями и сформировать вокруг себя экосистемы. В противном случае они проигрывают в конкурентной борьбе. ■

ПЕНСИОННЫЙ ОТКАТ

РЫНОК НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ (НПФ) СТАГНИРУЕТ. ИЗМЕНЧИВОСТЬ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА, НИЗКАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ И ПАДЕНИЕ ДОХОДНОСТИ ПОСТАВИЛИ УЧАСТНИКОВ ПЕРЕД ВЫБОРОМ: ОБЪЕДИНЯТЬСЯ ИЛИ ПОКИДАТЬ РЫНОК. ПО ИТОГАМ 2019 ГОДА ЭКСПЕРТЫ НЕ ОЖИДАЮТ КАРДИНАЛЬНЫХ ПЕРЕМЕН К ЛУЧШЕМУ И СЧИТАЮТ, ЧТО ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА НПФ НЕОБХОДИМО ПОВЫШЕНИЕ МАРЖИНАЛЬНОСТИ ПЕНСИОННЫХ ПРОДУКТОВ И СОЗДАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ СТИМУЛОВ.

АЛЕНА ШЕРЕМЕТЬЕВА

Согласно данным рейтингового агентства «Эксперт РА», по итогам 2018 года пенсионный рынок показал самый слабый за последние восемь лет прирост в абсолютном выражении. Так, объем пенсионных средств увеличился лишь на 231 млрд и составил 3,85 трлн рублей, а темп прироста снизился с 12,2% до 6,4%.

«Продолжение в 2018 году масштабной расчистки инвестиционных портфелей ряда фондов оказало еще больший негативный эффект на среднерыночную доходность, чем годом ранее. В итоге доходность пенсионных накоплений снизилась до близких к нулю значений. Положительную динамику обеспечили приток средств пенсионных накоплений из ПФР (+163 млрд рублей) и доходы от размещения пенсионных резервов (5,2%), которые в меньшей степени подверглись негативному влиянию обесценения активов на рынке», — говорится в исследовании «Эксперт РА».

По данным генерального директора АО «НПФ „Открытие“» Михаила Моторина, под управлением НПФ на 30 июня в совокупности сосредоточено 2,7 трлн рублей пенсионных накоплений и 1,3 трлн рублей пенсионных резервов. Прирост по сравнению с аналогичным периодом 2018 года по пенсионным накоплениям составляет 3,5%, по резервам — 9,2%. «За аналогичный период 2013–2012 годов (активный рынок обязательного пенсионного страхования, ОПС) прирост накопительной системы составлял более 50% в год, при этом резервы по негосударственному пенсионному обеспечению (НПО) также традиционно прирастали медленно — около 7%», — подсчитал господин Моторин.

КРУТОЕ ПИКЕ По оценкам начальника отдела инвестиций «БКС Брокер» Нарека Авакяна, рынок НПФ находится в очень непростой ситуации с 2014 года, когда правительство объявило о первой заморозке пенсионных накоплений россиян. «С тех пор множество фондов столкнулись с недоверием клиентов, число „молчунов“ значительно возросло и финансовые результаты ухудшались. В последний год ситуация еще сильнее ухудшилась из-за пенсионной реформы: люди просто перестали верить в пенсии и любое соцобеспечение со стороны государства. Поэтому самый слабый рост рынка НПФ за последние восемь лет не должен никого удивлять», — комментирует господин Авакян.

Советник генерального директора ИФК «Солид» Юрий Новиков констатирует, что принятое впопыхах решение о «заморозке» остудило порывы к развитию негосударственного пенсионного обеспечения как отрасли. «Негосударственные пен-

сионные фонды вложили много средств, времени и других ресурсов в привлечение клиентов ОПС в расчете на значительный рост сегмента, задвинув бизнес добровольного пенсионного страхования в дальний угол на время. Теперь приходится перестраиваться», — отмечает господин Новиков.

Эксперт добавляет, что ЦБ, Минфин и профессионалы этого рынка уже более двух лет пытаются явить обществу идею альтернативного самостоятельного накопления работником денег на свою пенсию. «Основной „фишкой“ идеи (индивидуального пенсионного капитала, а затем гарантированного пенсионного продукта) было обязательное участие работника в этом процессе. Новый налог, отказаться от которого было бы трудно. Однако сегодня уже очевидно, что сторонники добровольного участия одержали верх и данная реформаторская идея неконкурентоспособна», — поясняет господин Новиков.

В ВТБ отмечают, что рынок НПФ осваивается на фоне введения поправок к пенсионному законодательству, вступивших в силу в этом году. В частности, с новым порядком подачи заявления о переходе через Единый портал государственных услуг (ЕПГУ), обменом информацией между участниками рынка и ПФР через Систему межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ).

По оценкам господина Моторина, 2019 год для рынка НПФ является непростым с точки зрения продолжающейся неопределенности в развитии сегмента ОПС. Профессиональное сообщество ожидает законодательных решений по созданию новой модели пенсионных накоплений. «Для граждан это появление возможности

пополнения текущих счетов накопительных пенсий не только за счет инвестдохода. Для НПФ это также один из возможных драйверов роста на фоне продолжительной „заморозки“ ОПС. Обратная сторона медали — невозможность оценить процент охвата и вовлеченности людей в новую систему личных накоплений», — рассказывает господин Моторин.

По мнению генерального директора НПФ Сбербанка Александра Зарецкого, граждане только сейчас начинают проявлять осознанный интерес к самостоятельным накоплениям. «Это довольно медленный процесс: количество россиян, которые делают отчисления в фонды, чтобы накопить на дополнительную пенсию, сейчас составляет около 6 млн человек, это примерно 10% работающих граждан. При этом до 90% рынка негосударственного пенсионного обеспечения приходится на корпоративные программы, которые доступны в основном только работникам крупных компаний и госкорпораций», — отмечает господин Зарецкий.

Финансовый советник президента ГК «ЕЮС» Игорь Файнман утверждает, что граждане России не верят в пенсионные накопления и не доверяют ни государственным, ни независимым пенсионным фондам. «Видя, как легко правительство жонглирует заморозкой и какую доходность показывают управляющие компании (а она бывает и ниже банковского депозита), желание увеличивать и формировать свои пенсионные накопления отпадает», — сетует эксперт.

НЕПРЕДЕЛЬНАЯ КОНЦЕНТРАЦИЯ По данным Банка России, сейчас лицензиями на пенсионную деятельность обладают 49 НПФ. При этом на пике участников было

более 250, говорит господин Зарецкий. Количество игроков на рынке стремительно сокращается из-за консолидации фондов.

«Чтобы удержаться на плаву, сэкономить на издержках и реализовать свои цели, фонды склоняются к объединению усилий, в том числе на фоне некоторого давления со стороны ЦБ», — рассказывает директор по анализу финансовых рынков и макроэкономики ИК «Инстант Инвест» Александр Тимофеев. — Так, процедуру объединения уже анонсировали „Ростех“ и „Росатом“, которые планируют завершить процесс в первой половине 2020 года. Их примеру в этом году могут последовать „Атомгарант“ и „Атомфонд“. А еще месяц назад к НПФ „Эволюция“ присоединились сразу три фонда: „Образование“, „Согласие“ и „Социальное развитие“».

Помимо сокращения количества игроков, для российского рынка НПФ характерна высокая концентрация активов. Так, по оценкам управляющего директора практики финансовых институтов Accenture в России Ирины Одинаевой, на топ-10 фондов приходится порядка 90% всех активов, находящихся под управлением НПФ. «На текущий момент лидерами рынка с долей выше 10% по величине активов являются: НПФ Сбербанка, НПФ „Газфонд пенсионные накопления“, НПФ „Открытие“, НПФ „Газфонд“, — перечисляет госпожа Одинаева.

Господин Моторин полагает, что консолидация рынка будет продолжаться, в том числе на фоне ужесточения пруденциального надзора и снижения маржинальности. «По разным оценкам, в ближайшие год-два число фондов может сократиться до 15–20, которые будут преимущественно сосредоточены вокруг крупных финансовых групп», — прогнозирует он.

По оценкам экспертов, доходность НПФ в среднем составляет 8–10%. По данным господина Новикова, более 80% вложений фондов приходится на облигации. На данный момент все больший интерес участников рынка представляют корпоративные облигации: за год их доля увеличилась с 47,8 до 51,6%. Их рост обеспечивается за счет снижения доли гособлигаций (сейчас 33,3%) и акций (7,2%).

Основным направлением инвестирования для НПФ Сбербанка сейчас являются высоконадежные долгосрочные облигации, говорит господин Зарецкий. Доходность таких инструментов, по его оценкам, составляет 7–8% годовых (+3% к инфляции).

Заместитель генерального директора «КСП Капитал УА» Вячеслав Исмаилов добавляет, что небольшую часть портфеля НПФ составляют также акции российских эмитентов и депозиты. Общая доходность портфелей, по его подсчетам, составляет около 10%. → 28



СЕГОДНЯ В РОССИИ ЛИЦЕНЗИЯМИ НА ПЕНСИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБЛАДАЮТ 49 НПФ

27 → СМЕНА ОКРАСКИ Аналитики «Эксперт РА» прогнозируют, что в 2019 году пенсионный рынок ждет стагнация. В то же время они полагают, что снижение притока средств из Пенсионного фонда России в ближайший год может быть компенсировано за счет более высоких показателей доходности НПФ. «Основные мероприятия, связанные с расчисткой проблемных активов ряда фондов, завершены, а вероятность реализации новых кредитных рисков на фоне улучшения качества инвестиционных портфелей значительно снизилась. В случае отсутствия существенных внешних шоков средневзвешенная доходность пенсионных накоплений будет в диапазоне 7–9%. Доходность размещения пенсионных резервов составит 6–7%», — говорится в исследовании «Эксперт РА». По прогнозам аналитиков агентства, темп прироста рынка в 2019 году ускорится до 8% на фоне провальных результатов 2018 года, а совокупный объем пенси-

онных средств составит около 4,2 трлн рублей.

Господин Новиков более сдержан в оценках. Несмотря на достигнутую в первом полугодии доходность, общая тенденция на снижение доходностей на рынке облигаций продолжается, утверждает он. «Ожидание коррекции на рынке акций и валютном рынке к концу года заставляет с осторожностью прогнозировать такие же результаты по итогам года, они с высокой степенью вероятности могут быть хуже», — полагает господин Новиков. — Конкурентный фон в отрасли тоже меняет окраску. По итогам переходной кампании 2018 года большинство клиентов (60%) переходили из фонда в фонд, тогда как раньше большинство приходило из ПФР. Итоги переходной кампании 2019 года, скорее всего, подтвердят и усилят тенденцию».

Схожих взглядов придерживается и господин Файнман. «Учитывая, что многие квалифицированные инвесторы в следую-

щем году ждут турбулентности на мировых рынках и переключаются свои активы из доходных инструментов в инструменты сохранения капитала, ждать положительных изменений на рынке НПФ не приходится», — уверен он. — А пассивность граждан в вопросе формирования своей будущей пенсии еще и подливает масла в огонь. Существенного снижения пока не будет, но и позитивных изменений ждать не приходится».

Эксперты говорят, что в текущих условиях игрокам рынка будет непросто сохранить конкурентоспособность. По словам Александра Зарецкого, им необходимо включить в пенсионные продукты фондов дополнительные услуги (например, страховые, патронажные и так далее). «Также нужно разрешить клиентам НПФ при желании получать пенсионные выплаты еще до наступления официального пенсионного возраста или использовать свои накопления досрочно для покупки недвижимости и лечения серьезных заболеваний.

Очень поможет рынку также введение в Налоговый кодекс понятия „пенсионный налоговый вычет“, размер которого должен составлять 400 тыс. рублей», — поясняет господин Зарецкий.

Госпожа Одинаева считает, что для сохранения конкурентоспособности необходимо повысить операционную эффективность НПФ и сократить издержки на управление за счет цифровизации ключевых бизнес-процессов (взаимодействие с клиентами, с партнерами, внутренние процессы). Кроме того, она видит возможность обеспечить эффект масштаба путем объединения фондов или перевода фондов на обслуживание общего пенсионного администратора.

Тем временем, господин Авакян не видит никаких перспектив выхода из сложившейся на рынке ситуации. Более того, по его словам, есть риск, что в ближайшие два-три года капитал НПФ начнет сокращаться, что крайне негативно скажется на всей пенсионной системе. ■

В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ СТАНОВИТСЯ ТЕСНО

ЗА ДЕВЯТЬ МЕСЯЦЕВ 2019 ГОДА БЫЛО ВВЕДЕНО В ЭКСПЛУАТАЦИЮ 40,2 ТЫС. КВ. М КАЧЕСТВЕННОЙ ОФИСНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, ЧТО В 1,3 РАЗА МЕНЬШЕ ОБЪЕМА, ВВЕДЕННОГО ЗА АНАЛОГИЧНЫЙ ПЕРИОД 2018 ГОДА. ПРИ ЭТОМ 24% ВВЕДЕННЫХ В 2019 ГОДУ ОБЪЕКТОВ ПРЕДНАЗНАЧЕНЫ ДЛЯ СОБСТВЕННЫХ НУЖД КОМПАНИЙ.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Такие данные приводит компания Knight Frank St Petersburg. По данным JLL, в третьем квартале завершена реконструкция и введено в эксплуатацию всего шесть бизнес-центров арендопригодной площадью 27,5 тыс. кв. м. Из них свободными остаются лишь 3,7 тыс. кв. м.

В третьем квартале 2019 года на рынке офисной недвижимости Петербурга продолжилось снижение уровня свободных помещений. В зданиях класса В доля вакантных площадей уменьшилась на 0,5 п. п. и достигла 5,8%. Ранее такие низкие значения были зафиксированы 11 лет назад, в докризисный 2008 год. В бизнес-центрах класса А, по данным на конец сентября, вакантно 3,0%, и этот показатель в течение текущего года стабилен.

По данным JLL, на данный момент на рынке Петербурга пустует 169,5 тыс. кв. м качественной офисной недвижимости. В общем объеме свободных площадей сокращается количество как крупных офисных блоков (от 1 тыс. кв. м), так и небольших (250–350 кв. м) помещений. «Для больших компаний заключение предварительных договоров на этапе строительства здания повышает вероятность аренды необходимого количества офисов. Однако арендаторы по-прежнему трепетно подходят к вопросу — и хоть и рассматривают аренду в строящихся зданиях, но сделки в большинстве случаев заключаются уже после ввода объекта в эксплуатацию», — комментирует Регина Волошенко, руководитель отдела по работе с владельцами офисных помещений компании JLL в Санкт-Петербурге.

Следует отметить оживление активности девелоперов и анонсирование новых проектов бизнес-центров. На стадии строительства находится не менее



НА ДАННЫЙ МОМЕНТ НА РЫНКЕ ПЕТЕРБУРГА ПУСТУЕТ 169,5 ТЫС. КВ. М КАЧЕСТВЕННОЙ ОФИСНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

300 тыс. кв. м офисной недвижимости, ввод которых запланирован на ближайшие два года. До конца текущего года анонсирован ввод 148 тыс. кв. м офисов. Но, по прогнозам аналитиков JLL, прирост не превысит 100 тыс. кв. м, учитывая устойчивую тенденцию увеличения сроков строительства. Тем не менее, значительный объем нового предложения сдержит рост арендных ставок и снижение доли свободных площадей.

За третий квартал средневзвешенная запрашиваемая арендная ставка в зданиях класса А увеличилась на 1,5% и со-

ставляла 1906 рублей за квадратный метр в месяц (включая НДС и операционные расходы). В бизнес-центрах класса В — выросла на 0,2% и достигла 1302 рублей за квадратный метр.

На рост арендных ставок влияет и устойчивый спрос. В структуре сделок преобладают компании нефтегазового сектора (преимущественно класс А) и IT (класс В). «Информационные технологии будут развиваться и внедряться в нашу жизнь все больше и больше, обеспечивая конкурентное преимущество в разных отраслях бизнеса. Таким образом, в бли-

жайшем будущем IT-компаниям будут лидировать по темпам развития и оставаться одним из драйвером спроса на рынке офисной недвижимости», — говорит Наталья Киреева, заместитель руководителя отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге.

За девять месяцев 2019 года было введено в эксплуатацию 40,2 тыс. кв. м качественной офисной недвижимости, что в 1,3 раза меньше объема, введенного за аналогичный период 2018 года. При этом 24% введенных в 2019 году объектов предназначены для собственных нужд компаний.

Суммарно на стадии строительства и реконструкции находится около 107,5 тыс. кв. м качественной офисной недвижимости, заявленной к вводу в эксплуатацию до конца 2019 года. Более половины из них — офисные площади класса В.

Началось строительство новой очереди бизнес-центра «Невская ратуша» в Дегтярном переулке. Арендопригодная площадь зданий составит около 77,3 тыс. кв. м. Ввод объекта запланирован на второе полугодие 2022 года.

Компания «Развитие» получила разрешение на строительство бизнес-центра рядом с ТРК «Варшавский экспресс» общей площадью около 46 тыс. кв. м.

За девять месяцев 2019 года объем арендованных площадей классов А и В составил около 79,6 тыс. кв. м. «Наиболее востребованными оказались помещения площадью менее 1,2 тыс. кв. м, на них пришлось около 70% сделок аренды. При этом стоит отметить тенденцию увеличения количества сделок с качественными офисными помещениями более 1 тыс. кв. м», — говорит Михаил Тюнин, заместитель генерального директора Knight Frank St Petersburg. ■

БОРЬБА ЗА ВЫЖИВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ БАНКИ СЛАБО ВОВЛЕЧЕНЫ В ФИНАНСИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ СВОИХ РЕГИОНОВ. ПО ОЦЕНКАМ РЕЙТИНГОВОГО АГЕНТСТВА НКР, ИХ ДОЛЯ В КРЕДИТАХ НАСЕЛЕНИЮ И КОМПАНИЯМ СОСТАВЛЯЕТ ДО 10%, А В НЕКОТОРЫХ РЕГИОНАХ НЕ ПРЕВЫШАЕТ 1%. В УСЛОВИЯХ ЖЕСТКОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ С ФЕДЕРАЛЬНЫМИ ИГРОКАМИ КОНКУРЕНТНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ МЕСТНЫХ БАНКОВ СТАНОВЯТСЯ ОПЕРАТИВНОСТЬ И НЕСТАНДАРТНЫЙ ПОДХОД К РЕШЕНИЮ ЗАДАЧ. ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВА

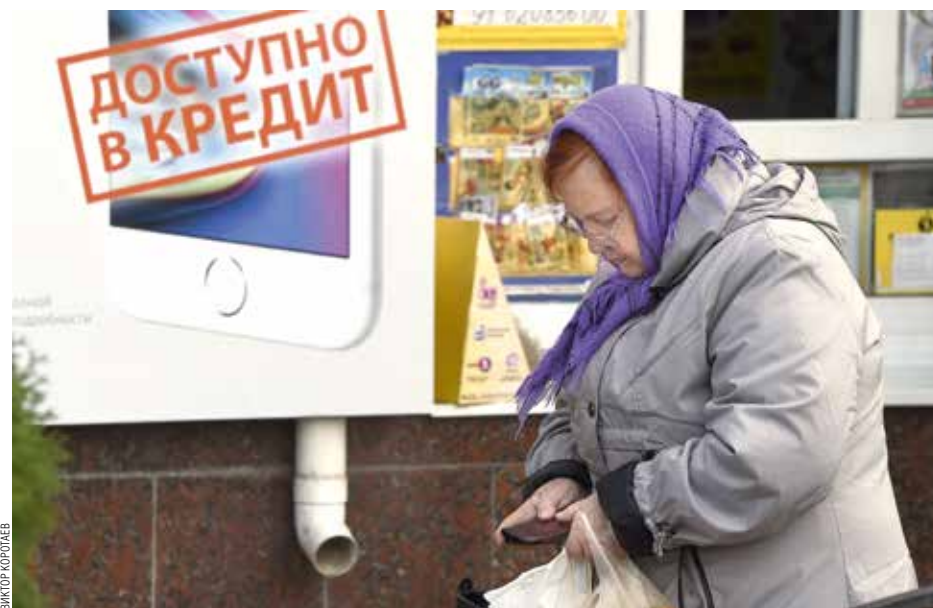
Региональные банки с 2016 года демонстрировали более слабые темпы роста кредитного портфеля, чем федеральные игроки. В последние три с половиной года только в 18 регионах местные банки смогли показать положительную динамику кредитования. В результате их доля в большинстве субъектов РФ заметно сократилась. Такие выводы содержатся в исследовании «Региональный дисбаланс», подготовленном экспертами рейтингового агентства «Национальные кредитные рейтинги» (НКР).

В 79 субъектах РФ доля местных кредитных организаций в кредитах компаниям и населению не превышает 10%. Крупнейшей региональной банковской системой, несмотря на сокращение доли местных банков в кредитовании экономики вдвое с 2016 года, обладает Татарстан. При этом по доле местных банков в кредитовании клиентов лидирует Республика Крым.

На рынке привлечения клиентских средств позиции региональных игроков выглядят лучше. В 18 субъектах РФ доля местных банков в депозитах населения и компаний превышает 10%. Однако значительная часть привлеченных в регионах средств не направляется на кредитование местной экономики. В 40 субъектах соотношение показателя «депозиты/кредиты» по местным банкам очень высокое — 150% и выше, при этом в 27 из них данное соотношение с 2016 года выросло. Эта тенденция отражает дефицит качественных заемщиков в регионах и сложности конкуренции с крупнейшими федеральными игроками.

Локальный банковский бизнес в Петербурге чувствует себя значительно лучше, чем в целом по России. Как отмечает директор — руководитель направления банковских рейтингов агентства НКР Михаил Доронкин, на начало июля 2019 года доля местных банков в кредитах компаниям и населению в Санкт-Петербурге составила 34%. По данному показателю город находится на третьем месте после Москвы и Крыма, в два раза опережая следующий за ним Татарстан (доля местных банков — 16%).

«Высокие показатели доли кредитов местных банков Санкт-Петербурга обусловлены наличием банка „Санкт-Петербург“ — крупнейшего регионального банка России. Татарстан также имеет на своей территории крупный региональный банк — „Ак Барс“», — комментирует руководитель аналитической службы петербургской УК «Доходь» Владимир Киселев. Множество небольших кредитных организаций находится в Москве и Петербурге, что обосновано более развитой экономикой и промышленностью этих городов, продолжает эксперт. А высокая доля региональных банков в Крыму связана с отсутствием в регионе федеральных банков, опасющихся попасть под санкции.



В 79 СУБЪЕКТАХ РФ ДОЛЯ МЕСТНЫХ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В КРЕДИТАХ КОМПАНИЯМ И НАСЕЛЕНИЮ НЕ ПРЕВЫШАЕТ 10%

БАНКИ ДЛЯ СВОИХ Небольшим банкам становится все сложнее конкурировать с крупными известными брендами, отмечает начальник управления развития банковских продуктов и проектов банка «Фридом Финанс» Мурад Шихмагомедов. Во-первых, клиенты стали осторожнее после волны отзывов лицензий. Во-вторых, у маленьких банков не хватает ресурсов и профессиональных команд, чтобы, например, создать и вывести на рынок какой-то новый интересный конкурентный продукт.

Небольшие банки способны выживать только за счет предоставления услуг в довольно узких нишах, имеющих специфические особенности и спрос, считает аналитик ГК «Финам» Алексей Коренев. Это могут быть кредитные учреждения, ориентированные либо на какие-то высокотехнологичные продукты, которые востребованы узким кругом потребителей, либо на кредитование каких-то сегментов бизнеса, которые наиболее полно представлены в конкретном регионе. Например, займы фермерским хозяйствам или расчетно-кассовое обслуживание каких-то местных предприятий.

«Конкурентное преимущество региональных банков заключается в работе с клиентами, которым затруднительно получить финансирование у крупных федеральных участников рынка. Это могут быть физические и юридические лица, например, с ненадежной кредитной историей или ее отсутствием. Часто местные банки аффилированы с владельцами крупных региональных предприятий и используются для их финансирования», — отмечает господин Киселев. Кроме того, региональные банки имеют шанс на выживание в экономически неразвитых регионах, где крупные банки видят высокие риски ведения бизнеса, добавляет он.

ЗАКРЫТАЯ СРЕДА Основное отличие небольших региональных участников рынка — это оперативность принятия решений: в крупных банках длительная цепочка согласований, особенно по корпоративным кредитам, отмечает вице-президент банка «Александровский» Кирилл Каптюгов. «Разумеется, федеральные игроки могут предложить более низкую кредитную ставку. Однако мы знаем, что хороша ложка к обеду — и бизнес не всегда может ждать. Поэтому многие клиенты готовы заплатить больше, но при этом получить оперативное решение банка», — говорит банкир. Сейчас банковские услуги одинаковы у подавляющего большинства участников рынка, но региональные игроки могут придерживаться нестандартного подхода даже в рамках традиционной линейки продуктов и предлагать индивидуальные решения, добавляет господин Каптюгов.

Еще один важный момент — ставка на IT и финансовые технологии. IT-подразделения, которые традиционно решали только внутрибанковские задачи, сегодня превратились в средство конкуренции с другими банками. Банк «Фридом Финанс», например, реализовал моментальное зачисление средств юрлиц на счета. «Обычно деньги перечисляются через один-два рабочих дня. Наш продукт быстро стал конкурентным преимуществом», — говорит господин Шихмагомедов.

Сегодня некоторые игроки, у которых есть ресурсы, нацелены на создание экосистем, закрытых от других конкурентов. Идя по пути IT-компаний, они создают закрытую среду. «Много говорят о возможности появления „финансовых супермаркетов“, где в едином окне можно будет получить услуги самых разных банков. На начальном этапе такие маркетплейсы, конечно, имеют конкурентное преимущество, так как агрегируют предложения всех по-

ставщиков услуг и в режиме одного окна предоставляют клиенту все предложения. Но когда маркетплейсов станет несколько, они начнут конкурировать между собой, и поскольку там будет представлен плюс-минус один и тот же набор поставщиков и продуктов, клиенту будет все равно, на какой маркетплейс идти», — размышляет господин Шихмагомедов. Он считает, что развитие закрытых экосистем станет более интересной и правдоподобной перспективой. С другой стороны, конкурентная борьба среди банков усилится, и это приведет к минимизации прибыли. Так что в развитие новых продуктов отдельные кредитные организации будут вкладываться все меньше.

КУРС НА СОКРАЩЕНИЕ Роль местных игроков заметно уменьшается по мере ужесточения надзорной практики регулятора и снижения рентабельности традиционного банковского бизнеса на фоне стагнации экономики. Дополнительный удар нанесла консолидация сектора в руках крупных игроков федерального масштаба, прежде всего госбанков, отмечают в НКР. В результате число региональных кредитных организаций существенно сократилось. Так, в 37 субъектах РФ местные банки сегодня либо отсутствуют, либо их доля в кредитах клиентам составляет менее 1%. Среди них — семь субъектов из топ-20 по совокупному объему банковских кредитов компаниям и населению: Воронежская, Тульская, Кемеровская и Иркутская области, Красноярский край, Республика Башкортостан, Ямало-Ненецкий автономный округ.

Тенденция к сокращению доли региональных банков в экономике продолжается, отмечает президент — председатель правления банка SIAB Галина Ванчикова. Основная причина — ужесточение конкуренции между региональными и крупными федеральными банками: если у последних есть доступ к более дешевому фондированию, то у локальных игроков такой преференции нет. «Для привлечения клиентов крупные банки могут позволить себе демпинг, предлагая порой, к примеру, кредиты по более низким ставкам или эквайринг с комиссией ниже себестоимости. Очевидно, что при таких условиях поддерживать ценовую конкуренцию региональным банкам сложно», — отмечает госпожа Ванчикова. Зато некрупные кредитные организации умеют хорошо работать в индивидуальном порядке с каждым своим клиентом, предлагая персональный подход, а не стандартизированные решения, добавляет она. Для многих клиентов малого и среднего бизнеса это важное преимущество.

Так как региональные банки работают в более рискованных секторах кредитного рынка, это увеличивает вероятность их банкротства и отзыва лицензии, поэтому сокращение их доли в экономике, скорее всего, продолжится, ожидает господин Киселев. ■

ПОРТФЕЛЬ НА ВЫРОСТ

СДЕЛКИ КУПЛИ-ПРОДАЖИ КРЕДИТНЫХ ПОРТФЕЛЕЙ — НЕ РЕДКОЕ ЯВЛЕНИЕ НА РЫНКЕ. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ НЕКОТОРЫХ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОСТРОЕНА НА БЫСТРОМ НАРАЩИВАНИИ АКТИВОВ ЗА СЧЕТ ПРИОБРЕТЕНИЯ СТОРОННИХ ПОРТФЕЛЕЙ — БЕЗ ЗАТРАТ НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ, МАРКЕТИНГ И СОДЕРЖАНИЕ ОФИСНОЙ СЕТИ.

АЛЕНА ШЕРЕМЕТЬЕВА

Однако эксперты считают, что бесконечный неорганический рост кредитного портфеля — это не самая лучшая идея, поскольку маржинальность таких операций ниже, чем при первичном кредитовании.

За последние несколько лет кредитные организации стали реже продавать и покупать портфели, говорит глава люксембургского офиса консалтинговой компании KRK Group Никита Рябинин. «На рынке мало хороших активов и много ликвидности. Создание и наращивание портфеля стоит как задача номер один перед большей частью банков», — отмечает эксперт.

Старший инвестиционный консультант «БКС Брокер» Максим Ковязин считает, что этот рынок можно условно разделить на два периода: до и после 2016 года. «Это связано с тем, что до 2016 года ЦБ более охотно кредитовал банки под залог прав требования по кредитам. В этот период были очень крупные сделки: например, в 2011 году ВТБ24 купил у «КИТ Финанса» ипотечный портфель на 36 млрд рублей. Тогда «КИТ Финансу» потребовались средства для погашения задолженности перед АСВ (Агентство по страхованию вкладов). — **ВГ**. В том же 2011 году «Петрокоммерц» купил ипотечный портфель на сумму 1,1 млрд рублей у Национального резервного банка. Сегодня, например, «Уралсиб» покупает портфели небольшими лотами от 100 млн рублей», — комментирует господин Ковязин.

Интерес банков к покупке кредитных портфелей во многом стимулируется динамикой процентных ставок. «Кредиты, сформированные под высокую ставку в прошлом, вызывают высокий интерес со стороны инвесторов (покупателей). В то же время originаторы неохотно расстаются с такими портфелями. В этой связи можно отметить рост цессионной активности по длинным и стандартизированным кредитам, например ипотеке», — поясняет управляющий по стратегическому маркетингу ПСБ Андрей Бархота.

По его оценкам, доля цессии в кредитном портфеле банковского сектора колеблется в диапазоне 3–5%, не демонстрируя устойчивой тенденции к росту или снижению. «Данная доля ожидаемо увеличивается в периоды консолидации банковского сектора, когда передача портфеля носит скорее нерыночный характер», — констатирует господин Бархота.

Заместитель председателя правления банка «Александровский» Александр Тютюник говорит, что в последнее время покупка и продажа кредитных портфелей стали частым явлением. В частности, такие сделки совершает банк «Александровский». Доля цессионных портфелей в российских банках, по его подсчетам, остается невысокой (до 5%), но в отдельных кредитных организациях этот показатель может достигать и до 50%.



ДОЛЯ ЦЕССИИ В КРЕДИТНОМ ПОРТФЕЛЕ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА КОЛЕБЛЕТСЯ В ДИАПАЗОНЕ 3–5%, НЕ ДЕМОНИСТРИРУЯ УСТОЙЧИВОЙ ТЕНДЕНЦИИ К РОСТУ ИЛИ СНИЖЕНИЮ

Заместитель директора департамента кредитного бизнеса банка «Открытие» Нина Крючкова указывает, что покупка ипотечных портфелей была популярна более 10 лет назад: «После кризиса 2014–2015 года этот бизнес почти исчез, остался только АИЖК (сейчас ДОМ.РФ) со своими программами». Но в последние пару лет банки постепенно возвращаются к сделкам по покупке ипотечных портфелей, рассказывает она.

По словам заместителя заведующего кафедрой ипотечного жилищного кредитования Финансового университета при Правительстве РФ Юлии Грызенковой, в ипотечном кредитовании покупка портфелей довольно распространена. Объем таких сделок приближается к 10%, если не учитывать портфель Сбербанка, оценивает она.

Финансовый аналитик, основатель семейного офиса Adar Advisors Елена Гертсберг обращает внимание на то, что продавцами и покупателями портфелей чаще выступают те банки, у которых под одной крышей есть и корпоративный бизнес, и розница. Помимо этого, в таких сделках активно участвуют финансовые структуры, у которых в портфеле есть большая доля профильных кредитов, например ипотеки и автокредитов, добавляет она.

Сделки по покупке и продаже кредитных портфелей на российском рынке, как правило, носят точечный характер, указывает старший аналитик Альфа-банка Евгений Кипнис. «Продажа кредитного портфеля позволяет банку получить

ликвидность и высвободить капитал. Подобными сделками в настоящее время занимается Абсолют-банк — ранее упоминалось о его планах ежемесячно продавать портфели ипотечных кредитов на 4–5 млрд рублей», — рассказывает аналитик.

КОТ В МЕШКЕ Стратегия роста на рынке через покупку кредитных портфелей имеет как плюсы, так и минусы. С одной стороны, банк приобретает готовый актив и не тратит время и средства на привлечение клиента, его сопровождение, развитие удаленных каналов обслуживания и работу клиентских офисов. С другой стороны, такое приобретение несет в себе риски.

По словам управляющего партнера ГК «Рыков групп» Ивана Рыкова, одним из рисков подобного расширения активов является неизвестность фактического качества портфеля: даже несмотря на уже известные показатели просроченной задолженности массива заемщиков, под вопросом остается качество информации о клиентах, их доходе, контактных сведениях, отнесении их к той или иной категории. «Кроме того, вышеуказанные риски могут привести к необходимости доначисления резервов сверх ожидаемых банком, потере ликвидности и нарушению нормативов, установленных ЦБ РФ», — предупреждает эксперт.

Госпожа Крючкова также обращает внимание на то, что чужой портфель, выданный по правилам другого банка, может повести себя не так, как предполагалось

при покупке (больше просрочка, быстрая амортизация и так далее). Это, в свою очередь, может привести к тому, что реальная доходность от портфеля не будет соответствовать запланированной.

Покупателем в таких сделках, по словам господина Ковязина, обычно выступают крупные банки, заинтересованные в росте портфеля. Также покупка портфеля — это легкий и быстрый способ для банка выйти на рынок кредитования, если раньше он этой услуги не предлагал.

Финансовый директор ФК «Содружество» Кирилл Турпитель добавляет, что покупка портфеля обеспечивает достаточно быстрый рост клиентской базы. Это позволяет увеличить кросс-продажи банковских продуктов, объясняет он.

По мнению господина Рябинина, покупка портфеля — это менее доходная история для банка по сравнению с первичным кредитованием. При этом бывают ситуации, когда по тем или иным причинам банки вынуждены продавать портфели из-за давления на капитал, уточняет он.

«Очень часто встает вопрос качества портфелей, предлагаемых на рынке, особенно сейчас, когда на рынке большая ликвидность, а хороших активов намного меньше. Могут быть интересные ситуации, когда какие-либо иностранные банки сокращают свое присутствие, при этом продать сам банк не могут и начинают выставлять портфели кредитов на продажу», — рассказывает господин Рябинин. — На мой взгляд, особенно тщательно надо подходить к портфелям, созданным кэптивными банками. Риски, что обслуживание долгов по их портфелям после продажи сильно упадет, достаточно высоки».

По словам господина Бархоты, маржинальность такой операции, как покупка портфелей, ниже, если сравнивать ее с первичным кредитованием. Поэтому бесконечный неорганический рост кредитного портфеля не самая лучшая идея, полагает он. Покупка кредитного портфеля может иметь смысл в случае реализации целевого фондирования, например, когда есть необходимость показать набор портфеля кредитов малого и среднего бизнеса за счет ранее принятого целевого фондирования.

ВЫНУЖДЕННАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ

По словам руководителя департамента консалтинга и оценки консультационной группы «Прайм Эдвайс» Руслана Мухаметшина, реализация кредитных портфелей банками в 99% случаев — вынужденная мера. «Поэтому предполагать при этом, что банк, одним из основных источников доходов которого являются проценты по выданным кредитам, будет разбрасываться хорошими кредитами, по меньшей мере странно», — заключает он.

Господин Тютюник обращает внимание на то, что бывают ситуации, когда небольшой банк, который накопил эксперти-

зу в продаже конкретного вида кредитов и скоринге клиентов, может испытывать проблемы с капиталом и обслуживанием кредитов. В таком случае ему выгоднее продать, чем держать на балансе портфель кредитов (потребительских, ипотечных или автокредитов).

Продажа кредитного портфеля — это возможность прежде всего быстро увеличить ликвидность, если, например, кредитная организация испытывает кассовый разрыв и срочно нуждается в деньгах, отмечает господин Ковязин. «Еще одна причина продажи кредитного портфеля — желание привлечь средства под какой-то новый проект или более выгодный кредит», — рассказывает эксперт. — Также банк может пересмотреть свою политику развития и уйти из какого-то отдельного региона или с рынка розничного кредитования в целом, как это сделал в 2011 году «БНП Париба Восток», который закрыл розничный бизнес в России, продав свой портфель банку «Уралсиб» за 1,3 млрд рублей».

СЮРПРИЗ ДЛЯ КЛИЕНТА Продажа кредитных портфелей, как правило, затрагивает не только банки, но и третье лицо — заемщиков. Как поясняет господин Рыков, по Гражданскому кодексу согласия заемщика на цессию не требуется. Таким образом, новый кредитор приобретает право требования в том же объеме и на тех же условиях, что и у прежнего цессиона. При этом федеральный закон «О потребительском кредите» защищает заемщиков — физических лиц от продажи кредитных портфелей непрофессиональным участникам рынка.

Вне зависимости от того, кто будет новым цессионером, все условия кредитного договора сохраняются неизменными, подчеркивает госпожа Крючкова. «Бывают случаи, когда условия даже улучшаются (например, больше сеть отделений, лучше развиты дистанционные сервисы, больше способов оплаты). Однако с того момента, как заемщик был уведомлен о продаже своего кредита, он обязан платить за него новому кредитору. Единственное, что меняется для заемщика, — реквизиты оплаты», — рассказывает эксперт.

По словам господина Рыкова, цессия зачастую становится для заемщика шансом на реструктуризацию задолженности даже в том случае, если первоначальный кредитор отказал в ней. «Поскольку портфели выкупаются с дисконтом, новый кредитор, как правило, заинтересован в быстрой оборачиваемости активов без необходимости формирования резерва на длительный срок. Однако, даже если это не так, кредитная и рисковая политики цессионария могут отличаться от таковых в кредитной организации, с которой заключался договор, в связи с чем при необходимости предпринять попытку реструктуризации задолженности однозначно стоит», — резюмирует господин Рыков.

«Обрыва» в кредитной истории заемщика тоже не должно быть: договор будет отмечен как закрытый со статусом «переуступка прав» и появится информация о том, кому были они переуступлены, говорит господин Турпителько. «Новый кредитор становится источником формирования кредитной истории и обязан передавать сведения в бюро кредитных историй. Причем в то самое бюро, в котором кредитная история была сформирована изначально», — уточняет он. ■

СКРЫТАЯ УГРОЗА

РОССИЯ ПОКА ЗНАЧИТЕЛЬНО ОТСТАЕТ ОТ ЗАПАДНЫХ СТРАН В СФЕРЕ КИБЕРСТРАХОВАНИЯ, А ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ РИСКОВ И РАСЧЕТА ТАРИФОВ В ЭТОЙ ОБЛАСТИ ТОЛЬКО ФОРМИРУЮТСЯ. ОДНАКО, НЕСМОТРИ НА ДОРОГОВИЗНУ И РИСКИ ЭТОГО ПРОДУКТА, ЕГО ПРОНИКНОВЕНИЕ ПОСТЕПЕННО БУДЕТ РАСТИ.

ГЕОРГИЙ КАРЧИК

В мире регулярно происходят кибератаки, которые приводят к массовым сбоям дорогой техники. Например, экономические потери от вирусов Wannacry и Petya в 2017 году, по данным Reuters, составили \$8 млрд по всему миру. Резкий рост интереса к страхованию от киберугроз происходит именно после таких атак.

Более свежий пример — утечка данных клиентов Сбербанка, о которой стало известно в начале октября этого года. Официально в открытый доступ попали сведения 200 человек, но неофициально проблема может коснуться около 60 млн кредитных карт. Тем не менее, в отличие от вируса Petya, существенного всплеска интереса к данному виду страхования эта утечка не вызвала. Заместитель гендиректора страхового брокера «СиЛайн» Владимир Новак говорит, что корпорации фактически не несут ответственности перед третьими лицами за разглашение их персональных данных, поэтому утечка прошла безнаказанно для банка. Эксперты отмечают, что подобные инциденты скорее приводят к росту спроса на решения в области кибербезопасности, то есть на инструменты снижения вероятности наступления таких событий.

«По сравнению с прошлым годом прирост, безусловно, есть — около 20–30% по количеству запросов. Основные запросы приходят от IT-компаний, которым понятно страхование киберрисков в силу их рода деятельности, а также от финансовых институтов. Помимо этого, увеличивается количество полисов по международным клиентам: они покупают глобальные страховые программы, которые теперь включают и Россию», — говорит директор по страхованию финансовых линий АО СК «Альянс» Вадим Михневич.

ИГРА В ЗАЩИТЕ Одна из сложностей при заключении договора страхования в этой сфере — выбор рисков, так как речь идет о комплексном продукте. Это не только финансовые убытки, связанные с потерей прибыли из-за перерыва в деятельности, но и материальные, вызванные выходом техники из строя.

В перечень рисков также можно добавить расходы на восстановление программного обеспечения (ПО), расследование киберинцидента, мониторинг проблемных зон. Есть еще юридические расходы, связанные со штрафами за утерю данных, судебными исками и процедурами замены скомпрометированных документов, ответственность перед третьими лицами за аналогичный ущерб, причиненный киберинцидента-

ми. «В отличие от большинства видов имущественного страхования, в страховании киберрисков важную роль играет сервисная составляющая и перечень консультантов, которые будут действовать при наступлении киберинцидента. Также заключению договоров предшествует серьезная работа по анализу необходимых покрытий и его формированию, подготовка андеррайтинговой информации», — отмечает начальник департамента страхования финансовых институтов компании «Греко ДжейЭлТи. Страховые брокеры» Дмитрий Грузинцев.

Неудивительно, что основные клиенты в этой сфере — крупные компании, бизнес которых в той или иной степени завязан на многочисленные диджитал-решения. «Большой экспертизы требует сама оценка риска, — добавляет управляющий директор по имущественным видам страхования компании «Ренессанс Страхование» Марина Зюганова. — Как правило, страховщики нанимают для аудита клиента независимую IT-компанию, которая оценивает сильные и слабые стороны информационной безопасности». Также опрошенные эксперты отмечают, что клиенты часто выбирают компанию через международного страхового брокера. Последние обычно рекомендуют международные страховые компании, так как они лучше подготовлены к организации страховой защиты по страхованию киберрисков, у них есть доступ к экспертизе и наработкам из США и Европы, а также опыт урегулирования убытков.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР Если говорить о сегменте b2c, то одним из лидеров в страховании киберрисков является «Сбербанк страхование». В компании отмечают, что около 300 тыс. клиентов ежемесячно приобретают продукт, защищающий банковские карты, куда включено страхование от киберинцидентов. По данным компании, сегодня этим видом в нашей стране занимаются около 10 страховщиков. И если за рубежом киберриски составляют около 1% от страхования имущества юридических лиц, в России общий портфель застрахованных от киберрисков юрлиц с начала 2019 года оценивается примерно в 50 млн рублей при потенциале этого рынка около 1 млрд рублей в год. «Нам известны случаи, когда кредиторы требуют киберстрахование в качестве обеспечения залога», — говорит руководитель СК «Сбербанк страхование» Дмитрий Попов.

Впрочем, из-за сложности продукта этот вид страхования достаточно до-

рогой, так как требует покупки перестраховочной защиты, андеррайтинга и оценки риска. Страховой тариф может варьироваться от 0,5–2% до 10%, считают «Греко ДжейЭлТи. Страховые брокеры» и «СиЛайн». Также из-за сложности данного вида страхования существуют проблемы с выплатами. «Мошенничество в киберстраховании пока наблюдается в основном со стороны страховщиков, — уверен директор по отраслевым решениям в страховании IT-компаний КРОК Андрей Крупнов. — Например, страховщики отказывают в выплате, если к киберинциденту привела человеческая ошибка, а такую причину можно подвести практически под любой случай. В то же время клиенту мошенничество реализовать сложно, так как речь идет об электронных сетях, в которых достаточно просто обнаружить все следы действий и их хронологию». «По этой причине также не удастся заявить события, произошедшие до даты заключения договора страхования, — полагает господин Новак. — Помимо общих исключений, также присутствует целый ряд более специфических, таких как работа с нелицензионным ПО, трейдинговые операции, расходы на лицензионные платежи и прочее».

Проникновение киберстрахования через пять лет можно оценить в 30–35% крупных корпоративных клиентов, 5–10% розничных и представителей малого и среднего бизнеса, считает господин Крупнов. Но поскольку речь идет о новом виде страхования, то существенной проблемой для него является отсутствие накопленной статистики для расчета рисков, а также неприменимость традиционных методов андеррайтинга. Это связано с сильной изменчивостью киберугроз и средств противодействия им. Если на Западе методики оценки рисков и расчета тарифов по киберстрахованию постепенно появляются, то в России они пока находятся только в стадии разработки.

При этом данный вид страхования уже нельзя назвать экзотикой. Для зарубежных компаний он уже стал распространенной практикой, в России его популярность также растет. «Именно страхование может выступать одним из вариантов обработки киберрисков, согласно проекту Положения Банка России „О требованиях к системе управления операционным риском в кредитной организации и банковской группе“», — заключает старший консультант центра информационной безопасности компании «Инфосистемы Джет» Ирина Павлова. ■

ДЕВЕЛОПЕРСКИЙ МАКСИМАЛИЗМ

ОБ ОТСУТСТВИИ ОПАСЕНИЙ ПОЯВЛЕНИЯ ДОЛГОСТРОЕВ В ПЕТЕРБУРГЕ, СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ПЛАНИРОВОЧНЫХ РЕШЕНИЙ, КОНКУРЕНЦИИ ЗА СЧЕТ КАЧЕСТВА ПРОДУКТА, СОЗДАНИИ СОБСТВЕННОЙ ЭКОСИСТЕМЫ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ ПОГОВОРИЛИ УЧАСТНИКИ ДЕЛОВОГО ЗАВТРАКА «ДЕВЕЛОПМЕНТ „НА МАКСИМАЛКАХ“», ОРГАНИЗОВАННОГО ИД «КОММЕРСАНТЬ». МАРИЯ КУЗНЕЦОВА

«Санкт-Петербург выгодно отличается от других субъектов Российской Федерации», — заявил в начале мероприятия вице-губернатор города Николай Линченко. Переход к эскроу не был для петербургских застройщиков неожиданностью — тренд на изменение и реформирование 214-ФЗ был задан почти три года назад, отметил он. «Небольшой форсаж произошел в части сроков за последние полтора года. Многие откладывали до последнего вопрос подготовки к этому переходу, однако при помощи контролирующих органов ситуацию удалось уладить», — добавил господин Линченко.

По словам профильного вице-губернатора, в настоящее время только около 3% от общего объема новостроек в городе можно отнести к проблемным. При этом после введения единой информационной системы жилищного строительства, заработавшей с 1 июля, к подобным проектам стали причисляться еще и адреса с нарушением срока первого договора долевого участия на шесть месяцев. «У нас „засветился“ 31 адрес, но эти дома и ранее были на контроле — и опасений не вызывают. Для сравнения, в Москве насчитывается 328 адресов, а в Московской области — более 700. Если измерять это в площадях, то получится 300 тыс. кв. м в Петербурге, 1,5 млн кв. м в Москве и около 3 млн кв. м в Московской области», — добавил господин Линченко. По его мнению, потребителям не стоит опасаться появления других долгостроев. «В будущем, я надеюсь, серьезных проблем не будет», — резюмировал Николай Линченко.

ЭКОСИСТЕМА ДЛЯ СЧАСТЛИВОГО ПОКУПАТЕЛЯ

«Мы видим, что конкуренция усиливается. Люди хотят качественный продукт и качественную среду за доступные деньги. При этом они могут быстро раскусить, соответствует ли предложение их ожиданиям», — подчеркивает президент группы RBI Эдуард Тиктинский. По его словам, чтобы отвечать на возникающие вызовы, компания создает и развивает собственную экосистему. «Именно поэтому к группе присоединилась компания, занимающаяся 3D-проектированием и BIM. Сейчас планируем интегрировать в нашу структуру генподрядчика. Наша цель — обеспечить синергию: предоставлять заказы, внедрять корпоративную культуру, оказывать юридическую и бухгалтерскую помощь новым компаниям внутри нашей экосистемы», — добавил он. Кроме того, в группе RBI есть агентство недвижимости, а также эксплуатирующая организация и компания по отделке, отмечает Эдуард Тиктинский. «То есть мы закрываем все те направления, качество которых на рынке не отвечает нашим собственным запросам», — добавил он.



УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ ПРИШЛИ К ВЫВОДУ, ЧТО НА РЫНКЕ ВЫЖИВАЮТ НЕ ТОЛЬКО СИЛЬНЕЙШИЕ ИГРОКИ, НО И ТЕ, КТО ОПЕРЕЖАЕТ СВОЕ ВРЕМЯ

Господин Тиктинский убежден, что все входящие в группу компании должны иметь «аппетит с рынка» — то есть как минимум половина заказов должна приходиться к ним не из группы RBI. Отдельно Эдуард Тиктинский отметил наличие единой платформы, которая объединяет всех клиентов компании.

При этом, по заверениям президента группы RBI, компания не рассчитывает на существенный заработок от всех этих сервисов. «Но наша логика такова, что клиент должен любить экосистему. Ему должны нравиться услуги, которые оказывает группа, — только тогда он будет оставаться внутри нее. Мы, в свою очередь, будем зарабатывать на корневом бизнесе, на девелопменте. Нам важно, чтобы клиент был счастливым. В конечном счете, это путь к более высокой конкурентоспособности», — резюмировал Эдуард Тиктинский.

«На рынке выживают не только сильнейшие игроки, но и те, кто опережает свое время, у кого лучший продукт, продуманный продукт», — добавляет генеральный директор ГК «Еврострой» Оксана Кравцова. Работая в премиальном сегменте, ГК «Еврострой» также придерживается идеологии, что качественный продукт не ограничивается лишь квадратными метрами. «Мы продаем образ жизни», — пояснила она. Именно благодаря такому подходу, по мнению госпожи Кравцовой, никакие экономические катаклизмы не оказывают на компанию существенного влияния.

ЭСКРОУ КАК ДРАЙВЕР КАЧЕСТВА

О том, что конкуренция между девелоперами в настоящее время происходит на уровне качества финального продукта, говорил и Сергей Плотников, директор по продажам строительной изоляции PAROC в СНГ. «В конечном итоге основной фактор, влияю-

щий на спрос, — это не эскроу, а реальные доходы населения, которые, согласно статистике, снижаются с 2014 года. И изменений данного тренда мы пока не видим», — отмечает он. По мнению господина Плотникова, потребителей, желающих купить квартиру, больше не становится, поэтому вопрос качества как отдельного объекта, так и проекта в комплексе, становится критичным.

«Это, конечно, нас, как производителей материалов, радует. Мы видим тренд на то, что спрос на качественные материалы с введением эскроу и дальше будет расти, ведь девелопер будет заинтересован в ускорении сроков строительства. Чем быстрее он закончит проект, тем быстрее он получит за него деньги. Если применяемые застройщиком материалы будут некачественными, то это грозит срывом сроков строительства», — добавляет он. Господин Плотников уверен, что качество сегодня ставится уже на один уровень с ценой.

Эксперт отметил, что его радует ответственность застройщиков за объект впоследствии. «Если лет 10 назад никто об этом не волновался — как будет служить дом, как с ним будет работать управляющая компания, — то сегодня застройщик подходит к проекту более обдуманно. Он выбирает материалы и решения, которые были бы более долговечны и которые не вызывали бы дополнительных расходов по их эксплуатации в далекой перспективе», — резюмирует директор по продажам строительной изоляции PAROC.

МЕТР — НЕ ЛИШНИЙ

О важности продуманных планировок как о ключевом факторе при выборе квартир рассказал Максим Жабин, заместитель генерального директора СК «ЛенРусСтрой». Он рассказал, что сейчас компания при реализации проектов

класса «стандарт» все чаще использует опции и «фишки», которые характерны для более высоких классов жилья. «Подземный паркинг, променады, просторные лоджии, панорамные окна, мастер-спальни, дизайнерская отделка и многое другое. При этом, что крайне важно для наших клиентов, мы сохраняем стоимость квадратного метра на том же уровне», — пояснил господин Жабин. Кроме того, по его словам, компания начала создавать планировки в сотрудничестве с архитекторами-дизайнерами. «Мы уходим от типовых планировок и предлагаем виды планировочных решений под существующие сценарии жизни наших клиентов. Каждый квадратный метр имеет смысл и несет определенную функцию, особенно если это квартира небольшой площади. Даже для самой маленькой квартиры в 34 кв. м мы разработали шесть вариантов организации пространства», — добавил замдиректора «ЛенРусСтрой».

Максим Жабин считает крайне важным создавать не просто проект планировки территории внутри комплекса, а создавать полноценные самодостаточные городские территории там, где возводится объект, включая социальные, торгово-развлекательные, культурные объекты, инженерные сети и дорожную инфраструктуру. «Мы сознательно входим в состав различных рабочих групп, чтобы иметь возможность вносить свои предложения и осуществлять свои идеи», — добавил он.

Елена Гутман, начальник управления маркетинга и продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», уверена, что именно девелопер задает основное направление развития рынка. «Девелоперы формируют спрос на недвижимость. Они предлагают потребителю готовый товар, а далее потребитель сам решает, нравится ли ему то предложение, которое застройщик вывел на рынок», — поясняет она. Говоря о сбалансированности планировочных решений, госпожа Гутман убеждена, что маленьким квартирам не место в Санкт-Петербурге. «Климат нашего города таков, что семье необходимо иметь большое количество вещей на все сезоны, и их нужно комфортно размещать. Кроме того, если появляются дети, то свободы для маневра совсем не остается: семья уже не может себе позволить легко относиться к частой смене арендованного жилья», — добавляет она. Елена Гутман полагает, что, несмотря на широкий выбор предложений на рынке, рациональнее отдавать предпочтение квадратным метрам, нежели, допустим, благоустройству придомовой территории. «Конкурентная борьба в масс-маркете сейчас сместилась в сторону благоустройства внутри жилого комплекса. Все эти расходы ложатся на плечи покупателей, в том числе и после покупки. Мы считаем, что наши покупатели очень рационально мыслят: лишний метр еще никому не помешал», — поясняет эксперт. ■



«ЧЕМ БОЛЬШЕ КОМПАНИЯ, ТЕМ НУЖНЕЕ КАЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА»

ПО ДАННЫМ ОЭСР, ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА В РОССИИ ДО 40% НИЖЕ, ЧЕМ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ И США, ПО ВЫРУЧКЕ НА ЧЕЛОВЕКА И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА. МЫ ПОГОВОРИЛИ С УПРАВЛЯЮЩИМ ПАРТНЕРОМ SAMOLOV GROUP ИВАНОМ САМОЛОВЫМ О ТОМ, КАКИЕ ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБУСЛОВЛИВАЮТ ЭТИ ЦИФРЫ И КАК ОЦЕНКА РУКОВОДИТЕЛЕЙ МОЖЕТ ПОМОЧЬ В РАЗВИТИИ КОМПАНИИ.

BUSINESS GUIDE: С чем связано отставание российских компаний от зарубежных по основным финансовым показателям?

ИВАН САМОЛОВ: Если взять крупнейшие российские компании и сравнить их с ведущими западными, обнаружится множество причин. Во-первых, это глобальность бизнеса и большее количество партнеров у зарубежных организаций. Второй фактор — это автоматизация и регламентация бизнеса. В России большинство крупных предприятий перестраивалось в постсоветское время (и они меняются до сих пор), так что многие процессы тормозятся из-за регламентов и правил. Стоит учитывать и экономическую и политическую ситуацию. Все это, разумеется, нужно преодолевать в долгосрочной перспективе, но есть и проблемы, которые наши компании могут решать здесь и сейчас. В первую очередь это недостаточная эффективность руководителей, а в крупных компаниях их около 14%, то есть у предприятия могут быть сотни и тысячи управленцев.

Мы часто консультируем промышленные, нефтегазовые, транспортные компании и можем наблюдать, что, несмотря на многолетний опыт работы, руководителям порой не хватает даже базовых компетенций. К примеру, я недавно проводил стратегическую сессию с руководителями десяти филиалов государственной монополии, где много времени было потрачено попросту на выяснение того, как правильно сформулировать цель проекта на 2020 год. А теперь представьте, чем это может обернуться для всего комплекса задач организации. Мы имеем дело с множеством тысяч руководителей по всей стране, в которых не вкладываются на уровне компетенций: постановка задач, управление проектами, стратегическое планирование, определение рисков и многое другое.

BG: А как сам бизнес относится к такому положению дел?

И. С.: В последние 15 лет компании все более остро осознают необходимость обучения и оценки руководителей. Это особенно касается организаций, возникших в конце 1990-х — начале 2000-х годов, которые создавались с нуля, быстро росли и прекрасно понимали важность профессиональных кадров и сильной управленче-

ской команды. В основном это компании сферы IT, телеком и ритейла, у которых не было «базы», как в случае промышленных компаний. Сейчас же такие гиганты, как Сбербанк и Росатом, активно вкладываются в развитие и оценку своих сотрудников, формируя надежный кадровый резерв.

Для того чтобы понять, зачем оценка вообще нужна, представим ситуацию: крупной нефтегазовой компании нужно выбрать, какого руководителя перевести из условного Нового Уренгоя в Пермь. Важно принимать решение не только по выполненным проектам, опыту работы, но и по тому, как в принципе этот руководитель профессионален и какими навыками он обладает.

BG: В таких компаниях люди работают много лет. Генеральному директору и его заместителям недостаточно знать об их качествах с учетом внутренних рекомендаций?

И. С.: Такое возможно с компаниями с сотней человек, но не с десятками тысяч. В крупном бизнесе нужен системный подход к оценке управленцев, к их развитию и ротации. Каждый имеет какие-то определенные навыки, профессиональный опыт, портфолио проектов, рекомендации — определенный набор данных, свойств, как у персонажа компьютерной игры. По этим данным можно понять перспективы сотрудника. При этом, если человек хорошо проявил себя как отличный директор филиала в одном городе, не факт, что он также будет сильным управленцем в другом. Его успех может заключаться в хорошей команде или сильной стороне — к примеру, административное управление. В других условиях он может не справиться.

BG: А как проходит процедура оценки сотрудников? Это тесты и анкеты?

И. С.: В том числе и они, безусловно, но не все так просто. К примеру, необходимо выбрать руководителя многолетнего строительного проекта, который выполнит все в срок, уложится в бюджет и сможет добиться нужного результата. Мне кажется, для такого тестов не существует. Тестирование — это «первичный срез», который может добыть базовую информацию для дальнейшего анализа.

Задача любой оценки — поместить управленца в ситуацию, соответствующую его обязанностям, и посмотреть, как он поступит. В случае строительного проекта мы можем разобрать конкретные элементы: переговоры с поставщиками, форс-мажорные ситуации, резкие изменения в планах или сроках. В процессе оценки можно узнать, как руководитель вел себя в похожих проектах, и сделать конкретный кейс под конкретную цель. На основе наблюдений мы составляем отчет: как человек ведет переговоры, как планирует и прочее. Так можно определить ключевые профессиональные качества руководителей. В идеале так нужно работать со всеми управленцами, чтобы точно определить подходящих людей.

BG: И, по вашему мнению, оценку руководителей невозможно провести внутри компании, самостоятельно?

И. С.: Это зависит от ситуации. Возможно, генеральному директору очевидна кандидатура управленца на конкретный проект. Но в большинстве случаев руководитель компании практически не может общаться с огромным количеством менеджеров среднего и высшего звена и знать все об их профессиональных качествах. Оценка персонала может сэкономить время и ресурсы и помочь создать портрет идеального руководителя для определенной задачи в зависимости от сферы работы.

BG: В таком случае, актуальна ли оценка для малого и среднего бизнеса?

И. С.: Чем больше компания, тем нужнее качественная оценка персонала из-за масштаба деятельности. Для малых и средних предприятий она не требует большой системности и глубины. В подобных компаниях может быть ежегодная аттестация или оценка в первые месяцы работы. Это несравнимо с бизнесом с многомиллиардной выручкой и многотысячным персоналом, это совершенно другой уровень ответственности.

BG: Весь процесс оценки звучит как весьма масштабная и важная деятельность. Каков ее конкретный результат?

И. С.: На мой взгляд, влияние оценки персонала в нашей стране недооценено. Есть отличный пример из спорта. Тренер по бейсболу Билли Бин решил набрать команду

игроков, основываясь не на их «звездном» статусе, а на статистике их достижений в игре по установленным им критериям (скорость реакции, точность ударов и прочее). Таким образом он сделал из «середнячков» успешную команду со стабильно высокими результатами в Окленде и прославился на весь мир со своим методом.

Этот тренер работал с несколькими людьми, а сейчас давайте представим похожий метод оценки в крупном бизнесе. Руководители могут давать гораздо больший результат, если понять их сильные стороны и сферы, где они помогут улучшить экономические показатели.

BG: Кто он — человек, который проводит такую комплексную оценку?

И. С.: В первую очередь это не отдельный человек, а команда специалистов — методистов и исследователей. Они могут определять компетенции, которые необходимы современным руководителям, методы их выявления, а также создавать деловые игры, кейсы, тесты для оценки руководителей. Люди, которые непосредственно проводят оценку, должны обладать опытом работы с управленцами, понимать специфику их работы, сферы деятельности, чтобы «вытаскивать» проявления компетенций. В итоге команда составляет минимум четыре-пять человек. В течение одного-двух месяцев они изучают цели оценки, имеющиеся результаты компании, формируют ситуации для выявления конкретных компетенций. После этого специалисты проводят оценку и составляют отчет. Здесь важна объективность и системный подход, поэтому на данном этапе работают консультанты.

BG: С чего следует начать деятельность по оценке руководителей?

И. С.: Первый шаг для оценки руководителей — это заинтересованность генерального директора или его заместителей. Начинать оценку нужно с руководителей высшего звена или же тех, кто приносит наибольший экономический эффект. Если компания максимально ориентирована на сбыт, то второй вариант будет очевиден, то есть оценить нужно в первую очередь коммерческий отдел. После оценки определенной группы руководителей можно дальше вовлекать и остальных сотрудников. ■

БАНКИ В ПОГОНЕ ЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ

МАЛЫЙ БИЗНЕС НУЖДАЕТСЯ В КРЕДИТНЫХ РЕСУРСАХ КАК НА ПОПОЛНЕНИЕ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ, ТАК И НА РАЗВИТИЕ. БАНКИ, В ПРИНЦИПЕ, ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В ТАКИХ КЛИЕНТАХ, НО ЕСТЬ И РИСКИ. НЕСМОТРИ НА ЭТО, БАНКИРЫ СТРЕМЯТСЯ УВЕЛИЧИТЬ ПОРТФЕЛЬ КРЕДИТОВ МСБ, В ТОМ ЧИСЛЕ ЗА СЧЕТ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРОДУКТОВ.

ОЛЬГА ВЕЛИКАНОВА

Как утверждают эксперты, сегмент кредитования малого бизнеса довольно сильно консолидирован. Так, по результатам исследования общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» и аналитического агентства «Бизнесдром», по итогам первого полугодия 2019 года на 30 российских банков приходилось 79% кредитов МСБ, или 3,3 трлн из 4,6 трлн рублей. При этом концентрация портфеля в крупнейших банках все последние годы только нарастает. К примеру, еще в 2015 году она составляла лишь 43%.

Интерес банкиров к этому клиентскому сегменту объясним: кредиты «малышам» позволяют диверсифицировать портфель, снизить концентрацию на крупных заемщиках. Кроме того, малый бизнес более мобилен и чаще обращается за средствами, чем крупный, который имеет возможность привлечь большой кредит на долгий срок или проектное финансирование.

Как рассказывает председатель Северо-Западного банка ПАО «Сбербанк» Виктор Вентимилла Алонсо, кредитование малого бизнеса — одно из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений. «Об этом свидетельствует и динамика выданных этому сегменту кредитов. В Северо-Западном банке ПАО «Сбербанк» в первом полугодии 2019 года совокупный объем займов малому бизнесу вырос почти на 40% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Одновременно с этим увеличилось и количество выданных кредитов — более чем на 25%. Это связано, прежде всего, с повышением доступности финансирования в сегменте МСБ за счет внедрения и развития онлайн-технологий и технологий быстрых решений», — рассказывает он.

Банкиры фиксируют растущий спрос на кредиты со стороны малого бизнеса, даже в условиях экономической нестабильности. «Потребность в кредитных ресурсах — как

для пополнения оборотных средств, так и для реализации новых проектов или расширения своего дела — у субъектов малого и среднего бизнеса только растет. Да, не у всех из них есть необходимые залоговые, у некоторых некорректно высчитан потенциальный спрос на их товары и услуги, из-за чего неверно спрогнозирован срок возврата вложенных средств. Но в большинстве своем отечественные предприниматели вполне кредитоспособны», — говорит заместитель управляющего Северо-Западным филиалом банка «Открытие» по малому и среднему бизнесу Надежда Ледовская.

Аналогичного мнения придерживается и директор департамента малого бизнеса Росбанка Дмитрий Смирнов: «По итогам трех кварталов 2019 года мы фиксируем увеличение спроса на кредитные продукты для МСБ на 20%. Во многом это связано с изменением учетной политики Центробанка и способности небольших предприятий оперативно адаптироваться под меняющийся рынок».

КТО НЕ РИСКУЕТ Малый бизнес банки всегда относили к более рисковому клиентскому сегменту, чем крупных заемщиков. Сейчас эти риски остаются, но просрочка в портфеле кредитов МСБ снижается, что является позитивным трендом. По данным «Опоры России», если в 2017 году были просрочены более 15% ссуд, то к началу июля 2019 года просрочка снизилась до трехлетнего минимума и составила 12%.

Позитивную статистику отмечают и сами банкиры. «По данным Банка России, просроченная задолженность в сегменте МСБ, достигнув максимума в начале 2018 года, с тех пор снижается. И если в конце 2014 года в среднем она составляла около 8% от портфеля кредитов малому и среднему бизнесу, а в 2016–2018 колебалась в диапазоне 13–16%, то в середине нынешнего года снизилась до уровня в 12%», — комментирует госпожа Ледовская.

При этом, обращаясь к кредиторам, предприниматели все же стали осторожнее. Они более взвешенно подходят к увеличению долговой нагрузки. «Экономические потрясения последних пяти лет научили предпринимателей более взвешенно оценивать свои риски, что благоприятно отразилось на их кредитоспособности. Большая часть кредитов (70%) выдается на пополнение оборотных средств, в меньшей степени — на инвестиционные проекты», — говорит господин Смирнов.

ЕСТЬ ПРЕФЕРЕНЦИИ Очевидно, что предпринимателям, привлекающим заемные средства, важна их цена. Сейчас, когда банки конкурируют за этих клиентов, а на государственном уровне проводится политика поддержки их кредитования, ставки по ссудам снижаются. В частности, программа Минэкономразвития России по льготному кредитованию субъектов МСБ предполагает, что процентная ставка составит 8,5% годовых, срок кредитования — до трех лет для кредитов на пополнение оборотных средств и до 10 лет для кредитов на инвестиционные цели. Общий кредитный лимит для одного заемщика установлен на уровне до 500 млн рублей для кредитов на пополнение оборотных средств и до 2 млрд рублей для кредитов на инвестиционные цели.

Банки включаются в эту программу. «Например, Сбербанк активно участвует в программе Министерства экономического развития, где кредиты предоставляются под фиксированную ставку 8,5%, а также в программе поддержки предприятий, занимающихся сельским хозяйством, стоимость таких кредитов составляет до 5%», — объясняет господин Вентимилла Алонсо.

Как рассказывает Дмитрий Смирнов, в среднем кредиты выдаются на срок до семи лет, а процентная ставка составляет от 9,5%. «При этом наш банк является

участником государственной программы Минэкономразвития для МСБ с льготной ставкой 8,5%. Цели финансирования могут быть абсолютно разными, начиная с пополнения оборотного капитала, заканчивая инвестициями в основные средства, недвижимость, вложениями в новые направления деятельности», — перечисляет он.

КОНКУРЕНЦИЯ В СЕТИ В борьбе за клиентов МСБ банки активно внедряют цифровые технологии, а онлайн-каналы обслуживания становятся все более технологичными. «Конкуренция за клиента значительно возросла, и на первый план в этой борьбе выходят качество обслуживания и инновационные сервисы», — утверждает господин Вентимилла Алонсо. — Одним из них является, в частности, «Сбербанк Онлайн Финансирование», внедрение и развитие которого направлено на упрощение и ускорение процессов предоставления кредитов. Мы формируем большое количество предодобренных предложений с использованием технологии big data: на основании финансовой активности клиента производится анализ его потребности и формируется индивидуальное предложение. Мы будем стремиться к тому, чтобы в дальнейшем каждый клиент имел предодобренный лимит, которым он мог бы воспользоваться при необходимости в любое удобное для него время», — говорит он. Сейчас, по его словам, в Северо-Западном банке около 90% заявок на финансирование клиентов МСБ поступает онлайн. Для сравнения: в 2018 году этот показатель составлял около 30%.

Технологичность становится вектором развития сегмента для МСБ. «Наша главная разработка этого года — новый интернет-банк для предпринимателей», — рассказывает господин Смирнов. — Его особенность — это работа с облачной электронной подписью: все вычислительные операции с использованием электронной подписи происходят на внешнем ресурсе — «облаке», на стороне пользователя остается лишь необходимость идентифицировать себя (например, через ввод пароля в мобильном приложении). Это освобождает клиента от привязки к настроенному рабочему месту, от необходимости хранить файлы электронной подписи на съемных носителях».

Цифровизация требует от банков инвестиций, но за ней — будущее, признают участники рынка. «Бизнес все активнее пользуется онлайн-сервисами: растет число процессов и продуктов, которые будут оцифровываться. В рамках развития цифровых технологий мы также предоставляем клиентам ряд нефинансовых решений экосистемы Сбербанка для развития бизнеса: сервис проверки контрагентов, электронный документооборот, сервис поиска и привлечения клиентов и многое другое. Многие из них не требуют от клиента дополнительных расходов», — резюмирует господин Вентимилла Алонсо. ■



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОТРЕСЕНИЯ ПОСЛЕДНИХ ПЯТИ ЛЕТ НАУЧИЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ БОЛЕЕ ВЗВЕШЕННО ОЦЕНИВАТЬ СВОИ РИСКИ, ЧТО БЛАГОПРИЯТНО ОТРАЗИЛОСЬ НА ИХ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ

«МЫ ПЛЫВЕМ ПРОТИВ ТЕЧЕНИЯ»

ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ «АТРИА РОССИЯ» ИЛАРИ ХЮЮРЮНЕН РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВВ МИХАИЛУ КУЗНЕЦОВУ О НОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА, ВЛИЯНИИ НА ДОХОДНОСТЬ АКЦИОННЫХ ПРОДАЖ И ПЕРСПЕКТИВАХ РАСТИТЕЛЬНОГО МЯСА.

BUSINESS GUIDE: Весной Atria не исключила возможности продажи своего бизнеса в России. В какой мере текущая ситуация соответствует вашим ожиданиям?

ИЛАРИ ХЮЮРЮНЕН: Зависит от того, как смотреть на вещи. Если посмотреть на завершившийся третий квартал, то дела шли очень хорошо и прибыльность бизнеса была выше, чем в аналогичный период прошлого года. Что касается продажи бизнеса, то эта возможность по-прежнему оценивается, но какого-то конкретного решения нет. Мы продолжаем работать и концентрируемся на развитии бизнеса.

BG: По итогам девяти месяцев ваш бизнес в России по-прежнему остается убыточным. Чем это объясняется?

И. Х.: Если говорить о кумулятивном результате за три квартала, то убыток действительно есть. На это повлияло подорожание сырья и ослабление продаж в рознице. Но для нас важнее, что в третьем квартале финансовый результат был положительным. Мы показали прибыль в €400 тыс., тогда как в третьем квартале имели убыток в €800 тыс., а наши продажи выросли с €19,4 млн до €20,7 млн. Это результаты имплементации новой стратегии, которую мы приняли в начале года.

BG: Какие изменения предполагает ваша новая стратегия?

И. Х.: Самый заметный пункт — ребрендинг «Пит-Продукта», который мы провели несколько недель назад. На этот бренд приходится основные продажи в ритейле, поэтому мы пошли на его перезапуск. Это был большой и затратный проект с инвестициями около 30 млн рублей. Продвижение наших товаров как продукции финского качества должно оказать влияние на продажи в рознице. Помимо качества, мы говорим о ценностях, связанных с устойчивым развитием, экологическими вопросами. Эти ценности едины для всех предприятий группы Atria, и мы должны объяснить российскому потребителю, что они влияют на стоимость продукции. Другими источниками роста для нас являются продажи бренда Casademont, поставки предприятиям общепита и развитие фастфуд-проекта Sibylla, число точек продаж которого в этом году выросло на 12%.

BG: Будет ли меняться ценовое позиционирование бренда?

И. Х.: Мы останемся работать в сегменте «средний плюс», поскольку в этом сегменте потребители внимательно относятся к качеству продукта, смотрят на то, что написано на этикетке. Прекрасный пример — наши продукты Casademont. У них довольно высокая цена за килограмм, но их продажи год от года растут. Однако проблема в том, что располагаемые доходы потребителей уменьшаются. Они ищут все более дешевые продукты, и производители вынуждены отвечать на этот спрос, выпуская все более и более дешевую продукцию на основе недорогого сырья. Очевидно, это влияет на качество продуктов. Но мы не собираемся участвовать в этой гонке и продолжим конкурировать за счет



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

качества. Это непростая задача, ведь получается, что мы плывем против течения. Но мы попытаемся это сделать и будем активно запускать новинки, продукты здоровой линейки для потребителей в сегменте выше среднего.

BG: В какие сроки и за счет чего вы рассчитываете показать прибыль?

И. Х.: Наша задача — достичь прибыльности как можно скорее. По нашим расчетам, это произойдет в следующем году. Наш бизнес стоит на трех «ногах»: розничные продажи, продажи заведениям общепита и наша собственная концепция — фастфуд Sibylla. И мы собираемся расти во всех этих трех сегментах. Также нам необходимо повышать эффективность на всех этапах производственной цепочки и искать новые каналы дистрибуции.

BG: Насколько серьезно на вашу доходность влияют акционные продажи, доля которых по рынку колбасы доходит до 60%, сосисок — до 70%?

И. Х.: Эти цифры выглядят правдоподобно. Для себя приняли решение не принимать участия в чрезмерных скидках, и отчасти это причина снижения наших объемов в рознице. Но если наши продажи не могут быть прибыльными, то у нас не будет возможности инвестировать в маркетинг и развитие. Поэтому мы решили ограничить глубину скидок в нашей стратегии и искать другие точки роста.

BG: К покупке вашего бизнеса проявлял интерес Великолукский мясокомбинат. Ведете ли вы переговоры с ним или с кем-то еще?

И. Х.: Мы не раскрываем детали возможных переговоров с потенциальными покупателями. Но оценка стоимости нашего бизнеса в России была проведена. Эту цифру мы не разглашаем, но могу сказать, что общий объем вложений в российский ры-

нок за все время составил более €200 млн и если продажа произойдет, то мы вряд ли сможем вернуть эти деньги целиком.

BG: По вашим ожиданиям, потребление мяса продолжит падать или зафиксироваться на каком-то уровне?

И. Х.: Если говорить о среднегодовом потреблении, то оно в России сейчас на уровне 75 кг. Это ниже, чем в развитых странах Европы, где 83 кг. Мы считаем, что есть потенциал для роста, но все это связано с располагаемыми доходами. Мы надеемся, что ситуация изменится в лучшую сторону и потребление начнет расти. Но сложно сказать, когда это случится: многое будет зависеть от макроэкономической ситуации.

BG: Оказывают ли негативное влияние на ваши продажи здоровый образ жизни и развитие сервисов доставки еды?

И. Х.: Изменение ценностей, связанных со стилем жизни, происходит, а на вегетарианские и здоровые продукты есть спрос. И нам тоже нужно думать, как меняться вместе с потребителем. Сервисы по доставке готовой еды работают с ресторанами, а для нас продажи предприятиям общественного питания являются важной частью бизнеса в России. За три квартала 2019 года наши продажи в этом канале выросли на 23%. Если говорить об угрозах, то мы более внимательно смотрим на глобальный рынок мяса. В связи с несколькими вспышками африканской чумы Китай потерял около трети всего объема мяса в этом году, и фактически вся свободная свинина едет туда. Очевидно, что вскоре российские производители начнут экспортировать мясо в Китай и это существенно повлияет на его доступность и цену внутри страны. И большой вопрос, будут ли готовы наши потребители платить более высокую цену за мясо, чем она есть сейчас.

BG: Что можно сделать, если возможности заложить эти издержки в цену ограничены?

И. Х.: Это тяжелая ситуация, но как у мясо-перерабатывающей компании у нас все равно нет другого выхода, кроме как повышать цену, если стоимость сырья пойдет вверх. Производители мяса будут продавать его тем, кто готов платить.

BG: Не считаете ли вы, что этих проблем можно было бы избежать, если развивать вертикальную интеграцию?

И. Х.: У нас были свои фермы в России, но этот опыт закончился неудачно — и у нас нет желания его повторять. В текущей ситуации лучше сосредоточиться на поиске сегментов и продуктовых категорий, которые позволят нам зарабатывать. Например, уже упомянутый сегмент общественного питания: крупные клиенты ценят наше качество и стандарты производства. Для нас также могут представлять интерес вегетарианские продукты. В Финляндии Atria производит их уже более 50 лет.

BG: В Финляндии Atria также выпускает корма для животных, мясо птицы, паштеты, полуфабрикаты. Думаете ли вы об их локализации в России?

И. Х.: Мы активно думаем о том, что можем перенять, но ограничены тем, что наше производство здесь меньше и оборудование не такое разнообразное. При этом у нас есть понимание, что мясное сырье в некоторых продуктах можно заменить на растительное. На Западе мы видим смешанную концепцию потребления, когда люди полностью не отказываются от мяса, но при этом увеличивают потребление овощей. В ассортименте обновленного бренда Pit Product есть линейка под названием Simple, включающая легкие и более полезные продукты. Например, там есть сосиски из мяса птицы с капустой и морковкой. Возможно, продукты с мясом птицы также появятся в нашей линейке деликатесной продукции.

BG: Готовы ли в этих условиях развивать собственные каналы продаж?

И. Х.: В России есть тенденция открывать собственные магазины, но мы этого делать не хотим. Если мы начнем заниматься собственным ритейлом, то будем наступать на ноги нынешним клиентам в лице торговых сетей. Кроме того, это требует очень больших инвестиций. Поэтому более целесообразно выступать в коллаборации с существующими игроками. Такая же позиция у нас и в отношении собственных ресторанов.

BG: Как вы оцениваете перспективы растительного мяса? Займет ли оно свою нишу на рынке?

И. Х.: Сейчас этот рынок достаточно маленький и тратить наши ресурсы нецелесообразно. А в будущем мы, возможно, сделаем что-нибудь из растительного белка. Но, по прогнозам аналитиков, на рынке будет развиваться не только вегетарианский сегмент, но и производство мяса в лаборатории из стволовых клеток — без участия животного. ■

ЖИЗНЬ ПОСЛЕ ДЕДЛАЙНА

ПОД КРИТЕРИИ МИНСТРОЯ РФ

ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СРЕДСТВ ДОЛЬЩИКОВ НАПРЯМУЮ НЕ ПОПАЛ 21% ЖИЛЫХ ПРОЕКТОВ ПЕТЕРБУРГА И 12% — ЛЕНОБЛАСТИ. ПОЛУЧИВШИЕ ОДОБРЕНИЕ БАНКОВ ЗАСТРОЙЩИКИ РАССКАЗАЛИ ВГ О ДЛИТЕЛЬНЫХ ПЕРЕГОВОРАХ, ПОВЫШЕНИИ ЦЕН И ДРУГИХ ПОДВОДНЫХ КАМНЯХ НОВОГО СПОСОБА ФИНАНСИРОВАНИЯ СТРОЕК.

ОЛЬГА БЕЛЫХ

Большинство банков и застройщиков только начинают осваивать новую схему работы. Как следует из данных Центробанка, по состоянию на 30 сентября банки профинансировали 14 проектов с использованием счетов эскроу в Петербурге (общая сумма — 23,3 млрд рублей) и восемь проектов в Ленобласти (15,5 млрд рублей). Суммарно в двух регионах открыто 967 эскроу-счетов, на остатках которых хранится 2,5 млрд рублей, говорится в отчете регулятора. Однако в последнее время активность застройщиков при переходе на эскроу возросла. В конце октября зампред ЦБ Ольга Полякова сообщала, что «процесс интенсифицировался, особенно после 1 июля, когда так называемый шлагбаум опустился и наступил дедлайн». Так, до середины октября Сбербанк одобрил застройщикам Петербурга и Ленобласти 18 проектов с использованием эскроу-счетов, банк «Санкт-Петербург» применил новую схему для двух проектов, а банк ВТБ — для семи.

Рынок постепенно принимает новые правила игры, говорит председатель Северо-Западного банка ПАО «Сбербанк» Виктор Вентимилла Алонсо. «После первой волны заявок на проектное финансирование с открытием счетов эскроу в апреле 2019 года мы наблюдали некоторое затишье, и вот сейчас их количество снова растет», — указывает он. На середину октября Северо-Западный банк одобрил 40 сделок на общую сумму 56 млрд рублей, в нем было открыто более 600 счетов эскроу.

Новые схемы финансирования строительства используют не только застройщики с объектами на низкой стадии готовности, но и компании, которые решили заранее опробовать механизм. Заместитель генерального директора компании «Ленрусстрой» Максим Жабин объясняет, что в основном девелоперы двух регионов выбирают три варианта. Первый — проектное финансирование под счета эскроу. В этом случае строительная компания получает целевой кредит и использует его для реализации проекта. Деньги дольщиков хранятся на счетах эскроу и будут оставаться там до передачи квартир в собственность. Второй — проектное финансирование без эскроу-счетов, при котором застройщик может пользоваться деньгами дольщиков. Такой вариант достройки объектов работал еще до реформы долевого строительства, но с 1 июля стал доступен только попавшим под критерии Минстроя компаниям. И, наконец, третий — открытие эскроу-счетов без проектного финансирования: застройщик использует собственные средства, а деньги граждан может получить после окончания строительства. Последний способ применяется редко и в основном используется для строительства малоквартирных домов, указывает господин Жабин. Осенью прошлого года одной из первых на Севе-



ПОСЛЕ ПЕРВОЙ ВОЛНЫ ЗАЯВОК НА ПРОЕКТНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ С ОТКРЫТИЕМ СЧЕТОВ ЭСКРОУ В АПРЕЛЕ 2019 ГОДА БАНКИ НАБЛЮДАЛИ НЕКОТОРОЕ ЗАТИШЬЕ, СЕЙЧАС ИХ КОЛИЧЕСТВО СНОВА РАСТЕТ

ро-Западе его протестировала компания «Строительный трест» при продаже квартир квартала «NewПитер» в Ломоносовском районе Ленобласти.

ЮРИДИЧЕСКАЯ ЧИСТОТА Для оформления проектного финансирования под счет эскроу банки предъявляют к застройщикам ряд требований. Одно из базовых — наличие 15% собственных средств для реализации проекта, в которые может быть включена стоимость покупки земельного участка. Но в этом случае важно учитывать, что оценку рыночной стоимости земли осуществляет банк, подчеркивает старший вице-президент, управляющий Северо-Западным филиалом банка «Открытие» Михаил Иоффе. Также компании необходимо обеспечить юридическую чистоту сделки. У застройщика должна быть в наличии исходно-разрешительная документация по проекту, оформлены права на земельный участок и получены технические условия о присоединении к инженерным сетям, перечисляют в Сбербанке. При подаче заявки банки также рассматривают экономическую эффективность проекта и кредитную историю компании.

Самыми распространенными причинами отказа застройщику в оформлении проектного финансирования под счета эскроу в банке «Санкт-Петербург» называют недостаточное финансовое участие инициаторов проекта, отсутствие у компании строительной истории по самостоятельно реализуемым жилым проектам, а также непрохождение застройщиком стресс-теста по себестоимости строительства, ценам продаж и процентной нагрузке на кредитное плечо.

РАСТУЩИЙ МЕСЯЦ Одной из основных сложностей при получении проек-

тного финансирования под счета эскроу эксперты ВГ называют неспешную работу банков с документами застройщиков. В Сбербанке сообщают, что на рассмотрение кредитной заявки в среднем требуется 45 дней, в банке «Санкт-Петербург» стараются уложиться в 20 рабочих дней, а «Открытие» на это потребуются пять-шесть недель. Но успеть в минимальные временные рамки у застройщиков получается только при наличии полного и правильно оформленного пакета документов, подчеркивают в кредитных организациях. Дополнительно девелоперу нужно предусмотреть еще несколько недель до фактического доступа к деньгам, добавляют строители. По словам господина Жабина, с момента поданного год назад заявления в Сбербанк до получения проектного финансирования под счета эскроу прошло четыре месяца. «Это было с учетом корректировки документов, со всеми исправлениями. Сегодня, учитывая опыт работы с банком, мы рассчитываем пройти все процедуры уже за два месяца», — объясняет он.

О похожих сроках говорят и другие застройщики. Получение проектного финансирования под счета эскроу для корпусов ЖК «Черная Речка» заняло четыре месяца от начала рассмотрения заявки и до подписания кредитного договора, сообщила начальник отдела управления ликвидностью группы ЦДС Ажар Лотик. В середине августа компания заключила соглашение с банком ДОМ.РФ на 13 млрд рублей.

ЖИЛЬЕ С ПОДВОДНЫМИ КАМНЯМИ Несмотря на сложную процедуру оформления проектного финансирования под счета эскроу, некоторые застройщики не решаются привлекать кредитные сред-

ства даже после того, как получили положительный ответ от банка. Генеральный директор ГК «Еврострой» Оксана Кравцова сообщила, что компания отказалась от новой схемы финансирования строительства клубного дома «Идеалист», хотя банк одобрил заявку. «Мы решили, что будем вести строительство за счет собственных средств, так как обслуживать такой кредит несколько лет в условиях, когда ты не имеешь доступа к средствам дольщиков, — весьма затратно», — пояснила она.

Всего же, по оценкам заместителя генерального директора «Строительного треста» Беслана Берсирова, проектное финансирование под 12% годовых увеличит себестоимость «квадрата» на 10 тыс. рублей в течение двух лет. Банковское сопровождение эскроу-счетов поднимет его стоимость на 8 тыс. рублей, подсчитала генеральный директор «Ленстройтреста» Валерия Малышева. «Когда мы перешли на эскроу-счета в проекте „NewПитер“, стоимость квартир выросла на 7%», — сказал господин Берсиров.

При взаимодействии с банком наиболее сложным вопросом было утверждение размера кредитной ставки, дополняет госпожа Лотик. Также достаточно долго происходило структурирование сделки, продолжает она. «Видение застройщика и банка — это разные вещи. Так как мы являемся застройщиком полного цикла, у нас было свое понимание, как должен происходить и быть оформлен этот процесс. Для банка же в первую очередь важна полная документальная прозрачность», — сказала Ажар Лотик.

Дополнительно к процентам, которые застройщик платит банку за использование кредитных средств, не стоит забывать и о различных комиссионных, напоминает директор по экономике и финансам компании «Мегалит — Охта Групп» Алексей Плюта. У многих банков существует единовременная комиссия за выдачу кредита, которая составляет в среднем 1% от всей суммы. То есть при сумме займа в 5 млрд рублей только комиссия составит 50 млн рублей, объясняет он. «Существуют комиссии за невыбранный лимит, за операционное сопровождение и другие. Таким образом, к ставке проектного финансирования необходимо прибавить и стоимость всех комиссионных, которая может достигать до 2% годовых», — говорит господин Плюта.

Резюмируя свой опыт перехода на новую схему финансирования, Беслан Берсиров отмечает, что небольшим строительным компаниям, в реализации у которых один-два проекта, будет сложно получить банковские кредиты и заниматься их обслуживанием из-за жестких критериев ЦБ. «Несмотря на то, что у нашей компании безупречная кредитная линия, но даже мы проделали огромную работу, чтобы получить проектное финансирование», — сказал он. ■

ОБРАТНАЯ СТОРОНА МЕДАЛИ

ОЧЕРЕДНОЕ СНИЖЕНИЕ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ ЦЕНТРОБАНКА В КОНЦЕ ОКТЯБРЯ, ПО МНЕНИЮ УЧАСТНИКОВ РЫНКА, ДЛЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ СТАНЕТ «ПАЛКОЙ О ДВУХ КОНЦАХ». С ОДНОЙ СТОРОНЫ, ЖИЛИЩНЫЕ КРЕДИТЫ СТАНУТ ЕЩЕ ДОСТУПНЕЕ, А ЗНАЧИТ, ЖЕЛАЮЩИХ ПРИОБРЕСТИ ЖИЛЬЕ В ИПОТЕКУ СТАНЕТ БОЛЬШЕ. С ДРУГОЙ — ЗАЕМЩИКИ МОГУТ ЗАНЯТЬ ВЫЖИДАТЕЛЬНУЮ ПОЗИЦИЮ В НАДЕЖДЕ, ЧТО СТАВКА ПРОДОЛЖИТ ПАДАТЬ И ДАЛЬШЕ.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

25 октября ЦБ РФ снизил ключевую ставку вместо 0,25 б. п. на 0,5 б. п., и теперь она составляет 6,5%. Аналитики полагают, что банки, скорее всего,отреагируют на это снижением своих ставок на первичный и вторичный рынок в среднем на 0,5% годовых. «При таком снижении средняя ставка на вторичку составит примерно 9%, а на новостройку — 8,5%, а в каких-то банках она может быть даже ниже 8%», — уверена руководитель отдела ипотечного кредитования «Первого ипотечного агентства» Ольга Ильюшкина.

РАЗМЕР РАСТЕТ, КОЛИЧЕСТВО ПАДАЕТ Эксперты говорят, что по итогам первого полугодия средний размер кредита растет. Это подтверждает статистика ЦБ: по количеству выданных кредитов показатель уменьшился на 10% к 2018 году, по объему — остался примерно на том же уровне (–0,2%). На текущий момент, по данным «Первого ипотечного агентства», средний размер кредита составляет 3,8–4 млн для комфорт-класса; в среднем по Петербургу средний размер кредита с начала года — 2,8 млн рублей.

Дмитрий Коновалов, управляющий партнер Glorax Development, считает, что размер ипотечного кредита будет расти. «Конкуренция за покупателя обязывает застройщика уделять больше внимания проработке проекта: развитию новых локаций, планировкам, благоустройству, материалам отделки. Все это отражается на себестоимости квадратного метра. При этом покупатели стремятся улучшить качество жизни, поэтому кроме стоимости при выборе жилья для них на первый план выходит комфортная экосистема района и качество строительства».

Максим Ельцов, генеральный директор «Первого ипотечного агентства», говорит, что сегодня наблюдается заметный рост доли ипотеки в новостройках в комфорт-классе. По ряду проектов в отдельные месяцы достигли пиковых значений в 80% и даже большую долю ипотечных сделок. В среднем с начала года доля ипотеки в комфорт-классе — около 60%, подтверждает он слова коллеги из ПСК. «Если в эконом-классе эти цифры и были нормой,

то для комфорт-класса такие показатели ранее были нетипичны. Пока рано говорить, что это явное продолжение тенденции о том, что живых денег у покупателей все меньше, но такое объяснение вполне вероятно», — полагает эксперт.

Ирина Тютрина, руководитель отдела ипотечного кредитования ГК «ПСК», отмечает, что, в отличие от эконом-класса, в «комфорте» велика доля покупателей, продающих имеющуюся недвижимость и увеличивающих первый взнос вплоть до 70% от полной стоимости. В комфорт-классе в ипотеку, как правило, приобретаются квартиры до 45–55 кв. м.

БЕЗ ОГЛЯДКИ НА ЦБ Госпожа Тютрина полагает: «Снижение ключевой ставки ЦБ не оказало серьезного влияния на среднюю ставку по ипотеке, хотя на первый взгляд может сложиться обратное впечатление. Крупные банки из топ-20 в течение года самостоятельно снижали этот показатель, неоднократно пересматривали условия и разрабатывали спецпрограммы вплоть до ставок на уровне 5%. Теперь за ними последуют банки поменьше».

Она говорит, что сейчас, если открыть любой агрегатор ипотечных предложений, можно увидеть привлекательные цифры: от 7,5%, от 8–8,9% и тому подобные. Однако указанные ставки требуют соблюдения условий: например, большой первый взнос, ограничение по времени или по сумме займа, зарплатный проект и так далее. Фактическая среднерыночная ставка опустилась ниже 10% только в самом конце третьего квартала. Есть вероятность, что к концу года средняя ставка составит 9,5%. Что будет уже ощутимым снижением, особенно для крупных займов», — прогнозирует госпожа Тютрина.

Максим Разуменко, руководитель группы ипотеки отдела недвижимости компании «Строительный трест», рассказал: «В нашей компании доля сделок с использованием ипотечного кредита достигла 65%. В первом и втором квартале данный показатель находился на уровне 51% и 59% соответственно. Средняя сумма сделки с использованием ипотеки в



СЕМЬИ С ДЕТЬМИ МОГУТ СЕГОДНЯ ВЗЯТЬ ИПОТЕКУ ПОД 5% ГОДОВЫХ

«Строительном тресте» составляет 5,2 млн рублей, из которых 3,1 млн — заемные средства».

В сегменте апартаментов ипотечное кредитование распространено меньше. Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апартаментов VALO, рассказывает: «У нас, например, 20% сделок совершается с использованием ипотечного кредита. Более 80% покупателей VALO приобретают юниты с целью инвестирования денег в гостиничный бизнес (для дальнейшей сдачи в аренду). Многие из них покупают по два юнита и выше — именно они в последнее время стали чаще прибегать к ипотечному кредитованию».

Ирина Соловьева, коммерческий директор «Эталон — ЛенСпецСМУ», рассказала: «В третьем квартале в „Эталон — ЛенСпецСМУ“ доля ипотечных сделок составила 50% от общего количества сделок по покупке жилой недвижимости. В течение года эта цифра менялась незначительно, равно как и средняя сумма кредита, которая по итогам девяти месяцев у нас в компании составила 4,45 млн рублей, а непосредственно в третьем квартале — 4,55 млн рублей. Так что говорить о существенном изменении объема ипотечного кредитования преждевременно. Тем не менее снижение ключевой ставки Центробанка и последующее снижение ведущих банками ставки по ипотеке может привести к росту количества сделок в перспективе. Постепенно растет спрос на семейную ипотеку с государственной поддержкой».

«Государственная политика сейчас направлена на поддержку семей с детьми, что выражается в упрощении для них условий приобретения жилья. И минимальная ставка в 5% доступна как раз для этой категории покупателей», — говорит госпожа Тютрина.

Господин Ельцов рассказывает: «Программа „Семейная ипотека“ предполагает минимальную ставку 4,5%, теперь программа улучшена и такая ставка может сохраняться на весь срок кредитования».

КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР «Ставка по кредиту — один из ключевых факторов, влияющих на объемы кредитования. Есте-

ственно, со снижением ключевой ставки ожидаем и дальнейшего снижения ипотечных ставок. Насколько увеличится спрос, пока предсказать сложно, ведь свое влияние на рынок оказывают и новые правила, и эскроу-счета, с которыми с этого года придется работать застройщикам. Но в среднем снижение ставки на 1% дает увеличение спроса на 5–7%», — подсчитал исполнительный директор СК «Ойкумена» Роман Мирошников.

Впрочем, в условиях переходного периода это правило дает сбой. «На данный момент прослеживается тенденция по снижению ставок в банках, за последние пару месяцев ставки снизились в среднем на 1,5–2%, особенно по новостройке. Но это не приводит в существенному увеличению спроса на жилье — наоборот, если смотреть на количество заявок от застройщика, продающего „комфорт“, в сентябре и октябре, то в октябре по сравнению с сентябрем количество заявок сократилось в три раза», — говорит господин Ельцов.

Госпожа Тютрина обращает внимание на то, что в снижении ставок есть и проблема. Заключается она в том, что за последние два года доля кредитов с минимальным первым взносом (наиболее рискованная категория) увеличилась втрое. По этой причине банки, во-первых, тщательнее подходят к оценке заемщика. Во-вторых, регулируя риски, предлагают короткие акции с льготными условиями, действующие три-шесть месяцев.

Другой стороной снижения ставок может стать то, что покупатели решат ждать, когда ставка по ипотеке упадет до уровня европейского кредитования в 1–2% годовых, полагает госпожа Ильюшкина. Но, по ее мнению, ждать чего-то более выгодного и интересного нет смысла. «До реальных ставок в 1–2% нам далеко. Не стоит забывать, что уже многие годы продолжается стабильный рост цен на недвижимость. Поэтому тем, кто думает о приобретении квартиры, лучше выбрать ее сейчас. Упадут ставки еще ниже — всегда можно сделать рефинансирование», — считает эксперт. ■

БЫЛИ БЫ МЕРЫ, А ТУРИСТ НАЙДЕТСЯ

ПЕТЕРБУРГ ОЖИДАЕТ УВЕЛИЧЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ: ЭТОМУ ПОСЛУЖАТ ВВЕДЕНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ВИЗ С ОКТЯБРЯ НЫНЕШНЕГО ГОДА, А ТАКЖЕ ОБСУЖДАЕМЫЙ РЕЖИМ ОТКРЫТОГО НЕБА В ПЕТЕРБУРГЕ, КОТОРЫЙ МОЖЕТ СУЩЕСТВЕННО ЛИБЕРАЛИЗОВАТЬ АВИАСООБЩЕНИЕ С РЕГИОНОМ. В ГОСУДАРСТВЕННЫХ МЕРАХ, СТИМУЛИРУЮЩИХ ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В ГОРОД, А ТАКЖЕ В ИХ ЭФФЕКТАХ НА БИЗНЕС РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ.

По итогам 2019 года турпоток в Северную столицу может вырасти на 10–15% по сравнению с 8,2 млн человек, посетившими город в прошлом году, отмечают в комитете по развитию туризма. Это произойдет на фоне ввода режима электронных виз, доступного для оформления в 53 государствах и начавшего действовать в Петербурге и Ленобласти с 1 октября 2019 года.

Согласно установленным требованиям, электронная виза будет действовать 30 дней с момента ее оформления и давать право пребывать в России не более 8 суток. И если в среднем количество дней, проведенных туристами в Петербурге, ранее составляло 3–5 суток, то сейчас чиновники рассчитывают увеличить их до 6–7 суток. На сегодняшний день заявки на электронные визы подали более 11 тыс. человек, сообщили в комитете. В Петербург по электронным визам прибыли уже примерно 900 гостей. Больше всего заявок поступает от граждан Эстонии, Латвии, Финляндии, Германии, Ирана и Венгрии.

И НЕБА МАЛО Помимо электронных виз, петербургский аэропорт Пулково, построенный по концессии и управляемый ООО «Воздушные ворота Северной столицы» (ВВСС), обсуждает с федеральными властями параметры введения седьмой и пятой свобод воздуха, что позволит привлечь в аэропорт европейские лоукостеры и ускорить рост пассажиропотока. Эксперты считают, что либерализация авиарынка позволит аэропорту Пулково конкурировать с воздушными гаванями Копенгагена, Осло и Хельсинки, имеющими пассажиропотоки в 1,5–2 раза больше.

Однако режим открытого неба может быть введен с существенными ограничениями, сообщил «Интерфакс» со ссылкой на источник: иностранным перевозчикам могут разрешить летать из Пулково минимум за 200 км от пунктов прибытия российских авиакомпаний в целях защиты интересов отечественных перевозчиков. Таким образом, условия по каждому из направлений могут включать полеты во вторые аэропорты городов и другие населенные пункты, помимо столицы. Петербург — сезонное направление, и летом на нем будут работать все авиакомпании, но зимой они будут уходить, а отечественные «Аэрофлот» и «Россия» уйти не смогут, сообщил «Ъ» источник в российской авиакомпании. Таким образом, летом наши перевозчики недополучат прибыль, а зимой будут нести убытки. Тем не менее правительство Петербурга (владеет пакетом в авиакомпании «Россия») и источники «Ъ» в ВВСС не раз подчеркивали, что российские авиакомпании не развива-



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО

ЛИБЕРАЛИЗАЦИЯ АВИАРЫНКА ПОЗВОЛИТ АЭРОПОРТУ ПУЛКОВО КОНКУРИРОВАТЬ С ВОЗДУШНЫМИ ГАВАНЯМИ КОПЕНГАГЕНА, ОСЛО И ХЕЛЬСИНКИ

ют маршрутную сеть из Пулково активно. Против ограничения режима открытого неба высказывались также в Российском союзе туриндустрии, подчеркивая, что рост конкуренции позволит снизить цены на авиабилеты для жителей не только Петербурга, но и других городов России.

Пятая свобода дает право иностранным авиакомпаниям при полете из своей страны брать пассажиров и грузы при посадке в РФ для перевозки в третью страну. Седьмая свобода позволяет иностранным авиакомпаниям выполнять перевозки в третьи страны без посадки в стране регистрации (например, ирландская авиакомпания сможет летать из Петербурга в Париж).

По информации «Ъ», аэропорт подготовил маршрутную сеть с полетами в 33 страны, но Минтранс пока одобрил только треть направлений — по остальным продолжаются консультации. В ВВСС сообщили, что финальный список стран, которые войдут в режим открытого неба, будет утвержден к 1 декабря 2019 года. Список практически полностью состоит из европейских стран, включая Бельгию, Болгарию, Великобританию, Грецию, Германию, Ирландию, Исландию, Испанию, Италию, Люксембург, Македонию, Мальту, Нидерланды, Польшу. Кроме того, в него вошли Португалия, Румыния, Сербия, Словакия, Словения, Хорватия, Чехия, Швейцария, Финляндия, Франция, страны Балтики и Скандинавии, а также Израиль

и Кипр. Пока что управляющая компания аэропорта получила заявки на полеты от трех европейских лоукост-перевозчиков: ирландская Ryanair, венгерская Wizz Air, британская EasyJet. Благодаря статусу открытого неба Пулково может к 2025 году увеличить пассажиропоток на 75%, до 35 млн человек, предполагают в ВВСС.

КУЛЬТУРНО-СЕЗОННАЯ ПРОГРАММА

В 2018 году Петербург, по подсчетам комитета, 3,9 млн иностранных туристов и 4,3 млн российских. При этом по итогам 2019 года количество иностранных туристов, рассчитывают в комитете, может вырасти в 1,5 раза — до 6 млн человек. Показатели турпотока в Петербург за прошлый год могут быть значительно выше, если считать всех путешественников, в том числе тех, которые использовали сервисы посуточной аренды и жили у родственников: около 15 млн человек за 2018 год, говорили ранее представители ведомства. Это не исключает увеличения значений и в 2019 году.

В ведомстве отмечают, что в Петербурге существует проблема «сезонности». В комитете разрабатывают «событийную карту», которая могла бы привлечь туристов в «невысокий» сезон — с осени по весну. Распределить поток путешественников по сезонам, считают в ведомстве, может сегментация видов туризма. Так, в Петербурге выделяют яхтенный, гастрономический, спортивный, медицинский,

конгрессно-деловой и свадебный туризм. Значительная часть городских мероприятий целенаправленно проводится именно в осенне-зимний сезон, например Фестиваль света и ледоколов или «Рождественская звезда» и Ресторанный фестиваль, который в этом году пройдет в ноябре.

Отдельная программа лояльности для посетителей Петербурга сформирована в низкий туристический сезон: зимой портал Visit-Petersburg.ru аккумулирует спецпредложения от гостиниц, туроператоров и ресторанов города. Сейчас к акции присоединились около 40 отелей и хостелов, среди них «Санкт-Петербург», Golden Age, Red Star Hotel, «Москва». Некоторые в низкий сезон предлагают скидки от 10% до 40% (за исключением новогодних праздников). Экскурсионные предложения также выставили шесть туроператоров, еще около десяти ресторанов вводят скидки в меню.

Генеральный менеджер и совладелец отеля «Гельвеция» Юнис Теймурханлы называет обсуждаемые государственные меры «революционными» в хорошем смысле. Он отмечает, что важен запуск именно двух программ — электронных виз и открытого неба — в совокупности. Это объясняется тем, что массовый турист — это бюджетный турист: такие путешественники могут «сгладить» сезонность Петербурга и им необходимо доступное по цене авиационное сообщение с городом, поясняет эксперт. Снятие визового и транспортного барьеров, уверен господин Теймурханлы, окажет серьезный рост на все сегменты индустрии гостеприимства.

Гостиничная отрасль, как и ресторанная, находится в рыночных отношениях, соответственно, повышение и понижение цен будет происходить под влиянием турпотока, загрузки отелей, развития конкуренции с Airbnb и другими сервисами, отмечает эксперт. Вместе с этим прогнозный рост турпотока как минимум на 10–15% уже сейчас позволяет говорить об однозначном повышении конкуренции на рынке, считает господин Теймурханлы.

По его словам, Россия для иностранного туриста дешевая страна, это связано в том числе с тем, что местное население является небогатым. В итоге путешественник, приезжающий в Петербург, получает идеальные условия, при которых всю маржу можно оставить в своем кармане. Это и дешевые рестораны, и копеечный транспорт, и умеренный по цене номер даже в отеле премиум-сегмента, продолжает собеседник ВГ. Вместе с этим, отмечает эксперт, стоит обратить внимание на критическую нагрузку прогнозируемого турпотока на музеи Петербурга, которые уже сейчас не справляются с наплывом посетителей. ■



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

КЛЮЧЕВОЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТА — ЭТО ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИОРИТЕТА ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА ОТНОСИТЕЛЬНО ЛИЧНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

«Общественный транспорт будущего будет решать точно такие же задачи, что и общественный транспорт настоящего: как перевезти определенное количество людей из одной точки в другую за определенное время с определенным уровнем комфорта. Критически важно не то, на чем мы их будем перевозить, а то, сколько людей сможем перевезти, куда и за какое время. То есть важны провозная и пропускная способность системы и ее геометрические параметры, связность», — уверен Владимир Валдин, директор по решениям в области общественного транспорта компании «А+С Транспроект».

Система общественного транспорта будущего многим экспертам видится по-разному, однако общая позиция так или иначе основывается на двух ключевых принципах, считает Татьяна Михеева, заведующая научно-исследовательским отделом комплексного развития транспорта ОАО «НИИАТ». Во-первых, на использовании беспилотного транспорта. Отсутствие человека за рулем — как на личном транспорте, так и на общественном — позволит существенно рационализировать перемещение людей по городу. За счет исключения человеческого фактора уменьшится число аварий, снизятся заторы и повысится качество транспортного обслуживания людей. Во-вторых, на реализации концепции «Мобильность как услуга» (Mobility as a Service — MaaS). Данная концепция предполагает переосмысление роли транспорта и формирование сервисного подхода к организации транспортного обслуживания населения, когда основной упор делается на повышении качества работы транспорта и кастомизации транспортной услуги в зависимости от потребностей каждого пассажира. Данная концепция предполагает интеграцию в систему общественного транспорта шеринговых систем, развитие перевозок по запросу и создание бесшовной инфраструктуры для простого взаимодействия нескольких видов транспорта с целью снижения среднего времени поездки.

При этом, по мнению Александра Сапова, CEO международного сервиса по бронированию трансферов GetTransfer.com, у общественного транспорта в XXI веке есть несколько векторов развития: уход с углеводородного топлива на альтернативные возобновляемые виды; развитие беспилотных технологий; углубление интеграции разных видов транспорта между

собой, а также в инфраструктуру города; дальнейшее увеличение скоростей передвижения.

«Безопасность, удобство и эффективность — это три главных принципа, которыми руководствуются разработчики транспорта будущего. Даже беспилотники предполагают выводить на улицы во многом именно из-за того, что они снизят влияние на дорожную обстановку человеческого фактора», — добавляет эксперт.

ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ «Ключевой вектор развития транспорта в настоящий момент (впрочем, тенденция сохранится и впредь) — это обеспечение приоритета общественного транспорта относительно личных автомобилей. Соответственно, основные решения и общая стратегия будут базироваться на способах увеличения скорости транспорта общего пользования, в том числе и за счет снижения привлекательности и доступности личного транспорта. Уже сейчас ужесточившаяся парковочная политика, обилие выделенных полос и ограничение скоростей призваны влиять на поведение людей, стимулируя их меньше пользоваться автомобилями и пересаживаться на общественный транспорт.

Если говорить о технологиях в транспортной системе в целом, то необходимо упомянуть цифровизацию процессов на всех стадиях развития и поддержания транспортной системы. В частности, на стадии транспортного планирования помогают цифровые средства транспортного моделирования, которые позволяют в режиме реального времени оценивать ситуацию на дорогах, и в то же время прогнозировать эффекты от внедрения тех или иных нововведений в транспортную сеть еще до строительства, что позволяет рационально подходить к тратам и экономить средства.

В рамках функционирования транспортных систем большую пользу приносят автоматизированные системы управления дорожным движением (АСУДД), к которым относятся умные светофоры и динамические знаки, призванные оптимизировать дорожную ситуацию и снизить заторы в пиковые часы», — заключает Татьяна Михеева.

РЕАЛИЗОВАННЫЕ ИННОВАЦИИ «В настоящий момент практически повсеместно используются компоненты интеллектуальных транспортных систем — от

ТРАНСПОРТ НА ПЕРЕПУТЬЕ

ГОРОДСКОЕ НАСЕЛЕНИЕ СТРАНЫ ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ, А ЗНАЧИТ, РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА ОСТАЕТСЯ ОДНОЙ ИЗ ВАЖНЕЙШИХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННЫХ МЕГАПОЛИСОВ. КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ КСЕНИЯ ПОТАПОВА ПОПЫТАЛАСЬ ПРЕДСТАВИТЬ, КАК БУДЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ ЭТА ОТРАСЛЬ В БУДУЩЕМ.

внедрения АСУДД до электронной оплаты проезда. Новые технологии выгодны городам, поскольку позволяют лучше принимать оптимальные управленческие решения: снижать пробки, ликвидировать места концентрации ДТП, прогнозировать спрос на те или иные маршруты в разное время суток. Уместно увязывать такие системы с другими элементами „умного города“, но, к сожалению, в большинстве российских городов так не происходит.

В будущем, конечно, основным направлением применения инноваций станет развитие беспилотных систем и сопутствующей инфраструктуры. В настоящий момент в отдельных российских регионах проходит апробация беспилотных автомобилей на автомобильных дорогах, и есть все основания полагать, что в ближайшие десять лет в общественный транспорт могут быть широко внедрены беспилотные системы», — рассказывает Татьяна Михеева. «По прогнозам, к 2035 году самоуправляемые автобусы составят 10% от общего числа наземного общественного транспорта, а к 2050 году они могут вытеснить традиционные средства передвижения», — Алексей Тузов, независимый эксперт транспортной отрасли.

«В то же время на рельсовом транспорте революция уже произошла: поезды метро в таких городах как, например, Копенгаген, Барселона, Дубай или Париж, управляются без водителей. Данное решение позволило увеличить частоту прибытия поездов и время работы метро в целом (в Копенгагене, например, метро работает круглосуточно), и в то же время снизило затраты на заработную плату водителям. При этом в Париже в условиях этой системы от водителей не отказались полностью, просто их привлекают в случаях чрезвычайных ситуаций или поломки поездов, что также положительно сказалось на расходах. Кроме того, такая автоматизация значительно (до 40%) снизила эксплуатационные расходы, все это вкуче позволило сбалансировать цены на транспорт и сделать их доступными для большей части населения», — отмечает Татьяна Михеева.

Александр Сапов считает, что переход на альтернативные виды топлива уже происходит: в Москве и других крупных городах на улицы выходит электрический общественный транспорт. «Современные образцы заменяют, в том числе, троллейбусы. Беспилотные технологии пока

находятся в стадии тестирования. А вот спутниковые решения внедряются все глубже», — отмечает эксперт.

«Уже сейчас общественный наземный транспорт оснащен бортовыми беспроводными системами для определения местоположения и оповещения при чрезвычайных ситуациях и авариях (в России это обеспечивается системой ЭРА-ГЛОНАСС, а в ЕС — eCall 112). В сочетании с системами мониторинга и аналитики они в реальном времени предоставляют пассажирам полную информацию о движении по маршруту и обеспечивают высокий уровень безопасности. Полноценное использование IoT комплексов, бортовых беспроводных систем с использованием 3G/4G в сочетании с системами превентивного технического обслуживания на базе технологий больших данных и машинного обучения позволяет обеспечить высокий уровень работоспособности техники, упростить ремонт и снизить расходы», — добавляет Владимир Шапоров, руководитель направления центра развития телекоммуникационных решений компании «Техносерв».

БУДУЩЕЕ БЕЗ ПРОБЛЕМ «Как уже было сказано выше, инновационные решения в сфере общественного транспорта позволят снизить заторы, повысить качество работы общественного транспорта, подстроить его под нужды потребителей, позволяя выбирать различные варианты услуги по перемещению в зависимости от пожелания пассажира», — отмечает Татьяна Михеева.

Эксперт указывает, что беспилотные системы позволят снизить количество ДТП, снизить стоимость транспортной услуги (практически 50–60% стоимости поездки, например, на такси, составляет оплата водителя — соответственно, эта статья затрат на беспилотном транспорте перестает быть актуальной).

«В качестве проблем целесообразно выделить вопрос безопасности пассажиров на беспилотном автомобильном транспорте из-за несовершенства некоторых его обязательных элементов, а также возможности перехвата управления транспортным средством извне. Также определенное беспокойство вызывает доступ производителей автомобилей к данным о передвижениях каждого человека, что может быть использовано во вред пользователю», — заключает Татьяна Михеева. ■

«РЫНОК РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ НЕ ТАК ЧУВСТВИТЕЛЕН К ИЗМЕНЕНИЯМ СТАВОК»

НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ — ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ ВТБ СЕРГЕЙ КУЛЬПИН РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ МИХАИЛУ КУЗНЕЦОВУ О ПРИОРИТЕТАХ КЛИЕНТОВ, ПОДХОДЕ К ЦИФРОВИЗАЦИИ И ТЕМПАХ СБОРА БИОМЕТРИИ.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

BUSINESS GUIDE: Как вы оцениваете текущую ситуацию на рынке розничного кредитования?

СЕРГЕЙ КУЛЬПИН: В настоящее время на рынке продолжается рост. Основными драйверами остаются ипотека и необеспеченное кредитование. При этом ВТБ по-прежнему планирует расти быстрее других игроков. По итогам девяти месяцев наш розничный кредитный портфель в Петербурге и Ленобласти вырос на 18% и превысил 258 млрд рублей. Учитывая то, что четвертый квартал всегда характеризуется высокой активностью клиентов, за оставшиеся месяцы мы рассчитываем преодолеть планку в 20% роста по итогам года.

BG: Согласны ли вы с тем, что положительная динамика рынка вызвана реализацией отложенного спроса населения в условиях снижения ставок?

С. К.: Поскольку сейчас многие банки снизили свои ценовые параметры, то какая-то часть населения, конечно, реализует отложенный спрос. Но рынок розничного кредитования не так чувствителен к изменениям ставок. Для большинства людей кредиты являются простым и надежным способом удовлетворить свои финансовые потребности и потому пользуются стабильным спросом. Кроме ставки, для клиентов особое значение имеет качество и удобство обслуживания. Именно поэтому ВТБ взял за основу клиентоориентированный подход и уделяет особое внимание цифровым сервисам и решениям, без которых выдерживать конкуренцию за клиента проблематично.

BG: Не повлияют ли меры ЦБ по ограничению роста потребкредитования на снижение доступности заемных средств для граждан?

С. К.: На мой взгляд, регулятор справедливо считает, что мы должны внимательно следить за долговой нагрузкой клиентов. Но я также отмечу, что и банки со своей стороны постоянно усиливают контроль за необеспеченным кредитованием, так как нам не нужны дефолтные выдачи. ВТБ сформировал риск-процедуры, которые не позволяют оформить кредит заемщикам с высокой долговой нагрузкой. Именно поэтому уровень просроченной задолженности у нас постоянно находится на минимальных значениях.

BG: Вы не согласны с тем, что люди берут кредиты, в основном, чтобы сводить концы с концами?

С. К.: Если бы ситуация действительно была такой, сразу бы вырос уровень просроченной задолженности. Но мы этого не наблюдаем, даже притом, что объем выдачи кредитов постоянно увеличивается. По нашей статистике, люди в основном берут займы на приобретение недвижимости, на цели рефинансирования кредитов, которые можно обслуживать теперь на более выгодных условиях, ремонт, отдых, какие-то свои проекты. При этом также отмечу, что с каждым годом растет и уровень финансовой грамотности населения: клиенты все обдуманнее подходят к выбору продуктов.

BG: В марте 2019 года ЦБ впервые за несколько лет зафиксировал замедление месячных темпов роста ипотечного портфеля. Говорит ли это о смене тренда?

С. К.: Мы разделяем позицию, что такого бурного роста ипотеки, как в прошлом году, уже не будет, но сохраняем положительную динамику ипотечного кредитования. Мы считаем, что потенциал на этом рынке все еще очень высок. Доступность ипотеки постоянно повышается за счет снижения ставок и увеличения скорости оформления документов для сделки. Свою роль в этом процессе также играют меры социальной поддержки, в том числе программа государственного субсидирования ипотеки для семей с двумя и более детьми. Конечно, на рынок также оказали влияние законодательные изменения в сфере долевого строительства, в настоящее время все участники привыкают работать по новым правилам, но мы считаем, что нововведения положительно скажутся на ипотечном кредитовании.

BG: Чем объясняется смещение интереса на рынке ипотеки со строящегося жилья в сторону вторички?

С. К.: Покупка готового жилья — быстрый способ решения жилищного вопроса, который подходит тем, кто не может или не хочет ждать завершения строительства и тратить на ремонт. Тем более что сейчас по цене предложение на первичном и вторичном рынке сравнялось друг с другом. Отмечая этот тренд, мы развиваем взаимодействие не только с застройщиками, но и с риэлторами. Например, разрабатываем совместные программы с Ассоциацией риэлторов Санкт-Петербурга и

Ленобласти, предоставляем специальные скидки. По сравнению с прошлым годом доля готового жилья в выдачах ипотеки ВТБ увеличилась на 10%.

BG: Все банки сейчас говорят о необходимости цифровизации. В чем, на ваш взгляд, она состоит?

С. К.: Цифровизация розничного бизнеса — актуальный тренд на рынке и одна из основных задач в рамках нашей стратегии. Поэтому в текущей ситуации нам важно изменить подход к созданию услуг и банковских предложений. Для нас важен рост числа активных пользователей дистанционных каналов банка, мы хотим распространить на них весь цифровой клиентский опыт. Заемщикам важна не только низкая ставка, но и интересное содержание продукта.

В настоящее время банк активно работает над цифровизацией ипотечного бизнеса. Уже сейчас заемщик может загрузить все документы на нашем сайте и получить одобрение по кредиту, а в перспективе для оформления жилищного займа не потребуется посещения офиса. Этот же принцип будет распространен и на другие продукты. Кроме того, цифровой бизнес является и основным источником доходов розничного направления. Это действительно снижает издержки, и не только денежные. Мы экономим как свое время, так и время клиентов. Они получают более удобный и быстрый сервис — и впоследствии активнее интересуются банковскими продуктами.

BG: Если все банки идут в одну сторону, то в чем принципиальная разница между ними с точки зрения предложения?

С. К.: И у нас, и у наших коллег есть определенные разработки в цифровой сфере. Вопрос на самом деле в том, кто первым успеет ими воспользоваться. Кто-то их уже внедряет, кому-то, возможно, это только предстоит. Второй вопрос — в масштабности бизнеса. ВТБ обладает значительной инфраструктурой и объемом финансирования, который позволяет нам запускать самые передовые технологии для клиентов и соответствовать трендам рынка. Банки с меньшим объемом бизнеса просто не могут себе этого позволить.

Скажем, такой проект, как запуск собственного мобильного оператора, требует серьезных инвестиций, но дает нам еще одно долговременное преимущество. Мы

предлагаем активным клиентам бесплатную связь при подключении к «ВТБ Мобайл», и они это очень позитивно оценивают.

BG: Наблюдается ли сокращение клиентского трафика в ваших отделениях?

С. К.: Поток снижается, поскольку дистанционные каналы сейчас используют более половины активных клиентов, и эта цифра быстро растет. В онлайн переходит оформление вкладов, счетов, кредитов, выпуск карт, не говоря уже о повседневных рутинных операциях, таких как платежи и переводы. В нашей стратегии заложено, что в ближайшие четыре года 70% операций и 50% продаж будут совершаться в цифровых каналах. Но при этом мы исходим из того, что у клиента должен быть выбор: прийти в офис или воспользоваться дистанционным каналом, — поэтому двигаемся вперед сразу по двум направлениям.

BG: Не планируете ли вы в таком случае отказаться от части отделений?

С. К.: Нет, мы не закрываем отделения. Всегда есть клиенты, которым важно приехать в офис, лично проконсультироваться с менеджером, обсудить все условия продукта и провести сделку именно в офисе банка. Но мы стараемся повышать эффективность региональной сети. Если у нас появляется возможность убрать koszty, тогда мы оптимизируем площади. Помимо этого, занимаемся релокацией отделений. Но это происходит не из-за падения трафика, а из-за изменений городской среды. Например, открывается новая станция метро — и офис «переезжает» ближе к ней. Мы также продолжаем инвестировать в технологические проекты. Безбумажный формат обслуживания, биометрия — все это до конца года будет доступно в 100% наших отделений.

BG: На данный момент население не спешит сдавать биометрию. С чем это связано?

С. К.: На текущий момент по всему банку биометрические данные сдали несколько тысяч человек. Клиенты не до конца понимают, зачем им это нужно. Но уже до конца этого года мы планируем реализовать сервис удаленной биометрической идентификации с возможностью оформления продукта. Сдав биометрию один раз, пользователь сможет дистанционно открыть депозит, накопительный счет, получить кредит, заказать карту и многое другое. Тогда преимущества биометрии будут более очевидны. ■

ФОКУС НА ОСНАЩЕНИЕ

АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА АПАРТ-ОТЕЛЕЙ ДАЕТ СТИМУЛ ДЛЯ РОСТА СМЕЖНЫХ ОТРАСЛЕЙ, В ЧАСТНОСТИ ИНЖЕНЕРИИ И СОПУТСТВУЮЩИХ РЕШЕНИЙ. И ДЕВЕЛОПЕРЫ, КОТОРЫЕ ГОТОВЯТ К ВЫХОДУ НОВЫЕ ПРОЕКТЫ, ОБРАЩАЮТСЯ К ОПЫТУ «СТАРШИХ КОЛЛЕГ» ИЗ ТРАДИЦИОННОГО ОТЕЛЬНОГО СЕГМЕНТА.

АРИНА МАКАРОВА

Гостиничный опыт активно используется в связи с тем, что большая часть проектов, которые выводятся на рынок, относятся к сегменту сервисных апарт-отелей, предназначенных для временного проживания и сертифицируются как отели. По прогнозам, к 2021 году по номерному фонду в Петербурге традиционные гостиницы и апарт-отели будут находиться примерно в одной «весовой категории». Более того, как считают аналитики, гостиницы конкуренцию будут проигрывать, так как путешественники все чаще предпочитают жить в отдельных квартирах или в юнитах в апарт-отелях.

ТРЕБОВАНИЯ ВЫШЕ Строить апарт-отель для девелопера труднее, чем обычный жилой дом: другая логистика, сложнее инженерия. Нагрузка на системы кондиционирования и вентиляции помещений, отопление, пожаротушение, водопровод и канализацию гораздо выше, а критерии — жестче. Это обусловлено высокими требованиями к надежности и качеству обеспечения воздушно-теплого комфорта, с одной стороны, а с другой — с многофункциональным зонированием. Ведь в таких проектах под одной крышей объединены апартаменты, рестораны, бары, салоны красоты, спортивные комплексы, бассейны, торговые зоны.

«К апартаментам предъявляются те же требования, что и к гостиничным номерам. Большинство апартаментов, купленных в нашем комплексе VALO, предназначены для инвестиционных целей (порядка 80%),

то есть будут сданы в аренду. Это значит, что, помимо эстетических решений, нужно предусмотреть вандализмоустойчивость, ремонтпригодность, эргономичность дальнейшего использования, а также эффективность эксплуатации. Эти требования и ложатся в основу выбора инженерных решений, технического оснащения и оборудования номеров», — говорит генеральный директор ООО «Вало Сервис» Константин Сторожев.

По словам генерального директора управляющей компании Cronwell Management Алексея Мусакина, при предоставлении, по сути, гостиничных услуг все апартаменты должны быть оснащены одинаково, поэтому, к примеру, отделка все равно приобретается у одного-двух поставщиков. «Профессиональных поставщиков коммерческого оборудования по каждому виду — три-пять, не более. Зарубежные производители необходимы для основного кухонного оборудования, кондиционирования, прачечной, так как нет российских аналогов. Остальное можно найти на нашем рынке», — рассказывает он.

Качественная инженерия требует существенных затрат, считают эксперты. При этом, как отмечает Константин Сторожев, многие проекты апартаментов за счет уменьшения штата, а также привлечения низкоквалифицированных сотрудников оптимизируют свои затраты. «Однако это буквально путь в никуда. В индустрии гостеприимства, особенно в нашей стране, на персонале и его компетенциях экономить нельзя. В нашем проекте VALO,

например, штат сервисного персонала к запуску всех трех очередей составит порядка 500 сотрудников», — говорит Константин Сторожев. — Правила сертификации выдвигают целый ряд требований к квалификации персонала апарт-отелей: они должны иметь профильное образование в гостиничной области, владеть иностранными языками, уметь грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях».

ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ ДОБАВИТ УМА По словам председателя инженерного комитета НП «Российская гильдия управляющих и девелоперов» Сергея Воробьева, рынок инженерных и сопутствующих «умных» технологий готов предоставить свои услуги и предложить даже больше, чем сегодня могут внедрять сетевые отели. «Безусловно, девелоперам и управляющим компаниям апарт-отелей нужен опыт „старших коллег“ из гостиничного бизнеса. Но апарт-отелям, на мой взгляд, не нужно перенимать весь их опыт, так как рынок сетевых отелей очень консервативен. Сегодня, когда меняется общая модель экономики (sharing economy), когда приходит другое поколение потребителей, всем проектам нужно искать новые решения и пути для завоевания потребителя и привлечения внимания к себе», — рассуждает он. — Как и в гостиничном бизнесе, в инженерных решениях есть свои „старшие коллеги“, и некоторые из них почивают на лаврах — заслуженно, конечно, но мир идет вперед. Новым проектам нужны инновационные решения, интернет ве-

щей, удобные и простые интерфейсы», — говорит Сергей Воробьев.

Как отмечают специалисты в Russian IoT, интернет вещей для отелей (апарт-отелей) находится пока на начальном этапе развития. Однако уже сейчас намечаются значительные перспективы в данной области. В пример эксперты приводят гостиничную сеть Marriott International, которая в сотрудничестве с Samsung и Legrand в конце осени 2017 года объявила о создании рабочей группы по разработке «умных отелей». Ключевой особенностью разрабатываемых решений является взаимодействие с пользователем через голосовые команды и мобильные телефоны. Другой пример — канадская телекоммуникационная компания Telus, которая предлагает решения по переносу текущей инфраструктуры отелей в интернет и предоставление наиболее удобных сервисов для конечных пользователей. В том числе онлайн-бронирование, упрощение процедуры регистрации, использование смартфона в качестве ключа от номера, пульта заказа дополнительных сервисов и управления оборудованием номера. Как ранее отмечали в Marriott, владельцы отелей могут сэкономить до 300 долларов в год на энергосбережении с каждого номера, так как комнаты будут достаточно «умными», чтобы знать, когда нужно отключать тепло или освещение для экономии энергии. В России пока «поумнел» не каждый отель. Один из самых оснащенных — отель Hyatt, оборудованный в общей сложности 35 инженерными и ИТ-системами. В их число вошли электроснабжение, водоснабжение, пожаротушение, отопление, вентиляция, кондиционирование, тепло- и холодоснабжение, освещение, а также диспетчеризация, внутренние сети и системы связи, структурированная кабельная система, локальная вычислительная сеть, мультимедиа, телефонная связь и интернет. По данным портала CNews, общая стоимость оборудования, закупленного в ходе реализации проекта, превысила €20 млн. Эксперты полагают, что, хотя расходы на разработку технологии «умных юнитов» весьма существенные, собственники оценят выгоду.

У строящихся апарт-отелей в этом сегменте прослеживается явное преимущество: если классическим гостиницам необходимо вкладываться в переоборудование, то апартаменты закладывают умные технологии еще на этапе проектирования, рассчитывая привлечь более молодую аудиторию. Так, в комплексе апарт-отелей VALO планируется вывести в продажу юниты, которые будут оснащены голосовым помощником. «Голосовой помощник, с помощью которого можно будет управлять, например, бытовой техникой в юните, сейчас установлен в нашем новом шоу-руме. Мы тестируем систему, чтобы впоследствии предложить ее нашим покупателям в качестве дополнительного оборудования», — заключает Константин Сторожев. ■



ЕВГЕНИЙ ПЛАТЕНКО

К 2021 ГОДУ ПО НОМЕРНОМУ ФОНДУ В ПЕТЕРБУРГЕ ТРАДИЦИОННЫЕ ГОСТИНИЦЫ И АПАРТ-ОТЕЛИ БУДУТ НАХОДИТЬСЯ ПРИМЕРНО В ОДНОЙ «ВЕСОВОЙ КАТЕГОРИИ»

АПАРТ-ОТЕЛИ

АУТЛЕТ НАРУШИЛ ТОРГОВУЮ ТИШИНУ

ОБЪЕМ СТРОИТЕЛЬСТВА НОВЫХ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ НАХОДИТСЯ НА НИЗКОМ УРОВНЕ. ЗА 10 МЕСЯЦЕВ НЕ БЫЛО ОТКРЫТО НИ ОДНОГО КАЧЕСТВЕННОГО ОБЪЕКТА, НО В НАЧАЛЕ НОЯБРЯ В ГОРОДЕ НАЧАЛ РАБОТАТЬ FASHION HOUSE OUTLET CENTRE ST. PETERSBURG.

ДЕНИС КОЖИН

В 2018 году в городе был открыт только один торговый центр, и также в формате аутлета — Outlet Village Pulkovo, а в 2017 году новых крупных торговых центров не появилось вовсе.

По итогам третьего квартала 2019 года наблюдалось снижение доли свободных помещений на 0,2 процентных пункта. По данным JLL, на конец сентября в качественных торговых центрах в среднем по городу пустовало 3,4% площадей, что в целом является одним из минимальных значений. При этом динамика изменения свободных площадей по субрынкам города неравномерна. В то время как в центре вакантность росла в третьем квартале 2019 года, в спальных районах города она снижалась.

«Стоит отметить высокую долю сегмента красоты и здоровья в структуре открытий. В июле — сентябре 2019 года она составила 11% — максимальная доля за всю историю наблюдений. Крупнейшим событием в этом сегменте стал анонс скорого открытия первого магазина екатеринбургской сети «Золотое яблоко» в ТЦ «Невский Центр» в формате супермаркета. В целом отмечается тенденция к увеличению площади, занимаемой магазинами сегмента красоты и здоровья. «Л’Этуаль» расширяет ассортимент и обновляет магазины в соответствии с новой концепцией премиального позиционирования. Он уже расширился в ТЦ «Континент на Стачек» и готовится к открытию в ТЦ «Монпансье» и в ТЦ «Пик». «Рив Гош» также расширяет ассортимент и рассматривает помещения от 400 до 2,2 тыс. кв. м (ранее — 250 кв. м)», — говорят в JLL.

ОТКРЫТИЯ СНОВА В ТРЕНДЕ Впервые с конца 2018 года количество открытых или анонсированных к открытию магазинов превысило число закрытий. При этом превышение составило 24% за период с июля по сентябрь. Для третьего квартала это высокий показатель, учитывая, что наибольшее количество магазинов обыч-

но открывается перед Новым годом. Наибольший прирост по площади наблюдается среди магазинов одежды и аксессуаров. Например, в ТЦ «Сити Молл» скоро открываются магазины The Label и Reserved, а в ТЦ «Гранд Каньон» — Zolla. Швейцарский бренд Strellson открыл новый магазин в ТЦ «Гранд Каньон». Низкий уровень вакантности дает возможность собственникам объектов проводить частичную ротацию арендаторов для увеличения доходности торгового центра и привлечения популярных брендов.

«Анализируя произошедшие в третьем квартале изменения в торговых центрах Петербурга, можно выделить существенное превышение закрытий над открытиями магазинов детских товаров. В этом сегменте наблюдается высокая конкуренция, при этом предложение действительно качественных детских брендов на рынке небольшое. Однако, несмотря на сдержанное развитие сегмента, о массовом сокращении операторами площадей речи не идет. Причины для закрытий достаточно разные. Так, NEXТ заявил об уходе с рынка, магазины сети планово прекращают работу. Ряд закрытий был связан со структурными изменениями торговых центров, частичной реконцепцией. Так же, как и в других сегментах, долю рынка забирает онлайн-торговля. Данная угроза прежде всего нависает над менее качественными ритейлерами, которые не могут выдержать конкуренции с лидерами сегмента», — отмечает Юлия Чернышева, руководитель направления торговой недвижимости компании JLL в Санкт-Петербурге.

Максимальные арендные ставки по итогам третьего квартала выросли на 14% и составили 80 тыс. рублей за квадратный метр в год (не включая НДС и операционные расходы). Многие торговые центры повысили ставки, достигнув оптимальных показателей заполняемости. Соответственно, скидки, предоставленные на период «раскрутки», закончились.

ЕМКОСТЬ РЫНКА АУТЛЕТ-ЦЕНТРОВ В КЛЮЧЕВЫХ РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ

ГОРОД	ЕМКОСТЬ РЫНКА, КВ. М	ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НА 1000 ЖИТЕЛЕЙ РЕГИОНА, КВ. М
ЕКАТЕРИНБУРГ	28 400*	6,6
КРАСНОДАР	27 700	4,9
РОСТОВ-НА-ДОНУ	19 500	4,6
КАЗАНЬ	13 400	3,4
УФА	10 900	2,7
НИЖНИЙ НОВГОРОД	10 800	3,4
САМАРА	9 900	3,1

* 10 300 уже существует в комплексе Brands' Stories Outlet Centre

ИСТОЧНИК: JLL

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ



ПО ИТОГАМ ТРЕТЬЕГО КВАРТАЛА 2019 ГОДА НАБЛЮДАЛОСЬ СНИЖЕНИЕ ДОЛИ СВОБОДНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ НА 0,2 ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТА

Основные перспективы дальнейшего развития рынка торговой недвижимости в Северной столице — реконцепция устаревших торговых центров, точечная ротация существующих арендаторов, а также строительство небольших объектов в районах комплексной жилищной застройки.

ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ Главным событием года на рынке торговой недвижимости стало открытие открытие аутлет-центра на Таллинском шоссе. Инвестиции в строительство первой очереди составили около €52 млн. Строительство второй и третьей очереди девелопер проекта Fashion House Group оценивает в €15 млн каждую.

Арендопригодная площадь первой очереди центра составляет более 10 тыс. кв. м. С вводом всех трех очередей общая GLA достигнет 20 330 кв. м. Здесь смогут разместиться 120 магазинов, которые предложат международные и российские бренды с круглогодичными скидками 30–70%. На сегодняшний день в пуле арендаторов: Baldinini, Baon, Bronnitskiy, Charuel, Diplomat, Ekran, Gabbiaucci, Gecco, Gipfel, Glenfield, Guess, Henderson, Incanto, Kanzler, Lusio, Marc & André, Mario Machado, Mazari Tradition, Milana, Pisserro, Puma, Quiksilver, Ralf Ringer, Sarto Reale, Subway, Sunsolo, SuperStep, Tom Tailor, US Polo. После рождения крупные магазины в центре откроют Adidas, Reebok и Lacoste.

Fashion House Outlet Centre St. Petersburg стал шестым центром в портфолио Fashion House Group, которая развивает проекты в Центральной и Восточной Европе, а также в России. Это второй российский проект группы. Первый аутлет был открыт в Москве в 2013 году. К возведению аутлета в Петербурге Fashion House Group приступила в октябре 2018 года. Аутлет расположен на Таллинском шоссе, в 700 м от КАД.

По словам Брендона О’Рейли, инвестиции в строительство второй очереди Fashion House Outlet Centre St. Petersburg арендопригодной площадью 4,5 тыс. кв. м оцениваются в €15 млн. Строительство может быть начато весной 2020 года. Вся инженерная инфраструктура под очередь готова.

По данным JLL, к концу 2020 года объем качественного предложения аутлет-центров в России увеличится на 76% и составит 206 тыс. кв. м. В ближайший год в стране будет открыто четыре новых аутлет-центра суммарной арендуемой площадью 84 тыс. кв. м и новая очередь уже существующего комплекса (5 тыс. кв. м). Наиболее активное развитие аутлетов про-

исходит в Москве: более 80% будущего предложения появится именно в столице. По оценкам JLL, после ввода новых аутлет-центров доля розничных продаж данного формата в общем товарообороте Москвы и Московской области вырастет с 0,34% до 0,61%. Для сравнения, в Великобритании сейчас данный показатель составляет 0,78%, а в 2020 году, по прогнозам, вырастет до 0,82%.

Формат аутлет-центров постепенно развивается и за пределами столицы, прежде всего — в Петербурге. До конца 2020 года в городе рост качественного предложения аутлет-центров составит 74% за счет открывшейся первой очереди Fashion House Outlet Centre и третьей очереди Outlet Village Пулковое. Тем не менее, даже с учетом будущих проектов к концу 2020 года доля продаж в аутлетах в розничном товарообороте Санкт-Петербурга и Ленинградской области, по прогнозам, не превысит 0,44%, а обеспеченность площадями вырастет до 5,3 кв. м с нынешних 3 кв. м на 1 тыс. жителей. Исходя из европейских показателей обеспеченности аутлетами и структуры розничного товарооборота, емкость рынка Петербурга в долгосрочной перспективе составляет примерно 70 тыс. кв. м. Поэтому в ближайшие пять-семь лет в городе могут появиться еще один-два аутлет-центра, прогнозируют в JLL.

«В целом аутлет-центры являются перспективным вектором развития торговой недвижимости в России, и в недалеком будущем формат получит распространение не только на территории крупнейших городов страны. Однако есть и ряд сдерживающих факторов. В первую очередь это присутствие брендов в России и их готовность работать с такими форматами. В Центральной Европе бренды действительно делают большой акцент на развитие в аутлетах, тогда как в России проникновение премиальных марок пока не столь высокое. Другая причина — это расположение: в России они по-прежнему очень близко расположены к самому городу, тогда как в Европе аутлеты находятся в отдалении от города, где стоимость земли и расходы на строительство ниже, что в итоге позволяет предлагать арендаторам более низкие ставки аренды в сравнении с торговыми объектами, расположенными в центре города. Однако этот фактор обусловлен спецификой российских реалий: расстояния здесь больше, чем в Европе, тогда как на дороге люди не готовы тратить гораздо больше времени», — отмечает Андерс Лильенстолпе, генеральный директор компании JLL. ■

МОРСКАЯ ДУША ПЕТЕРБУРГА

ОБСУЖДЕНИЕ ПРОБЛЕМНЫХ ВОПРОСОВ, СВЯЗАННЫХ С РАЗВИТИЕМ ПАРУСНОГО СПОРТА И ЯХТИНГА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ, СТАЛО ОСНОВНОЙ ТЕМОЙ ОДНОИМЕННОЙ КОНФЕРЕНЦИИ, ОРГАНИЗОВАННОЙ ИД «КОММЕРСАНТЬ».

МАРИЯ КУЗНЕЦОВА

В рамках мероприятия представители правительства Петербурга и Ленобласти, туристической индустрии, крупного бизнеса и яхтенной общественности делились мнениями относительно состояния яхтенной инфраструктуры города, способов ее обновления, потенциала Петербурга как яхтенной столицы, заинтересованности бизнеса в обустройстве марин, а также необходимости изменений в законодательстве для успешной реализации стратегий развития яхтинга в городе.

По словам Сергея Алексеева, президента Санкт-Петербургского парусного союза, до 1991 года в Петербурге насчитывалось более 30 яхт-клубов. «Сейчас действующими остаются четыре яхт-клуба: Санкт-Петербургский парусный клуб, «Балтиец», Речной яхт-клуб профсоюзов и Яхт-клуб Санкт-Петербурга. Остальные используются в качестве стоянок», — добавил господин Алексеев. По его мнению, основной проблемой все еще остаются инвестиции, поскольку в большинстве развитых стран реализация проектов по строительству и оснащению яхт-клубов носит социально ориентированный характер. «Подавляющее количество яхтсменов — это представители среднего класса, они не могут позволить себе собственную яхту. Им необходима соответствующая инфраструктура, уровень которой очень отстает от соседних Таллина и Хельсинки», — поделился своим мнением господин Алексеев. Однако, по его наблюдениям, количество яхтсменов растет, и это положительная тенденция. «По нашим подсчетам, более 5 тыс. человек в Петербурге занимаются парусным спортом, 200 тыс. ходят на маломерных судах. Всего в городе насчитывается 120 парусных яхт и 50 тыс. «маломерок». Что касается детского спорта, то сейчас около 800 детей занимаются в детских классах», — рассказывает Сергей Алексеев.

Говоря о водном туризме, господин Алексеев с сожалением отметил, что он в Петербурге не показывает значительных результатов. «В прошлом году к нам зашло 60 иностранных судов, а, например, в Таллин — 5 тыс., в Хельсинки — 10 тыс.», — говорит Сергей Алексеев. Тем не менее господин Алексеев выразил уверенность в том, что морские традиции в городе будут поддерживаться. «В прошлом году Петербург отметил 300-летие с момента создания первого в мире яхт-клуба — «Невского флота Петра Великого». Уверен, что морская душа города живет в нем и будет обязательно развиваться», — добавил президент Санкт-Петербургского парусного союза.

ЯХТЕННАЯ СТОЛИЦА С Сергеем Алексеевым солидарен Евгений Панкевич, председатель комитета по туризму Петербурга. «Петербург сегодня трансформируется и готов для всех видов туризма. Создание бренда нашего города как яхтенной столицы на сегодняшний день является крайне важной задачей, и необходимо прилагать максимум усилий, чтобы популяризировать эту нишу», — рассказал господин Панкевич.



УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ ОБСУДИЛИ СОСТОЯНИЕ ЯХТЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДА, СПОСОБЫ ЕЕ ОБНОВЛЕНИЯ, ПОТЕНЦИАЛ ПЕТЕРБУРГА КАК ЯХТЕННОЙ СТОЛИЦЫ

По его словам, круизный туризм, например, ежегодно приносит в казну Петербурга около 9 млрд рублей. «А для развития яхтинга нам необходимо поднимать событийность. Но событийный бренд невозможно создать за один год, это отложенная прибыль. На достижение данной цели может понадобиться до 10 лет», — добавил он. По оценкам председателя комитета по туризму, около 80% яхтсменов из Европы потенциально готовы приходить на яхтах в Петербург. «Сейчас важно решить правовые аспекты и реализовать инвестиционные проекты. Со временем мы раскроем этот сегмент. Яхтенный туризм должен стать одной из точек экономики города», — резюмировал он.

ВМЕСТЕ С ЛЕНОБЛАСТЬЮ В ходе дискуссии участники выразили опасение, что Петербург будет заперт для яхт, если в Ленинградской области не будет создана необходимая инфраструктура. Заместитель председателя комитета по туризму Ленобласти Римма Сачунова рассказала, что соответствующие условия уже создаются, приведя в пример подписание соглашения о развитии морского внутреннего водного транспорта между правительствами Ленобласти, Новгорода и Карелии. «На сегодняшний день причалы построены в Старой Ладоге, Свирьстрое, у крепости Орешек, в Невской Дубровке. Сейчас строится причал для круизных кораблей в городе Кириши. Одновременно прорабатывается вопрос возможности стоянок маломерных судов и яхт путем строительства быстровозводимых понтонных конструкций», — добавила госпожа Сачунова. По ее словам, подобные конструкции для маломерных судов уже возведены у крепости Орешек и в Невской Дубровке. «Также важно отметить, что комитет Ленобласти по туризму проводит конкурсный отбор с целью предоставления субсидий некоммерческим организациям для создания туристской инфраструктуры и реализации туристских

проектов. В апреле текущего года прошел конкурс, и некоммерческой структуре была предоставлена субсидия для строительства гостевого причала в Выборге», — отметила зампредела комитета по туризму Ленобласти. Все это, полагает госпожа Сачунова, способствует развитию водного туризма и созданию необходимых условий для комфортного яхтинга.

ДЕВЕЛОПЕРЫ ПОДКЛЮЧАЮТСЯ О взаимодействии с яхтенным сообществом в ходе конференции высказались и несколько петербургских девелоперов. «Говоря о туризме, не надо забывать и о внутреннем спросе, который нужно обслуживать», — отмечает директор по развитию Л1 Надежда Калашникова. По ее словам, у строительной компании сейчас реализуются два объекта на прибрежных линиях и с организацией причалов для легкомоторных и яхтенных катеров рядом с ними возникает много проблем. «Так, для организации понтоного причала нам нужно согласовывать проект с тремя комитетами: энергетики, имущественных отношений и природопользования. Это довольно сложно. Если бы была координирующая роль города, нам всем было бы проще. И люди, которые хотят заниматься яхтенным спортом, могли бы получить гораздо больше условий для этого», — добавила госпожа Калашникова.

С ней солидарен заместитель генерального директора ГК «Кортрос» Григорий Орлик. Он пояснил, что спрос на причалы среди тех, кто заселяется в дома в прибрежных зонах, очень большой. «Около 80% жителей, выбравших наш жилой комплекс, имеют собственные лодки», — рассказал господин Орлик. По его мнению, благоустройство марин рядом с ЖК будет, с большой вероятностью, осуществляться силами жильцов.

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ Советник генерального директора ФГУП «Росмор-

порт» Сергей Дадика высказался о том, что в России нет единого регулирующего органа, который занимался бы всецело проблематикой яхтенного туризма. «Я методологически отделяю яхтинг туристический и яхтинг спортивный. И если в части спортивного яхтинга все более или менее благополучно — есть клубы и спортивные общества, то яхтенный туризм — это серая зона», — пояснил господин Дадика. По его мнению, здесь вся ответственность лежит на самом яхтсмене. «Квалификация, регистрация, взаимодействие с портовыми властями, пересечение границы, решение миграционных проблем, визирование — все это до сих пор не закрытые вопросы», — отметил он.

Более того, по словам Сергея Дадика, отсутствует даже устоявшаяся терминология. «Допустим, в кодексе внутреннего водного транспорта есть понятие спортивного парусного судна. Однако что касается парусной яхты — ничего такого нет», — пояснил господин Дадика. «Сейчас в Санкт-Петербурге создана некая стратегия развития инфраструктуры. Такие концепции есть и в Азово-Черноморском бассейне, и в других регионах нашей страны. Проблематика везде схожа. Их объединяет то, что нет гармонизированного законодательства. Мы пользуемся терминологией, близкой к теме яхтинга, но в законодательстве она не до конца сбалансирована», — уточняет эксперт.

По его словам, с недавних пор начала действовать комиссия под руководством Игоря Левитина, созданная при Морской коллегии и действующая при правительстве РФ. «Ее главная задача — нащупать проблемные места в туристическом яхтинге, которые необходимо решить в самые кратчайшие сроки», — добавил он. По словам Сергея Дадика, без надлежащей нормативной базы стратегию, созданную для развития яхтенного туризма, будет крайне тяжело реализовать. ■

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ОПЦИИ

РЫНОК ЖИЛЬЯ ЗА ПОСЛЕДНИЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ СЕРЬЕЗНО ИЗМЕНИЛСЯ В ЧАСТИ ТРЕБОВАНИЙ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫХ СО СТОРОНЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. ЭКСПЕРТЫ ГОВОРЯТ, ЧТО ПОНЯТИЕ КОМФОРТ-КЛАССА УЖЕ НЕ ОГРАНИЧИВАЕТСЯ ТОЛЬКО ПРЕДЕЛАМИ КВАРТИРЫ И ДАЖЕ ВСЕГО ДОМА — НА КЛАССНОСТЬ УЖЕ ОКАЗЫВАЮТ ВЛИЯНИЕ И ПРИДОМОВАЯ ТЕРРИТОРИЯ, И СОПУТСТВУЮЩАЯ ИНФРАСТРУКТУРА.

РОМАН РУСАКОВ

Девелоперы постоянно совершенствуют свои проекты апартментов, находят интересные, полезные, функциональные «фишки» для потенциальных покупателей. При прочих равных условиях (локация, цена и планировка) дополнительная инфраструктура может сыграть решающую роль при выборе того или иного объекта недвижимости.

В городе появляется множество проектов квартальной застройки, и девелоперы вынуждены задумываться о том, как обеспечить будущих жильцов всеми элементами социальной и торговой инфраструктуры. На первых этажах жилых комплексов в изобилии появляются крупные помещения, пригодные для любой торговли, общепита, а также аптек, центров детского развития, банков и прочего. В некоторых комплексах есть свои детские сады и школы. «Также никого уже не удивить детскими и спортивными площадками, садами, зелеными лабиринтами, зонами отдыха. У жильцов такие объекты, конечно, крайне востребованы, особенно в крупных кварталах. Продукт девелопера давно уже вышел за пределы дома, продолжая развивать дворовые пространства, а также помещения первых этажей в формате коммерческих помещений», — считает Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International.

ГЛАВНЫЕ КРИТЕРИИ Покупателей интересует не только цена, но и качество жизни в новостройке. Поэтому за последние пять лет инфраструктура района стала одним из главных критериев, по которым покупатель выбирает себе квартиру. Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена», уверен, что качество инфраструктуры влияет на спрос, рентабельность объекта недвижимости и стоимость квадратного метра, а также во многом определяет класс жилого комплекса. «К примеру, ЖК „Граффити“ построен в активно развивающемся Приморском районе. Рядом с комплексом изначально была хорошая инфраструктура. Тем не менее при застройке мы предусмотрели социальные объекты, магазины, спортивные и игровые площадки, коммерческие помещения для пекарен, парикмахерских и других важных объектов для комфортного проживания, чтобы у жителей наших домов был быстрый доступ ко всему необходимому. При современном темпе жизни это действительно важно», — настаивает господин Мирошников.

В объектах комфорт-класса и высокого комфорт-класса все чаще можно встретить детские площадки с нетиповым развивающим оборудованием, а также полноценные в экостиле. Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская Недвижимость», считает, что покупателей сейчас привлекают проекты с развитой спортивной и велосипед-

ной инфраструктурой, необычные ЗОЖ-опции — территории для занятий спортом и гимнастикой на открытом воздухе. «Покупатели ценят красиво оформленные зеленые зоны, собственные скверы и парки на территории ЖК. К примеру, отдохнуть в собственном парке площадью 50 тыс. кв. м могут жители ЖК „Солнечный город“ в Красносельском районе. Это первый в городе проект парка такого масштаба, реализованный за счет частных средств. Согласно дизайнерскому проекту, внутреннее пространство парка разделили на разные тематические зоны: игровую — с яркими разновозрастными детскими площадками, спортивную, прогулочную, зоны отдыха. Смонтировано оборудование футбольного стадиона с трибунами, волейбольной и баскетбольной площадкой. Огорожена площадка для дрессировки собак. На территории парка между отдельными зелеными участками с живыми изгородями и мини-холмами проложены пешеходные дорожки», — рассказывает госпожа Трошева.

В последнее время кроме собственно детских садов и школ девелоперы стараются предложить клиентам новые опции, стимулировать развитие добрососедских отношений между покупателями квартир в ЖК. «К примеру, в проекте высокого комфорт-класса „Панорама парк Сосновка“ SetiGroup уже в первой очереди создаст детский клуб — отдельное полностью оборудованное помещение, которое впоследствии перейдет на баланс управляющей компании. В нем можно будет поиграть, организовать кулинарный клуб, кинопоказ, встречу или отметить день рождения», — рассказывает госпожа Трошева.

Роман Лябилов, генеральный директор ГК «Атлант», полагает, что в объектах комфорт-класса покупателей, прежде всего, привлекает возможность за относительно небольшие деньги приобрести квартиру, наиболее приближенную по своим параметрам к жилью бизнес-класса. «Другими словами, люди готовы платить больше за дополнительные потребительские блага, но вопрос цены для них по-прежнему остается актуальным. Поэтому говорить о каких-либо „экзотических“ объектах инфраструктуры, которые требуют значительных затрат и скажутся на стоимости объекта, не приходится», — замечает эксперт.

НЕ СЛИШКОМ ДОРОГО Тем не менее, девелоперы стараются получить конкурентные преимущества за счет не слишком затратных мероприятий. Например, вкладываясь в ландшафтный дизайн. Сами по себе растения могут быть не эксклюзивными, но подобранными по принципу непрерывного цветения. Также организуются разнообразные альпийские горки, малые архитектурные формы и так далее. При этом для подобных проектов не приглашаются со стороны дизайнеры с име-

нем, а используются идеи разработчиков внутри компании. Кроме того, в качестве «малозатратного» конкурентного преимущества рассматриваются оригинальные детские площадки.

Одна из тенденций, которые получили распространение в комфорт-классе в последний год-два, — концепция «двор без машин». Поскольку в большинстве проектов данного класса есть подземный паркинг, то данная концепция не увеличивает стоимость квартир, а вот потребительские характеристики улучшает.

Рынок развивается стремительно. Анзор Берсиров, руководитель проектов комплексного освоения территории компании «Строительный трест», обращает внимание: многие элементы инфраструктуры, которые еще несколько лет назад только начинали включаться в проекты, сегодня стали обязательной частью жилья комфорт-класса. Например, колясочные и места для хранения велосипедов и другого спортивного инвентаря во внутреннем домовом пространстве. «Обязательным элементом жилья комфорт-класса стали и детские площадки, созданные по специально разработанному дизайн-проектам. Сегодня в целом в проектах сегмента „комфорт“ очень многое создается именно для детей. Это, безусловно, важно, но нельзя забывать и о взрослом населении, их досуге. Например, в нашем проекте „NewПитер“, строящемся в Новоселье, в одном из домов для жителей организована площадка для барбекю, в другом — создан маленький огород, несколько грядок для занятий садоводством. На пешеходном бульваре Белых ночей, помимо велодорожек, зоны отдыха, площадки для мини-футбола, которые уже функционируют, также планируется организовать зону для ворк-аута, павильоны для кафе, сад и площадь с амфитеатром. Сегодня, на мой взгляд, именно ландшафтный дизайн и общественные зоны становятся теми элементами, которые оказывают сильнейшее влияние на решение о покупке в том или ином комплексе», — полагает эксперт.

УМНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА С инфраструктурной точки зрения сегодня также важным элементом становится применение систем «умного дома». Многие управляющие компании создают специальные приложения, которые устанавливаются на мобильные устройства, и жители могут в реальном времени осуществлять контроль доступа, оплачивать коммунальные платежи, отслеживать состояние всех систем.

Елена Валуева, директор по маркетингу Mirland Development Corporation, рассуждает: «По нашему опыту, в последние годы понятие „мой дом“ у покупателей расширилось: если раньше они покупали только жилые квадратные метры (саму квартиру), то сейчас они приобретают также сам проект и его концепцию. Отсюда — стрем-

ление девелоперов к комфортному, практичному и эргономичному обустройству дворов. Это и палисадники с редкими кустарниками и травами, и беседки для чтения и отдыха, и велодорожки. Из других примеров — авторские оригинальные детские игровые площадки, спортивные элементы для всей семьи, велостоянки, огражденная зона для выгула собак».

Руководитель отдела аналитики и маркетинговых концепций ГК «Пионер» Евгений Межевикин полагает, что на рынке появляются новые ЖК комфорт-класса, в которых девелопер делает акцент прежде всего на безопасность жителей. «Сегодня в комфорт-классе уже не редкостью является полностью огороженная по периметру территория, на которой ведется видеонаблюдение, „двор без машин“ также заявлен в большинстве проектов. Но есть и эксклюзивы от девелоперов, которые привлекают покупателей. Казалось бы, незначительные детали в инфраструктурной составляющей жилого комплекса в будущем могут стать акцентом, который привлечет внимание потенциального покупателя. Все больше внимания уделяется детским площадкам и их наполнению, которое должно отвечать запросам разных возрастных групп, а также требованиям безопасности и экологичности используемых материалов и покрытий. Застройщик, кроме мест активности, предусматривает и наличие мест отдыха. Так, например, в одном из ЖК детская площадка расположена на освещаемом парапете и полностью огорожена», — приводит пример господин Межевикин. По его словам, стали появляться концепции эко-двора с проектами разноуровневого озеленения, где предусмотрены кустарники и многолетние растения, цветочные клумбы, устройство декоративных подпорных стенок и малых архитектурных форм. Также реализуются единые концепции освещения, которые делают двор комфортным и безопасным в любое время суток. У ряда девелоперов на территории ЖК проложены велодорожки с отдельными местами для парковки велосипедов. «Из мелочей инфраструктуры обращают на себя внимание небольшие, но приятные бонусы: например, места для мытья лап животных во входных группах или станции для зарядки электромобилей в паркинге. В зависимости от концепции ЖК и его локации, а также площади застройки в целом, девелоперы предлагают своим покупателям такие бонусы в инфраструктуре, как наличие арт-скверов с уединенными зонами отдыха, инсталляциями и специальными клумбами, которые жители сами смогут оформить цветами», — говорит господин Межевикин.

СХОЖИМИ ПУТЯМИ Аналогична ситуация и на рынке апарт-отелей. Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апарт-отелей VALO, говорит: «Развитая и,



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО

В ОБЪЕКТАХ КОМФОРТ-КЛАССА И ВЫСОКОГО КОМФОРТ-КЛАССА ВСЕ ЧАЩЕ МОЖНО ВСТРЕТИТЬ ДЕТСКИЕ ПЛОЩАДКИ С НЕТИПОВЫМ РАЗВИВАЮЩИМ ОБОРУДОВАНИЕМ

что важно, продуманная внутренняя инфраструктура — неотъемлемая составляющая успешного проекта апарт-отеля. Собственно, как и любого другого объекта гостиничной недвижимости. Это касается не только специальных гостиничных технологий, отличающих один проект от другого (например, в нашем комплексе апарт-отелей VALO есть бельепровод), но и общественных пространств: бассейна, коворкинга, лектория, конференц-залов, лобби-баров, ресторанов, кафе, спортзалов и так далее. Наличие в проекте подобных зон для всей гостей в большинстве случаев позволяет говорить о том, что проект будет точно востребован в будущем и сможет конкурировать с новыми апарт-отелями, например, через 10–15 лет».

Впрочем, среди экспертов есть и те, кто скептически относятся к стремлению девелоперов украсить свой проект «фишками». Сергей Терехов, директор по продажам компании Н+Н, уверен, что для большинства покупателей квартир комфорт-класса объекты инфраструктуры не являются важным фактором выбора. «Конечно, кому-то будет интересен фитнес-зал в доме или фонтан во дворе, но у большинства покупателей в приоритете качество самого дома, качество строительных материалов, удобство пла-

нировок и сбалансированная квартирография».

По его словам, по информации клиентов Н+Н, основными факторами, влияющими на принятие решения о покупке, остаются близость к метро, транспортная доступность, наличие необходимой инфраструктуры, благоустройство придомовой территории. «Среди второстепенных факторов лидируют наличие кладовых помещений и возможность купить квартиру с отделкой», — говорит господин Терехов.

Тем не менее Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», указывает на то, что набор инфраструктурных решений для жилья комфорт-класса, который обязан быть в каждом проекте, уже сформировался. Конкуренция на рынке настолько высока, что заставляет застройщиков много работать над своими проектами, так что все эти позиции уже априори подразумеваются. «На примере „Огней залива“ — это современные фасады, контроль доступа, круглосуточное видеонаблюдение, встроенные паркинги, бесшумные лифты, которые спускаются на уровень машиномест, безбарьерный вход с уровня земли, просторные холлы, комнаты для велосипедов и колясок, широкие коридоры в местах общего пользования, небольшое количество квартир на площадке, потолки не

ниже 2,7 м. В квартирах горизонтальная внутриквартирная разводка с коллекторами на этажной площадке, терморегуляторы, счетчики тепла. Отделка — это качественные двери и окна, полы из ламината высокого класса, финишная отделка в „мокрых“ местах, выровненные стены и потолки. А дальше начинается некоторая свобода для самовыражения. Те позиции, на которые делают акцент компании по продвижению застройщика, в основном касаются благоустройства, озеленения, постпродажного обслуживания. Многие застройщики пытаются рекламировать как особую опцию, например, личный кабинет для своих жильцов или автоматическую передачу информации со счетчиков тепла и воды, что уже давно не является ноу-хау», — перечисляет госпожа Денисова.

Впрочем, она полагает, что, насытив проект дополнительными опциями, застройщики вернутся непосредственно к квартирам — к качеству планировочных решений и удобству проживания. «Жить в тесноте трудно, Петербург — северный город, в квартире должны быть места для хранения, особенно когда речь идет о семье. Точно так же, как пришло отрезвление в отношении ближайших пригородов, что жить там сложно, неудобно, затратно — потому что существует боль-

шое транспортное плечо, недостаток инфраструктуры. Как говорится, можно одного человека обманывать долго, широкую аудиторию тоже можно обмануть, но один раз. Конечно, нельзя сбрасывать со счетов ограниченную платежеспособность людей, поэтому наметившийся рост средней площади квартир будет медленным», — замечает она.

Марина Агеева, директор по маркетингу ГК «Красная стрела», говорит, что есть на рынке и пока спорные форматы инфраструктуры. «Застройщик может, конечно, предусмотреть, например, общественные пространства (коворкинги) в ответ на тренд на совместное времяпрепровождение, однако на рынке эта история сегодня не распространена. Тренд на коliving, коворкинги и прочие форматы совместного времяпрепровождения развивается параллельно с трендом на приватность. Кроме того, как только застройщик выходит из проекта, интерес к такому формату снижается, потому что жители не готовы эту историю спонсировать. В целом могу сказать, что девелопер, как правило, ограничивается тем, что предусматривает в проекте коммерческие помещения, а их собственники уже реализуют тот или иной сценарий, ориентируясь прежде всего на будущую рентабельность», — рассуждает госпожа Агеева. ■

СЧЕТ ЗА ЛОКАЦИЮ

РЕДЕВЕЛОПМЕНТ ОБОИДТСЯ ЗАСТРОЙЩИКАМ ЖИЛЬЯ КОМФОРТ-КЛАССА НА 10–20% ДОРОЖЕ И РЕАЛИЗУЕТСЯ В ДВА-ТРИ РАЗА ДОЛЬШЕ. ОДНАКО ИЗ-ЗА НЕХВАТКИ В ПЕТЕРБУРГЕ СВОБОДНЫХ УЧАСТКОВ ОСВОЕНИЕ ПРОМЗОН СТАНОВИТСЯ ЕДИНСТВЕННОЙ ВОЗМОЖНОСТЬЮ ДЛЯ ВОЗВЕДЕНИЯ ЖИЛЬЯ В ЛОКАЦИЯХ С ХОРОШЕЙ ТРАНСПОРТНОЙ ДОСТУПНОСТЬЮ И РАЗВИТОЙ ИНФРАСТРУКТУРОЙ, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ ВГ.

ОЛЬГА БЕЛЫХ

По данным руководителя отдела исследований Knight Frank St. Petersburg Светланы Московченко, сегодня на территории Петербурга в продаже находится около 80 объектов редевелопмента, общей жилой площадью 2,5 млн кв. м. Из них на сегмент «комфорт» приходится 45%, «бизнес» — 30%, 19% — «эконом», 6% — элитное жилье.

Лидером по освоению промзон в этом сегменте выступает Невский район, приводит данные директор департамента жилой недвижимости Colliers International Елизавета Конвей. Больше всего таких проектов сосредоточено на территории от Октябрьской набережной до Дальневосточного проспекта. Ранее на этих землях располагались завод «Аэрок», ЖБИ «Баррикада» и склады, напоминает она. В Невском районе реализуется один из самых масштабных проектов редевелопмента Петербурга — ЖК «Цивилизация» группы ЛСР (более 800 тыс. кв. м жилья). По соседству с ним находятся ЖК «Полис на Неве» («Полис Групп»), ЖК «Ренессанс» (AAG) и ЖК «Pulse на набережной» (Setl City), перечислила эксперт.

На втором месте по количеству проектов редевелопмента в сегменте «комфорт» — Выборгский район, продолжает Елизавета Конвей. К крупнейшим эксперт отнесла ЖК «Приморский квартал» («Мегалит — Охта Групп») на территории бывшей Приморской овощебазы, ЖК «Панорама парк Сосновка» от Setl City (завод «Светлана»), ЖК «Новый Лессер» от «Отделстрой» (механический завод «Новый Лессер»).

К новым локациям редевелопмента госпожа Конвей отнесла район станции метро «Черная Речка», в котором ГК «ПИК» осваивает территорию бывшего завода «Климов», а также два проекта на Белоостровской улице, где работают компании AAG и «Базис-СПб».

МЕСТО ДЛЯ КОМФОРТА Петербургские застройщики жилья комфорт-класса выбирают редевелопмент по двум основным причинам, объясняет генеральный директор компании «Мегалит — Охта Групп» Александр Брега. Во-первых, такие проекты нередко находятся в районах с уже сложившейся транспортной и коммерческой инфраструктурой. Во-вторых, зачастую в распоряжении застройщика находятся довольно масштабные по площади участки, оптимально подходящие под проекты комплексного освоения территории. «По концепции комфорт-класс „ложится“ лучше на подобные локации. Для реализации более статусных проектов необходимо однородное окружение, здесь же могут оставаться небольшие производственные или склады», — считает Александр Брега.

Хотя строительство жилья более высоких сегментов позволило бы девелоперу быстрее окупить вложения, локация быв-



В ПРОЦЕССЕ РЕДЕВЕЛОПМЕНТА ТЕРРИТОРИИ У ЗАСТРОЙЩИКА ВОЗНИКАЕТ НЕ НАМНОГО БОЛЬШЕ СЛОЖНОСТЕЙ ПО СРАВНЕНИЮ СО СТРОИТЕЛЬСТВОМ ЖИЛЬЯ В «ЧИСТОМ ПОЛЕ»

шего предприятия не всегда позволяет это сделать, указывает начальник департамента продаж «ЛСР. Недвижимость — Северо-Запад» Юлия Паршина. «Но бывают и интересные исключения. Например, в рамках одного проекта часть территории больше подходит для строительства домов комфорт-класса, другая, обладающая уже видовыми характеристиками и более выгодным расположением, — для возведения домов бизнес-класса. Так получилось в нашем проекте на Октябрьской набережной — «Цивилизация» и «Цивилизация на Неве», — сказала она.

ПОДОЖДАТЬ 10 ЛЕТ Несмотря на явные плюсы освоения промзон, во время редевелопмента территорий застройщики сталкиваются с рядом сложностей. Директор по развитию строительно-инвестиционного холдинга «Аквилон Инвест» Виталий Коробов объясняет, что срок реализации таких проектов может оказаться в два-три раза дольше по сравнению с объектами нового строительства.

Больше всего времени занимает процесс подготовки участка к началу работ, считает Александр Брега. «Между приобретением земли и стартом продаж может пройти до 10–13 лет, и не каждая компания сможет выдержать такой марафон. В частности, на разработку проекта ЖК «Приморский квартал» у нас ушло около 10 лет», — поделился своим опытом господин Брега. Он добавил, что практически все девелоперы, которые планируют стройку на промышленных землях, также сталкиваются с проблемой выкупа участков. Большая часть территории бывших

заводов поделена на части и принадлежит разным собственникам и переговоры с владельцами земли «съедают» значительную часть времени, поясняет он.

Усложняют задачу редевелопмента и постоянные изменения градостроительной политики Петербурга. «За то время, что мы готовились к реализации „Приморского квартала“, нормы и правила, регулирующие жилищное строительство, поменялись трижды. И нам следом пришлось полностью менять проектную документацию», — сетует Александр Брега.

ПАМЯТНИК В НАГРУЗКУ Нередко застройщикам в наследство от бывших заводов и фабрик достаются исторические памятники промышленной архитектуры, которые нужно привести в порядок. Такая ситуация возникла с ЖК Time, на территории которого находится старинный газгольдер, и ЖК «Дом на излучине Невы» с водонапорной башней, объясняет президент группы RBI Эдуард Тиктинский. В итоге в реконструкцию исторической водонапорной башни группа RBI вложила 75 млн рублей, газгольдера — более 230 млн рублей. «Памятники достались нам в очень плачевном состоянии. Охранные требования по ним, конечно, очень жесткие, и процесс согласования работ по реконструкции всегда непростой. Не говоря уже о самих работах по реконструкции, которые были сложными. Объекты, с учетом их состояния, приходилось буквально спасать: „пересадка“ на новый фундамент, укрепление всех конструкций, замена кровли, реставрация кладки с использованием аутентичных материалов», — сказал он.

Сохранением объектов культурного наследия займется и группа «Эталон», которая в рамках строительства жилого комплекса в Московском районе проведет реконструкцию здания бывшего «Завода льда», приспособляя его под паркинг. Стоимость работ в компании не уточнили.

«Памятники, даже если их удастся приспособить под новую функцию, вряд ли смогут в дальнейшем окупить эти вложения. Но они дают определенную премию к стоимости жилья в проекте, и проект в целом выходит на окупаемость», — уверен Эдуард Тиктинский. Такие объекты в конечном счете позитивно сказываются на архитектурной концепции и становятся своего рода изюминкой проекта, соглашается генеральный директор группы «Эталон» Геннадий Щербина.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РАСХОДЫ С учетом всех требований проекты редевелопмента обходятся инвестору на 10–20% дороже, оценивает Геннадий Щербина. Размер вложений напрямую зависит от стоимости земли, работ по демонтажу, подготовке и рекультивации территории и от наличия охраняемых объектов, которые необходимо сохранять и реставрировать, дополняет Эдуард Тиктинский. Жилье комфорт-класса на территории «серого пояса», расположенное поблизости с центром города и рядом с Невой, экономически оправданно реализовывать по цене от 120–130 тыс. рублей за квадратный метр, считает господин Тиктинский.

При этом Юлия Паршина подчеркивает, что в процессе редевелопмента территории у застройщика возникает не намного больше сложностей по сравнению со строительством жилья в «чистом поле». «Пробы земли и экологические экспертизы проводятся всегда, но при этом, если вредного производства не располагалось, не все проекты редевелопмента требуют рекультивации почвы. В то же время затраты на подготовку площадки для строительства жилого комплекса на месте бывшего предприятия составляют не более тысячи рублей в стоимости квадратного метра квартиры. А возводя ЖК „с чистого листа“, девелопер должен строить подъездные пути, а в масштабных проектах — и полностью развивать уличную сеть», — сказала Юлия Паршина.

Однако несмотря на то, что проекты редевелопмента территорий сложнее и дороже по сравнению со строительством домов внутри квартала, в условиях практически полного отсутствия свободных земельных пятен в Петербурге они становятся единственным возможным вариантом реализации жилья в локациях с хорошей транспортной доступностью и развитой инфраструктурой, резюмирует Геннадий Щербина. ■

КОМФОРТНАЯ СТАБИЛЬНОСТЬ

С НАЧАЛА ГОДА В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНОБЛАСТИ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ БЫЛО ВВЕДЕНО 700 ТЫС. КВ. М ЖИЛЬЯ КОМФОРТ-КЛАССА. ЭТО НА 3% БОЛЬШЕ, ЧЕМ ЗА АНАЛОГИЧНЫЙ ПЕРИОД ПРОШЛОГО ГОДА. ЦЕНА НА КВАДРАТНЫЙ МЕТР В ЭТОМ СЕГМЕНТЕ ВЫРОСЛА НА 5%. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Такие данные приводит консалтинговый центр «Петербургская недвижимость». По итогам трех кварталов 2019 года на первичном рынке Петербурга и Ленобласти было реализовано 1,7 млн кв. м жилья комфорт-класса. Это на 4% больше, чем за аналогичный период прошлого года. По итогам девяти месяцев текущего года в структуре спроса по классам жилье сегмента «комфорт» занимает первое место с показателем 52% от общего объема представленных на рынке жилья (в квадратных метрах). Рост составил 5% к прошлому году, на втором месте — сегмент «эконом» (39%).

По данным Ольги Трошевой, руководителя консалтингового центра «Петербургская Недвижимость», с начала года на рынок поступило 1,9 млн кв. м жилья комфорт-класса (13 новых ЖК и новые очереди уже реализуемых объектов). С начала года в Петербурге и Ленобласти в эксплуатацию было введено 0,7 млн кв. м жилья комфорт-класса (+3% к аналогичному периоду прошлого года).

«Продажи недвижимости на рынке Санкт-Петербурга показали запланированный результат. Явных скачков не наблюдалось. Что же касается вывода на рынок новых проектов — однозначно усложнился процесс согласования в банках. Кроме того, компаниям пришлось пересмотреть экономику проектов в связи с необходимостью платить проценты банкам за эскроу-счета», — говорит Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена».

Эксперты отмечают, что динамика спроса в этом году стала самой неравномерной за последние пять лет. В первом и начале второго квартала на рынке наблюдался ажиотажный спрос. Его обеспечил грядущий переход на эскроу и связанные с ним страхи покупателей о резком удорожании после 1 июля (активно нагнетаемые девелоперами). «Затем волна „покупай, пока не подорожало“ прошла, интерес ожидаемо снизился, и сейчас рынок имеет дело с более долгим принятием решений, неторопливым и вдумчивым выбором. Такая тенденция была предвидена и учтена в финансовом планировании всех крупных компаний. Поэтому не случилось ни затоваривания, ни превышения спроса над предложением», — полагает Сергей Мохнар, руководитель департамента развития ГК «ПСК».

На 1 октября 2019 года на рынке агломерации представлено 120 жилых комплексов сегмента «комфорт». Объем рынка — 5,9 млн кв. м, из них в предложении — 2,4 млн кв. м. «В сентябре средняя цена квадратного метра жилья сегмента „комфорт“ в Петербурге составила 118,9 тыс. рублей (+3,6% с начала года), сегмента „комфорт плюс“ — 141,7 тыс. рублей (+4,5% с начала года). В пригороде средние цены на жилье комфорт-класса в сентябре достигли 84,8 тыс. рублей за „квадрат“ (+4,9% с начала года)», — рассказала госпожа Трошева.

Роман Лябилов, генеральный директор ГК «Атлант», отмечает, что в Московском



ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ДИНАМИКА СПРОСА В ЭТОМ ГОДУ СТАЛА САМОЙ НЕРАВНОМЕРНОЙ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ПЯТЬ ЛЕТ

регионе рост цен на жилье комфорт-класса был примерно таким же — в пределах 5–7%. «Причины роста в целом одни и те же: первая половина 2019 года прошла под знаком ожидания роста цен в связи с переходом новых проектов на продажи с использованием эскроу-счетов и проектного финансирования. В третьем квартале существенного роста цен не наблюдалось», — сообщает эксперт.

Евгений Жуков, генеральный директор ГК «Абсолют Строй Сервис», говорит: «По итогам трех кварталов мы наблюдаем стабилизацию спроса на жилье комфорт-класса по сравнению с началом года. Ажиотаж покупателей в ожидании вступления в силу новых правил привлечения средств в строительство жилья утих, скачкообразного роста цен не произошло».

Сергей Дейнека, финансовый аналитик «БКС Премьер», отмечает, что в Петербурге и Ленобласти отмечается падение числа сделок купли-продажи на рынке строящегося жилья — на 15% в годовом выражении. «Однако важно отметить, что цифры по регистрации сделок с недвижимостью в сегменте строящегося жилья за третий квартал не отражают особенности переходного периода, прошедшегося как раз на этот период 2019 года. Проще всего объяснить происходящее на рынке можно, взяв отчетность трех крупнейших застройщиков Петербурга: „Эталон“, ЛСР и Setl Group. Так, согласно отчетности по итогам девяти месяцев, группа ЛСР отчиталась о падении продаж на 22%, группа „Эталон“ — о росте сделок на 3%, а Setl Group — о взрывном росте продаж почти на 50%. Такая статистика является отражением использования застройщиками

схемы вывода квартир на юридическое лицо с целью дальнейшей продажи по переуступке прав, которую ряд девелоперов был вынужден взять на вооружение в связи со вступлением новых требований по эскроу-счетам с 1 июля 2019 года», — объясняет господин Дейнека. Ряд девелоперов, не вошедших в систему с эскроу-счетами, поступили иначе: сделки осуществлялись через бронирование и последующую официальную продажу, когда происходит регистрация ДДУ Росреестром. «То есть после того, как застройщики получали разрешительную документацию, в Росреестре в течение нескольких дней официально регистрировались договора ДДУ, что отражается в статистике как резкий рост числа сделок в ЖК», — отмечает эксперт. «Иными словами, официальная статистика по итогам третьего квартала не вполне отражает реальную ситуацию со сделками купли-продажи жилья комфорт-класса не только в Петербурге и Ленобласти, но и в целом по стране, что связано с переходом рынка на работу с эскроу-счетами. Тем не менее, общий тренд на падение спроса есть, так как только часть негативной динамики можно объяснить влиянием сделок с использованием той или иной обходной схемы. Полагаем, что ряд покупателей просто заняли выжидательную позицию: доля ипотечных сделок на рынке растет, а в банковском секторе ярко-выражен тренд на падение ставок по ипотеке. В третьем квартале число ипотечных сделок с новостройками Петербурга превысило 55%, и мы видим устойчивый тренд на повышение доли сделок с заемными средствами», — считает господин Дейнека.

По поводу цен он дает такие пояснения: «С учетом того, что за третий квартал средняя стоимость квадратного метра в новостройках города показала практически нулевую динамику и осталась на уровне немногим выше 119 тыс. рублей за „квадрат“, полагаем, что ожидания покупателей связаны со снижением ставок по ипотеке ниже психологически важного уровня 10%. Отдельные заемщики и сейчас могут получить ипотечный кредит по ставке, максимально приближенной к 10%, однако пока этот уровень ставки не массовый. Но как только он станет доступен большему числу заемщиков, мы ожидаем активизации покупателей жилья комфорт-класса», — рассуждает эксперт.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International, говорит, что комфорт-класс является одним из самых популярных сегментов, к которому сейчас присматриваются покупатели из масс-маркета, а порой и из бизнес-класса. «Ввиду высокой конкуренции девелоперы вынуждены постоянно начинать проекты все новыми и новыми приятными дополнениями, бонусами, что, безусловно, подкупает тех клиентов, которые готовы к компромиссам. Объект комфорт-класса сегодня можно купить совсем недалеко от центра. Один из ярких примеров — Выборгская сторона, локация, где уже собралась целая группа проектов, граничащих с бизнес-классом. Их преимущества — близость к центру и набережной, хорошая транспортная доступность и иногда видовые характеристики вкупе с развернутой концепцией и приятным ценообразованием», — рассуждает госпожа Конвей. ■

ОБОЙТИСЬ БЕЗ ДОЛЬЩИКОВ

ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ, РЕГУЛИРУЮЩЕМ ПРИВЛЕЧЕНИЕ СРЕДСТВ ЧАСТНЫХ ИНВЕСТОРОВ В СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЬЯ, ЗАСТАВЛЯЮТ СТРОИТЕЛЕЙ ИСКАТЬ НОВЫЕ МОДЕЛИ РЕАЛИЗАЦИИ СВОИХ ПРОЕКТОВ. ОДНАКО, КАК ПОЛАГАЮТ ЭКСПЕРТЫ, СХЕМА, ПРИ КОТОРОЙ СТРОИТЕЛЬ СНАЧАЛА ВВОДИТ ЖИЛЬЕ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ, А ЛИШЬ ПОТОМ ПРОДАЕТ УЖЕ ГОТОВОЕ ЖИЛЬЕ, ПО-ПРЕЖНЕМУ БУДЕТ ЗАНИМАТЬ ЛИШЬ НЕБОЛЬШУЮ ДОЛЮ НА РЫНКЕ. СРЕДСТВА ДОЛЬЩИКОВ ХОТЬ И ПОДОРОЖАЛИ, НО ВСЕ РАВНО ОСТАЮТСЯ БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ, ЧЕМ КРЕДИТЫ БАНКОВ ИЛИ ДАЖЕ СОБСТВЕННЫЕ РЕСУРСЫ СТРОЙКОМПАНИИ.

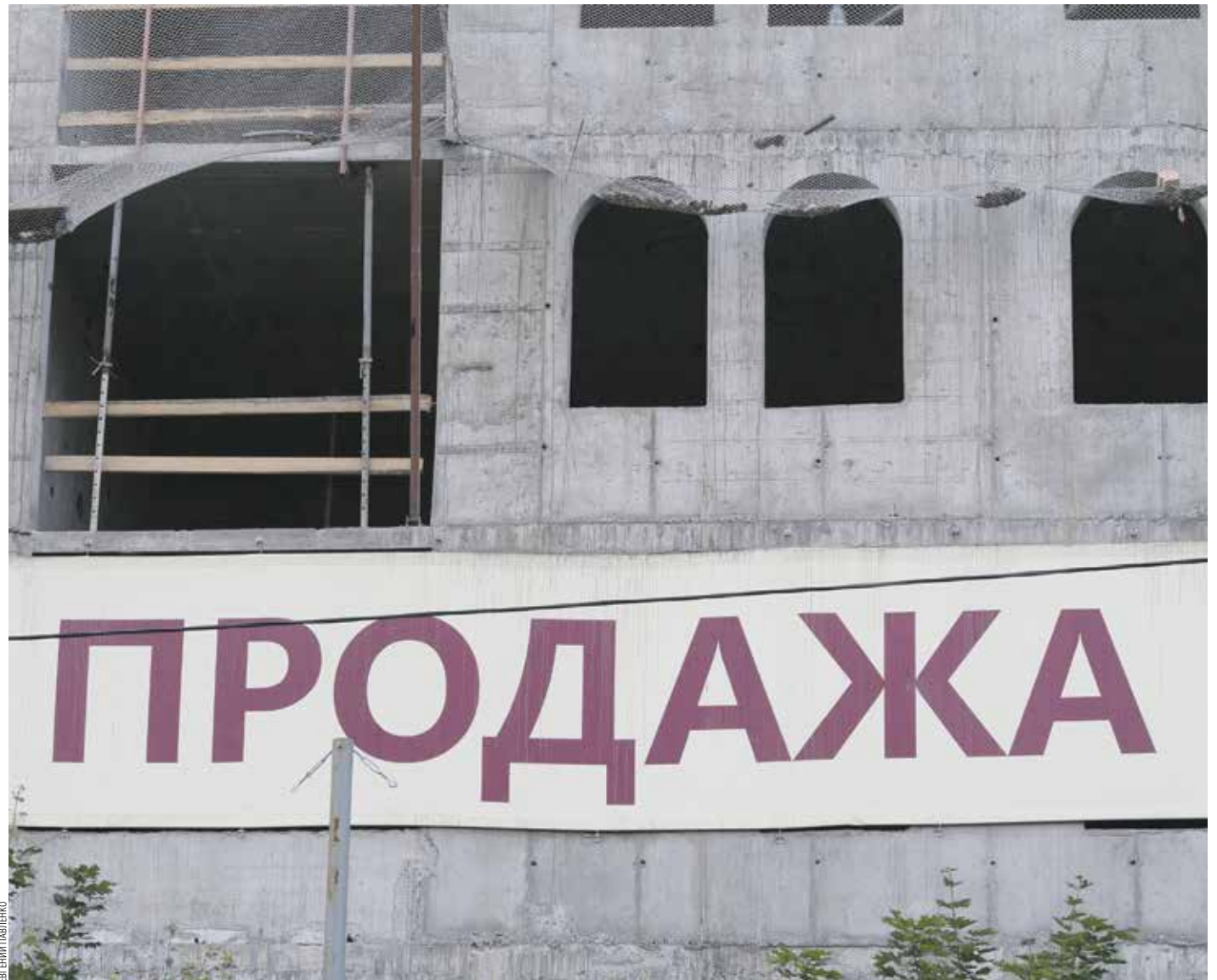
ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Эксперты говорят, что до последнего времени жилье уже после ввода в эксплуатацию продавали лишь единицы застройщиков. Роман Лябихов, генеральный директор ГК «Атлант» уверен, что значительно доля такого жилья не изменилась за последний год и не изменится в будущем. «С одной стороны, „построить и продать“ для девелопера выгодно. В том плане, что стоимость квартир можно назначить выше, чем на этапе строительства, да и над покупателями не будет рисков, связанных со сроками строительства. Тем не менее минусов больше. Во-первых, приходится привлекать кредитное финансирование, и те 7–10%, которые прибавляются к цене квадратного метра при продаже готового, по сути, „съедает“ обслуживание кредита. Во-вторых, за счет более высокой цены отсекается целевая аудитория, которая покупает на этапе строительства по соображениям экономии. И даже введение эскроу-счетов и проектного финансирования глобально ситуацию в пользу продажи готового жилья не изменит, ведь по мере накопления средств на эскроу-счете процент по кредиту снижается», — полагает господин Лябихов.

В итоге продажа после завершения строительства — это в большей степени вынужденная мера для девелопера.

ДВА СЛУЧАЯ Господин Лябихов полагает, что до ввода новых правил готовое жилье, когда квартиры продавались дольщикам уже после завершения строительства дома, появлялось в двух случаях. Первый — реализация проблемного проекта. «Так, в частности, было с нашим объектом „Внуково парк“ в Новой Москве. Мы приобрели его у предыдущего владельца, когда строительство было заморожено уже на несколько лет. Понятно, что спрос на этот объект был нулевым. В результате оптимальным решением оказалось не разворачивать рекламную и пиар-кампанию по исправлению репутации проекта, а завершить строительство за счет собственных и кредитных средств, после чего открыть продажи», — рассказал девелопер.

Второй случай — это квартиры, которые остались непроданными до завершения строительства. В последние годы процент таких квартир существенно вырос. Если до кризиса в момент ввода оставалось нераспроданными 3–5% квартир, то к началу текущего года эта доля на рынке Москвы и области, по оценкам господина Лябихова, составляла до 20–30%. «Понятно, что после случившихся массовых задержек в реализации проектов дольщики опасались риска затягивания сроков строительства и предпочитали выбирать объекты высокой степени готовности. В этом плане за три кварта-



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

ЕСЛИ ДО КРИЗИСА В МОМЕНТ ВВОДА ЖИЛЬЯ ОСТАВАЛИСЬ НЕРАСПРОДАННЫМИ 3–5% КВАРТИР, ТО К НАЧАЛУ ТЕКУЩЕГО ГОДА ЭТА ДОЛЯ НА НЕКОТОРЫХ РЫНКАХ СОСТАВЛЯЛА ДО 20–30%

ла текущего года ситуация не изменилась. Собственно, и не могла измениться: объекты, выведенные на рынок по эскроу-счетам, пока еще находятся в начальной стадии, да и само их количество не так велико, чтобы оттянуть на себя спрос», — рассказывает эксперт.

Сейчас к перечисленным категориям проектов, которые предлагаются к продаже в уже готовых домах, добавятся те, которым отказано в проектом финансировании. Если банк по тем или иным причинам откажет в финансировании строительства, то застройщику придется искать другие источники средств. «В этой ситуации девелоперы, которые чувствуют себя финансово устойчиво, будут инвестировать собственные средства и продавать уже готовое жилье. Хотя сегодня в Московском регионе

уже есть проекты, инвестиции в которые осуществляются через ЗПИФ. Правда, на сегодняшний день это не стало массовым явлением», — замечает господин Лябихов.

СЛИШКОМ МНОГО РЕСУРСОВ Реализация проекта с началом продаж после ввода в эксплуатацию без привлечения кредитных средств потребует инвестирования слишком большого объема собственного капитала, уверены эксперты. Алексей Ефремов, вице-президент по финансам и экономике группы RBI полагает, что такая модель вряд ли будет эффективной. «Банки же в настоящее время не имеют продуктов для финансирования подобных проектов. Но это не значит, что они не появятся. Ранее уже существовал кредитный продукт под названием „схема фондирования“, ког-

да банк брал на себя финансирование до конца строительства с продажей уже готового жилья. Но этот продукт так и не получил широкого распространения», — напоминает эксперт.

В любом случае, такая модель целесообразна для проектов высокой ценовой категории, где цена продаж в комбинации с ликвидностью даст больший эффект при продаже готового объекта. Например, это может быть эффективно при реализации компактного элитного объекта, считает господин Ефремов.

Елена Валуева, директор по маркетингу Mirland Development Corporation, уверена: говорить о том, что изменится на рынке с новыми правилами привлечения дольщиков, сейчас преждевременно — делать это можно будет с уверенностью через

два-три года. На продажи с использованием эскроу-счетов в Санкт-Петербурге перешли всего несколько десятков проектов. Компании-застройщики, как и прежде, стараются избежать затоваривания в своих проектах и продавать квартиры планомерно — в течение всего строительства объекта. «Раньше подобные единичные проекты включали в себя дома с небольшим количеством квартир (и в проектах точечной застройки), где гарантированно был спрос, который легко просчитывался, а застройщику по разным причинам не были нужны средства дольщиков в период строительства. Очевидно, в ближайшее время необходимости продавать на котловане по низким ценам у застройщиков не будет. Но, учитывая тот факт, что проект с большим количеством квартир не может быть распродан за несколько месяцев, а продажи будут идти продолжительное время, смысла удерживать квартиры от продажи я не вижу. Тем более что банки должны снижать процент при соответствующем темпе продаж у застройщика — девелопер должен быть заинтересован в продажах и на этапе строительства», — говорит госпожа Валуева.

ЕДИНИЧНЫЕ ПРОЕКТЫ Андрей Косарев, генеральный директор Colliers International в Санкт-Петербурге, уверен, что и в будущем такие проекты и застройщики будут по-прежнему единичными. «Дело в том, что мало кто готов строить исключительно на собственные средства, это в разы сокращает портфель проектов, которые девелопер может реализовывать одновременно. А занимать деньги у банка на четыре-пять лет строительства и последующих продаж под рыночный процент (а не под льготный, который доступен при наличии определенного объема средств на эскроу-счетах) будет слишком дорогим решением, которое вряд ли будет оправдано несколько более высокой ценой продажи квартир. Это уже не говоря о более длительном в принципе сроке возврата инвестиций и их доходности для девелопера», — рассуждает господин Косарев.

Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St Petersburg, напоминает, что в эпоху расцвета долевого строительства единственной компанией, которая работала в масс-маркете и продавала исключительно готовое жилье, была компания «Темп». «Впоследствии они от этого ушли, потому что невозможно идти против течения: если все начинают продавать на стадии котлована с дисконтом, покупатели уходят к ним, — тяжело с этим конкурировать. Невозможно играть против тренда рынка, особенно если речь идет о не очень большой компании, по той причине, что рынок перенасыщен предложением», — полагает господин Пашков.

УДЕЛ КЛАССА ЛЮКС Николай Пашков подтверждает, что наиболее часто жилье продается уже после ввода в эксплуатацию именно в премиальном сегменте. «Иногда только к моменту ввода дома в эксплуатацию начинают продаваться квартиры — не потому что нет покупателей, а потому что они понимают, что торопиться незачем, никакого ажиотажа нет. Они спокойно могут прийти посмотреть на готовый дом, оценить качество строительства. То же самое начинается происходить и в более низких ценовых сегментах: сейчас доля непроданных квартир в доме на момент ввода в эксплуатацию может составлять 3–5%», — подсчитал господин Пашков. Но, в отличие от коллег, он считает, что доля жилья, продающегося

уже после ввода дома, будет только расти. Эксперт считает, что избыточное рыночное предложение будет сокращаться в ближайшие два-три года, но начнет действовать механизм эскроу, когда застройщику, у которого есть проектное финансирование от банка, нет непреодолимой необходимости привлекать деньги дольщиков. «Среди преимуществ — минимизация рисков неввода дома, поскольку покупатели приобретают уже готовый продукт. Также не нужно ждать ввода дома, что особенно важно, если человек снимает квартиру на период строительства, одновременно выплачивая ипотеку. Среди минусов можно говорить о том, что раньше рисков и купив квартиру на нуле, можно было получить хороший дисконт от рынка», — рассуждает господин Пашков.

Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», добавляет: «Плюсы такой схемы очевидны для потребителя. Он покупает готовое жилье, которое можно физически посмотреть, у этого жилья нет бэкграунда и предыдущих владельцев, понятная форма купли-продажи. Новая вторичка охотно кредитруется банками, это желанный объект залога, работает целый набор ипотечных программ на любой вкус, задействованы все субсидии, материнский капитал, военная ипотека. Минусы вытекают из плюсов. Поскольку строить жилье пришлось на заемные средства, без привлечения денег покупателей в процессе строительства, то и цена будет максимальной, как на вторичном рынке. И нет возможности платить в рассрочку».

Она отмечает, что даже если компания строит на свои средства, без кредита, она может воспользоваться эскроу-счетами для организации законных продаж в процессе строительства. «Возможно, будут использоваться серые схемы предварительных договоров, резервирование квартиры под какую-нибудь ответственность. Достаточно длительный период экспонирования квартир на рынке — это важный фактор достижения плановой рентабельности проекта, продажи квартир по справедливой цене», — отмечает госпожа Денисова.

Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный трест», рассказывает: «„Строительный трест“ достаточно часто открывал продажи либо на высокой стадии готовности объекта, либо в уже полностью построенных домах. Для покупателей выгода такого предложения была очевидной: не надо ждать сдачу дома, можно оценить вживую качество строительства и выбранную планировку и сразу получить ключи при покупке. При этом, если объект строился на собственные средства компании, его продажи и рекламное продвижение могли стартовать после его ввода. Применение же эскроу-счетов в таких случаях позволяет рекламировать объект и заключать сделки еще во время строительства, что увеличивает экспозицию дома для клиентов».

«Понятно, что из-за работы по новым правилам есть необходимость пересмотреть свои финансовые модели. Впрочем, наличие проектного банковского кредитования позволяет отказаться от быстрого старта и максимальных продаж на этапе котлована. Поэтому будет возможность продавать жилье на высоких стадиях готовности по более высоким ценам. И, возможно, уже готового жилья. Но в данном случае будет теряться время. Поэтому надо внимательно считать экономику проектов», — рассуждает исполнительный директор СК «Ойкумена» Роман Мирошников. ■

СКЛАДЫ СТАВЯТ РЕКОРД

СОВОКУПНЫЙ ОБЪЕМ СДЕЛОК НА РЫНКЕ КАЧЕСТВЕННОЙ СКЛАДСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ПО ИТОГАМ ДЕВЯТИ МЕСЯЦЕВ 2019 ГОДА В ПЕТЕРБУРГЕ СОСТАВИЛ 210,7 ТЫС. КВ. М — ЭТО В ДВА РАЗА ВЫШЕ ПОКАЗАТЕЛЯ ЗА АНАЛОГИЧНЫЙ ПЕРИОД ПРОШЛОГО ГОДА. ДЕНИС КОЖИН

Такие данные приводит международная консалтинговая компания Colliers International. При этом объем спроса за три квартала 2019 года уже превзошел годовые результаты 2017 и 2018 годов, когда было реализовано 191 тыс. и 184 тыс. кв. м соответственно. Основную часть (53%) объема сделок 2019 года обеспечили сделки, закрытые по схеме built-to-suit.

Наибольшую долю в структуре спроса по итогам трех кварталов 2019 года сформировали торговые и дистрибуционные компании. Подобное распределение обусловлено приобретением компанией «Лента» склада площадью 69,1 тыс. кв. м в Тосненском районе у ГК «Ориентир» — данная сделка составила 33% от общего объема спроса. Также в третьем квартале было несколько сделок аренды в существующих складах: например, аренда компанией «Вкусвилл» 11 тыс. кв. м в складском комплексе УК «Грандо», а также аренда крупным производителем и дистрибутором бытовой техники помещений площадью 8,5 тыс. кв. м в складском комплексе «Интертерминал ПроЛоджис».

По мнению Андрея Косарева, генерального директора Colliers International в Санкт-Петербурге, такой ощутимый рост связан прежде всего с увеличением спроса со стороны ритейлеров, которые продолжают активно наращивать присутствие в регионе («Вкусвилл», «Лента», «Вотоня»), а также со стороны дистрибуторов и логистов, которые расширяют площади в связи с усилением экспансии интернет-торговли. Так, сделки с компаниями, предоставляющими логистические и транспортные услуги, составили 40,4 тыс. кв. м за три квартала 2019 года (в 2018-м за тот же период — 34,1 тыс. кв. м), а сделки ритейлеров и дистрибуторов — 120,9 тыс. кв. м против 11,6 тыс. кв. м соответственно.

На фоне роста спроса значительно снизился объем вакантных площадей в качественных складских объектах. Так, по состоянию на конец сентября 2019 года уровень вакантности составил 2,7% от объема рынка (81,1 тыс. кв. м). Это минимальный показатель с 2013 года, когда вакантность была на уровне 1,8%.

Рынок качественной складской недвижимости Санкт-Петербурга за девять месяцев 2019 года пополнился 89 тыс. кв. м и достиг объема 3,04 млн кв. м. За этот период в эксплуатацию было введено пять складских зданий, два из которых были построены компаниями для собственных нужд (суммарно 18,3 тыс. кв. м), три дру-

гих — в спекулятивных целях (совокупно 70,6 тыс. кв. м). В третьем квартале в эксплуатацию был введен единственный объект — складской комплекс площадью 15 тыс. кв. м был построен для собственных нужд логистической компании «ПЭК».

Специалисты компании JLL отмечают, что объем спекулятивного строительства на рынке складской недвижимости Санкт-Петербурга с 2015 по 2018 год находился на исторически минимальном уровне, что привело к снижению свободных площадей и росту арендных ставок. «По состоянию на конец сентября 2019 года уровень вакантных площадей составил 4% (119 тыс. кв. м). При этом нехватка качественных складских площадей формирует отложенный спрос со стороны торговых операторов, а также развивающегося сегмента e-commerce», — рассказали в JLL.

В четвертом квартале 2019 года аналитики JLL прогнозируют прирост дополнительных 63 тыс. кв. м складских площадей. А на 2020 год заявлено 336 тыс. кв. м, из которых 59% предназначены для сдачи в аренду. «За всю историю наблюдений было введено больше складских площадей только в 2008 и в 2014 годах», — напоминают аналитики компании.

Девелоперы все чаще анонсируют новые проекты и очередные фазы действующих объектов. Холдинг «Адамант» продолжает расширять «Армада парк», планируется строительство двух новых очередей по схеме built-to-suit (134 тыс. кв. м). Бельгийская компания Ahlers собирается расширить складской комплекс в Горелово (20 тыс. кв. м). На строительство оптово-распределительного центра в Шушарах (1-я очередь 42 тыс. кв. м) получила разрешение «ОПЦ Фуд маркет». А концерн «Русич» планирует к концу 2020 года возвести на территории индустриального парка «А Плюс Парк Санкт-Петербург-1» спекулятивный складской комплекс «Белые ночи» (50 тыс. кв. м).

«Строительный цикл, при наличии подготовленной территории, сокращается до одного года и менее, что позволяет с уверенностью говорить о вводе анонсированных складских комплексов уже в следующем году. При таком существенном увеличении будущих складских проектов, по нашим прогнозам, в 2020 году произойдет сокращение темпов роста арендных ставок и увеличение уровня вакантных площадей до 6%», — отмечает Наталия Киреева, заместитель руководителя отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге. ■

«Я ОЧЕНЬ НАДЕЮСЬ, ЧТО НАШ ОПЫТ ЗАИНТЕРЕСУЕТ ДРУГИЕ РЕГИОНЫ И БУДЕТ ТИРАЖИРОВАТЬСЯ»

по оценкам экспертов, из более чем 150 тыс. россиян, содержащихся в психоневрологических интернатах (пни), в постоянном уходе и контроле нуждается лишь около 20%. Остальных руководитель мультицентра социальной и трудовой интеграции, председатель правления благотворительного фонда «Место под солнцем» Ирина Дрозденко называет заложниками государственного финансирования и пытается по мере сил вернуть в экономику. При этом сэкономив бюджетные деньги.

BUSINESS GUIDE: Ирина Григорьевна, экономить на убогих — разве это гуманно?

ИРИНА ДРОЗДЕНКО: Давайте разделять понятия. Те люди, о которых мы говорим, — способные к социализации и желающие работать, не убогие. Их такими сделало государство, когда в 1990-х искало, куда девать сирот, детей с легкими психическими отклонениями и социальных сирот: от алкашей изъяли, их лишили родительских прав, — а дальше куда? Мало было детских домов, в основном коррекционные, — по ним и распределили. А оттуда по достижении 18 лет — в ПНИ: на квартиры у государства денег не было. И эти сироты до сих пор сидят в ПНИ: с братьями и сестрами, с женами и мужьями, с золотыми цепями и собственными машинами, с котиками и собачками — на гособеспечении. На каждого из них бюджет Ленобласти ежемесячно переводит 48 200 рублей, хотя такого объемного сопровождения им не нужно. Эти деньги можно и нужно экономить и перераспределять.

BG: Каким образом?

И. Д.: В первую очередь дифференцировать тарифы, как в медицине, и создать разные пакеты социальных услуг: для тяжелых/лежащих — один (может, ему не 48 тысяч надо, а 120 — и он будет получать качественную услугу), а для легких/ходячих — по степени надобности, «по тремам своим», как в Библии. Сегодняшняя модель определения «надобности» ущербна: администрация ПНИ официально доверяет выбор услуг получателю услуг. Не специалисты определяют, а пациенты выбирают: полный перечень услуг подписывают, но и сотой доли не получают. Все покупают за свои деньги. И это тоже аргумент в пользу реформ: финансируя государственные услуги на содержание людей в стационарных ПНИ, мы уверены, что всем их обеспечиваем. Но на самом деле обеспечиваем мы не их. И, по сути, создаем условия для разрастания духовной плесени.

BG: Кажется, губернатор Ленобласти подписал распоряжение о дифференцировании тарифов...

И. Д.: Да. Но его не спешат исполнять: невыгодно. Ежемесячно «подушевые» 48 200 — это раз. С пенсии проживающих высчитывают 75% — это два. И третья статья доходов — так называемые целевые субсидии: есть уже ПНИ с фитнес-залами и бильярдными. В среднем на душу выходит миллион рублей в год. Кроме того, этот «батальон» можно отправить поработать внутри ПНИ на 0,1–0,3 ставки (догадываетесь, кому 0,7–0,9 достаются?), бесплатно помыть машину руководству или дачу построить. Каждый выпи-



санный из ПНИ — это потерянный миллион. Это уже не забота о людях, это циничная эксплуатация заложников госфинансирования. Поэтому я прямо молюсь на тех директоров, которые отдадут нам своих подопечных. На счету нашего Центра — 32 выписанных из ПНИ за полтора года, это десятки миллионов сэкономленных рублей!

BG: А если посчитать оптимизацию по всей России...

И. Д.: Это обязательно должно заинтересовать Минфин. Потому что речь идет о сэкономленных миллиардах.

BG: Что деньгам применение найдется, это понятно. А что станет с людьми?

И. Д.: Никто не говорит, что надо «выгонять» из ПНИ реально больных людей, нуждающихся в стационарной форме сопровождения. Речь о дееспособных и трудоспособных гражданах, голосующих, выбирающих президента РФ. Они сами за собой ухаживают, готовят, убирают, стирают. И регулярно ходят «на волю» на подработку.

Тех, у кого нет медицинских противопоказаний, можно выписывать. Им нечего делать в ПНИ, они там держатся за койко-место, потому что другого просто нет! Но около 70% из них нуждаются в социальной адаптации к «свободной форме» проживания. Поэтому мы отработали и предлагаем к внедрению региональную модель межведомственного взаимодействия, включающую профобучение, трудоустройство и сопровождаемое проживание вне стен ПНИ. Наши подопечные получают в Мультицентре рабочую профессию, в нашем же Многопрофильном ресурсном центре мы оформляем им пакет документов для трудоустройства, трудоустройства, и по прошествии трех-четырех

месяцев стажировки на рабочем месте и в общежитии иницируем их выписку из ПНИ.

BG: Куда?

И. Д.: Вот! Это главный вопрос, как и в девятые. Для ребят из ПНИ мы два года реализуем социальный проект «Дорога к дому»: устраиваем в ведомственные общежития, а после успешной стажировки — в арендуемое жилье. Вместо стационарной формы содержания за счет налогоплательщиков переводим ребят на надомную, которая обходится до 17 200 рублей на душу в месяц (средняя стоимость аренды жилья в нашем регионе) — это сумма, которую компенсирует комитет соцзащиты. Математика проста: 48 минус 17 — немалая экономия. Не говоря уже о том, что каждый устроенный таким образом человек — это вернувшийся в экономику региона работник, налогоплательщик. Речь идет о юридическом казусе: мы лишаем себя соотечественников, которые могут и хотят быть частью общества.

Модели проживания вне стен ПНИ могут и должны быть разными, с учетом целевой группы и региональных особенностей.

BG: «Дорога к дому» не может гарантировать поддержку жильем пожизненно. Что станет после «сопровождаемого свободного проживания» с его участниками?

И. Д.: Разумеется, пилотный региональный проект не может обеспечить ребят жильем на всю оставшуюся жизнь. Это скорее переходная модель, а гарантии дает государственная политика — ФЗ-159 от 21 декабря 1996 года «О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей». Сиротам предоставляются квартиры из регионального жилфонда в социальную аренду

по договору на определенный период, после чего возможно бессрочное пользование. Почти 90% участников нашего проекта имеют статус сироты плюс инвалидность по здоровью. Сейчас законодательно изменено ограничение по возрасту для получения собственного жилья сиротами из ПНИ, что позволяет нам признавать их нуждающимися и в 30 лет и вносить в государственный перечень граждан, подлежащих обеспечению жильем. Работая в тандеме с адвокатами, мы добиваемся выделения ребятам собственного жилья. И эти «победы» дают надежду, что жизнь на съемной квартире не перерастет в норму. Кроме того, любой из участников проекта «Дорога к дому» всегда может вернуться к стационарным услугам в ПНИ, если состояние его здоровья ухудшится и он будет признан нуждающимся в данной форме социальных услуг.

BG: Ваш Мультицентр стоит на трех «китах»: образование, социальная реабилитация, трудоустройство. Как появилась такая модель, чей опыт использовали?

И. Д.: Ассимилировать все в один продукт удалось только на этой базе. Когда Мультицентр был еще «эмбрионом», мы рабочей группой ездили набираться опыта по городам и весям родной страны, а также ближнего и дальнего зарубежья. И смотрели, аккумулируя в себе все лучшее. На меня неизгладимое впечатление произвела поездка в Татарстан: тогда, пять лет назад, я увидела безбарьерную среду такого уровня, до которого мы до сих пор не доросли (хотя мы — одна из лучших площадок по этому показателю), единый документооборот — от президента страны до директора реабилитационного центра. Министр труда и соцзащиты Татарстана Эльмира Амировна Зарипова стала для меня экспертом, как и другие мои наставники: Валерий Николаевич Асикритов, Маргарита Алексеевна Урманчеева, Мария Ирмовна Островская и многие другие единомышленники, с которыми я проговариваю новые грани развития.

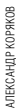
Я очень надеюсь, что наш опыт, оцененный в этом году Фондом президентских грантов, заинтересует другие регионы и будет тиражироваться. Обо всем, что касается социализации граждан с инвалидностью, мы планируем откровенно поговорить на Межрегиональной конференции, которую проводим 14–15 ноября. Уверена, что все вместе, движимые здравым смыслом и желанием изменить существующие «дефекты» социального сопровождения людей с особенностями развития, мы изменим наше общее будущее, в том числе и экономику страны. ■

РЕЙТИНГ

по итогам января — сентября 2019 года в России было введено в эксплуатацию на 8% больше жилья (48,9 млн кв. м), чем за аналогичный период прошлого года. Ленинградская область стала лидером по вводу жилья в расчете на одного жителя региона.

ДЕНИС КОЖИН

ДЕНИС КОЖИН



Топ-10 регионов по падению ввода жилья возглавила Республика Коми, где в январе — сентябре 2019 года объем ввода жилья сократился на 41% и составил 114 тыс. кв. м. Более чем на 35% упал объем ввода жилья в Камчатском крае и Республике Алтай. В рейтинг вошли два столич-

Как сообщили в комитете по строительству, за 10 месяцев 2019 года в Петербурге было введено 1 262 540 кв. м жилья. Это на 23% меньше, чем было введено за 10 месяцев прошлого года. Однако в комитете по строительству отмечают, что прошлый год был рекордным по вводу: тогда было введено 3,95 млн кв. м, такого показателя в ближайшие годы достичь вряд ли удастся. ■

ИСТОЧНИК: РАСЧЕТЫ АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА ЦИАН ПО ДАННЫМ РОССТАТА

ИСТОЧНИК: РАСЧЕТЫ АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА ЦИАН ПО ДАННЫМ РОССТАТА

ИСТОЧНИК: РАСЧЕТЫ АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА ЦИАН ПО ДАННЫМ РОССТАТА

ИСТОЧНИК: РАСЧЕТЫ АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА ЦИАН ПО ДАННЫМ РОССТАТА



BLACK
FRIDAY
SALE.RU



ОСТОРОЖНО! СУМАСШЕДШИЕ СКИДКИ

Только 4 дня (с 28.11 по 01.12)

Успейте выгодно купить квартиру ЮИТ, кладовую
или место на парковке для вашего автомобиля.
Не пропустите, количество лотов по акции Black Friday* ограничено!



703-44-44



www.spb.yit.ru/blackfriday

Застройщик АО «ЮИТ Санкт-Петербург», Приморский пр., 54, корп. 1, лит. А. Сроки проведения акции с 28.11 по 01.12. Количество лотов, участвующих в акции ограничено.
Проектные декларации и разрешения на строительство на сайте www.spb.yit.ru. Условия акции уточняйте в офисе продаж или по тел.: 703-44-44. Реклама.
*Черная Пятница распродажа