



11 Почему рынок доставки продуктов питания пополнился новыми игроками

12 Как пандемия повлияла на сегмент дискаунтеров

14 Зачем представителям фитнес-индустрии заключать соглашения с губернаторами

Бездомные на выход

Строительный рынок Новосибирской области готовится к изменениям, по оценке экспертов, в ближайшие полгода его могут покинуть до 10% компаний. Прогноз аналитики объясняют новыми правилами работы отрасли, ростом себестоимости строительно-монтажных работ, изменениями в законе о видах разрешенного использования земельных участков, а также ужесточением норм градостроительного проектирования. В этих условиях увеличивается концентрация рынка: основной объем продаж — у первой десятки. Это сужает конкуренцию, а также разнообразие по локациям и форматам.

— тенденция —

На строительном рынке Новосибирской области наметились процессы по его быстрой консолидации, сообщил независимый аналитик Сергей Николаев. По его оценке, сегодня 20 застройщиков — лидеров отрасли возводят больше половины (до 58%) общего жилья в регионе. При этом на долю первой десятки приходится около 60% банковского финансирования по эскроу-счетам. «Это неизбежно приведет к сокращению рынка, сейчас еще часть застройщиков достраивает объекты по старой схеме — договорам долевого участия, однако уже к осени мы увидим уход ряда компаний», — считает господин Николаев.

Сегодня в регионе, по его данным, реально занимаются строительством 60 компаний, всего состоят в списке застройщиков 127 девелоперов. В реестре Новосибирскстата на начало 2021 года в числе организаций, занятых строительством, указаны 10,4 тыс. компаний, причем в аналогичный период 2020-го их было 11,1 тыс. (-667 за год).

«Консолидация происходит, и мы уже сейчас это наблюдаем. Ежегодно в Новосибирской области меняется первая десятка крупнейших застройщиков, однако никогда ранее на нее не приходилось даже 40% от общего объема стройки. Сегодня все изменилось, и это обусловлено в том числе уходом мелких компаний. В свете изменений в законодательстве есть большой потенциал к сокращению рынка. По моему прогнозу, из строящих девелоперов минимум 10% уйдут к концу года», — считает управляющий партнер компании DSO Consulting Сергей Дьячков.

В число наиболее крупных застройщиков Новосибирской области по объемам текущего строительства по состоянию на март вошли ГК «Расцветай» (строит 144 тыс. кв. м, доля в регионе — 4,4%), ГК «Стрижи» (105,5 тыс. кв. м, 3,2%), СК «Вира-строй» (93,2 тыс. кв. м, 2,8%), КМС (83,7 тыс. кв. м, 2,5%) и ГК АКД (80,3 тыс. кв. м, 2,4%).

«Из 170 компаний на первые 50 приходится около 80% стройки от общего объема. Поэтому если и уйдут 50% девелоперов, которые зани-

мают свои микроскопические доли, то этого никто даже не заметит. По инсайдерской информации, две компании не планируют продолжать функционировать. Один из девелоперов намерен продать компанию застройщику», — говорит полномочный представитель Российской гильдии управляющих и девелоперов по Новосибирску Максим Марков.

Всего в январе-феврале 2021 года в Новосибирской области введено 198,2 тыс. кв. м жилья, что на 17% меньше, чем в аналогичный период 2020-го (239,9 тыс. кв. м).

Эскроу выбирает не всех

В числе основных причин, которые влияют на строительный рынок и способствуют его сокращению, эксперты называют рост цен на строительные материалы, изменения в законе о видах разрешенного использования земельных участков, ужесточение норм градостроительного проектирования (законодатель изменил порядок выдачи разрешения на ввод объекта в эксплуатацию и утверждения проекта правил землепользования и застройки) и отставание развития транспортной и социальной инфраструктуры в регионе. Основная же — это реформа отрасли, начавшаяся с работы девелоперов по эскроу-счетам. «Мелкие игроки, которые не могут привлечь проектное финансирование, уходят с рынка, а крупные, которые имеют хороший финансовый запас, только усиливают свои позиции», — говорит Сергей Николаев.

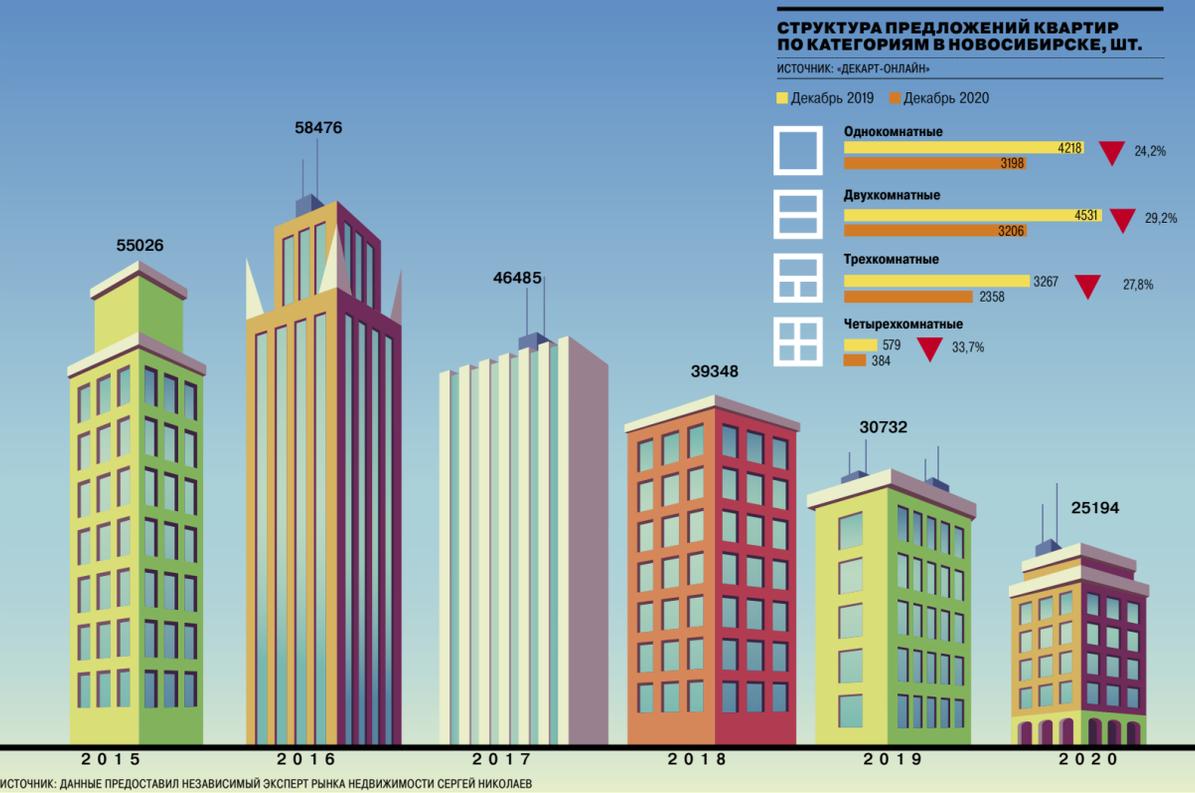
В феврале 2021 года, по его данным, из 129 разрешений на строительство, выданных застройщикам, Сбербанк профинансировал проекты в рамках эскроу-счетов 66 из них. Доля банка в общем объеме выданных кредитов девелоперам составила 62%, на долю банка «Дом.РФ» пришлось 12%, Газпромбанка — 8,6%.

С 1 июля 2019 года девелоперы России перешли на новую схему финансирования строительства многоквартирных домов через эскроу-счета. Деньги дольщиков застройщик по этой схеме не получает, их размещают на специальных счетах в аккредитованных



Главными причинами заметного сокращения активности девелоперов аналитики назвали реформу долевого строительства и переход на проектное финансирование и эскроу-счета

Остаток непроданных квартир в новостройках Новосибирска



«Расцветай»: широкий ассортиментом «квадратных метров»

На начало 2021 года в Новосибирске сформировался дефицит жилья в новостройках. Сейчас в открытой продаже на первичном рынке порядка 25 тыс. квартир, а для полного удовлетворения покупательского спроса необходимо 40–45 тыс.

«Дефицит жилья в новостройках возник по нескольким причинам. На протяжении всего 2020 года эффективно действовала программа льготной ипотеки, которая существенно стимулировала спрос на жилье на первичном рынке. Только в Новосибирской области число ипотечных кредитов выросло на 20%, — комментирует сложившуюся ситуацию независимый аналитик рынка недвижимости Сергей Николаев. — Кроме того, в прошлом году переход на проектное финансирование не позволил застройщикам быстро нарастить портфель проектов, так как финансовое состояние 50% компаний не позволило им быстро перейти на новые условия работы. В результате в 2020 году было заложено на треть меньше объектов, чем годом ранее».

В нашем городе сформировался ярко выраженный «рынок продавца». В выигрышном положении находятся те застройщики, у которых есть земельный фонд и широкий ассортимент квартир на полках». Другими словами, будущее за теми, кому есть что предложить покупателям, резюмирует аналитик.

Одна из сильных сторон ГК «Расцветай» — оптимальное использование большого земельного банка. По итогам работы в 2020 году, по данным ГК «Елка девелопмент», ГК «Расцветай» вышла на первое место в топ-50 по жилой площади, указанной в проектных декларациях, занимая 5,67% жилой площади Новосибирской области.

В прошлом году крупный новосибирский девелопер существенно укрепил свои лидерские позиции на рынке новостроек. За год в рейтинге застройщиков по продажам, составленным ГК «Елка девелопмент», компания поднялась на пять строчек — с шестого на первое место, а также заняла вторую позицию в рейтинге устойчивости.

«Успех продаж ГК «Расцветай» заложен в комплексном подходе к созданию востребованного продукта. Маркетинговые исследования, учет замечаний и предложений покупателей, определение формата дома и создание выверенных планировок для каждой конкретной локации — все это с учетом качества работы позволяет создать оптимальный проект для данной локации. А покупатель, голосуя деньгами, сам дает оценку работе застройщика и определяет победителя», — рассказал Сергей Николаев.

2020 год стал важным для ГК «Расцветай» и в плане стратегического развития. Застройщик вывел на рынок дочерний бренд в классе «доступное жилье» — девелоперскую компанию «Акация». Сейчас компания возводит ЖК «Акация на Ватутина» и ЖК «Акация на Лежена». Свой первый объ-

ект — 17-этажный дом «Акация на Красногорской» — компания построила с опережением графика на четыре месяца.

В активной стадии у ГК «Расцветай» 145 тыс. кв. м строящегося жилья. Объекты возводятся в разных районах Новосибирска, на правом и левом берегу. ГК «Расцветай» строит недвижимость классов «комфорт» и «бизнес». В настоящее время открыты продажи в домах «Расцветай на Шамшинных» и «Расцветай на Ядринцевской» в Центральном районе Новосибирска, новостройке «Расцветай на Обской», жилых комплексах «Расцветай на Маркса» и «Расцветай на Гоголя», а также в масштабном проекте ЖК «Расцветай на Красном».

Каждый объект — это более 10 видов планировок, в некоторых жилых комплексах есть необычные для новосибирского рынка квартиры со вторым светом, с высотой потолка более пяти метров.

Общая черта всех планировочных решений — функциональность и грамотное зонирование. Выделенные в прихожих ниши для хранения вещей, гостевая и приватная зоны, увеличенная площадь окон делают жилье от ГК «Расцветай» востребованным на рынке новостроек.

Внимание будущих новоселов к деталям, таким как качество строительных и отделочных материалов, благоустройство и безопасность территории, дополнительные опции в инженерии и интерьере, — тренд времени. В объектах ГК «Расцветай» используются современные технологичные решения и материалы.



ЖК «Расцветай на Маркса»

«В непростом для игроков рынка недвижимости 2020 году застройщик показал отличные результаты по всем показателям. В будущем мы не намерены сдавать своих позиций. Нашей основной задачей, как и прежде, будет возведение качественных жилых объектов, отвечающих всем требованиям современного покупателя», — прокомментировали в ГК «Расцветай».

ЖК «Расцветай на Гоголя». Застройщик: ООО «Расцветай на Гоголя»; ЖК «Расцветай на Маркса». Застройщик: ООО «Расцветай на Маркса»; «Расцветай на Обской». Застройщик: ООО «СЗ «Расцветай на Обской»; «Расцветай на Ядринцевской». Застройщик: ООО «СЗ «Расцветай на Ядринцевской»; «Дом на Шамшинных». Застройщик: ООО «СЗ «Дом на Шамшинных»; «Расцветай на Красном». Застройщик: ООО «СЗ «Расцветай на Красном». Проектные декларации на сайте наш.дом.рф
ЖК «Акация на Ватутина». Застройщик: ООО СЗ «Акация на Ватутина»; ЖК «Акация на Лежена». Застройщик: ООО СЗ «Акация на Лежена». Проектные декларации на сайте: наш.дом.рф

Экономика региона

Рекламный бюджет сливают в сеть

Пандемия в 2020 году навсегда изменила рекламный рынок: из-за введенных ограничений компании офлайн-сегмента стали массово переходить в digital. В целом по России, по оценке консалтингово-аудиторской компании PwC, к концу 2020 года рынок интернет-рекламы вырос на 5%, по итогам 2021-го эксперты прогнозируют динамику не менее 7,4%. Рекламный трафик Сибири в прошлом году также прибавил 23% в сравнении с 2019-м. При этом округ стал лидером по росту рекламного трафика со смартфонов, увеличившись за год на рекордные 56%.

— перспективы —

По итогам 2020 года аналитики коммуникационного холдинга GroupM оценивают падение общего рынка рекламы в России по отношению к 2019 году на 9%. В структуре бюджетов рекламного рынка, по оценке агентства E-Primo, большую долю занимает digital — 54% (в 2014 году — 25%), ТВ — 35% (в 2014 году — 48%) и внутренняя реклама (размещаемая на стационарной основе) — 7%.

Снижение выручки в прошлом году продемонстрировали все сегменты рынка, кроме интернет-рекламы (включает в себя контекстную и медийную рекламу). По предварительной оценке консалтингово-аудиторской компании PwC, в 2020-м этот сегмент вырос на 5%. В 2019 году российский рынок интернет-рекламы достиг объема \$3,75 млрд, что на 21% больше, чем годом ранее.

Динамика продолжения роста интернет-рекламы в 2020 году обусловлена прежде всего тем, что одной из сфер, которые продолжали бурно расти, несмотря на пандемию, стала электронная коммерция. По оценке Data Insight, объем рынка e-commerce в 2020 году достиг 2,5 трлн руб. Соответственно, и отдал от размещения рекламы в интернете выросла. Пандемия и принятые ограничения, влияние которых стало основным фактором снижения объемов продаж через «традиционные» каналы, усилили рост электронной торговли», — говорит аналитик «Фридом Финанс» Евгений Мироноук.

По данным «Яндекс.Директа», в прошлом году в регионах Сибири общий рост рекламного трафика составил 23% в сравнении с 2019-м. Динамику, по словам экспертов компании, форсировали традиционно офлайновые бизнесы. «Так, наибольший рост год к году показали категории юридических услуг и консалтинга — 69%, медицина выросла на 56% год к году, строительство и ремонт прибавили 53%, а также обучение и трудоустройство показали рост на 50%», — сообщили в пресс-службе «Яндекса».

При этом Сибирь по итогам 2020 года стала лидером генерации рекламного трафика со смартфонов — 56% год к году. Доля этого сегмента в общей структуре интернет-рекламы составила 61%, тогда как еще три года назад с мобильного был только каждый четвертый клик по рекламе. «Все больше и чаще пользователи ищут информацию с помощью мобильных устройств. Рекламодателю важно это учитывать при настройке рекламы и запущенных кампаний. Сегодня все большее количество бизнесов адаптируют сайты под мобильное потребление, и это позитивно сказывается на эффективности инвестиций в интернет-рекламу», — отметили в пресс-службе «Яндекса».

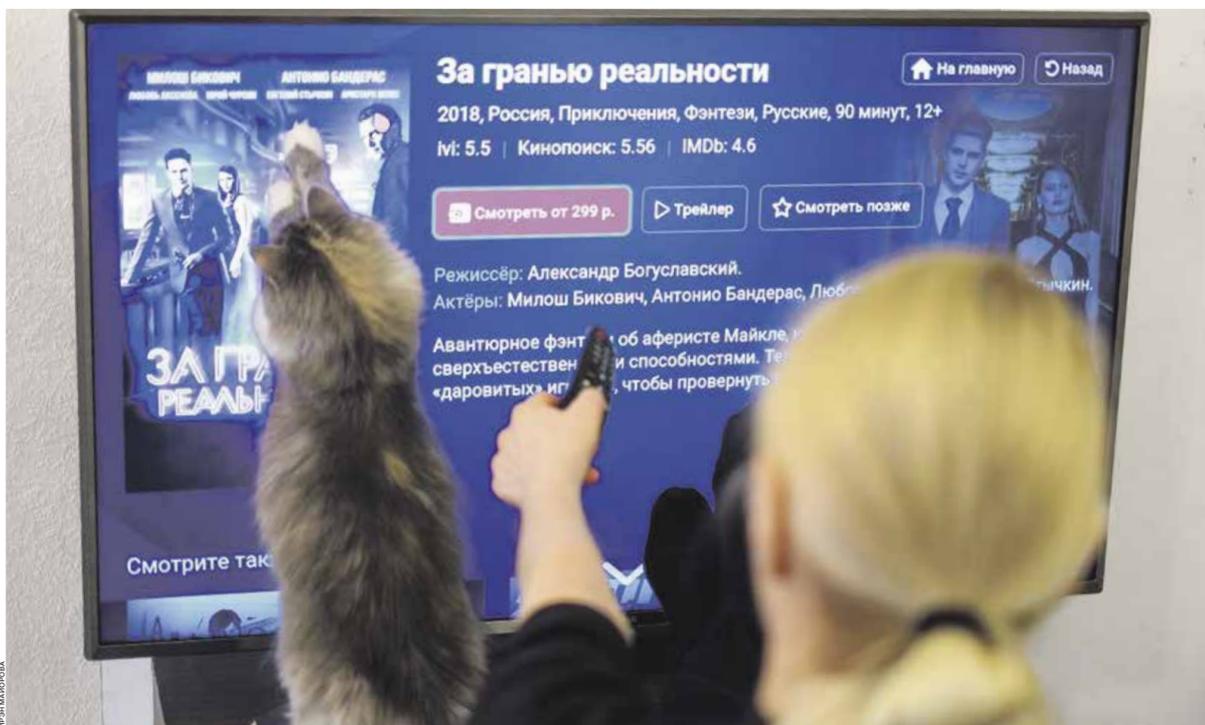
Согласно исследованию «Маркетолог на российском рынке» сервиса Otzyvmarketing.ru, больше всего средств рекламных бюджетов, выделяемых на продвижение в сети российскими компаниями, уходит на SMM и таргетированную рекламу. «В общем объеме digital выделяется контент-маркетинг. Он в большинстве случаев дешевле других видов рекламы и эффективнее», — говорит Евгений Мироноук.

В соответствии с трендом в России в 2020 году значительно вырос спрос на услуги SMM-специалистов (работают над продвижением и укреплением бренда с помощью платформ социальных сетей) — на 24%, а количество объявлений специалистов по онлайн-продвижению увеличилось почти в 2,5 раза. В Новосибирске спрос на услуги SMM-специалистов вырос за год на 25%, а число предложений увеличилось более чем в два раза — на 130%. В Барнауле спрос на SMM вырос на 71%, а в Омске — на 55%, при этом число объявлений от специалистов о предоставлении услуг по онлайн-продвижению прибавило в этих городах 132% и 117% соответственно.

«Тем не менее тренд нельзя назвать общим для всей Сибири. К примеру, в Иркутске и Красноярске спрос на услуги SMM-специалистов остался практически неизменным (+3% и -1% соответственно). Однако предложение в этих городах также выросло: в Иркутске — на 131%, в Красноярске — на 103%», — рассказал руководитель маркетинговых проектов «Авито.Услуги» Иван Чулкин.

Наиболее популярной соцсетью для продвижения товаров или услуг в Сибири эксперт называет Instagram. В Новосибирске на него приходится 79% потребительского интереса, в Барнауле — 81%, в Омске — 59%, в Иркутске — 75%. «Около 80% запросов в агентство от бизнеса — это коммуникация в Instagram. Есть редкие запросы на TikTok, но пока в Сибири заказчики не видят эффективности в данной соцсети», — отметил партнер рекламного агентства в Новосибирске Idea Nova Артем Чучакин.

Кошелек в обмен на digital
О росте бюджета на продвижение в сети говорят и сами компании. Так, OR group (группа компаний «Обувь России») в 2021 году в сравнении с 2020-м увеличила траты на интернет-продвижение в семь раз. «Сейчас онлайн-продажи являются для нас одним из приоритетных направлений развития. В 2019 году доля SMM-продвижения составляла 9% от общих затрат на рекламу. В 2020 году она выросла до 40%. Что касается 2021 года, то доля будет составлять 40–50% без учета медийной рекламы или 14% с медийной рекламой. При этом сумма бюджета на соцсети



Вслед за ростом рынка e-commerce, который в России в 2020 году достиг 2,5 трлн руб., увеличились бюджеты на размещение рекламы в интернете

сохранится или даже вырастет, доля уменьшится только за счет значительного увеличения общего бюджета, а число предложений увеличилось более чем в два раза — на 130%. В Барнауле спрос на SMM вырос на 71%, а в Омске — на 55%, при этом число объявлений от специалистов о предоставлении услуг по онлайн-продвижению прибавило в этих городах 132% и 117% соответственно.

В строительной компании «Брусники» в абсолютном выражении бюджеты на интернет-рекламу в 2020 году по сравнению с 2019-м выросли почти в два раза. «Бюджет

SMM-продвижения прирос примерно на 80%, доля в общих затратах на интернет-рекламу с 2019 года выросла с 7 до 10%. Реклама в соцсетях является приоритетным инструментом для компаний, ориентированных главным образом на лиды. У «Брусники» конечная цель — сделка, и SMM-продвижение является частью комплексной стратегии. Потому его доля невелика», — отметили Малышкина.

Один из крупнейших ритейлеров России X5 Retail Group, управляющий продуктами торговыми сетями «Пятерочка», «Перекресток» и др., говорит о кратном увеличении

бюджета на интернет-продвижение. «Так как в период изоляции медиапотребление резко «одомашнилось» и digital-канал значительно нарастил объем аудитории, мы быстро перестроили наш медиамикс, приоритизировали каналы, которые позволяют проводить наиболее оперативные изменения. И, конечно же, усилили свое присутствие в соцсетях. Это важный канал донесения идеологии бренда, выстраивания прямого диалога с нашими гостями и источниками потребительских инсайтов», — рассказала директор по маркетинговым коммуникациям торговой сети «Пятерочка» Оксана Трофимова.

Генеральный директор ООО «МКК „Главный займ“» (бренд «Колibri деньги») Евгений Чернышов считает, что расходы на рекламу в сети растут вслед за трендом и по причине возросшей конкуренции. «Конкуренция растет постоянно, увеличиваются и рекламные расходы: так, в нашем сегменте стоимость клика из контекста, например, в Красноярске за четыре года выросла практически в два раза. Основная доля нашего платного трафика в Сибирском регионе приходится на контекстную рекламу, при этом доля «Яндекс.Директа» составляет 70%, 30% — трафик из Google. 40% всего трафика по контексту мы получаем из двух самых крупных городов — Новосибирска и Красноярска. В Новосибирске и самые дорогие переходы — на 10–15% дороже, чем в остальных городах округа», — прокомментировал он.

Расходы компаний на продвижение в сети растут, вместе с ними растет конверсия. Так, по данным Росстата, объемы продаж российских средних и крупных компаний через интернет в декабре 2020 года по сравнению с аналогичным периодом 2019-го выросли в 1,7 раза. Доля онлайн-продаж в общем объеме увеличилась на 2,3 процентного пункта — до 5,9%.

Особенности региональной рекламы

Региональный рынок интернет-рекламы в Сибири в основном представлен фрилансерами. «Для большинства бизнеса в округе стоимость услуг высока, так как бюджет, экономическая ситуация не позволяют си-

стематически работать, рекламные кампании проводятся по необходимости или сезонно. Крупный бизнес чаще всего обслуживается федеральными агентствами, которые могут быть региональными. Например, мы работали над коммуникациями брендов из Ижевска, Бреста, которые продаются по всей России. А в Новосибирске крупные ТРЦ, которые мы вели раньше, велись и ведутся компаниями из Ростова, Уфы, Красноярска и Москвы», — говорит господин Чучакин.

Основными заказчиками интернет-рекламы в Сибири игроки рынка называют ритейл, банки, автосалоны и торговые центры.

Особенность рынка SMM-продвижения Сибирского федерального округа, по словам руководителя проектов рекламного агентства «К Кофта» Евгения Карташова, заключается в консервативности. «Компании не хотят пробовать что-то новое, например новые социальные сети. Помимо этого, в отличие от Московского региона, владельцы и руководящие кадры не хотят становиться публичными, давать интервью, создавать контент. Многие считают присутствие в социальных сетях делом нужным и важным, но иногда занимают этим «для галочки, чтобы было». При этом местный бизнес более лоялен к региональным компаниям. Отчасти из-за политики ценообразования. Тарифы московских SMM-агентств для значительной части сибирских компаний неподъемны», — комментирует Евгений Карташов.

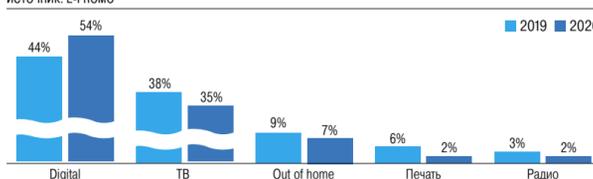
Тем не менее игроки рынка прогнозируют рост интернет-рекламы в Сибири, а вместе с тем и улучшение качества предоставляемых услуг по продвижению. Кроме этого, эксперты предполагают усиление позиций в регионах крупных федеральных рекламных компаний, предоставляющих услуги полного цикла — от разработки идеи до ее реализации.

Этому будет способствовать рост в России рынка e-commerce: к 2025 году он достигнет, по оценке АКИТ, доли в 16,5% против 6% в 2019-м. Ожидается, что мобильный сегмент рекламы также продемонстрирует кратный рост.

Лолита Белова

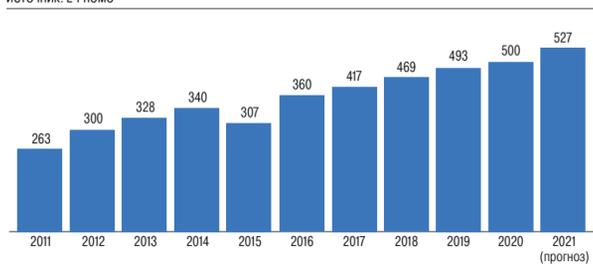
ДИНАМИКА КАНАЛОВ В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

ИСТОЧНИК: E-PRIMO



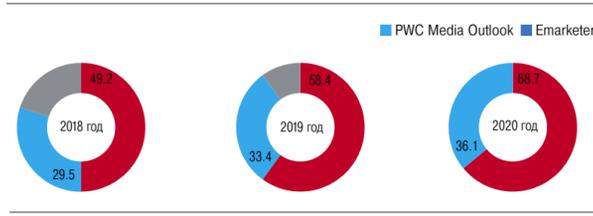
ОБЪЕМ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ, МЛРД РУБ. (ЗА ВЫЧЕТОМ НДС)

ИСТОЧНИК: E-PRIMO



ПРОГНОЗ ДОЛИ ВЫРУЧКИ ОТ МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ DIGITAL В РОССИИ 2018–2020 ГГ., %

ИСТОЧНИК: PWC MEDIA OUTLOOK, EMARKETER



Дороги с применением цементобетонных покрытий — перспективное направление в дорожном строительстве

В 2020 году дорожный фонд Новосибирской области составил беспрецедентную сумму — около 25 млрд руб., введено в эксплуатацию почти 370 км автомобильных дорог. На реализацию национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» направлено 4,4 млрд руб., что позволило привести в нормативное состояние 170 км дорог.

Дорожное строительство имеет мощный комплексный эффект, дает стимул к развитию смежных отраслей, позволяет создавать новые рабочие места и наполнять бюджет. Для этого крайне важно ориентировать дорожно-строительную отрасль на внедрение эффективных технологий. К примеру, использование такого покрытия, как цементобетон, поможет значительно увеличить срок безремонтной эксплуатации новых трасс.

О перспективах развития дорожного строительства и готовности к выпуску специальных цементов мы беседуем с управляющим директором АО «Искитимцемент» Владимиром Скакуном.

— Владимир Петрович, дорогам с цементобетонным основанием быть?

— Да, они будут. В соответствии с федеральной «Стратегией развития отрасли строительных материалов до 2030 года»

доля дорог с цементобетонным покрытием в общем количестве новых трасс в стране должна увеличиться до 50%. Это мировой тренд. В США и в Европе такие технологии применяются для строительства дорожных полотен всех классов — автотрасс, региональных, сельских дорог. По исследованиям специалистов отрасли, сегодня строительство цементобетонных дорог не дороже строительства дорог из асфальта, в частности потому, что растет стоимость битума.

— Какие меры для улучшения качества дорог принимаются представителями органов власти?

— Например, по итогам состоявшегося 11 февраля заседания Координационного совета по национальным проектам и народосбережению рекомендовано рассмотреть предложения Общественной палаты РФ по кор-



Управляющий директор АО «Искитимцемент» Владимир Скакун

ректировке комплексного плана модернизации и расширения магистральной инфраструктуры на период до 2024 года и национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» в части повышения безопасности на дорогах, снижения до минимума смертности в результате дорожно-транспортных происшествий, развития транспортной инфраструктуры,

модернизации и обновления городской среды, развития евразийских транспортных артерий, расширения всей магистральной инфраструктуры страны. Предлагается также дополнить документ целевыми показателями, в том числе характеризующими уровень удовлетворенности граждан качеством автомобильных дорог общего пользования, объектов улично-дорожной сети.

— Говорит ли это о том, что «Стратегия развития отрасли строительных материалов до 2030 года» может быть реализована?

— Необходимо совместными усилиями власти и бизнеса активизировать работу по реализации инициатив для внедрения современных технологий и развития дорожной индустрии цементобетонных покрытий.

Да, сегодня при возведении цементобетонных дорог возникает ряд объективных сложностей, но многие из них уже преодолены: растет квалификация проектировщиков, расширяется круг поставщиков оборудования и его ассортимента, есть положительный опыт подрядчиков, который перенимают другие участники рынка. Например, в ноябре 2020 года в Новосибирской области введен в эксплуатацию первый

этап реконструкции трассы Р-254 «Иртыш». Это самый протяженный объект дорожного строительства с цементобетонным покрытием в России. Представители компании-застройщика отмечают более высокую прочность конструкции, длительный межремонтный срок эксплуатации, сравнительно меньший износ дороги и высокий уровень безопасности дорожного движения.

Необходимо учитывать положительный опыт дорожников и стремиться проектировать больше цементобетонных дорог, чтобы реализовать более государственную стратегию.

— В советское время строительство автомагистралей с цементобетонным основанием шло хорошими темпами, но в 1980-х годах остановилось. Это было связано с дефицитом качественных цементов и отсутствием ГОСТа на дорожный цемент. Как обстоят дела сегодня?

Могу сказать, что не все дорожники готовы к освоению новых технологий и материалов, многие продолжают использовать для дорожных оснований портландцемент марки 500 нормированного состава и не меняют технологию. Но ситуация в отрасли требует гибкости: использование современных материалов позволяет оптимизировать сроки строительства дорог, повысить их долговечность, сократить затраты на эксплуатацию. Компании, которые подобрали компоненты, скорректировали технологический процесс и перешли на использование цементов, выпускаемых по новому ГОСТу, получили хорошие результаты.

В 2020 году мы начали выпускать специальный портландцемент для изготовления бетона оснований автомобильных дорог и укрепления грунтов (ЦЕМ II/A-Ш 32,5Б ДО), перед началом строительного сезона 2021 года получили сертификат на портландцемент для бетона покрытий (ЦЕМ I 42,5 Н ДП). Оба вида цемента предназначены для дорожного строительства, соответствуют требованиям ГОСТ 33174–2014 «Дороги автомобильные общего пользования. Цементы. Технические требования» и ГОСТ 30515–2013 «Цементы. Общие технические условия».

В настоящее время у нас есть несколько крупных потребителей цемента для дорожных оснований, продукция поставляется на строительство трассы Р-256 «Чуйский тракт», а также автомобильных дорог в Алтайском крае и Казахстане.

Экономика региона

А сколько компьютер дает молока

Рынок онлайн-торговли продуктами питания в России за последний год вырос в 3,6 раза, а годовой оборот в 2020 году составил 155 млрд руб. В Сибирском регионе спрос на доставку продуктов также продолжает расти, что стимулирует экспансию федеральных игроков. Так, по оценке экспертов, Новосибирск является городом с одним из самых быстрорастущих рынков e-grocery в России: за 2020 год его жители купили через интернет продуктов на сумму более 1,3 млрд руб., а количество заказов по сравнению с 2019-м годом выросло почти в 14 раз.

— конъюнктура —

Российский фудтех вырос по меньшей мере в два раза с момента введения режима самоизоляции в конце марта 2020 года и до сих пор остается на этом уровне, сообщает пресс-служба «ЮMoney». При этом драйвером развития e-grocery индустрии стала доставка продуктов. Ее росту, в том числе в регионах, поспособствовал массовый локдаун. Так, по оценке «ЮMoney», в Новосибирске количество онлайн-заказов продуктов питания на дом увеличилось почти в 14 раз, а в Красноярске — в 15 раз.

В целом за 2020 год аналитическое агентство Infoline оценивает рост онлайн-торговли продуктами питания в России в 3,6 раза по сравнению с 2019 годом, а ее годовой оборот в 2020 году — в 155 млрд руб. Основные объемы приходятся на Москву (более 80 млрд руб.) и Санкт-Петербург (более 20 млрд руб.). «В городах-миллионниках, за исключением Москвы и Санкт-Петербурга, активная фаза развития онлайн-торговли продуктами питания только начинается и сопровождается выходом крупных федеральных игроков», — говорится в исследовании Infoline. Если в Московском регионе лидером среди игроков e-grocery стал онлайн-ритейлер «Утконос», в Санкт-Петербурге — служба доставки iGooods, то в остальных крупнейших по численности населения городах России — компания «Сбермаркет». Сильными игроками в регионах также становятся «Яндекс.Еда» и Delivery Club, которые активно развивают доставку из торговых сетей FMCG. В марте в Новосибирске начал работу сервис по быстрой доставке продуктов питания «Самокат». Компания арендует складские помещения в открывшемся в этом году оптово-распределительном центре (ОРЦ) «Русагромаркет».

По данным пресс-службы «Сбермаркета», в Новосибирске во втором полугодии 2020 года количество заказов выросло в 2,2 раза по сравнению с первым. В Томске «Сбермаркет» начал работу только во втором квартале 2020 года, в Омске количество заказов на доставку продуктов во втором полугодии 2020 года выросло в 2,6 раза по сравнению с первым, в Красноярске рост составил 2,8 раза. Всего за год (с марта 2020 года по март 2021-го) «Сбермаркет» доставил в Сибирском регионе более 1 млн заказов (суммарные данные по Новосибирску, Томску, Омску, Красноярску, Кемерово, Новокузнецку, Иркутску, Братску, Барнаулу и Горно-Алтайску). «Мы ожидаем, что в этом году рынок доставки продуктов в России вырастет как минимум в два раза, включая Сибирский регион, а «Сбермаркет» будет расти быстрее рынка. В городах Сибирского региона мы также ожидаем значительный рост», — добавили в пресс-службе компании.

По подсчетам партнерской сети Admitad, за прошлый год сумма заказов продуктов в сибирских городах выросла на 41,7%, а средний чек — с 1474 до 2088 руб. Больше всего в 2020 году потратили на доставку продуктов жители Новосибирска, Красноярска, Омска, Барнаула, Иркутска и Томска. Именно на эти города приходится наибольшая сумма продаж в секторе e-grocery.

По данным сервиса доставки продуктов iGooods, Новосибирск является городом с одним из самых быстрорастущих рынков e-grocery: за 2020 год его жители купили через интернет с помощью разных служб доставки продуктов на сумму более 1,3 млрд руб. «Это один из немногих городов-миллионников в России, что будет привлекать бизнес для открытия здесь региональных точек. Спрос на доставку продуктов в Но-



Крупные игроки онлайн-торговли продуктами питания демонстрируют активное развитие в регионах

ФОТО: ИРИНА ШИШОВА

сибирске в 2021 году продолжит расти: во время пандемии аудитория рынка e-grocery ощутила увеличение», — прокомментировали в пресс-службе iGooods. «Количество заказов в марте выросло в два раза по отношению к июню. Средний чек увеличился на 10%. Мы связываем это как с расширением аудитории, так и с погодой: в морозы люди покупают продукты онлайн чаще, чем летом», — рассказали в iGooods.

В погоне за перспективой

Крупные торговые сети не только работают со специализированными службами доставки (например, в ноябре 2020 года товары из Metro в Санкт-Петербурге и Московском регионе начала доставлять «Яндекс.

Еда», в Сибири доставка из сети сейчас работает с помощью «Сбермаркета»), но и развивают свои сервисы, стимулируя покупателей уходить в онлайн. Например, в декабре 2020 года «Лента» объявила о том, что услуга заказа и самовывоза доступна во всех городах присутствия сети.

Собственный сервис по доставке продуктов работает и в магазинах «Пятерочка». При этом X5 Retail Group стала крупнейшим игроком на российском рынке онлайн-продаж продуктов питания по итогам 2020 года. Рыночная доля компании, по оценке Infoline, составила 13%, а совокупный оборот онлайн-бизнесов X5 во всех регионах присутствия в 2020 году — 21,9 млрд руб. с учетом НДС. «С момента запуска в ноябре прошлого года сервиса экспресс-доставки из магазинов «Пятерочка» в Новосибир-

ске среднее количество заказов в месяц увеличилось практически втрое — до 12 тыс. Средний чек сервиса в Новосибирске на сегодняшний день превышает 1200 руб.», — прокомментировали в пресс-службе компании.

Расширяют предложение за счет категорий Food и FMCG и крупнейшие онлайн-ритейлеры и маркетплейсы, такие как Ozon и Wildberries. В городах, где федеральные foodtech-игроки представлены слабо, маркетплейсы закрывают существенную часть потребностей покупателей продуктов онлайн. Как рассказали в пресс-службе Wildberries, по итогам 2020 года продажи продуктов, детского и спортивного питания в Сибирском федеральном округе выросли на 365% год к году, а продажи в штучках увеличились на 452%. Продажи продуктов питания в Новосибирской области по итогам года вырос-

ли на 473% и 557% соответственно, в Омской — на 457% и 552%, в Томской — на 412% и 511%, а в Красноярском крае — на 404% и 481%. В компании ожидают, что рост спроса на продукты питания на Wildberries продолжится в дальнейшем.

Несмотря на снижение числа заболевших коронавирусом и отмену ограничений, эксперты предостерегают продолжение роста рынка e-grocery. Невысокая стоимость услуг доставки продуктов из супермаркетов, улучшение удобства сервисов и активное включение в онлайн людей разных возрастов будут способствовать увеличению числа клиентов, считают они. По итогам 2021 года Infoline ожидает увеличения рынка фудтеха в два раза — как минимум до 300 млрд руб. Во многом этот рост произойдет за счет расширения в регионах.

Маргарита Делидович

Офисы становятся гибче

Экономика шеринга — совместного потребления и коллективного пользования — становится одним из главных трендов современности. Рынок коммерческой недвижимости эти веяния тоже не обошли стороной. Популярность коворкингов растет, в том числе и в Сибири, констатируют эксперты. При этом развитие регионального рынка отстает от столичного на несколько лет — здесь новомодные форматы только начинают развиваться, наращивая площади помещений и число услуг. Драйвером может стать выход в Сибирский регион крупных федеральных игроков, которые задают новые стандарты работы.

— инфраструктура —

По оценке консалтинговой компании Cushman & Wakefield, на январь 2021 года объем рынка коворкингов в России составил 242 тыс. кв. м, при этом 81% локаций принадлежит сетевым операторам. По сравнению с 2019 годом этот рынок вырос на 29% и составил 1,3% от общего предложения офисных площадей. Наиболее развиты гибкие офисные пространства в Москве: согласно данным kovorking.ru, в столице насчитывается более 330 коворкингов. При этом, по оценке PwC, в 2020 году рынок коворкингов в Москве занимал всего лишь 1% от всего рынка офисных площадей. В Сибири эти цифры еще скромнее: так, по подсчетам kovorking.ru, в Новосибирске работают 25 коворкингов (шестое место в России по количеству), в Красноярске — 16, в Иркутске — восемь, в Кемерово — шесть, в Томске — четыре, в Омске — два. Но эксперты уверены, что популярность гибких офисов будет расти, и регионам еще предстоит догнать столицу.

По словам вице-президента QBF Владимира Масленникова, имен-

но региональные коворкинги имеют высокий потенциал для развития. «Наиболее востребован новый формат коммерческой недвижимости оказался во второй половине минувшего года. Во время пандемии работодатели осознали, что, с одной стороны, на аренде традиционных офисов можно экономить за счет расширения доли сотрудников на удаленке, а с другой — любой команде необходимы комфортные условия для периодического общения, мозговых штурмов и обмена наработками и идеями», — пояснил он.

Как заметил глава архитектурного бюро «АБ1» Дмитрий Морозов, различия в сегменте коворкингов между регионами и Москвой, а также Санкт-Петербургом заключаются как в общем объеме предложения, так и в характере развития рынков. «Сейчас в столице наблюдается устойчивое увеличение доли сетевых игроков, которые постепенно аккумулируют большую часть спроса на этот девелоперский продукт. В Сибири на сегодняшний день основную долю предложения формируют местные операторы с



Эксперты уверены, что популярность гибких офисов будет расти, и регионам еще предстоит догнать столицу

ФОТО: ИРИНА ШИШОВА

одним или несколькими относительно компактными кейсами. При этом финансовый коэффициент полезного действия такого продукта напрямую зависит от общей площади. Эффективность бизнес-модели подобных активностей связана с числом рабочих станций для арендато-

ров. Наибольшую эффективность демонстрируют гибкие офисы площадью 750 кв. м и более. Мы видим, как плавно увеличиваются средняя площадь коворкингов и плотность раскладки», — прокомментировал он.

Регионы вступают в игру

По словам управляющего коворкинга Bureau open office Ильи Кашковского, за предыдущие два года на рынок Новосибирска вышли два круп-

ных игрока — «Простор» (площадью более 1300 кв. м) и сеть COWO (два коворкинга в центре Новосибирска площадью около 800 кв. м). До их появления рынок развивался мелкими игроками, которые сдавали в субаренду часть своих неиспользуемых площадей. Сегодня растущий спрос на гибкие офисные пространства в регионах начинают осваивать крупные сетевые бренды. Так, в феврале 2021 года в Новосибирске на-

чал работу коворкинг федеральной сети «Практик», открывшийся на месте «Простора». «Простор» появился в Новосибирске в сентябре 2019 года, став самым большим по площади. В октябре 2020 года «Простор» был выставлен на продажу за 185 млн руб. «Мы наблюдали за регионами с начала 2017 года, отслеживали динамику изменения спроса через анализ поисковых запросов, динамику запуска

Экономика региона

Дискаунтеры пришли по доходам

Магазины низких цен — дискаунтеры — переживают небывалый подъем в Сибири. По мнению экспертов, резко выросшая популярность такого формата во многом связана с эпидемией коронавируса, последовавшим за ней экономическим кризисом и изменением стратегии покупателей. На этом фоне у местных ритейлеров есть хорошие шансы опередить федеральные сети и закрепиться на региональных рынках, считают аналитики.

— торговля —

Дискаунтеры предлагают товары по низким ценам, что достигается узким ассортиментом: как правило, товар одной категории представлен одним производителем, часто это собственное производство или местные поставщики. Дискаунтеры экономят и на оплате аренды, выбирая большие помещения с низкой стоимостью, удаленные от мест с большим трафиком. В результате потребитель получает товар с минимально возможной наценкой, при этом невысокая цена не всегда означает плохое качество.

Дискаунтеры наращивают популярность

По данным 2ГИС, с сентября 2017 года по сентябрь 2020-го число дискаунтеров в стране выросло на 24,7% — до 139,6 тыс. объектов. Рост продолжится, уверены эксперты. Генеральный директор «Infoline-аналитика» Михаил Бурмиров ожидает увеличения доли жестких дискаунтеров на рынке продуктовой розницы в деньгах к 2025 году до 4,5% против 2,7% по итогам 2020 года. Весь оборот продуктового рынка за прошлый год вырастет с 5,8 до 8,4 трлн руб.

По оценке независимого эксперта по инновациям в ритейле Бориса Агатов, в ближайшие годы жесткие дискаунтеры во всех сегментах будут занимать даже большую долю: в ближайшие три-пять лет она может превысить 20%. «Благоприятным условием для развития дискаунтеров является не столько падение доходов населения, сколько усталость большего числа покупателей от брендов. Покупатель просто не видит разницы между покупаемыми брендами, и решающим фактором для него является только цена», — сообщил он NR. — Важно понимать, что жесткий дискаунтер — это в первую очередь удовлетворение спроса на справедливую цену, а потом уже все остальное».

Старший руководитель проектов направления «Оценка и финансовый консалтинг» группы компаний SRG Константин Гнездилов дает более скромные оценки и считает, что доля дискаунтеров в формате FMCG в ближайшие годы состав-



Снижение реальных доходов населения позволяет дискаунтерам наращивать присутствие в регионах

вит 10–12%. По его мнению, сегодня дискаунтеры переживают новую волну популярности в связи с изменениями в национальной экономике на фоне продолжающегося экономического кризиса и пандемии. «Падающие доходы населения в первую очередь отражаются на потребительском поведении, когда главным параметром выступает цена. Так что перспективы у дискаунтеров есть», — говорит господин Гнездилов.

Заместитель директора по связям с общественностью ГК «Обувь России» Наталья Паули подтверждает, что доходы населения падают, и покупатели сегодня стали очень чувствительны к цене. «Мы это наблюдаем и по нашей сети, хотя мы работаем в среднеценовом сегменте. В прошлом году стали чаще проводить промоакции. Акционные товары демонстрируют двукратный и трехкратный рост продаж. На рассрочку платежа приходится до 60% продаж. Рост спроса на этот сервис мы, как правило, наблюдаем в кризис», — говорит она. По мнению Натальи Паули, сегмент дискаунтеров еще не заполнен. «Для дискаунтеров есть воз-

можность комплектовать ассортимент из товаров локальных поставщиков, развивать собственные торговые марки, за счет чего можно сформировать более привлекательное предложение», — считает госпожа Паули. — С одной стороны, в ближайшие годы нет оснований ожидать быстрого роста реальных располагаемых доходов населения, поэтому дискаунтеры будут востребованы. С другой — наблюдается и другой тренд: рост внимания граждан к своему здоровью и, как результат, к здоровым, свежим продуктам, которые, как правило, по стоимости выше среднего. Поэтому продуктовые сети также активно развивают эти категории товаров».

Преимущества у местных

Первые дискаунтеры начали появляться в Сибири более десяти лет назад. Сегодня в Сибирском федеральном округе сегмент жестких дискаунтеров представлен красноярской сетью «Светофор», крупнейшей по России: в Сибири работает более 200 магазинов сети (больше всего магазинов — более 40 — в Красноярском и Алтайском краях, около 40 — в Кузбассе). Другой популярный дискаунтер — «Низкоцен» — появился в Омской области. Сегодня более 30 гипермаркетов сети работает в Омской

области, 17 — в Новосибирской области, четыре — в Алтайском крае. У федерального дискаунтера «Доброе» 22 магазина в Сибирском федеральном округе, больше всего — в Новосибирской области, Кузбассе и Алтайском крае.

Первый дискаунтер «Хороший» компании «Командор» открылся в 2014 году, сегодня сеть этого сегмента в компании насчитывает более 100 магазинов и представлена в Красноярском крае, Хакасии, Туве и Иркутской области. Федеральная сеть дискаунтеров с фиксированными ценами Fix Price открыла уже более 4000 магазинов по России и миру, из них 350 — по франшизе. Более 200 магазинов сети работают в городах Сибири, больше всего — в Новосибирске (70 филиалов, по данным 2ГИС) и Омске (56 филиалов). В начале февраля сеть анонсировала появление новой ценовой категории — 249 рублей — и заявила о расширении ассортимента.

На открытие магазинов в формате дискаунтеров взяли курс и федеральные представители FMCG. «Марнит» запустил 16 дискаунтеров под брендом «Моя цена» в центральной части России и планирует увеличить их количество до 100 к концу года. X5 Retail Group в конце 2020 года открыла в Москве четыре дискаунтера «Чижик» (если тестовый запуск бу-

дет успешным, магазины масштабируют по всей стране). Сеть гипермаркетов «Лента» выбрала для открытия пилотных площадок города Сибири: в начале 2021 года в Новосибирске и Барнауле на месте супермаркетов «Лента» после реконструкции были открыты магазины «365+». «Это наш эксперимент, мы хотим протестировать новый формат. Оба магазина появились на месте супермаркетов. Они имеют торговую площадь примерно 375 кв. м, ассортимент насчитывает 1,6 тыс. товарных позиций, 60% — собственные торговые марки компании, 40% — локальные и федеральные бренды», — рассказал «Б» представитель «Ленты» Тимофей Гончарук. — Результаты пилота будут подведены в первой половине 2021 года».

По мнению руководителя проекта «Яндекс.Маршрутизация» Даниила Шелехова, в Сибири и других регионах у местных ритейлеров есть хороший шанс опередить федеральные торговые сети, которым потребуется больше времени на перестройку и открытие новых дискаунтеров. «Преимуществом локального бизнеса станет уже готовая инфраструктура, включающая в себя наличие помещений и контрактов с поставщиками», — считает он.

При этом рост популярности жестких дискаунтеров, в том числе

и в регионах, Данил Шелехов связывает со сменой покупательских предпочтений, которому поспособствовали COVID-19 и сами ритейлеры. «Во время первого локдауна крупные торговые сети предложили покупателям новые способы доставки и усовершенствовали уже существующие, включая доставку от 15 минут до нескольких часов», — пояснил спикер. — По нашим данным, 70% федеральных торговых сетей внедрили один из новых способов доставки, тогда как еще в начале года эта цифра держалась на уровне 30%. В результате у потребителей сформировалась новая привычка совершения покупок с помощью доставки, тогда как торговый зал хоть и не перестал быть главным источником прибыли, но существенно потерял в показателях, говорит он. «Ритейлеры задумались над способами уменьшения сопутствующих расходов, которые несет за собой содержание помещений, оформление витрин и содержание персонала. Ответом стал новый виток популярности жестких дискаунтеров. Дискаунтеры стали своеобразным промежуточным звеном между дарксторами, откуда осуществляется доставка, и торговыми залами», — считает эксперт.

Маргарита Делидович

Офисы становятся гибче

— инфраструктура —

новых локаций и изменения уровня цен. И как раз в конце 2019 года сразу в нескольких регионах России открылись коворкинги с ценой аренды рабочего места, позволяющей рассматривать «коворкинг в регионе» как экономически целесообразный проект. Это стало определенным маркером для нас. Когда подтвердилось предложение забрать в полное управление новосибирский «Простор», мы оперативно согласовали все условия с прежним владельцем и открыли четвертый регион присутствия нашей сети», — рассказал «Б» исполнительный директор компании «Практик» Владимир Дорофеев.

По его словам, практически по всем отраслям экономики РФ можно обозначить три региональных сегмента с разной динамикой развития: столицы (Москва и Санкт-Петербург), крупные города с численностью жителей от 700 тыс. и все остальные. «В отрасли гибких офисных пространств лаг между

первым и вторым сектором примерно в 2–2,5 года. Те локация, что открываются в Сибири сегодня, во многом похожи на формат, превалявший в Москве и Санкт-Петербурге в 2017–2018 годах, — это компактные локация на 300–500 кв. м с крайне скудной сервисной составляющей и соответствующей низкой ценой (6–8 тыс. руб. за рабочее место в месяц). Но постепенно появляются «молодые и жизнеспособные», что рискуют и выводят на рынок форматы с более насыщенным сервисом и просят за него более 10 тыс. руб. Это определенным образом стимулирует взрослых региональных рынка коворкингов, привлекает локальных инвесторов к запуску новых проектов, но эти шаги пока очень осторожные и едва заметные», — прокомментировал господин Дорофеев.

С момента запуска «Практик Новосибирск» подготовил план реконструкции локация с увеличением количества посадочных мест до 258 и приведением ее к единому формату сети, реконструкция

началась в середине марта. Крупнейшим резидентом коворкинга стал международный строительный концерн Renaissance, который 1 марта занял на старте 42 рабочих места с перспективой увеличения до 95 мест к середине года. «Также мы завершаем переговоры с подразделением крупного российского банка — в апреле-мае они планируют занять 105 рабочих мест на территории локация к середине года будет занято двумя крупными клиентами», — рассказал Владимир Дорофеев. В планах компании — увеличить существующую локация до 2200 кв. м (480 рабочих мест), открыть еще одну локация в Новосибирске и выйти в другие города Сибири — Иркутск, Красноярск, Томск и Омск.

Развитие новых форматов

Гибкие офисы постепенно расширяют спектр услуг, который теперь не ограничивается только предоставлением рабочего места. По данным исследования PwC, акцент и дальше будет смещаться с квадрат-

ных метров на сопутствующие услуги, предоставляемые арендатору (space-as-a-service). Например, уже сегодня некоторые гибкие офисы в Сибири предлагают услуги офис-менеджеров, бухгалтеров и юристов. Помимо круглосуточного доступа к рабочему месту с интернетом и телефоном, арендаторы получают кофе, фрукты и снеки. Одна из локаций COWO в Новосибирске работает по принципу foodworking, где не надо платить за аренду рабочего места, а нужно оплачивать питание, внести сумму на депозит и тратить ее на еду и напитки.

Владимир Масленников говорит, что постепенно расширяется доля сегментированных коворкингов, к примеру, появились специализированные рабочие пространства для предпринимателей, представителей IT-индустрии, beauty-комплекс и т.п.

Владимир Дорофеев рассказывает еще о двух популярных форматах, которые прижились в Москве и постепенно придут в регионы. Первый из них — хот-дескинг

(использование одного арендованного рабочего места для посменной работы нескольких сотрудников). «Эта опция родилась в ковидный период и, полагаем, останется с нами навсегда. Сотрудники, переведенные на частичную удаленку, имеют возможность посещения офиса компании, располагающийся в коворкинге, чередуя работу в разные дни со своими коллегами. Это позволяет существенно сократить издержки на аренду офиса, но при этом обеспечить всех сотрудников возможностью «поработать в офисе», — поясняет он. Вторая актуальная в будущем услуга — создание единого абонеента на посещение локаций от разных операторов в почасовом или подневном формате. Так клиенты не привязаны к одному месту и даже городу и смогут выбирать, где им удобнее поработать. По словам господина Дорофеева, пока такие услуги действуют только внутри сетей, но не исключено, что на рынке появится единый агрегатор, который сможет объединить работ-

кинги разных владельцев и разрабатывать единый тариф.

По мнению Ильи Кашковско-го, коворкинги будут пользоваться спросом со стороны крупных компаний и станут подстраиваться под их нужды, предоставляя отдельного офис-менеджера, отдельный контур системы контроля доступа и др. «Лучший формат сегодня объединяет все тренды рынка — закрепленные места, мини-офисы, краткосрочную аренду, переговорные — и готов трансформироваться», — прокомментировал господин Кашковский.

Рынок гибких офисных пространств в Сибири имеет большой потенциал для развития, а появление крупных федеральных игроков может подтолкнуть местный бизнес к развитию отрасли, говорят эксперты. Это увеличение площади, расширение списка услуг и повышение их качества. Ожидается, что в этом случае вырастут и цены на использование коворкингов, отмечают участники рынка.

Маргарита Делидович



К бюджету добавили расходов

Депутаты Законодательного собрания Новосибирской области приняли поправки в бюджет на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов. Целевых трансфертов правительством РФ региону предоставлено на 8,4 млрд руб., из них большая часть (8 млрд руб.) — на дорожную сферу. Также средства пойдут на ежемесячные выплаты семьям с детьми в возрасте от трех до семи лет, помощь многодетным и детям-сиротам, выплаты сотрудникам здравоохранения, закупку нового медицинского оборудования и другие социальные инициативы.

— финансы —

На восьмой сессии Законодательного собрания Новосибирской области депутатами в двух чтениях приняты поправки в областной закон «О региональном бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов». Документ представил министр финансов Новосибирской области Виталий Голубенко.

По словам чиновника, поправки разработаны с учетом предоставленных региону дополнительных целевых трансфертов из федерального бюджета на сумму 8,4 млрд руб., из которых 8 млрд руб. направлены на развитие дорожного комплекса. На эти же цели область в 2021 году дополнительно выделила 964 млн руб. Еще на 702 млн руб. вышло финансирование оплаты государственных и муниципальных контрактов не дорожной тематики, в том числе 500 млн руб. направлены министерству здравоохранения для строительства семи поликлиник в Новосибирске. «Эта инициатива должна быть оплачена за счет бюджета 2020 года, но ввиду изменения графика обязательств частным партнером мы их в прошлом году не оплатили, поэтому предусматриваем их по соглашению в 2021 году», — отметил Виталий Голубенко.

Другие бюджетные корректировки внесены за счет ассигнований. В их числе — выделение средств на строительство школы №54 и оказание дополнительной поддержки муниципальным образованиям на расходы по техническому присоединению к инженерным сетям при строительстве специализированного жилого фонда. Еще 390 млн руб. выделены на жилье для детей-сирот и 65 млн руб. — на оказание поддержки многодетным семьям для подключения к газопроводу. В бюджетных коррективах также учтены средства на выплату медресотникам, оказывающим услуги гражданам, пострадавшим от коронавирусной инфекции, — 83 млн руб. Предусмотрены ассигнования на реализацию региональных проектов, новую сеть и содержание имущества, в том числе 17 млн руб. — на ремонт фасада бассейна «Нептун», 15 млн руб. — на подготовку к чемпионату мира по волейболу и содержание объектов имущества. 243 млн руб. область зарезервировала на случай возникновения чрезвычайных ситуаций и непредвиденных расходов.

Основным источником собственных средств в 2021 году стали переходящие остатки бюджета прошлого года, в частности перераспределенные ассигнования, ранее выделенные министерствам строительства и ЖКХ.

К первому чтению законопроекта о поправках объем доходов регионального бюджета в 2021 году составил 196,2 млрд руб., расходов — 207,4 млрд руб. Дефицит вырос до 11,2 млрд руб. «Но он увеличивается за счет незаемных источников финансирования — главным образом за счет остатков, перешедших из областного бюджета 2020 года», — подчеркнул министр.

Депутат Вячеслав Илюхин отметил сдвиг в финансировании ряда объектов, в числе которых — строительство реанимационного корпуса больницы №34, двух детских садов в районах области, отказ в выделении средств на подстанцию «Академическая». «Я хотел бы узнать причины переноса строительства этих объектов и подстанции „Академическая“ на сумму 95 млн руб. Насколько я знаю, в ней есть острая необходимость, так как в этом районе проблемы с электричеством, а также существует переплата за пользование этой подстанцией. Есть несколько проектов, которые убрали полностью, в частности детский сад на ул. Краузе на 65 млн руб., причина указана — „отсутствие необходимости“. Насколько я знаю, он не достроен, несмотря на то что перечислен аванс в размере 85 млн руб. Сдать его должны были еще в 2020 году. Также лишили денег Театр музыкальной комедии, причина — не смогли оформить документы. Прошу пояснить», — высказался парламентарий.

По словам министра финансов, перемещение ассигнований связано с необходимостью ускорения решения проблем многодетных семей и обеспечения жильем



Переходящие остатки с 2020 года станут основным источником финансирования бюджетного дефицита в 2021-м

детей-сирот. «Были проведены соответствующие консультации с прокуратурой области. Ввиду безотлагательности данных мер мы должны были пожертвовать теми лимитами, которые на сегодняшний день не расторгнуты. Эти лимиты не сокращаются в трехлетнем бюджете, а переносятся с 2021 на 2022 год», — прокомментировал он. Тем не менее депутаты предложили министерству подготовить пояснения по каждому объекту.

Заместитель председателя комитета по социальной политике, здравоохранению, охране труда и занятости населения Александр Козлов поинтересовался, предусмотрена ли в бюджетных коррективах индексация фондов оплаты труда работников образования, которые не вошли в число категорий, предусмотренных майскими указами президента 2021 года? «Средства на это заложены еще при формировании бюджета на 2021 год», — ответил Виталий Голубенко.

Первый заместитель председателя законодательного собрания Андрей Панферов назвал корректировки объективными. «Понимание есть. Принято решение голосовать в двух чтениях», — сказал он. В первом чтении за принятие законопроекта проголосовали все присутствующие депутаты.

БЮДЖЕТ НАКАЗОВ

После перерыва, в котором прошло заседание комитета по бюджетной, финансово-экономической политике и собственности, его председатель Федор Николаев отметил, что общее число поправок ко второму чтению составило 130. Изменился и общий объем доходов и расходов областного бюджета: доходы увеличены на 4,2 млрд руб. и составили 200,4 млрд руб. Из них в бюджеты муниципальных образований Новосибирской области для софинансирования вопросов местного значения будет направлено порядка 500 млн руб., в том числе на благоустройство зданий государственных и муниципальных общеобразовательных организаций, ремонты и устранение предписаний контрольно-надзорных органов в детских оздоровительных учреждениях, развитие инфраструктуры в сельской местности. Общий объем расходов областного бюджета с учетом поправок составил 211,7 млрд руб.

В числе поправок Федор Николаев назвал увеличение на 1,43 млрд руб. общего объема средств, направляемых в 2021 году на строительство мостового перехода через Обь, за счет средств федерального бюджета (всего — 11,7 млрд руб.). Еще одна крупная поправка (705 млн руб.) предусмотрена на ежемесячную выплату на детей в возрасте от трех до семи лет включительно в рамках софинансирования с федеральным бюджетом. На 146 млн руб.

увеличено финансирование министерства цифрового развития. Дополнительно депутаты утвердили 116 млн руб. на финансирование объектов капитального строительства в муниципальных районах и городских округах. В их числе — строительство поликлиники по ул. Кубовой в Новосибирске, реконструкция Сузунской ЦРБ, а также подготовка проектно-сметной документации на строительство ряда социальных объектов. На совершенствование сферы здравоохранения направлен 51 млн руб.

«Включены поправки, которые в декабре депутаты законодательства подавали по наказам избирателей, однако они не вошли в проект. Это финансирование относительно крупных объемов — более 100 млн руб. на проектно-сметную документацию по подготовке к строительству ряда объектов», — сообщил Федор Николаев.

Спикер законодательства Андрей Шимкив наиболее важной поправкой назвал выделение дополнительных средств на покупку жилья для детей-сирот. «Не менее важно было и сохранить в бюджете 2 млн руб. на ремонт памятников героям Великой Отечественной в селе — не на этом мы должны экономить. Очень важно и выделение 65 млн руб. на газификацию в поселке Садовый для многодетных семей. Люди давно этого добивались, ходили на прием к депутатам, на сегодня этот вопрос закрыт», — отметил он. — На дорож-

ный фонд в бюджете запланирован почти 1 млрд руб. На строительство 54-й школы в Новосибирске заложено 50 млн руб. — свое слово мы сдержали. 8 млрд руб. федеральных средств будет направлено на медицину, начало строительства семи поликлиник, на другие цели», — прокомментировал СМИ председатель Законодательного собрания Новосибирской области.

ПОСОБИЯ ДЕТАМ

На восьмой сессии депутаты приняли поправки в закон о поддержке семей с детьми от трех до семи лет. Новые размеры ежемесячной денежной выплаты этой категории граждан предусматривают поправки, внесенные в марте 2021 года в указ президента «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей». Согласно документу, принятому в Новосибирской области, выплата предоставляется в случае, если размер среднедушевого дохода семьи не превышает величину прожиточного минимума на душу населения, установленную в регионе. Кроме того, вводится трехступенчатая система установления максимального размера выплаты.

Стандартным размером выплаты остается 50% от размера прожиточного минимума на ребенка (в Новосибирской области в 2021 году — 12,7 тыс. руб.). Если ежемесячная выплата в размере 50% не позволяет повысить доходы семьи до прожиточного минимума, то выплата назначается в размере 75% прожиточного минимума на ребенка. Если увеличенное пособие в размере 75% тоже не позволяет вывести семью из числа нуждающихся, то родители будут получать выплату в размере 100% прожиточного минимума на каждого ребенка в возрасте от трех до семи лет включительно.

С 1 апреля будет также изменен и принцип расчета степени нуждаемости. Будут учитываться такие нюансы, как наличие движимого или недвижимого имущества. На выплату в таком случае могут рассчитывать те семьи, в собственности у которых имеется одно жилое помещение. При этом площадь жилья может быть любой. В тех случаях, когда у семьи несколько квартир, надеяться на выплату они могут только в том случае, если площадь всех квартир или домов не превышает 24–40 кв. м на одного человека соответственно.

Председатель комитета Законодательного собрания Новосибирской области по социальной политике, здравоохранению, охране труда и занятости населения Игорь Гришунин подчеркнул особую значимость рассматриваемого законопроекта. «В нашем регионе меры поддержки распространяются на 118 тыс. детей. В наступившем году на ежемесячные доплаты семьям будет затрачено 10,2 млрд руб., из них доля областного бюджета — 2,2 млрд руб. При этом общая сумма выплат вырастет на 3 млрд руб., из них 706 млн руб. — доля бюджета области», — сообщил он.

Депутаты законодательства Новосибирской области приняли закон сразу в двух чтениях. Пересчет коснется пособий начиная с 1 января 2021 года.



Спикер законодательства Андрей Шимкив наиболее важной поправкой в бюджете региона на 2021 год назвал выделение дополнительных средств на покупку жилья для детей-сирот

Экономика региона

Губернаторам предложили заняться спортом

Представители фитнес-индустрии в ситуации падения спроса — наполняемость залов Сибири сегодня на 10% ниже, чем в 2019-м, — направили главам регионов свои предложения о возможном сотрудничестве. В частности, бизнесмены надеются заключить с властями соглашения о совместной работе, которая будет состоять в проведении масштабных спортивных мероприятий. Это, по мнению предпринимателей, поможет вовлечь в спорт большую часть населения, что является одной из федеральных стратегий, а также увеличить аудиторию залов. Власти, в свою очередь, настроены скептически и не спешат с развитием этих отношений.

— инициатива —

Предложения о совместной работе в феврале 2021 года получили все губернаторы Сибирского федерального округа. Авторы писем — члены Ассоциации операторов фитнес-индустрии (АОФИ) — полагают, что развитию спорта способствует проведение масштабных мероприятий. В обращении идет речь о совместном проведении соревнований, спортивных праздников и открытых показательных уроков для жителей регионов. Для этого, по словам предпринимателей, необходимо предоставить им помещения и площадки. «Мы заинтересованы в развитии спорта и вовлечении большего количества людей в занятия различными его видами. Ежегодно число вовлеченных в физкультуру людей растет, соответственно, меняется спрос на потребителя. Если еще пять лет назад этот возраст составлял 30–35 лет, то сегодня — 42 года. И над этим работаем мы — бизнес. Сейчас у нас появились интересные идеи, задачи, которые мы готовы реализовать совместно с нашими властями, однако наше предложение ряд регионов проигнорировал, посчитав это коммерческой историей», — говорит глава представительства АОФИ в Новосибирской области Екатерина Панферова.

Как рассказали в министерстве физической культуры и спорта Кемеровской области, письмо ассоциации сейчас находится на рассмотрении у главы ведомства. Заместитель министра физической культуры и спорта региона Вадим Ратушный в то же время отметил, что процент вовлеченности населения в спорт достигло к 2021 году 48,5%. Этому, по мнению чиновника, способствовало строительство новых спортивных комплексов и проведение соревнований. В рамках стратегии развития физической культуры и спорта России до 2030 года доля россиян, систематически занимающихся спортом, должна составить 70%.

В АОФИ между тем отмечают, что все официальные спортивные соревнования сосредоточены на молодой аудитории — школьниках, студентах, то есть людях в возрасте до 35 лет. «Однако для сибиряков более старшего возраста такие мероприятия или не проводятся совсем, или в ограниченном количестве. И речь сейчас не о сдаче норм ГТО», — подчеркивает госпожа Панферова.

В Новосибирской области в подписание соглашения ассоциации отказали, несмотря на высокую оценку деятельности фитнес-центров. «Ассоциация операторов фитнес-индустрии является некоммерческой организацией, объединяющей



Эксперты прогнозируют: 10% от общего числа игроков фитнес-индустрии в Сибири закроются к концу 2021 года, но на их место придут новые

предпринимателей. По закону о защите конкуренции органам государственной власти запрещается принимать акты и осуществлять действия, которые могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции. Заключение соглашения может привести к созданию преимуществ для членов АОФИ и ограничить права других фитнес-центров», — прокомментировал министр физической культуры и спорта Новосибирской области

Сергей Ахапов. Чиновник также подчеркнул, что в ведомстве прорабатываются механизмы возможного сотрудничества с ассоциацией.

В АОФИ полагают, что эти сомнения напрасны, поскольку проект соглашения не предусматривает исключительность одних игроков перед другими, мера должна действовать в отношении всех операторов региона.

Другая федеральная отраслевая организация — Национальное фитнес-сообщество, — по словам ее представителей, имеет официальное соглашение о сотрудничестве с Министерством спорта РФ и с 2011

года ведет совместную работу по вовлечению различных возрастных групп населения в систематические физкультурно-оздоровительные занятия. «Мы проводим массовые открытые мероприятия в 45 субъектах РФ совместно с руководителями региональных представительств нашей организации. Всего мы реализовали совместно с Минспортом России 15 федеральных социально-значимых проектов. Решаем стратегически важные задачи развития физкультурно-оздоровительной отрасли и конкретные проблемы фитнес-бизнеса в каждом регионе», — сообщила президент НП «Национальное фитнес-сообщество» и заведующая кафедрой менеджмента в фитнес-индустрии университета «Синергия» Елена Силина. Будущую работу членов конкурирующей организации госпожа Силина ставит под сомнение.

Восстановление близко

Новые каналы развития отрасли представители бизнеса рассматривают из-за сложившейся в прошлом году ситуации. В 2020 году фитнес-индустрию признали одной из самых пострадавших от пандемии. Летом, после окончания жесткого локдауна, многие клубы испытывали проблемы: согласно аналитике «1С: Фитнес клуб», посещаемость и сегодня ниже на 10–15%, чем в 2019 году. «Часть людей, видимо, навсегда переключилась на другие виды активности, осознав, что тратить деньги на фитнес им вовсе не обязательно. Другие же просто ждали окончания пандемии — и даже без запретов со стороны властей продолжили соблюдать самоизоляцию, ограничивая посещение общественных мест», — говорит генеральный директор «1С: Фитнес клуб» Денис Тянь.

По информации АОФИ, в Сибири сейчас посещаемость залов на 10% ниже, чем в аналогичный период 2019 года. «За время локдауна мы потеряли около 30% игроков рынка, пятую часть сотрудников (140 тыс. из 768 тыс.) и 65 млрд руб. выручки (это 40% от объема рынка, до пандемии объем выручки составлял 167 млрд руб.). Пока рано прогнозировать результаты 2021 года, впереди летний сезон — самый низкий для фитнес-

бизнеса, отрасль проходила его с трудом и в докризисный период. Сейчас операторы фитнес-бизнеса делают ставки на весенний сезон, самый высокий по выручке для отрасли», — считает Елена Силина.

По оценке Екатерины Панферовой, 10% от общего числа игроков в Сибири закроются к концу 2021 года, но на их место придут новые игроки. По состоянию на начало декабря 2020 года в российских городах-миллионниках количество фитнес-центров по сравнению с тем же месяцем 2019 года снизилось на 200 объектов — до 9,75 тыс. точек, посчитали аналитики онлайн-сервиса 2ГИС. Для сравнения: в прошлом году в декабре, напротив, год к году открылось на 573 новых объекта больше. «Складывается впечатление, что фитнес уже не будет прежним: продажи клубных карт в феврале упали на 12%. А в регионах — на 70–90%. Что это значит? Люди хотят экономить, абонемент на подписку минимум в два раза дешевле офлайн-карты. Скорее всего, потребительские предпочтения в ближайшем будущем не поменяются, пока отрасль балансирует и уже приходит в дом, а не наоборот», — считает генеральный директор сервиса автоматизации Yclients Юрий Петров. По данным сервиса, в Сибири в топ-5 услуг в спорте входят силовые тренировки, кардиозанятия, джампинг и танцы Zumba. В частности, 38% приходится на растяжку, 19% — на плавание, 15% — на бокс. Средний чек на месячные абонементы в клуб при этом составил около 3 тыс. руб., сертификат на услугу — 2 тыс. руб.

Пандемия послужила серьезным вызовом для фитнес-индустрии и все еще продолжает испытывать ее на прочность. Эксперты заверяют, что рынок быстро приходит в норму, по крайней мере, в части количества посетителей. Однако тренды рынка провоцируют игроков к изменениям. Меняется подход к запросам клиентов — как в плане разнообразия форматов, так и в политике продаж абонементов, развитии онлайн и коммуникации с аудиторией. Предполагается, что в будущем эти усилия помогут фитнес-индустрии выйти на докартинные позиции и на новый уровень.

Лолита Белова

Бездомные на выход

— тенденция —

банках, а стройка идет за счет банковского проектного финансирования. Как отмечают игроки рынка, банкам не интересны проекты с доходностью менее 15%. То есть мелкие и средние компании зачастую не могут получить финансирование и в этой ситуации вынуждены или уйти с рынка, или входить в крупные холдинги в ранге подрядчиков.

В то же время оставшиеся крупные застройщики продолжают работать над улучшением качества предложения и конкурентоспособности своего продукта, считает Максим Марков. «После того как несколько лет назад регион вышел на обеспеченность жильем 30 кв. м на человека (в Москве — менее 20 кв. м), застройщики начали корректировать продуктовые предложения. В частности, количество однокомнатных квартир и студий

СТАТИСТИКА ПЕРЕХОДА НА ЭСКРОУ-СЧЕТ В РАЗРЕЗЕ БАНКОВ, НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ, МАРТ 2021 Г.

ИСТОЧНИК: ДАННЫЕ ПРЕДОСТАВИЛ НЕЗАВИСИМЫЙ ЭКСПЕРТ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ СЕРГЕЙ НИКОЛАЕВ

Банк	Дома, шт.	Разрешения на строительство, шт.	Площадь жилья, тыс. кв. м	Доля в %	Застройщики, ед.
Всего	203	129	1451	100	81
ПАО «Сбербанк»	125	66	905	62	46
ПАО «Банк „Открытие“»	21	20	115	7,9	10
АО «Банк „Дом.РФ“»	16	13	176	12	11
АО «Газпромбанк»	17	12	125	8,6	3
АО «Альфабанк»	14	12	73	5	5
ПАО «Банк „ВТБ“»	9	5	49	3,4	5
ООО «Экспобанк»	1	1	7	0,4	1

сократилось с 55–57% в 2016 году до 26–28% в 2020-м», — подчеркивает аналитик.

Эксперты подтверждают: так называемые дома-«человеиники» стали пользоваться меньшим спросом. «Два года назад в лидерах были такие компании, как ГК «Дискус», ГК «Сибирь», ГК «Брусника», которые создавали большие и объемные проекты, где нельзя было добиваться комфортности продукта. Все

делали ставку на количество. Сейчас в лидерах по продажам и объемам застройки вышли такие компании, как ООО «Сибирьинвест» Владислава Крючкова, ГК «Сибмонтажспецстрой» Анатолия Павлова. Они исторически работали в сегменте жилья комфорт-класса, и мы видим, что сейчас они предлагают на рынке довольно большой объем своего продукта», — комментировал ранее Максим Марков.

2020 год наметил ключевую тенденцию в строительной отрасли — формат жилых помещений изменился, отмечает директор компании «Брусника.Сибкадемстрой» Михаил Ансимов. «Длительная самоизоляция сместила фокус в сторону многофункционального жилья. Сегодня потребитель отдает предпочтение квартирам с большими спальнями, с отдельной гардеробной и ме-

стом отдыха, объединенной кухней-гостиной, рабочим кабинетом, разнообразными летними помещениями — террасами, балконами, лоджиями. Спрос на небольшие компактные квартиры изменился, так как в предыдущие годы рынок получил достаточно большое количество таких предложений», — говорит представитель отрасли.

В долгосрочной перспективе драйверами рынка жилья, по оценке Максима Маркова, станут именно эти тренды — желание улучшить жилищные условия, относительно низкая доля в Новосибирской области качественного жилищного фонда на душу населения и стремление государства поддержать строительный сектор. «Однако снижение реальных располагаемых доходов потребителей и рост кредитованности могут сдержать рост спроса после 2021 года», — считает он.

Лолита Белова

Коммерсантъ®

в лучших местах Сибири

АЭРОПОРТЫ

Кемерово, Новокузнецка, Барнаула, Томска, Новосибирска

НОВОСИБИРСК

Азимут-отель «Сибирь» ул. Ленина, 21

Отель-центр «Аванта» ул. Гоголя, 189/1

«Маринс Парк Отель Новосибирск» Возвальная магистраль, 1

Гостиница MIROTEL пл. Карла Маркса, 1/1

Отель Domina ул. Ленина, 26

Отель DoubleTree by Hilton ул. Каменская, 7/1

Отель Comfort Inn ул. Б. Хмельницкого, 96

Ресторан «На Даче» Дачное шоссе, 5

Ресторан BEERMAN Вокзальная магистраль, 1

ул. Каменская, 7 пл. Маркса, 7 ул. Добролюбова, 2а

Ресторан «#СИБИРСИБИРЬ» ул. Ленина, 21

Ресторан «Т.Б.К. Лонж» ул. Золотодолинская, 11

Стейк-хаус «Гудман» ул. Советская, 5

Итальянская trattoria «Тесту Место» ул. Некрасова, 65/1

Кофейня «Утро вечера» ул. Ленина, 7

Кофейня «Восток-Запад» ул. Ильича, 6 (1-й этаж)

Кофейня «Чашка Кофе» ул. Ленина, 12

Красный проспект, 22 Морской проспект, 54 ул. Залесского, 5/1 ул. Максима Горького, 78

Автосалон «Форд Центр Сибирь» ул. Б. Хмельницкого, 128

«Центр стоматологии» ул. Ленина, 12, 10-й этаж

Указанные организации сферы услуг и индустрии гостеприимства приобретают газету «Коммерсантъ» для своих клиентов