

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЛИДЕРЫ БИЗНЕСА ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ИТОГИ ГОДА

КРЕДИТНАЯ
ТРАНСФОРМАЦИЯ / 3
ПРОФИЛАКТИЧЕСКИЕ ОСМОТРЫ
ОЗДРАВЛИВАЮТ РЫНОК / 6
ПРОКАЧКА ПРЕМИУМА / 10

Среда, 27 декабря 2023
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №37

Коммерсантъ

BUSINESS GUIDE

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

 РОССИЙСКИЙ
АУКЦИОННЫЙ ДОМ

 OMOIKIRI

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

 **ВТБ**
Банк ВТБ (ПАО)

 **MEDSI**
МЕДИЦИНА КОМПЕТЕНЦИЙ
ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО
ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ


грузовичкоф


ЛЕНПОЛИГРАФМАШ
ТЕХНОПАРК

Некоммерческая организация
 ФОНД СОДЕЙСТВИЯ КРЕДИТОВАНИЮ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

 **isource**[®]
industrial isourcing

РЕКЛАМА

Коммерсантъ

В лучших местах Петербурга

РЕСТОРАНЫ

«Кремль»	Выборгская наб., 55 (БЦ Gregory's Palace)
Ресторан-гостиница	
«Штакеншнейдер»	Миллионная ул., 10
«Шалепин»	Тверская ул., 12/15
Таверна «Гролле»	Большой пр. В. О., 20
«Сказка Востока	
1001 ночь»	Лесной пр., 48
Stroganoff Steak House	Конногвардейский б-р, 4
«Метаморфоз»	Литейный пр., 5/19
Ресторан русской кухни	
Siberika	Лейтенанта Шмидта наб., 43
Cafe Claret	Марата ул., 11
Marius	Марата ул., 11
SETTLERS	Наличная ул., 24/1 А
«АЛКОБУФЕТ	
ПЕЛЬМЕННАЯ»	Б. Конюшенная ул., 29
Бар-ресторан	
«География»	Рубинштейна ул., 5
Ресторан MEZE	Московский пр., 206
Ресторан Cast	Каменноостровский пр., 10 А
Гастробар «Чайки»	Мошков пер., 5 Б
Фюнабюль	Малая Конюшенная ул., 5
Aquamarine	Казанская ул., 2

КАФЕ

Kroo cafe	Суворовский пр., 27 / 9-я Советская ул., 11
Кафе «Моцарт»	Кронверкский пр., 23
Пространство Freedom	Казанская ул., 7

ГОСТИНИЦЫ

Отель «Индиго»	Чайковского ул., 17
Akyan Hotel	Восстания ул., 19
M-hotel	Садовая ул., 22 (вход с переулочка Крылова, 2, со двора)
«Гранд Отель Эмеральд»	Суворовский пр., 18
Majestic Boutique	
Hotel Deluxe	Садовая ул., 22/2
The Gamma Hotel	наб. Обводного кан., 130
Grani Aparthotel	Большая Зеленина ул., 24
Trezzini Palace Hotel	Университетская наб., 21
Welton Club Hotel	
& Apartments	Малая Разночинная ул., 11
Four Seasons Hotel	
Lion Palace St. Petersburg	Вознесенский пр., 1
Crowne Plaza	
St. Petersburg — Ligovsky	Лиговский пр., 61
Официальная	
гостиница «Эрмитаж»	Правды ул., 10
Author Boutique Hotel	Владимирский пр., 9
Airportcity Plaza	
St. Petersburg	Стартовая ул., 6 А
«Гранд Отель Мойка 22»	наб. реки Мойки, 22
«А1 Отель	
Санкт-Петербург»	Кирпичный пер., 3
«Cronwell Inn Стремянная»	Стремянная ул., 18 А

Бутик-отель	
«Северный цветок»	Марата ул., 40
Отель	
«Братья Карамазовы»	Социалистическая ул., 11 АВ
Отель «Гельвеция»	Марата ул., 11
MoLo	Вс. Вишневого ул., 2/12 К
Екатерина	Миллионная ул., 10
Отель «Мартин»	Марата ул., 12
«Лотте Отель	
Санкт-Петербург»	пер. Антоненко, 2, стр. 1
Отель «Невский Берег»	Невский пр., 122
Avenue Apart на Малом	Малый пр., В. О., 54, к. 2, стр. 1

ИНТЕРЬЕРНЫЕ МАГАЗИНЫ

Салон «Сентябрь»	Каменноостровский пр., 19
------------------	---------------------------

БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ

Gregory`s Palace	Выборгская наб., 55
Gustaf	Средний пр. В. О., 36/40
Деловой центр NEVKA	Гельсингфорсская ул., 3, к. 11 Д, вход с Выборгской наб., 45-47
Magnus	9-я линия В. О., 34
«Оскар»	наб. р. Фонтанки, 13 А
Коворкинг «Пушкин»	Торжковская ул., 5

АВТОСАЛОНЫ

Автодом «Пулково»	Пулковское ш., 14 А
Gregory`s Cars	Выборгская наб., 55
Петровский на Софийской	Софийская ул., 87

АВИАКОМПАНИИ

ЦБА «Пулково-3»	
ГТК «Россия»	

РАЗНОЕ

Миграционный центр	Красного Текстильщика ул., 10/12
Поезда «Сапсан»	бизнес-класс
Аэропорт Пулково	бизнес-залы, VIP-зал



Узнайте подробную информацию
о корпоративной подписке
по телефону **8 800 600 0556**
(звонок по России бесплатный)
или электронной почте
podpiska@kommersant.ru

www.kommersant.ru



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЛИДЕРЫ БИЗНЕСА»
ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ИТОГИ ГОДА»

ОПТИМИЗМА СТАЛО МЕНЬШЕ

Петербургские и российские чиновники уже два года повторяют мантру, что отечественная экономика выстояла, несмотря на беспрецедентное давление извне. И статистика этот посыл подтверждает: по прогнозам, рост ВВП по итогам 2023 составит не менее 3,5%. И даже если отвлечься от низкой базы прошлого года, по сравнению с 2021 годом ожидается прирост на 1%.

Однако в этой позитивной картине все же есть нюансы: специалисты говорят, что рост обеспечен главным образом за счет заказов в секторе оборонной промышленности, а ее продукция, как известно, в дальнейших производственных цепочках не участвует. И хотя во время рецессии расходы на оборонку считаются достаточно эффективным способом выхода из пике, очевидно, что без стимулов роста в других отраслях дисбалансы в экономике будут нарастать. Собственно, это происходит уже и сейчас: рекордно высокая за последние годы инфляция это наглядно демонстрирует, а возникшие под конец года проблемы с куриными яйцами показали, что выстроенная система не так крепка и надежна, как кажется.

Год назад многие аналитики утверждали, что 2023 год станет годом восстановления, а 2024 год — выходом из кризиса. Сегодня таких оптимистичных прогнозов стало заметно меньше. Например, новые правила, разработанные Минфином для льготной ипотеки, как говорят специалисты, сократят число потенциальных покупателей жилья на 25–30%. А ведь именно стройка последние годы оставалась локомотивом экономики. Сокращение числа покупателей на треть, очевидно, поставит отрасль в крайне сложное положение. А не ужесточить правила выдачи жилищных кредитов тоже невозможно: к концу 2023 года сформировались все признаки «ипотечного пузыря» и бездействие в этом вопросе, скорее всего, привело бы к гораздо более печальным последствиям.

Впрочем, практика показывает, что даже в экстремально сложных экономических условиях российский бизнес способен быстро адаптироваться и начать развиваться. Все что требуется от властей,— не усугублять перманентно ситуацию.

КРЕДИТНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ

ТЕМПЫ РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В ПЕТЕРБУРГЕ ПОСТЕПЕННО СНИЖАЮТСЯ НАЧИНАЯ С ЧЕТВЕРТОГО КВАРТАЛА 2023 ГОДА. ОБЪЕМ ВЫДАЧ КРЕДИТОВ ФИЗИЧЕСКИМ ЛИЦАМ, ДОСТИГШИЙ ПИКОВЫХ ЗНАЧЕНИЙ К СЕНТЯБРЮ 2023 ГОДА, СОСТАВИЛ 134 МЛРД РУБЛЕЙ, НА НАЧАЛО ОКТЯБРЯ ОПУСТИЛСЯ ДО 132,5 МЛРД, А НА НАЧАЛО НОЯБРЯ — ДО 127,3 МЛРД, СВИДЕТЕЛЬСТВУЮТ ДАННЫЕ ЦБ. ВИКТОРИЯ АЛЕЙНИКОВА

Общая задолженность по кредитам физлицам в Петербурге, по данным Банка России, за январь — октябрь выросла на 17,4%, до 1,8 трлн рублей. Примечательно, что при значительном росте кредитного портфеля в Петербурге просроченная задолженность даже немного снизилась, составив на 1 ноября 2,4% (42,5 млрд рублей) против 2,6% на начало года.

ЗАЛОГИ БУДУТ УВАЖАТЬ Драйвером роста рынка в 2023 году стали ипотека и автокредиты, сообщил заместитель президента — председателя правления ВТБ Георгий Горшков. Однако, по его словам, рекордные показатели были сформированы во многом за первые три квартала. Повышение ключевой ставки и введенные Банком России ограничения уже отразились на продажах в конце года, считает банкир.

По данным ЦБ, рост ипотеки в целом по стране в октябре замедлился до 2,9% после рекордных +4,2% в сентябре. Но рост портфеля за десять месяцев составил 27%, что значительно выше аналогичного показателя 2021 года (23,7%), когда был зафиксирован предыдущий рекорд кредитования. К концу года, по прогнозам регулятора, рост может составить 30%.

Большую роль продолжают играть программы с господдержкой, на которые в последние месяцы приходится более 60% всех выдач, отмечает аналитик ФГ «Финам» Игорь Додонов. Кроме того, хорошую динамику показали автокредитование (+32,7% с начала года) и сегмент кредитных карт. В то же время портфель потребительских ссуд увеличился лишь на 14,7%, чему способствовали макропруденциальные меры ЦБ по сдерживанию потребительского кредитования и сильный рост процентных ставок в последние месяцы, указывает аналитик.

Сбербанк увеличил общий розничный кредитный портфель в Петербурге за десять месяцев 2023 года на 27%, до 908 млрд рублей, сообщили в пресс-службе. Интенсивнее других рос портфель ипотечного кредитования (+28%), а также потребительских кредитов (+17%). С января по октябрь 2023 года петербуржцы оформили в «Сбере» потребительские кредиты более чем на 101,7 млрд рублей, это на 63% больше, чем в 2022 году. При этом 86% таких кредитов было оформлено онлайн (в прошлом году — 78%). Выдачи ипотеки выросли на 57%, при этом доля сделок на первичном рынке за десять месяцев составила 51%. Драйвером на первичном рынке остается льготная ипотека, в том числе для семей с детьми.

Росбанк за девять месяцев 2023 года увеличил общий розничный кредитный портфель на 20%, портфель кредитных карт — на 26%. В части кредитов наличными средние ежеквартальные выдачи по сравнению с прошлым годом выросли почти в четыре раза, рассказывает директор территориального офиса банка в Петербурге Елизавета Тимофеева. «Можно ожидать, что последнее повышение ключевой ставки значимо повлияет на динамику выдач новых кредитов в рознице, но приведет не к остановке рынка, а к его трансформации. Снизятся темпы выдач необеспеченных кредитов», — рассуждает госпожа Тимофеева.

В Почта-банке совокупные выдачи розничных кредитов с января по октябрь выросли на 24%, а в Санкт-Петербурге рост оказался выше — на 26%. Наиболее

значительный рост показал рынок товарных кредитов: на 54% в целом по стране и на 58% в Петербурге. Только в октябре 2023 года выдачи POS-кредитов выросли в два раза.

В текущем году первостепенное влияние на рынок оказали меры ЦБ по охлаждению кредитования: только за два месяца (октябрь и ноябрь) рынок снизился в среднем на 25% по отношению к августу, говорит директор департамента розничного кредитования Почта-банка Игорь Селезнев. Он полагает, что тренд сокращения рынка потребкредитования, вероятнее всего, сохранится до конца года, несмотря на высокий сезон и большую востребованность кредитования со стороны населения.

«Точно можно сказать, что при прочих равных клиенты теперь обращают большее внимание на залоговое кредитование, потому что это может повлиять на ставку», — отмечает госпожа Тимофеева. Так, сегодня именно льготные ипотечные программы являются одним из ключевых драйверов спроса на жилье и ипотечные кредиты. Это связано с тем, что ставка по ним сегодня существенно ниже рыночной.

В сегменте автокредитования выдачи в Росбанке увеличились в третьем квартале на 64% по сравнению со вторым кварталом и почти в 2,5 раза по сравнению с первым, добавляет госпожа Тимофеева. Такую динамику можно объяснить ожиданием очередного повышения цен на автомобили и ставок по кредитам. Росту также способствовали программы льготного автокредитования, хотя они и распространяются далеко не на все категории населения.

ВТБ в октябре зафиксировал максимально высокий спрос на автокредиты в Санкт-Петербурге: более 1,8 тыс. кредитов на сумму свыше 2,8 млрд рублей, что на четверть по количеству и на 30% по объему превышает результат сентября. «Клиенты стремились приобрести авто на фоне ожидания очередного повышения ключевой ставки и изменения курса рубля. До конца года мы ожидаем сохранения спроса на высоком уровне. Несмотря на рост ставок, рынок поддерживают расширение ассортимента китайских машин, параллельный импорт, увеличение числа субсидированных программ», — сообщили в пресс-службе банка.

СТОИМОСТЬ ПРОДОЛЖИТ РАСТИ Повышение ключевой ставки, начавшееся во втором полугодии 2023 года, смогло снизить темпы роста потребительского кредитования: в октябре прирост составил 1,1% после сентябрьских 1,5%, обращает внимание ведущий аналитик компании «Цифра брокер» Даниил Болотских. «Средневзвешенные ставки по кредитам физлицам со сроком более одного года остались на уровне 12,1–12,5%. Тем временем ставки со сроком менее года начали расти и уже по итогам сентября превысили 20%. Мы ожидаем, что стоимость кредитов со сроком менее одного года продолжит расти и дальше», — указывает аналитик.

В третьем квартале 2023 года рынок кредитования физлиц рос скорее по инерции, поскольку многие банки сохраняли выгодные низкие процентные ставки по потребительским кредитам, а также в связи с отпускным сезоном и началом нового учебного года, отмечает Наталья Мильчакова, ведущий аналитик Freedom Finance Global. А в четвертом квартале, когда ключевая ставка

взлетела до 15% годовых, рост объемов выданных кредитов может если не прекратиться, то сильно замедлиться, считает она.

Основным драйвером в рознице, по мнению госпожи Мильчаковой, скорее всего, останутся льготные ипотечные программы, но и их рост может замедлиться в связи с повышением минимальной суммы первоначального взноса. Процентные ставки по коммерческой ипотеке во втором полугодии 2023 года значительно выросли и в среднем в крупнейших банках составляют от 14–17% годовых. Ставки процента по необеспеченным потребительским кредитам увеличились до 19–22% годовых, по автокредитам без госпрограммы — до 16–17% годовых, перечисляет госпожа Мильчакова. «Мы прогнозируем, что по итогам 2023 года, с учетом замедления в четвертом квартале, объем рынка розничного кредитования в РФ увеличится на 14–16%», — говорит она.

Алина Бажулина, управляющий филиалом Форбанка в Санкт-Петербурге, отмечает в числе тенденций, что рост розничного кредитного портфеля обеспечивает не столько увеличение количества заявок, сколько увеличение запрашиваемых сумм, что связано с инфляцией. «Индексация заработной платы не покрывает роста цен на покупаемые вещи, делая кредиты все менее доступными для широких слоев населения. Геополитические факторы также оказывают влияние на состояние экономики, адаптивность и устойчивость бизнеса и, естественно, на платежеспособность частных лиц», — говорит госпожа Бажулина. В связи с этим, а также с повышением ключевой ставки и уменьшением доступности ипотеки она не ждет серьезного роста розничного кредитования в первой половине 2024 года.

Господин Селезнев полагает, что ввиду ужесточения денежно-кредитной политики Банка России в следующем году рынок ждет охлаждение объема продаж потребительского кредитования на уровне 15%. В условиях ограничительных мер фокус сместится в сторону залогового кредитования — классических ипотечных кредитов на приобретение жилой недвижимости, а также кредитов под залог имеющего движимого и недвижимого имущества, добавляет банкир.

Господин Горшков прогнозирует, что в следующем году рынок ожидает стагнация, поскольку ключевая ставка будет близка к текущему уровню большую часть года. «Надеемся, что регулятор сможет выполнить необходимые таргеты по инфляции, что поможет банкам вернуться к фазе роста кредитного рынка и развитию программ рефинансирования», — говорит эксперт. Сам ЦБ прогнозировал, что на фоне жесткой монетарной политики и ограничительных регуляторных мер темпы роста розничного кредитования в следующем году снизятся до 5–10% с ожидаемых 20–23% по итогам 2023 года. ■

ОБЩАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ ПО КРЕДИТАМ ФИЗИЦАМ В ПЕТЕРБУРГЕ, ПО ДАННЫМ БАНКА РОССИИ, ЗА ЯНВАРЬ — ОКТЯБРЬ ВЫРОСЛА НА 17,4%, ДО 1,8 ТРЛН РУБЛЕЙ



МАЛЫЙ БИЗНЕС ОСТАЛСЯ НА МЕСТЕ

СОВОКУПНЫЙ ОБОРОТ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ПЕТЕРБУРГЕ В 2023 ГОДУ НЕ ИЗМЕНИЛСЯ ОТНОСИТЕЛЬНО 2022 ГОДА. ПРИ ЭТОМ КОМПАНИИ НАРАЩИВАЛИ КРЕДИТНЫЕ ПОРТФЕЛИ. РОСЛИ СЕГМЕНТ ТОРГОВЛИ (В ТОМ ЧИСЛЕ E-COMMERCE) И СЕКТОР ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

ОЛЬГА ГОЛОВИНА

По последней оценке Петростата, обнародованной в минувшем сентябре, совокупный оборот малых предприятий Петербурга в первом полугодии 2023 года составил 1,48 трлн рублей (показатель не менялся год к году). При этом самый ощутимый рост (47,3%) показала отрасль торговли и ремонта автотранспортных средств (700,2 млрд рублей), а также обрабатывающие производства — 17,8% (263,6 млрд).

Как сообщили изданию в пресс-службе комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга (КППИТ), на конец первой декады декабря 2023 года в городе стало на 2,4% больше субъектов малого и среднего бизнеса (МСБ), их число достигло 336,6 тыс. За 11 месяцев 2023 года выросло на 27,4% и количество самозанятых граждан: с 430,3 до 592,8 тыс. человек.

ТОРГОВЛЯ И ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В ТОПЕ

Как отмечают в комитете, доля занятых в сфере малого бизнеса в общей занятости Петербурга растет последние несколько лет. «Если в 2020 году малый и средний бизнес давал 45% занятости, то в 2021-м — уже 58,4%, а 2022-м превысил 63%, тогда как в среднем по России — 30–40%», — комментируют в комитете. Отраслевая структура Петербурга сильно диверсифицирована. В лидерах торговля (29%), но большую долю занимает и промышленный сектор. В частности, торговый сегмент МСБ вырос за счет развития e-commerce: по итогам девяти месяцев 2023 года доля интернет продаж в общем объеме розничного товарооборота составила почти 20%. «Это вывело наш город на первое место среди всех субъектов России», — сообщили в КППИТ.

«Торговые» данные комитета дополняют аналитики сервиса «ЮKassa» (сервис для приема онлайн- и офлайн-платежей «ЮMoney»). «За 11 месяцев 2023 года самый заметный рост оборотов в среднем сегменте: у магазинов электроники (+69%), косметики и товаров для здоровья (+ 48%), а также у продавцов автозапчастей (+36%) и оборудования (+28%). Петербургские магазины одежды и обуви нарастили обороты на 10%, а продавцы сувениров и товаров для хобби — на 13% год к году. В малом сегменте похожая динамика: по росту оборотов лидируют магазины бытовой техники и электроники (+88%), продуктов (+51%), а также книжные магазины (+28%) и продавцы сувениров (+18%)», — перечислили аналитики сервиса.

МСБ ЗАМЕНИТ ВЫБЫВШИХ

Рост деловой активности МСБ в городе подтверждают и в ГК «Альфа-Лизинг» «Общий индекс RSBI (индекс деловой активности МСБ) в Санкт-Петербурге во втором квартале 2023 года достиг максимума: 53,1 пункта», — комментирует руководитель отдела по работе со средним корпоративным бизнесом «Альфа-Лизинга» Александр Анкушин. По его мнению, стимул к развитию дали меры господдержки: финансовые, социальные (образовательные программы) и инфраструктурные (площадки для закупок, реестры IT-компаний), а также снижение административной нагрузки.

«В уходящем году не оправдались пессимистические прогнозы относительно экономики Петербурга: 2023 год оказался достаточно удачным как для промышленности региона вообще, так и для сегмента МСБ. Активно развивались пищевая отрасль, судостроение, производство радиоэлектроники и ПК, энергомашиностроение, металлообработка. Это позволило нарастить объемы бизнеса и малым, и средним предприятиям, которые вовлечены в кооперацию в данных отраслях», — поделился оценкой генеральный директор ГК «Трайв» Владимир Леваков.



ЕСЛИ В 2020 ГОДУ МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС ДАВАЛ 45% ЗАНЯТОСТИ ПО ПЕТЕРБУРГУ, ТО В 2021-М ЭТОТ ПОКАЗАТЕЛЬ ВЫРОС ДО 58,4%, А 2022-М ПРЕВЫСИЛ 63%, ТОГДА КАК В СРЕДНЕМ ПО РОССИИ — 30–40%

По словам собеседника издания, на фоне ухода с российского рынка ряда западных компаний, ранее представленных в системных отраслях, а также сокращения импорта в регионе появились новые возможности, в том числе для предприятий МСБ. «В области производства автокомпонентов это уже есть, а в мебельном производстве — должно происходить с ускорением, так как предложение сократилось, а темпы строительства и сдачи недвижимости остаются существенными. В сфере услуг по обработке метизов спрос по-прежнему превышает предложение», — отмечает господин Леваков.

С тезисами спикера согласен и заместитель председателя правления СДМ-банка Вячеслав Андриюшкин. «Главный тренд, который продолжил укрепляться в этом году, — замещение российскими компаниями ниш, которые освободились в связи с уходом зарубежных игроков. Мы видим, как активно этой возможностью пользуется МСБ, который сумел адаптироваться, наладить новые каналы закупок, переориентироваться на новых поставщиков и перестроить логистические цепочки», — комментирует топ-менеджер.

Впрочем, в 2023 году картина развития малых и средних предприятий в городе была не совсем уж благой, поскольку экономические и кадровые проблемы коснулись МСБ в большей степени, чем крупных игроков. «Представители малого и среднего бизнеса переживают турбулентность экономики гораздо сложнее, чем крупные предприятия. Кроме того, в мегаполисе достаточно сложно найти нишу и занять в ней даже незначительную долю: нужно иметь компетенции, кадры, капитал, чтобы быстро расти», — рассуждает господин Анкушин. — Однако развитие малого и среднего бизнеса неразрывно связано с развитием города, которому свойственны региональная дифференциация и высокая конкуренция за интеллектуальный кадровый ресурс».

Эксперты считают перспективными направлениями развития МСБ в регионе IT и технологии, экологию, здравоохранение и образование.

ЭКСПОРТНЫЙ ПРОДУКТ

Еще один тренд, связанный с уходом иностранных игроков с российского рынка, — это новые рынки экспорта и импорта. «Напри-

мер, в Петербурге значительно увеличился товарооборот с Индией. По итогам 11 месяцев 2023 года объем операций с индийскими контрагентами через филиал „Сбера“ вырос по отношению к аналогичному периоду 2022 года в восемь раз», — дополнили в пресс-службе Северо-Западного банка Сбербанка.

Как сообщили в КППИТ, в Петербурге работает более 6 тыс. экспортеров. «Их количество увеличивается каждый год. Рост объема экспорта в дружественные страны за первое полугодие 2023 года составил 88% по сравнению с январем — июнем 2022 года», — комментируют в пресс-службе комитета. В структуре Смольного напомнили о финансовых и нефинансовых мерах господдержки экспортеров из числа МСБ, которыми занимается АНО «Санкт-Петербургский центр экспорта».

КРЕДИТЫ И ГОСПОДДЕРЖКА

Как уверяют в КППИТ, несмотря на растущую ставку ЦБ, ситуация с доступностью кредитования в городе остается положительной. «Во многом это стало возможно благодаря мерам поддержки бизнеса со стороны государства», — сообщили в ведомстве. Действительно, льготные займы продолжают пользоваться высоким спросом, подтвердили в Северо-Западном Сбербанке. «В Петербурге с начала 2023 года только по программе Минэкономразвития с клиентами малого и микробизнеса Сбербанк заключил около 400 договоров на 2,5 млрд рублей», — предоставили внутреннюю статистику в банке.

По оценкам «Альфа-Лизинга», адаптировавшийся к санкциям малый и средний бизнес города нарастил кредитный портфель на 137%. «Общая сумма займов в Петербурге превысила 31 млрд рублей. Это свидетельствует о том, что малый и средний бизнес в регионе продолжает развиваться, в том числе — при помощи господдержки», — утверждает господин Анкушин.

Среди региональных мер поддержки МСБ в КППИТ перечислили гранты социальным и молодым предпринимателям; субсидии промышленным предприятиям на возмещение лизинговых платежей за приобретаемое оборудование; субсидии на обучение кадров, поручительства до 100 млн рублей и займы до 5 млн под

1–5% от Фонда содействия кредитованию субъектов МСП и Фонда микрофинансирования субъектов МСП, а также финансовую поддержку Фонда развития промышленности по 14 программам (от 5 до 700 млн рублей под 1–6%).

По мнению руководителя дирекции стратегических исследований и анализа фонда «Наше будущее» Михаила Космачева, одна из лучших практик Петербурга по поддержке социального бизнеса — налоговые льготы. «В 2022–2024 годах властями города был сокращен на 50% налог на имущество для организаций культуры, искусства, образования, физической культуры, здравоохранения и социального обеспечения при условии поддержания заработной платы не менее минимальной по городу», — вспоминает господин Космачев. С господдержкой он связывает рост числа организаций МСБ в сфере социального предпринимательства.

ЦИФРА В ПОМОЩЬ

По наблюдениям экспертов, в последние годы бизнес, в том числе МСБ, стал более технологичным. Член экспертного совета при комитете Госдумы РФ по МСП и CEO ИТ-компании RC Group Мария Михайлова отметила, что под воздействием цифровизации в последний год малый и средний бизнес в Петербурге претерпел «значительные изменения». «Рост онлайн-торговли привел к тому, что малые бизнесы все чаще открывают интернет-магазины и предлагают услуги доставки, что позволяет им расширять аудиторию и увеличивать объем продаж. Цифровизация позволяет малым компаниям организовать удаленную работу и использовать облачные технологии для управления бизнесом, что способствует повышению эффективности и снижению издержек. Также малый бизнес все чаще использует данные и аналитику для улучшения бизнес-процессов, принятия решений и понимания потребностей клиентов», — перечисляет госпожа Михайлова.

Господин Андриюшкин отмечает развитие полезных цифровых сервисов для бизнеса: личный кабинет налогоплательщика, проверка контрагента, онлайн-кассы, информационный сервис «мойбизнес.рф», сервисы по ЭДО. ■

«ГОСПРОГРАММЫ ДЕМОНИСТРИРУЮТ ВЫСОКУЮ ДОСТУПНОСТЬ В СРАВНЕНИИ С ТРАДИЦИОННЫМИ КРЕДИТНЫМИ ПРОДУКТАМИ»

В СЕГМЕНТЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В НЫНЕШНЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ ОСТРО СТОИТ ВОПРОС ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ, СВЯЗАННЫХ С ВАЛЮТНЫМИ КОЛЕБАНИЯМИ, ИЗМЕНЕНИЕМ ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК И РЫНОЧНОЙ КОНЬЮНКТУРОЙ. В ПРЕОДОЛЕНИИ КРИЗИСНЫХ МОМЕНТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ ПОМОГАЮТ КРЕДИТЫ НА РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, СЧИТАЮТ В НКО «ФОНД СОДЕЙСТВИЯ КРЕДИТОВАНИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА». О КРЕДИТОВАНИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КОРРЕСПОНДЕНТУ BUSINESS GUIDE ПОЛИНЕ ПУЧКОВОЙ РАССКАЗАЛА **АЛЕКСАНДРА ПИТКЯНЕН**, ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ФОНДА.

BUSINESS GUIDE: Расскажите кратко о фонде.

АЛЕКСАНДРА ПИТКЯНЕН: С 1 июля 2023 года Фонд содействия кредитованию передал функции государственной МФО НКО «Фонд микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства, микрокредитная компания». Оба фонда являются частью инфраструктуры «Мой бизнес» и участниками национального проекта «Малое и среднее предпринимательство». Таким образом, основная их цель — обеспечить равный доступ субъектов МСП к кредитным и иным финансовым ресурсам.

BG: Какие тенденции сейчас в сфере кредитования МСП?

А. П.: Цифровизация процессов, которая ускоряет процедуру оценки кредитоспособности и принятия решений. Развиваются альтернативные инструменты финансирования. Уделяется внимание стартапам и инновациям за счет создания для них более гибких условий кредитования. Со стороны государства — сильная поддержка субъектов МСП и увеличение доступности финансирования. Эти тенденции помогают малому и среднему бизнесу расти, развиваться и внедрять инновации.

BG: А какие тенденции в сегменте кредитования малого и среднего бизнеса с точки зрения банкиров?

А. П.: Например, широкий спектр государственных инициатив. Банки активно участвуют в государственных программах поддержки МСП, предоставляют льготные кредиты и банковские гарантии. Совершенствуются методы анализа данных, модели оценки кредитоспособности, что помогает сокращать риски и предлагать МСП более выгодные условия кредитования.

BG: Расскажите про программы, которые сейчас действуют у вас для МСП. Что есть для самозанятых?

А. П.: Фонд содействия кредитованию предоставляет малому и среднему бизнесу возможность воспользоваться поддержкой в виде поручительств по кредитам и банковским гарантиям в размере до 100 млн рублей и до 50% от размера кредитного продукта при наличии собственного обеспечения не менее 30% от суммы обязательств. Также предприниматели могут обратиться в Фонд микрофинансирования, который предоставляет займы с залоговым обеспечением и без него в размере до 5 млн рублей под процентные ставки не выше 5% годовых. Начиная с 1 января 2023 года МСП могут рассчитывать на средства до 1 млн рублей под поручительство, а свыше 1 млн, но не более 5 млн рублей, — под залог имущества. Займы предоставляются на срок до 24 месяцев под 3–5% годовых в зависимости от вида деятельности. Самозанятым гражданам выдаются беззалоговые займы в размере до 500 тыс. рублей на срок до 24 месяцев под 3% годовых.

BG: Объем помощи предпринимателям в 2023 году оказался прежним или были сдвиги в какие-либо стороны?

А. П.: Предварительные итоги этого года превышают показатели 2022 года по количеству поступивших обра-



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

щений за помощью. Спрос на поручительства превышен более чем на 30%, льготное финансирование — на 32%.

BG: Бизнес стал чаще обращаться в организации за поддержкой? С чем это связываете?

А. П.: Да, стал. Связываем с периодами финансовых трудностей, вызванных экономической нестабильностью или другими факторами. Также в последнее время бизнес сталкивается с кризисными экономическими ситуациями: пандемия, санкции. В таких ситуациях государственная помощь может представлять собой важный источник финансирования. Госпрограммы поддержки предлагают МСП доступ к льготным кредитам, гарантиям и другим финансовым инструментам, зачастую более доступным, чем традиционные кредитные продукты.

BG: Можно сказать, что какие-то сферы бизнеса вы кредитуете чаще?

А. П.: Если говорить о гарантийной поддержке, оказываемой фондом, то 47% всех поручительств в 2023 году привлекалось торговыми компаниями. 37% — производственными. На долю строительных организаций приходится около 7% поручительств.

Структура заемщиков программы льготного финансирования несколько отличается: 31% обратившихся за займами в этом году относятся к производственным компаниям, 25% оказывают услуги населению, включая бытовые, оздоровительные и консультационные, лишь 19% являются торговыми организациями.

BG: Какова процедура получения займа через фонд?

А. П.: Она максимально упрощена. Заемщику необходимо собрать пакет документов в соответствии с правилами предоставления займов и обратиться в фонд, где

его проконсультирует специалист. В срок не более пяти дней проводятся экспертизы по оценке платежеспособности и деловой репутации заемщика. Затем в течение трех дней принимается решение и в случае положительного результата заключается договор займа, после чего средства займа перечисляются на расчетный счет заемщика.

BG: Какие критерии для вас важны при отборе заявок на получение кредита или поручительства?

А. П.: Важно наличие государственной регистрации и постановки на налоговый учет на территории Санкт-Петербурга. Отсутствие задолженности перед работниками по заработной плате, превышающей три месяца, и задолженности, превышающей 50 тыс. рублей, перед бюджетами всех уровней. А также отсутствие за шесть месяцев, предшествующих дате обращения, нарушений условий ранее заключенных кредитных договоров, договоров займа, лизинга и тому подобных.

BG: Были случаи, когда ваши клиенты перерастали из малого в средний бизнес?

А. П.: Это происходит довольно часто. Так, например, «Научно-производственное объединение „АМБ“» занимается разработкой и производством тепловизионных комплексов, создает собственное программное обеспечение для комплексных систем безопасности, производит оборудование на основе лазерных технологий. Такая продукция имеет широкое применение не только в оборонзаказе, но и при строительстве мостов и переправ, на железной дороге. Предприятие 12 раз обращалось в Фонд содействия кредитованию малого и среднего бизнеса за предоставлением поручительства, что позволило привлечь 318,4 млн рублей кредитных средств. Сейчас компания трансформировалась в средний бизнес и имеет огромный потенциал для развития.

BG: Сейчас сохраняется тенденция, что предприниматели движутся из микробизнеса в малый, далее — в средний, а затем — в крупный бизнес? Или растет популярность формата самозанятых?

А. П.: Тенденция сохраняется, хотя и с некоторыми оговорками. Поначалу многие предприниматели стартуют с микробизнеса, изначально небольшого по размеру, и постепенно развивают свое дело, увеличивая его масштаб и обороты. Этот процесс может быть обусловлен увеличением клиентской базы, расширением ассортимента продукции или услуг, использованием новых технологий или другими факторами.

Однако стоит учитывать, что не все микропредприятия стремятся к существенному увеличению масштабов своего бизнеса. Некоторые предпочитают сохранить эффективность и гибкость микробизнеса, не стремясь к его расширению. Иногда предприниматели развивают одновременно несколько организаций в различных сферах.

В целом механизм перехода в более крупные формы предприятий сохраняется, особенно когда бизнесу удается успешно адаптироваться к переменным рыночным условиям, внедрять инновационные решения, усовершенствовать свои продукты или услуги и эффективно управлять финансами.

BG: Какие сейчас для бизнеса основные риски, как думаете?

А. П.: Бизнес сталкивается с нехваткой ликвидности, неплатежеспособностью клиентов, валютными колебаниями и изменением процентных ставок. Риски, связанные с рыночной конъюнктурой. Изменения в потребительском спросе, налоговые и регуляторные изменения, а также расширение конкуренции могут негативно отразиться на бизнесе. И геополитические риски. Бизнесы, особенно работающие на международном рынке, подвержены рискам, связанным с политической нестабильностью, тарифными барьерами, изменением торговых отношений.

BG: Повышение ключевой ставки как-то сказалось на сфере?

А. П.: Это повлекло за собой рост рыночных ставок по банковским кредитам, при этом Фонд содействия кредитованию ввел ограничения по увеличению ставок в рамках кредитных договоров, обеспеченных поручительством фонда, — не более 25% годовых. Ставки в рамках программ Фонда микрофинансирования по-прежнему составляют от 1 до 5% годовых.

BG: Есть какие-то предложения от представителей МСП на создание новых программ?

А. П.: Мы всегда стараемся поддерживать диалог с представителями бизнес-сообщества и оказывать им своевременную помощь. А также прислушиваться к их предложениям и потребностям. Так, например, в этом году была создана новая беззалоговая программа для субъектов МСП сферы легкой промышленности и дизайна. Предприниматели могут получить поддержку до 5 млн рублей на срок до 36 месяцев под низкую процентную ставку от 1 до 5% годовых.

BG: Можете в цифрах подвести итоги 2023 года?

А. П.: За 11 месяцев 2023 года предоставлено 560 поручительств на общую сумму 8,3 млрд рублей, а объем обеспеченного финансирования достиг 19,4 млрд рублей. Это в 1,8 раза больше, чем в аналогичном периоде 2022 года. По программе микрофинансирования выдано 655 займов общим размером свыше 1,5 млрд рублей, количество заключенных договоров выросло на 55%.

BG: Какие цели ставите на грядущий год?

А. П.: В 2024 году фонд сосредоточится на поддержке начинающего бизнеса и планомерном развитии программы предоставления поручительств для представителей всех сфер предпринимательства Санкт-Петербурга. Так как гарантийная поддержка фонда как никогда востребована при привлечении заемных средств на развитие и расширение бизнеса. ■

ПРОФИЛАКТИЧЕСКИЕ ОСМОТРЫ ОЗДОРАВЛИВАЮТ РЫНОК

ЧАСТНАЯ МЕДИЦИНА ДО ПАНДЕМИИ COVID-19 ИМЕЛА СТАБИЛЬНЫЙ И ДОСТАТОЧНО ПРОГНОЗИРУЕМЫЙ РОСТ. ЗАТЕМ НАМЕТИЛАСЬ ОПРЕДЕЛЕННАЯ ВОЛАТИЛЬНОСТЬ В РАЗВИТИИ, КОТОРАЯ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ, ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, ВНОВЬ ПЕРЕХОДИТ В УСТОЙЧИВЫЙ РОСТ. ПРИ ЭТОМ, ПОМИМО ТРАДИЦИОННЫХ ОБРАЩЕНИЙ, ФОРМИРУЕТСЯ ТЕНДЕНЦИЯ К РОСТУ ПРОФИЛАКТИЧЕСКИХ МЕДОСМОТРОВ. ДОЛЯ ПАЦИЕНТОВ, КОТОРАЯ ЭТО ДЕЛАЕТ НА РЕГУЛЯРНОЙ ОСНОВЕ, ДАЖЕ ЕСЛИ ХОРОШО СЕБЯ ЧУВСТВУЕТ, РАСТЕТ. АНТОНИНА ЕГОРОВА

Во время пандемии, по словам экспертов, частная медицина пережила большое напряжение из-за работы на пределе мощностей, но в то же время и огромный рост. Резко увеличилась потребность не только в лабораторных и инструментальных исследованиях, но и в остальных медицинских услугах. Из-за перегруженности государственных учреждений люди стали чаще обращаться в частные клиники, чтобы получить своевременную помощь и не подвергать себя дополнительному риску подхватить вирус в очереди на прием. После окончания пандемии спрос на многие медицинские услуги значительно снизился. Люди стали меньше болеть, а организации перестали требовать сертификаты об отсутствии COVID-19. В этой сфере спрос рухнул практически одним днем, с выходом соответствующих правовых документов.

«Однако нужно понимать, что медицинские услуги — это не только мера экстренного реагирования. Снижение заболеваемости коронавирусом дало организациям возможность уделять больше внимания другим сложным направлениям: диагностике и лечению сердечно-сосудистых, онкологических, генетических заболеваний. Частные медицинские организации имеют возможность привлечь лучших специалистов и применять высокотехнологичные методы. Доверие к ним растет: к примеру, пациенты все чаще обращаются в частные клиники за вторым мнением», — поясняет Денис Банный, врач-эксперт лаборатории «Гемотест».

После пандемии рынок частной медицины Петербурга сохраняет устойчивые позиции. Несмотря на снижение общей напряженности населения в отношении своего состояния здоровья из-за COVID-19, продолжает набирать обороты тренд на профилактическую медицину. «Большое количество материалов и публикаций постковидного периода, доступных в СМИ и интернете, переориентирует многих наших граждан на своевременное обращение к врачам не только при появлении симптомов заболеваний, но и для консультаций и диагностики с целью предупреждения их возникновения. Причем возраст пациентов с таким запросом смещается и в более молодую категорию тридцатилетних. И здесь преобладают компетенции ведущих частных клиник, готовых к персонализированному подходу с использованием современных технологий», — отмечает Александр Солонин, генеральный директор Ассоциации частных клиник Санкт-Петербурга.

По-прежнему востребованными, по мнению эксперта, остаются диагностические чекапы с использованием широкого спектра лабораторной и инструментальной базы частных клиник. Продолжают быть актуальными такие специализированные направления, как офтальмология, онкология, кардиология, а также гинекология, ЭКО, урология и, конечно, педиатрия. «Увеличивается объем по направлениям эстетической медицины, особенно пластической хирургии, которая в Санкт-Петербурге исторически имеет высокий уровень качества и главное — удовлетворенности пациентов результатами работы хирургов в ведущих частных клиниках. Петербург продолжает оставаться центром внутреннего медицинского туризма для пациентов из других регионов за счет оптимального соотношения цены и качества медицинских услуг», — добавляет господин Солонин.



СНИЖЕНИЕ НАГРУЗКИ НА МЕДУЧРЕЖДЕНИЯ ИЗ-ЗА КОРОНАВИРУСА ДАЛО ИМ ВОЗМОЖНОСТЬ УДЕЛЯТЬ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ ДРУГИМ СЛОЖНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ: ДИАГНОСТИКЕ И ЛЕЧЕНИЮ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТЫХ, ОНКОЛОГИЧЕСКИХ, ГЕНЕТИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ

При этом менее востребованными стали услуги стоматологии, эксперты отмечают снижение объемов рынка до 10%, что обусловлено, во-первых, сравнением с периодом пиковой обращаемости в период сразу после пандемии из-за отложенного спроса. Во-вторых, повлияли экономическая нестабильность, сложности с поставками, обострение конкуренции за кадры и инфляционный рост всех видов издержек. Есть и снижение по некоторым видам лабораторной диагностики и КТ-исследованиям, которые были на пике во время пандемии.

По мнению Игоря Гаспера, заместителя генерального директора клиники «Доктор Натуропатов», за последние годы также снизился спрос на лучевую диагностику и лабораторные услуги, что вполне объяснимо, так как исследования и анализы, связанные с COVID-19, стали гораздо менее востребованы, в том числе и по психологическим причинам. Люди уже не бегут сдавать тесты при любом «чихе».

Виктор Дубровня, генеральный директор сети клиник «Ниармедик», входящей в «Доктор рядом Холдинг», выделяет несколько основных тенденций на рынке частной медицины. Первая — рост гибридной медицины

(соединение онлайн и офлайн). Например, анализы сдаются в клинике, а консультации с врачом идут с помощью инструментов телемедицины. Вторая — интерес к превенции и заботе о здоровье. Третья — активное внедрение цифровых помощников на базе искусственного интеллекта.

Что касается Петербурга, то, по словам Владислава Туликова, главного врача многопрофильной клиники «Источник», члена Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты, объем рынка медицинских услуг в городе стабилизировался после снижения в предыдущем пандемийном периоде и в период экономической нестабильности последних лет. «Если сравнивать пациентопотоки двух периодов, то в начале пандемии наблюдался спад, но постепенно все восстановилось и сейчас приравнивается к допандемийному 2019 году. Изменения же, происходящие на рынке с 2022 года, по большей части связаны с повышением стоимости медицинских услуг за счет удорожания расходных материалов и медикаментов, связанных с инфляцией и изменением логистики. На сегодняшний день рынок растет и будет расти в перспективе: пациент заинтересован в получении

качественной медицинской помощи, ее доступности и высоком уровне сервиса», — поясняет он.

ЛАБОРАТОРНЫЕ ИСТОРИИ При этом, по словам экспертов, медицинские организации, которые в период пандемии сделали ставку только на узкоспециализированную диагностику, сегодня вынуждены либо расширить свою деятельность, либо передать мощности другим брендам с высокой репутацией и устойчивым потоком пациентов еще до пандемии. «В этом плане медицинский бизнес имеет свою отраслевую специфику в отличие от обычной сферы услуг, так как медицина сама по себе достаточно консервативна. Как правило, быстрый вход и быстрый выход с рынка медицинских услуг — это убыточная инвестиционная стратегия. Частная медицина — это успех в долгосрочной перспективе, поэтому пользующиеся заслуженным авторитетом и доверием частные клиники смогли во время ковида выделить ресурсы и сконцентрировать их для необходимого большого объема диагностики, а по окончании пандемии переориентировать ресурсы на другие направления», — поясняет господин Солонин. ➔ 8

«МЫ НАХОДИМСЯ В АВАНГАРДЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ МЕДИЦИНЫ»

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ В ПЕТЕРБУРГЕ НА БАЗЕ СЕТИ КЛИНИК МЕДСИ ФОРМИРОВАЛИСЬ ЦЕНТРЫ МЕДИЦИНСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ МЕЖДУНАРОДНОГО УРОВНЯ. РЕЧЬ ИДЕТ ОБ ОНКОЛОГИЧЕСКОЙ И УРОЛОГИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ, ПРЕВЕНТИВНОЙ МЕДИЦИНЕ, А ТАКЖЕ О ДЕТСКОЙ ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ. О ТОМ, КАК РАЗВИВАЕТСЯ СОВРЕМЕННАЯ МЕДИЦИНА СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ, КОРРЕСПОНДЕНТУ BUSINESS GUIDE ОЛЬГЕ ГОЛОВИНОЙ РАССКАЗАЛ ГЛАВНЫЙ ВРАЧ И ДИРЕКТОР КЛИНИКИ МЕДСИ В ПЕТЕРБУРГЕ **ВЛАДИМИР ОСТРОМЕНСКИЙ**.

BUSINESS GUIDE: Владимир Владимирович, расскажите пожалуйста, как прошел год у петербургской сети клиник МЕДСИ?

ВЛАДИМИР ОСТРОМЕНСКИЙ: Этот год стал годом развития для нашей сети клиник в Санкт-Петербурге. Мы выросли с медицинской точки зрения. Максимально эффективно в уходящем году развивалось наше онкологическое направление: мы стали устойчивым оператором онкологической помощи как в регионе, так и в межрегиональном формате.

Это стало возможным потому, что мы предлагаем комплексную помощь. Речь идет о хирургическом лечении онкологических заболеваний и химиотерапевтическом сопровождении наших пациентов, мы используем оригинальные препараты. В целом устойчивость, которую обеспечивает компания МЕДСИ, дает возможность оказывать помощь на самом высоком уровне.

Очень продвинулось вперед наше отделение детской пластической хирургии — Центр гигантских невусов. Это тоже наша большая заслуга, мы становимся мировыми лидерами именно в этом направлении, делаем уникальные операции как в стране, так и в мире за счет наших технологических и прежде всего врачебных возможностей.

Успех этого года — получение лицензии на высокотехнологичную медицинскую помощь сразу по шести направлениям. Начиная с 2024 года мы планируем работать и помогать в рамках этих направлений. Кроме того, к нашей команде присоединяется много известных докторов. Мы смогли стать интересным работодателем: доктора сейчас выбирают нас, поскольку коллектив и условия, которые предоставляет МЕДСИ, позволят им реализовывать свои амбиции и помогать пациентам на высоком уровне.

Если говорить про бизнес, то уже со второй половины года мы вышли на устойчивый рост, по итогам 2023 года мы ожидаем удвоения выручки относительно предыдущего года. Мы планировали в этом году достичь миллиардной выручки и уже достигли этой цели. Наши экономические результаты были бы невозможны без развития медицинских компетенций.

BG: Спрос на какую медицинскую помощь можно назвать самым высоким и каковы критерии выбора в пользу вашей клиники?

В. О.: МЕДСИ в Санкт-Петербурге в прошедшем году укрепила свои позиции одного из ведущих центров урологической помощи. Подтверждением тому можно считать то, что к нам прилетают люди из других регионов: из Калининграда, Хабаровска, Петропавловска-Камчатского. У нас большой поток именно урологических операций. В стране приобретают известность наши специалисты. Например, урологическое отделение возглавляет один из лучших урологов Петербурга — Илья Александрович Назаров. Наши доктора выполняют операции любого уровня сложности. И с точки зрения диагностики и лечения мы закрываем практически любые потребности наших пациентов.

Второе направление — онкология. Мы занимаемся комплексным лечением онкогинекологических и онкоурологических заболеваний, проблемами молочной



железы, химиотерапевтическим сопровождением. Сегодня это наш топ запросов. Нас выбирают, поскольку мы фактически являемся центром компетенции по этим направлениям и не только.

BG: Вы упомянули Центр лечения гигантских невусов, который открылся осенью 2021 года в Петербурге. Расскажите об итогах его более чем двухлетней работы?

В. О.: Это наша жемчужина, гордость нашей клиники и уникальная экспертиза. Даже в нынешнее непростое время к нам приезжают пациенты из других стран, в том числе из Европы, чтобы решить свою проблему. По данным на октябрь, мы выполнили около 900 операций по удалению невусов (гигантских родимых пятен), и не только на лице, но и на других частях тела как у малышей, так и у взрослых людей. Для сравнения, во всем мире, по данным доступных научных исследований, проведено около 650 таких операций. То есть мы являемся в этой конкретной сфере мировым лидером.

А буквально на днях мы освоили еще одно направление в рамках проблематики: начали трансплантацию волос детям, которые были прооперированы по поводу наличия гигантских невусов. Дело в том, что кожа на волосистой части головы, где был невус, или где родимое пятно заходило на бровь, удаляется и полностью восстанавливается за счет здоровой кожи. Но на этой коже не растут волосы. Для социальной адаптации пациентов после удаления невусов этот момент крайне важен. До сегодняшнего дня проблема отсутствия волос решалась ношением накладок или татуажем. Но уже 8 декабря впервые в клинике МЕДСИ Санкт-Петербург и впервые в России были проведены операции по трансплантации волос у малышей после удаления невусов. Два первых пациента сейчас находятся в послеоперационном периоде. Мы уверены, что у них все будет хорошо. И с этого момента начнется новый этап развития комплексной помощи пациентам с гигантскими невусами.

Отмечу, что раньше у нас была узкая экспертиза конкретно по лечению невусов, а уже сегодня речь идет о большом числе пациентов с распространенными ожогами головы и других частей тела. Точно так же, по нашей

уникальной методике, мы восстанавливаем кожу: суть в постепенном растягивании кожи с помощью специальной методологии, с последующей пересадкой этого избыточного участка кожи для замещения поврежденного участка.

После таких операций детки становятся здоровыми и могут полноценно радоваться жизни. Для нас это большая победа. Пожалуй, это главные итоги работы нашего центра.

BG: Каковы современные подходы в области ранней диагностики социально значимых заболеваний, которые практикуются в клинике?

В. О.: Мы стараемся пропагандировать их ранее выявление, активно участвуем в программах превентивной диагностики. Мы абсолютно точно попадаем в мировой тренд, эффективно лечим тяжелые социально значимые заболевания, в том числе сердечно-сосудистую патологию и онкологическую патологию, за счет того, что рано выявляем данные проблемы.

Со второй половины 2023 года мы видим растущий интерес пациентов к программам диспансеризации, в рамках которых мы их обследуем и проактивно напоминаем о необходимости регулярного обследования. Медицина профилактики, или превентивная медицина, становится выбором наших пациентов.

BG: Большой ли запрос на корпоративные чекап-программы?

В. О.: Да, целые коллективы активно включаются в работу профилактической медицины, сотрудники компаний приходят к нам для регулярного чекапа.

У нас целый пул корпоративных партнеров. На сегодняшний день очень много работодателей активно занимается здоровьем своих сотрудников. Они понимают, что сотрудник, который уделит профилактической диагностике три-четыре часа времени, получил полную картину состояния своего здоровья и решил проблемы. Если этого не делать, а проблемы есть, в течение всего рабочего года сотрудник будет «выпадать» из рабочего процесса по больничному листу нетрудоспособности. Профилактика позволяет этого избежать.

BG: А что сегодня в себя включает высокотехнологичная помощь и каких успехов благодаря ей удается достичь?

В. О.: МЕДСИ находится в авангарде высокотехнологичной медицины. Наша миссия в том, чтобы делать достижения современной медицинской науки доступными каждому. Мы непреложно следуем этому принципу.

Наша клиника оснащена высокотехнологичным медицинским оборудованием. Это четыре оборудованных высокотехнологичных операционных (одна из них — для малых операций), где установлено современное диагностическое оборудование. Действует своя лаборатория, которая позволяет в режиме реального времени получать результаты анализов пациентов — как амбулаторных, так и стационарных.

BG: Насколько остро стоит вопрос цифровизации в клинической практике?

В. О.: Цифровизация медицины — еще один тренд, который позволяет быстро помогать пациентам. Для этого у нас есть единая информационная система на базе искусственного интеллекта (ИИ), которая позволяет полу-

чить полную информацию о пациенте, в какую бы клинику МЕДСИ он ни обращался. Мы оперативно получаем результаты анализов, исследований, которые необходимы. «Цифровой след» нашего пациента зафиксирован с его первого обращения в клинику. За счет анализа медицинских данных мы можем быстро принимать решение о применении того или иного метода лечения.

У нас есть цифровые помощники для принятия врачебных решений, которые позволяют врачу на высоком уровне помогать пациентам. В информационную систему «защиты» решения, которые помогают не только поставить диагноз, но и определить, какие именно обследования необходимы данному пациенту и какие методы лечения предпочтительны для него. С каждым днем, анализируя данные, мы выбираем лучший путь для конкретного пациента на основе доказательной медицины. Конечно, это заслуга и наших цифровых инструментов.

Сегодня в компании идут процессы интеграции цифровых решений для всех клиник сети МЕДСИ. Это залог нашего развития и залог нашей стратегической устойчивости.

Мы развиваем цифровые инструменты не только внутри клиники, но и во внешнем взаимодействии с пациентами. Пример — приложение SmartMed для наших пациентов, которое интегрировано в мобильные телефоны. Оно дает огромный спектр возможностей: получение результатов анализов и исследований, иногда даже быстрее, чем их увидит врач, возможность выбора времени профилактического приема, календарь вакцинаций и профилактических чекапов, телемедицинское консультирование с мобильного устройства. Приложением можно воспользоваться в любой точке мира.

BG: Поделитесь, пожалуйста, планами МЕДСИ на будущий год?

В. О.: Мы активно предлагаем свою помощь городу, участвуя в программе государственных гарантий оказания медицинской помощи гражданам нашей страны. Мы готовы помогать пациентам в рамках ОМС — это один из наших ключевых каналов. Мы помогаем жителям как Петербурга, так и других регионов.

С 2024 года сможем оказывать высокотехнологичную помощь в рамках ОМС. Это новое для нас направление. Несмотря на то, что мы давно оказываем высокотехнологичную помощь на коммерческой основе, опыт работы в рамках ОМС для сети МЕДСИ в Петербурге будет первым.

Конечно, мы продолжим развивать и дальше онкологическую помощь, в топовом направлении — урологии. Мы привлекаем новых специалистов, усиливая команду. Мы намерены стать центром компетенции по урологии в Северо-Западном регионе.

В 2024 году в МЕДСИ мы намерены развивать важное направление в сфере лечения сердечно-сосудистых заболеваний на базе центра липидологии МЕДСИ в Москве. Именно кардиологическая помощь с акцентом на липидологию — это современный тренд профилактики и лечения сердечно-сосудистых заболеваний. В этом направлении мы уже начали работу. С точки зрения роста клиник сейчас мы также формируем стратегию развития в регионе с учетом вызовов рынка. ■

6 → По словам господина Банного, период пандемии многие организации использовали для роста бизнеса: активно обновляли диагностическое оборудование, расширяли сеть клиник и лабораторий. Окончание пандемии, которое совпало с рядом геополитических событий, большинство медицинских компаний поставило в затруднительное положение. Из-за нарушения логистических связей и колебаний курса валют стали недоступны многие расходные материалы, реагенты, запасные части для ремонта оборудования, программное обеспечение. Себестоимость медицинских манипуляций выросла. В то же время сократилась и покупательная способность граждан: люди стали больше экономить и реже обращаться за помощью в частные клиники, определенная доля платежеспособных пациентов покинула страну.

«Это стало настоящим вызовом для всех игроков рынка. Компании прошли сложный путь адаптации к новым условиям, оптимизации расходов, создания новых продуктов и услуг, которые бы отвечали изменившимся потребностям рынка. Сейчас большое внимание уделяется наращиванию компетенций в узких сферах (онкология, генетика), созданию пакетов услуг. Все это дает свои плоды: клиники и

лаборатории становятся не просто более быстрой и комфортной альтернативой поликлиникам, но и формируют уникальные компетенции, за которыми пациенты приходят целенаправленно», — считает господин Банный.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ По мнению экспертов, в первую очередь будет развиваться наметившаяся тенденция разворота в сторону превентивной медицины. Продолжат развитие и частные диагностические центры, поскольку они помогают сэкономить самый важный ресурс — время. Также, оценивая динамику рынка частных медицинских клиник, господин Тупиков отмечает укрупнение медицинских организаций за счет объединения более мелких с более крупными игроками рынка с образованием больших медицинских сетей.

«Еще одна зона роста для частных медорганизаций — сотрудничество с государством. Уже сегодня оно привлекает частные клиники для работы с пациентами в рамках ОМС, с лабораториями сотрудничают многие крупнейшие государственные медицинские центры. Есть все предпосылки для того, чтобы частные организации все сильнее вовлекались в сектор обязательного меди-

цинского страхования. Это позволит значительно улучшить качество услуг, разгрузив систему здравоохранения», — добавляет Денис Банный.

В целом же перспективы развития частной медицины в ближайшее время, скорее всего, будут связаны с решением проблем, связанных с экономической и геополитической нестабильностью. По словам Александра Солонина, это, безусловно, отразится и на логистике поставок расходных материалов, и на ценовой политике, учитывающей общий инфляционный рост. Текущая ситуация не дает возможности долгосрочного планирования развития и модернизации при нынешней учетной ставке ЦБ (16%), так как средняя рентабельность многопрофильного медицинского бизнеса практически соизмерима с ней либо даже ниже. «Поэтому в условиях высокого риска смогут продолжить развитие, на мой взгляд, только ведущие медицинские компании с опытом деятельности, высокими компетенциями у руководителей и обладающие репутационным брендом, которому доверяют пациенты», — указывает он.

Актуальными трендами для частной медицины будут расширение сетевого присутствия филиалов

основных игроков на рынке Петербурга, ужесточение конкуренции по ценам, предложение новых цифровых решений, удобных для пациента (мобильные приложения и телемедицина). Важным для частной медицины будет возрастающий тренд на персонализированную, предиктивную и профилактическую медицину с углубленной диагностикой и выстраиванием особых коммуникаций с пациентом на основе доверия и партнерства.

«Также становится все более актуальным вопрос удовлетворения эмоциональных потребностей в медицинских организациях, и здесь частные клиники на два шага впереди государственных учреждений, что в период когнитивной экономики повышает не только финансовый результат, но и положительно влияет на медицинскую и социальную эффективность отрасли здравоохранения. Кроме этого, в следующем году продолжится рост финансовых объемов, прежде всего на основе роста инфляции, а также по основным направлениям, скорее всего, продолжится незначительный рост и в натуральных показателях пациентопотока», — заключает господин Солонин. ■

НЕ УЙТИ ОТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

ПОТЯСЕНИЯ ПОСЛЕДНИХ ПОЛУТОРА ЛЕТ ПОМОГЛИ РОССИЙСКОМУ БИЗНЕСУ НА ПРАКТИКЕ УБЕДИТЬСЯ В ТОМ, ЧТО ЛЮДИ — «НОВАЯ НЕФТЬ». ПРИТОМ, ЧТО ПОЧТИ 25% КОМПАНИЙ В 2023 ГОДУ СОКРАТИЛИ РАСХОДЫ НА ДОРОГОСТОЯЩИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ПРОЧИЕ ФОРМАТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ, В УСЛОВИЯХ ДЕФИЦИТА КАДРОВ ОНИ ОХОТНЕЕ ВКЛАДЫВАЮТСЯ В СОЦПРОГРАММЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА УДЕРЖАНИЕ СОТРУДНИКОВ.

ОЛЬГА ГОЛОВИНА

Согласно опросу hh.ru, предприятиям по-прежнему важны практики социальной ответственности, или ESG-практики (E — environment, S — social, G — government), как внутри, так и за периметром компаний, при этом большинство в этом году сместило фокус на человекоцентричность. Она останется в парадигме развития компаний и в грядущем 2024 году: об этом заявила каждая третья опрошенная HeadHunter компания (34%).

КАДРЫ В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ Как прокомментировала руководитель пресс-службы hh.ru по СЗФО Мария Бузунова, в последний год практики социальной ответственности компании готовы проявлять прежде всего через заботу о сотрудниках. «Например, 61% компаний по итогам года повысили зарплаты, а 39% добились улучшения условий труда, 37% проявляют социальную ответственность через заботу о здоровье сотрудников», — комментирует госпожа Бузунова. По ее словам, 83% организаций считают достижением, что в 2023 году не сократили штат.

Согласно исследованию, в последние полтора года ряд компаний сделали ставку на психоэмоциональную среду в коллективе. «Так, у 15% есть мастер-классы по личностному развитию, 8% практикуют психологическую помощь онлайн, у 5% — консультации корпоративного психолога», — пояснила Мария Бузунова.

Тенденции, показанные в исследовании hh.ru, подтверждают и другие представители бизнеса, опрошенные BG. «За последние полтора года сами ценности принципиально не изменились, изменились приоритеты бизнеса. Если раньше акцент в большей степени делался на взаимоотношениях с государством (получение льгот и мер поддержки для бизнеса, выстраивание каналов надежных коммуникаций с органами государственной власти), то сейчас перед всеми российскими компаниями, вне зависимости от территории их присутствия, очень остро стоит вопрос кадрового голода», — подтвердил директор по правовым и корпоративным вопросам торгово-производственного холдинга (ТПХ) «Русклимат»

Павел Симонов. Как подчеркивает собеседник издания, дефицит квалифицированных сотрудников стал проблемой, на первый план вышла кадровая повестка.

Генеральный директор компании-разработчика цифровых платформ TIQUM Юрий Гизатуллин тоже отметил корпоративные изменения в сегменте работы с людьми. «Стали появляться сервисы заботы о здоровье, по обучению. Большой акцент делают на психическое и ментальное здоровье персонала, пошатнувшееся в 2020-м и добитое для многих в 2022-м», — комментирует он. Впрочем, господин Гизатуллин считает, что причина активности в ESG-повестке объясняется не «проснувшейся осознанностью предпринимателей, а возможностью достаточно легко это реализовать благодаря цифровым платформам».

ДОРОГАЯ ЭКОЛОГИЯ Хотя запрос на бережное отношение к природе по-прежнему высок (более половины соискателей считают инициативы в сфере сохранения природы обязательными для бизнеса), по словам господина Гизатуллина, экологическая повестка переживает небольшой кризис и в России, и в мире.

«Быть социально ответственным бизнесом в части экологии затратно: более миллиарда рублей в 2023 году потрачено отечественным бизнесом на климатические проекты и экологические инициативы, в то время как издержки, связанные с обеспечением well-being сотрудников, не являются критичными», — говорит директор по развитию компании «Энергия Плюс» Павел Марышев.

Впрочем, российские предприятия, особенно если речь идет о крупных игроках, по-прежнему считают экологические инициативы важной корпоративной ценностью. «15% компаний отметили, что мероприятия, связанные с вниманием к окружающей среде, — неотъемлемая часть их рабочих процессов и корпоративных коммуникаций. Еще 14% уделяют внимание экологии, но пока что это не основа внутренней или внешней политики. У 19% опрошенных представителей бизнеса забота о природе проходит периодически в виде субботников, уборок территорий», — сообщает госпожа Бузунова.

СЖАТАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ Что касается расходов на ESG в целом, то социальная ответственность для бизнеса может быть как затратной, так и выгодной, уверен научный сотрудник кафедры экономики инноваций экономического факультета МГУ им. Ломоносова Евгений Буянов. «В то время как некоторые программы требуют значительных инвестиций, другие (например, повышение энергоэффективности) могут привести к снижению затрат», — указывает он. Ссылаясь на исследование Deloitte (2020), он считает, что компании готовы тратить от 1 до 5% своей выручки на программы социальной ответственности.

По оценкам президента ГК «ЕЮС» Сергея Бекренева, в среднем предприятия готовы тратить на программы социальной ответственности от 5–7% выручки. «В новых условиях на рынке бизнес уменьшает расходы на соцпроекты (по итогам 2022 года 40% российских компаний урезали расходы на ESG), но не отказывается от них полностью», — подчеркивает господин Бекренев.

В hh.ru тоже отметили, что некоторым компаниям стало сложнее из-за нестабильной финансовой и политической ситуации вести программы соответственности, а 25% заявили, что пока частично сократили затраты на эту часть развития.

ОТ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ ДО ВОССТАНОВЛЕНИЯ ПАМЯТНИКОВ Соответственность современного крупного бизнеса не ограничивается кадрами и экологией. Опрошенные изданиями представители бизнеса в стандартной линейке ESG назвали сотрудничество с образовательными учреждениями и участие в благотворительных проектах.

Финансовый советник ГК «Сотранс» Владимир Виленчик привел еще несколько трендов ESG для крупного бизнеса. «Например, территориальная помощь, которая оказывается муниципальным и местным образованиям, на территории которых расположено предприятие. Как правило, такой вид помощи оказывают крупные или средние компании. Еще одна тенденция — оказание помощи в той сфере, в которой работает та или иная ком-

пания. Например, транспортная компания предоставляет помощь в части развозки социально уязвимых групп населения, строительная компания оказывает помощь в части ремонта социальных учреждений», — перечисляет господин Виленчик.

«Корпоративные ценности формируются в зависимости от отрасли, в которой работает компания. Важно определить, что наилучшим образом резонирует среди сотрудников, каким образом компания может максимально полезно воздействовать на общество и в чем ее помощь будет наиболее эффективной и профессиональной. Социальная ответственность, как правило, выходит за рамки финансовых аспектов и требует глубокого понимания и осознания контекста», — комментирует выбор ESG-практик директор по персоналу Noytech Supply Chain Solutions Вероника Зуева.

В ЧЕМ ВЫГОДА? «Быть социально ориентированной компанией в России сегодня — это лояльность потребителя, высокая конкурентоспособность на продуктовой полке, расположение регулятора, преимущество на рынке тендеров — как государственных, так и корпоративных», — перечисляет выгоды господин Марышев. «Многие крупные компании (ПАО «Сбербанк», ПАО «Газпром», ПАО «СИБУР Холдинг») уделяют самое пристальное внимание ESG-компоненте при подборе подрядных организаций. Палитра социальных инициатив сегодня крайне широка, а динамика ее развития — положительна».

«Любые формы социально ответственного поведения компании дают сотрудникам, партнерам и клиентам ощущение безопасности и заботы, что особенно важно во времена высокой нестабильности», — резюмирует генеральный директор транспортной компании Delko Санджар Ашуралиева. Со ссылкой на исследование холдинга Unilever госпожа Ашуралиева отметила, что продажи организаций, в основу работы которых заложена социальная или экологическая миссия, растут на 69% быстрее. ■

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

СДЕЛКИ И СОЮЗЫ В РОССИЙСКОМ IT

РОССИЙСКИЙ IT-СЕКТОР ДЕМОНСТРИРУЕТ АППЕТИТ К РАСШИРЕНИЮ БИЗНЕСА. НА ФОНЕ УХОДА ИЗ РОССИИ МИРОВЫХ ГИГАНТОВ ОТРАСЛИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РОССИЙСКИЙ СЕГМЕНТ ПРОХОДИТ ФАЗУ ГЛУБОКОЙ ПЕРЕСТРОЙКИ. ВЕНДОРЫ И РАЗРАБОТЧИКИ РАЗВИВАЮТ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ КРУПНЫЕ ПРОЕКТЫ, СОЗДАЮТ СОЮЗЫ, ИНВЕСТИРУЮТ В РАЗВИТИЕ И ПОКУПАЮТ АКТИВЫ. BUSINESS GUIDE ПОДГОТОВИЛ ПОДБОРКУ ЗНАКОВЫХ СДЕЛОК И СОГЛАШЕНИЙ, КОТОРЫЕ СОСТОЯЛИСЬ В РОССИЙСКОЙ IT-ОТРАСЛИ В 2023 ГОДУ.

ОЛЬГА ГОЛОВИНА

В начале ноября 2023 года компания Isource («Цифровые закупочные сервисы») — платформа цифровых продуктов и сервисов для промышленного снабжения — подписала соглашение с IT-компанией Sitronics Group («Ситроникс»). Документ предполагает сотрудничество в области внедрения программного обеспечения для нужд промышленности. Долгосрочная цель — обеспечить цифровой суверенитет российских промышленных предприятий.

У компаний действительно есть для этого есть наработки. Так, со стороны Isource представлена линейка сервисов для автоматизации снабжения, логистики и закупок (компания входит в тройку крупнейших проектов импортозамещения ПО и топ-30 IT-компаний России), а также комплекс решений в сфере автоматизации производственных процессов в промышленности. Sitronics Group известна на рынке комплексными решениями для стратегических отраслей экономики, разрабатывает ПО для мультимодальной логистики, IoT-системы для промышленной безопасности. Совместными усилиями компании внедрят и интегрируют ПО на промышленных объектах России: до конца 2024 года запланировано три совместных проекта.

По оценкам НИУ ВШЭ, совокупный объем инвестиций промпредприятий на цифровизацию, в рамках перехода на отечественный софт, только в 2022 году оценивали в 600 млрд рублей (+30% относительно 2021 года), причем высокие темпы роста сохранились и в 2023-м.

СТРОИТЕЛЬНЫМ ЗАКУПКАМ ПРИДАЛИ УСКОРЕНИЕ В конце ноября аналитики отметили еще один крупный IT-проект, реализованный при участии Isource. Строительный холдинг «Дороги и мосты» получил премию «IT в промышленности» за проект внедрения цифровой системы закупок на базе SRM-системы Processor Isource. Развернуть решение по цифровизации закупок одного из главных дорожных строителей России удалось за восемь месяцев.

По информации аналитического центра Isource, закупочный процесс может составлять до 60% выручки строительных компаний. Автоматизация снабжения позволяет эффективно подбирать товары, услуги и поставщиков и более точно планировать закупки. В долгосрочной перспективе она может сократить затраты в этой сфере на 5–10% в год.

Так, для компании «Дороги и мосты» Processor Isource автоматически собирает потребности подразделений и служб, формирует лоты и проводит закупки. На предприятии созданы электронная торговая площадка и портал поставщиков, где потенциальные поставщики товаров и услуг могут пройти аккредитацию. В дальнейшем «Дороги и мосты» и Processor Isource намерены тиражировать решение на 15 филиалов и четыре актива. На 2024 год намечено внедрение модуля отчетности и сквозной аналитики, а также модуля управления качеством.

«ОБЛАКА» ДЛЯ ТЕЛЕКОМА Минувшая осень оказалась богата на инвестиции в отечественный софт. В октябре мобильный оператор ПАО «ВымпелКом» (Beeline) сообщил о покупке доли в 13,21% компании Platformcraft (ООО «Платформкрафт», компания — резидент «Сколково»), которая разрабатывает решения для работы с цифровым контентом и хранения данных.



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

ПО ОЦЕНКАМ НИУ ВШЭ, СОВОКУПНЫЙ ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ПРОМПРЕДПРИЯТИЙ НА ЦИФРОВИЗАЦИЮ, В РАМКАХ ПЕРЕХОДА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ СОФТ, ТОЛЬКО В 2022 ГОДУ ОЦЕНИВАЛИ В 600 МЛРД РУБЛЕЙ (+30% ОТНОСИТЕЛЬНО 2021 ГОДА)

Цель покупки актива, заявленная «Вымпелкомом», — расширить портфель продуктов облачного сервиса Beeline Cloud, а также укрепить позиции компании в «облачном» сегменте (SaaS).

После сделки в контур Beeline Cloud войдут масштабируемое объектное хранилище S3 (позволяет хранить файлы любого типа и объема), линейка сервисов для хранения, обработки и распространения контента, инструменты On-Premise (то есть локально), которые позволяют внедрять решения для хранения и работы с контентом на мощностях заказчиков. В свою очередь, вливание инвестиций позволит Platformcraft освоить новые каналы продвижения и получить возможности для разработки и развития IT-инфраструктуры.

По оценкам аналитиков iKS-Consulting, объем российского рынка облачных услуг в минувшем году достиг 86,6 млрд рублей (рост на 42% относительно 2021 года), а к 2025 году он превысит 200 млрд рублей.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ДЛЯ МЕДИЦИНЫ Так в начале декабря медицинский IT-разработчик из Калуги, компания «Цельс» («Медицинские скрининг-системы»), поглотил конкурента — Botkin AI, одного из первых на российском рынке разработчика медицинского ПО, резидента «Сколково» («Интеллоджик»). Обе компании известны в России и за рубежом как создатели ИИ-софта для анализа рентгенологических исследований. По информации участников рынка, сделку готовили последние полгода. На сегодняшний день это первая в России M&A-сделка в сфере искусственного интеллекта в медицине. Ранее обе компании в минувшие пять лет привлекли инвестиций на общую сумму 440 млн рублей. Среди компаний-инвесторов — госфонд «Национальная технологическая инициатива» (НТИ), инвестгруппа Kama Flow, ГК «Ташир», «Юникорн Кэпитал Партнерс».

В целом рынок искусственного интеллекта в России и мире является одним из самых быстро растущих. Емкость отечественного ИИ-сегмента в 2022 году оценивается в 635 млрд рублей, а, по прогнозам АНО «Цифровая экономика», вклад ИИ в ВВП России к 2030 году составит около 2%.

АЙТИШНИКИ ЗАШЛИ В КОЛИВИНГ Как показала практика, сделки в IT охватили разные ниши рынка. Например, в марте 2023 крупный российский IT-холдинг — ГК «Ланит» — инвестировал в сервис аренды жилой недвижимости жилой недвижимости COLIFE — компания управляет почти 300 жилыми объектами в Москве и сдает их в аренду по «молодежной» модели коливинга. Венчурный фонд компании Lanit Ventures купил долю 25% в COLIFE. Условия сделки предполагают, что Lanit Ventures войдет в уже в международные проекты коливингового сервиса.

Благодаря инвестициям группы «Ланит» COLIFE планирует развить полноценный PropTech-сервис (property technology — это цифровые технологии в сфере недвижимости), который в течение пяти лет проведет международную экспансию в десять городов дружественных

России стран, включая Индию и исламские страны. По мнению создателей сервиса, большой IT-партнер благодаря аналитике данных, ИИ и облачным вычислениям позволит вывести управление недвижимостью на новый уровень. В ГК «Ланит» интерес к арендному бизнесу формата коливинга объяснили перспективностью и популярностью у молодежи бизнес-модели коллективного использования недвижимости.

По итогам прошлого года объем российского PropTech-рынка оценили в 32,1 млрд рублей, что оказалось на 4,8% меньше, чем в 2021 году (такие данные приводили в BusinesStat). Снижение связали с эффектом санкций, однако перестройка рынка на отечественные решения позволяет рассчитывать на рост сегмента в долгосрочной перспективе.

РАСШИРЕНИЯ В КАССУ Тренду на расширение в новых нишах следует и холдинг VK. До конца 2023 года российский IT-гигант закроет сделку по приобретению цифровой билетной платформы. В числе активов, на которые претендует VK, — облачный сервис для контроля и управления продаж билетов Intickets и агрегатор «Кассир.ру». Предполагается, что «облако» даст холдингу управление госпрограммой «Пушкинская карта», а электронная касса позволит развивать направление промоутерской деятельностью через соцсеть «ВКонтакте».

Ранее стало известно, что направление продажи билетов намерены расширять и в МТС. Для этого специальное «кассовое» подразделение цифровой экосистемы МТС, «МТС Энтертейнмент», приобретает билетную платформу для организаторов мероприятий Ticketscloud. Таким образом в МТС намерены увеличить долю рынка продаж билетов, реализуя более 11 млн билетов ежегодно. Билетное направление в МТС развивают давно. Еще в 2018 году компания за 3,6 млрд рублей приобрела двух российских билетных операторов: Ticketland и Ponominalu.

КАДРОВЫЙ РЕЗЕРВ В свою очередь, интерес к сегменту HR-tech (цифровые рекрутинговые сервисы) продемонстрировала инвестиционная компания Kismet Capital Group. В начале года она выкупила долю в 22,68% крупнейшего российского сервиса по подбору персонала HeadHunter. Сумма сделки — \$147 млн. Ранее Kismet приобрела еще один крупный интернет-актив — легендарную электронную доску объявлений Avito за \$2,4 млрд.

Рынок HR-tech-компаний в России эксперты оценивают как растущий. По данным агентства Smart Ranking, совокупная выручка 50 крупнейших компаний российского сегмента в 2022 году достигла 34,1 млрд рублей, показав рост на 21,8% год к году. По оценкам участников рынка, в 2023 году зрелые HR-tech-продукты покажут новый всплеск роста за счет перехода на отечественные решения.

В 2023 году совокупный оборот российского IT уже составил 1,7 трлн рублей. Такие цифры привел вице-премьер Дмитрий Чернышенко. По его словам, объем госсубсидий в развитие российской IT-отрасли в этом году уже превысил 300 млрд рублей, а частные инвестиции в цифровизацию оценивают в 2,2% российского ВВП. ■

ПРОКАЧКА ПРЕМИУМА

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ПОЛТОРА ГОДА РЫНОК ПРЕМИАЛЬНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ ПЕТЕРБУРГА, НЕСМОТРЯ НА САНКЦИИ, ЗНАЧИТЕЛЬНО НЕ ПРОСЕЛ, ПРИ ЭТОМ ОЖИДАЕМО ВЫРОСЛА ДОЛЯ КИТАЙСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ. В СЛЕДУЮЩЕМ ГОДУ ПРОДАЖИ В ЦЕЛОМ БУДУТ СОКРАЩАТЬСЯ, ОДНАКО ПРЕМИУМ-СЕГМЕНТ ЭТА ТЕНДЕНЦИЯ ЗАТРОНЕТ В МЕНЬШЕЙ СТЕПЕНИ ПРОГНОЗИРУЮТ УЧАСТНИКИ РЫНКА. ВПРОЧЕМ, КАК ОТМЕЧАЮТ ЭКСПЕРТЫ, ПОНЯТИЕ «ПРЕМИУМ» НА АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ В ПОСЛЕДНИЕ ПОЛТОРА ГОДА ПРЕТЕРПЕЛО СЕРЬЕЗНУЮ ТРАНСФОРМАЦИЮ.

ЕКАТЕРИНА ФОМИЧЕВА

Несмотря на запрет поставок в Россию премиум-автомобилей, их продажи стали восстанавливаться, говорят участники рынка. Ограничения на поставки автомобилей классов премиум и люкс достаточно жесткие: в прошлом году Евросоюз запретил экспорт в Россию автомобилей стоимостью выше €50 тыс., то есть от 5,2 млн рублей. В июне текущего года эмбарго было распространено на все новые и поддержанные автомобили с двигателем объемом более 1,9 л, электромобили и гибридные автомобили независимо от цены. К санкциям присоединилась Япония: в апреле 2022 года она запретила поставки в Россию автомобилей по цене выше 6 млн иен (от 4 млн рублей), а в августе текущего года добавила к эмбарго новые и поддержанные автомобили с двигателем более 1,9 л.

С января по октябрь 2023 года в России было продано более 28 тыс. новых автомобилей в сегментах премиум и люкс, подсчитали эксперты «Открытия авто», блока автобизнеса банка «Открытие». Доля премиальных авто по итогам десяти месяцев 2023 года составила 3,4% против 2,6% в январе 2023 года.

МЕСТНАЯ ДИНАМИКА В Петербурге в текущем году динамика продаж дорогих авто положительная, отмечает независимый аналитик автомобильного рынка Денис Гаврилов. По его подсчетам, за восемь месяцев 2023 года объем регистраций новых автомобилей в Петербурге составил 3,9 тыс. машин, из них на долю премиум- и люкс-сегмента пришлось 13,8%. Как пояснил господин Гаврилов, данный показатель складывается из официально представленного в России премиума и приостановивших поставки марок, дилеры которых продолжают работу, оказывая в основном сервисные услуги (а также услуги по продаже, в частности, по параллельному импорту).

За десять месяцев доля премиум-автомобилей в Петербурге увеличилась уже до 14,8% (с учетом брендов, не имеющих официального представительства в России). Для сравнения, в 2021 году доля премиальных брендов, официально представленных в Петербурге, была меньше и составляла 13%. Очевидно, что рост сегмента сейчас обеспечивают китайские марки, отмечают участники рынка.

«Действительно, новые автомобили авторитетных и всемирно известных премиальных брендов, таких как Mercedes, BMW, Audi, Porsche, Land Rover, Lexus, теперь официально не поставляются в нашу страну. Автомобили этих марок, конечно, не перестали быть премиальными в сознании потребителя, однако их объемы продаж в стране стали мизерными», — говорит генеральный директор компании «Аларм-Моторс» Роман Слуцкий.

Практически все дилеры европейских марок перешли на продажу запчастей к ним, поставок автомашин в Россию и Петербург нет, подтверждает Игорь Седов, директор по развитию ГК «Аксель».

Автомобили европейских марок сейчас можно приобрести в рамках параллельного импорта. Везут их сейчас достаточно «криво»: через Китай, Корею и Турцию, говорят участники рынка. Есть и еще один вариант поставки машин в РФ. В Китае представлены европейские бренды, которые активно развиваются на местном рынке. Можно приобрести эти автомобили там и привезти в Россию. Это может быть, например, какая-то премиальная версия Volkswagen, которая была создана под китайский рынок и в России не продавалась, поясняет господин Гаврилов.



ЗА ДЕСЯТЬ МЕСЯЦЕВ ДОЛЯ ПРЕМИУМ-АВТОМОБИЛЕЙ В ПЕТЕРБУРГЕ УВЕЛИЧИЛАСЬ УЖЕ ДО 14,8% С УЧЕТОМ БРЕНДОВ, НЕ ИМЕЮЩИХ ОФИЦИАЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА В РОССИИ

На фоне ухода из России «традиционных» премиум-брендов на рынок вышли пришли новые премиальные бренды из Китая, напоминает господин Слуцкий. Они проводят гигантскую работу как над самим продуктом, так и над уровнем сервиса, который получает покупатель. На сегодня из официально представленных в России брендов принято считать премиальными такие марки, как Hongqi, EXEED, Voyah, Tank. Эти марки постепенно завоевывают репутацию и набирают популярность. В частности, автомобили брендов EXEED и Tank прочно обосновались в топ-10 российского рынка по объемам продаж. «Следующий год совершенно точно станет годом новых премьер премиальных брендов из Поднебесной», — прогнозирует господин Слуцкий.

ШИРОКОЕ ТОЛКОВАНИЕ Популярность в России и в Петербурге также набирают электрокары Zeekr и Li Xiang, которые не имеют на территории страны официальных дистрибуторов, указывает господин Гаврилов. Как отмечает господин Слуцкий, понятие «премиальный бренд» сейчас на российском авторынке имеет весьма широкое и даже размытое толкование. «Не все потребители готовы к премиуму из Китая, но и позволить себе покупку наиболее распространенных ранее новых BMW 5 или Mercedes E готовы единицы. Поэтому в сегменте 6–12 млн рублей, как правило, выбор делают между автомобилем премиум-бренда из Поднебесной и традиционным премиумом с пробегом», — заключает он.

«Действительно, некоторые марки, считающиеся в Китае премиальными, не являются таковыми у нас. В России они недотягивают до этой категории ни по цене, ни по качеству», — комментирует господин Седов.

О том, что понимание премиальных автомобилей трансформируется, говорит и директор по маркетингу и IT группы компаний «Петровский» Сергей Новосель-

ский. «Я бы сейчас поостерегся делить рынок на сегменты так, как это было принято раньше, потому что рынок и реальность очень изменились. Привычная сегментация (массовый сегмент — до 2,5 млн рублей, до 5 млн — мидл-класс, а выше — премиум и затем люкс) уже не работает», — подчеркивает он. «Даже в премиум-сегменте может быть очень большой разрыв по ценам. Например, к премиуму относят Zeekr за условные 9 млн рублей и BMW за 17–18 млн», — добавляет эксперт. По словам господина Новосельского, сегментирование нужно делать с оглядкой на доходы и возможности населения приобретать автомобили: если, например, в 2021 году один и тот же потребитель мог спокойно приобрести BMW X6 за 7–8 млн рублей, то сейчас он не готов выложить за эту же модель 17–19 млн.

ДИЛЕРЫ НА МЕСТЕ Тем не менее в сложившейся ситуации число дилерских центров, которые продают премиум-автомобили, практически не сократилось, отмечают эксперты. «Например, дистрибуторы, которые ранее поставляли дилерам европейские марки, перешли на китайские. Дилерам же проще оставаться в своем сегменте и работать с уже выстроенной клиентской базой, а не уходить в более массовый сегмент», — поясняет господин Гаврилов.

«Например, дилерский центр „Звезда Невы“ постоянно тестирует новинки от AITO, Zeekr, VOYAH, HONGQI, ряда других перспективных брендов, изучает стратегии дистрибуторов, анализирует доступность запчастей, гарантийные и сервисные политики», — рассказывает Даниил Серебряков, руководитель отдела маркетинга компании «Звезда Невы».

«Сейчас мы предлагаем своим клиентам премиальные автомобили китайских марок. Также сохраняется доступность Mercedes-Benz: V-класс, линейки кроссо-

ров и седанов, включая Maybach. „Звезда Невы“ также является дилером Honda, автомобили поставляются из Китая», — добавляет он.

По словам господина Серебрякова, клиенты компании интересуются новыми марками. «Аудитория Mercedes-Benz всегда отличалась проактивной жизненной позицией, интересом к инновациям и рационализмом. Поэтому сейчас владельцы Mercedes-Benz с интересом рассматривают новинки китайского премиума», — заключает он.

ПРОГНОЗЫ Что касается прогнозов на ближайшее время, то тут участники рынка расходятся во мнениях. «После достаточно динамичных продаж летом с ноября рынок встал, и эта тенденция сохранится. Все будет зависеть от курсов валют и кредитной политики. Однако в меньшей степени снижение продаж коснется тех, кто покупал автомобили сегмента премиум и выше», — полагает господин Седов.

Господин Новосельский считает, что рынок авто идет в сторону восстановления. Он напоминает, что в 2021 году было зарегистрировано 1,5 млн новых автомобилей, в 2022 году — 626 тыс. машин. «Если не будет жестких потрясений, от которых никто не застрахован, то мы выйдем, наверное, на объем продаж в 2023 году в 1,1 млн единиц, а в 2024 году — 1,3–1,4 млн автомобилей», — комментирует он.

«При этом рассуждать, какой будет доля условного премиума, я бы сейчас не стал. Можно говорить о том, что российский и петербургский рынки в достаточной степени насыщены новыми брендами и количество не вышедших к нам марок уже минимально. В следующем году речь пойдет скорее об отлаживании поставок условно новых брендов на наш рынок», — резюмирует господин Новосельский. ■

«СЛАВНЫЙ ДОСУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ ТОНКОГО ВКУСА»: ЭРМИТАЖ ПРЕДСТАВЛЯЕТ «„САЛОНЫ“ ДИДРО»

В КАНУН НОВОГО ГОДА В ЭРМИТАЖЕ ОТКРЫЛАСЬ ЗНАКОВАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ИСКУССТВА XVIII ВЕКА, КОТОРОЙ НЕ БЫЛО В РОССИИ СО ВРЕМЕН ЗНАМЕНИТОЙ ВЫСТАВКИ «РОССИЯ — ФРАНЦИЯ. ВЕК ПРОСВЕЩЕНИЯ» В 1987 ГОДУ. СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭРМИТАЖА И ГОСУДАРСТВЕННОГО МУЗЕЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ ИСКУССТВ ИМЕНИ ПУШКИНА ЗНАКОМИТ С ВЫСТАВКАМИ ФРАНЦУЗСКОЙ КОРОЛЕВСКОЙ АКАДЕМИИ ЖИВОПИСИ И СКУЛЬПТУРЫ, ПОЛУЧИВШИХ НАЗВАНИЕ «САЛОНЫ», И КРИТИЧЕСКИМИ ОБЗОРАМИ НА НИХ ЗНАМЕНИТОГО ФИЛОСОФА И МЫСЛИТЕЛЯ ЭПОХИ ПРОСВЕЩЕНИЯ ДЕНИ ДИДРО. ВЫСТАВКА СОЗДАНА ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ВТБ И РАБОТАЕТ В НИКОЛАЕВСКОМ ЗАЛЕ ЗИМНЕГО ДВОРЦА ДО 17 МАРТА 2024 ГОДА. ВАСИЛИСА МОТОВА

Парижские Салоны XVIII столетия — периодические публичные выставки, инициированные французской Королевской академией живописи и скульптуры в 1667 году при Людовике XIV. Представленные в Николаевском зале Зимнего дворца произведения искусства погружают зрителя в атмосферу этих выставок. В экспонатах прослеживается «биография» Салонов начиная с предыстории их появления в XVII веке вплоть до XIX столетия. Салоны, несмотря на их официальный характер, достаточно полно отражали развитие французского искусства в эпоху Дидро и, без сомнения, стояли выше других немногочисленных художественных выставок Парижа этого времени. Салоны Королевской академии не только стали источником вдохновения и примером для организации выставок в других европейских столицах, но и во многом определили принципы современной выставочной и экспозиционной деятельности.

СВИДЕТЕЛИ ЭПОХИ Более 200 произведений вошло в состав экспозиции, среди которых картины и рисунки таких прославленных художников, как Франсуа Буше, Жан Оноре Фрагонар, Жан-Батист Грез, Карл Ванлоо, Клод Жозеф Верне, Юбер Робер, Жан-Батист Симеон Шарден, Никола Ланкре и Жак Луи Давид; скульптуры работы Жан Антуана Гудона, Этьена Мориса Фальконе и его ученицы Мари-Анн Колло (создавшей мраморный портрет Дени Дидро); гравюры и рисунки, медали, предметы декоративно-прикладного искусства, а также еще одни свидетели эпохи — книги и рукописи как самого Дидро, так и его современников, связанные с Салонами XVIII века.

Со времен выставки «Россия — Франция. Век Просвещения» (1987) в России не было подобных выставок, столь широко представляющих зрителю французское искусство XVIII столетия. Новая экспозиция объединила произведения из собраний Эрмитажа и Музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина, а также Русского музея, Исторического музея, музеев-заповедников «Архангельское», «Павловск», «Останкино и Кусково», Тверской картинной галереи и Угличского историко-архитектурного и художественного музея, Художественного музея Ярославля, Новосибирского государственного художественного музея и Национального художественного музея Республики Беларусь (Минск). Значительный историко-документальный материал, отражающий атмосферу века Просвещения, предоставлен Российским государственным архивом древних актов (Москва) и Российской национальной библиотекой (Санкт-Петербург).

ПАНОРАМА ФРАНЦУЗСКОГО ИСКУССТВА «Оказалось, как того и следовало ожидать, полноценный рассказ о парижских Салонах удалось построить на материале только российских коллекций французского искусства. Причина этого — сам Дидро,



ВИКТОРИЯ ПОЛКАРТОВА

бывший советником и помощником Екатерины Великой в собирании Эрмитажа. Так что всякая выставка о Дидро — об Эрмитаже тоже», — отмечает генеральный директор Государственного Эрмитажа Михаил Пиотровский. Генеральный спонсор — банк ВТБ — ежегодно поддерживает выставочные проекты Эрмитажа. «Выставка представит посетителям панораму французского искусства XVIII века — от зарождавшегося стиля рококо до неоклассицизма. Проект позволит зрителю лучше ознакомиться с искусством эпохи Просвещения и по-новому взглянуть на историческую ретроспективу этого периода», — сказала старший вице-президент ВТБ Наталья Кочнева.

«САЛОНЫ» ДИДРО Один из самых глубоких и разносторонних представителей французского Просвещения XVIII века, философ, драматург, поэт, автор романов, теоретик искусства и художественный критик Дени Дидро (1713–1784) посвятил свои статьи парижским выставкам современного искусства в период с 1759 до 1781 года, хотя экспозиция не ограничивается только этими выставками. Обзоры Дидро стали не только образцом блестящей и нелюбимой критики, но и незаменимым источником для понимания искусства XVIII столетия.

В своих «Салонах» Дидро в живой и доступной форме поднимает самые глубокие вопросы философии, эстетики и истории искусства, а его образные, точные описания картин и скульптур сделаны так, что у читателя создается яркое впечатление о произведении, которое он как будто видит своими собственными глазами.

Обзоры Салонов Дидро составлял для «Литературной корреспонденции» — популярного издания, основанного его другом, известным просветителем, критиком и дипломатом Мельхиором Гриммом. Журнал был

рукописным, выходил небольшим тиражом (не более 15–20 экземпляров) и сообщал парижские культурные новости европейским дворам, пристально следившим за первой столицей мира. Среди подписчиков журнала была императрица Екатерина II. Дидро серьезно относился к роли критика и корреспондента коронованных особ Европы. Чаще всего он успевал посетить экспозиции Салонов до официального открытия и затем возвращался к ним неоднократно.

Одновременно Дидро приступал к заметкам, в которых знакомил своих читателей с Салоном и представленными художниками. Благодаря ему каждая выставка становилась ярким событием в художественной жизни столицы Франции. Свобода, с которой Дидро рассуждал об искусстве и современных художниках, во многом объясняется тем, что круг читателей журнала был достаточно узок. На протяжении 1760-х годов его рецензии были настолько важным разделом этого журнала, что отрывки из них отдельно распространялись среди друзей и зачитывались в престижных парижских литературно-художественных салонах.

«Будь благословенна память того, кто, основав эту публичную выставку живописи, предоставил всем сословиям и, главное, людям тонкого вкуса полезное занятие и славный досуг, предотвратил, возможно, на целое столетие упадок живописи и помог народу стать более сведущим и искушенным в живописи! Расцвету всех искусств способствует гений одного человека, а развитый вкус народа совершенствует мастерство всех художников», — писал Дидро в одном из своих критических обзоров.

ГИД ПО ВЫСТАВКЕ Первая часть экспозиции посвящена рождению выставочной деятельности как таковой. Картины, рисунки и гравюры старых мастеров,

изображающие реальные и воображаемые картинные галереи, кабинеты коллекционеров или лавки торговцев искусством, знакомят с периодом, предшествовавшим регулярным парижским выставкам, организованным французской Королевской академией. Экспонаты этого раздела также расскажут и о начальном этапе проведения академических выставок: от демонстрации в Пале-Рояль и Большой галерее Лувра до луврского Квадратного салона, давшего амбициозному проекту академиков название, которое впоследствии стало синонимом слова «выставка».

Следующий раздел посвящен публичным показам художественных произведений в Лувре в XVIII веке и охватывает столетний период: от выставки, состоявшейся в 1699 году, до Салона 1799 года. Представлены работы, некогда собственноручно отобранные их создателями — художниками, скульпторами и рисовальщиками, медальерами — для демонстрации на Салонах как наиболее заслуживающие этой чести. Многие предметы происходят из знаменитых собраний Екатерины II и Павла I, графа А. С. Строганова, И. И. Шувалова и князя Н. Б. Юсупова, светлейшего князя А. А. Безбородко, князей Голицыных и Воронцовых-Дашковых.

Расположение экспонатов следует принципам хронологического порядка Салонов. С произведениями знаменитых мастеров соседствуют печатные издания и документы, редкие образцы художественной критики XVIII столетия и экземпляры рукописного журнала «Литературная корреспонденция».

На выставке представлены сопровождавшие Салоны каталоги-livrets: краткие буклеты из четырех страниц и более подробные издания, содержащие, кроме имен художников, информацию о произведениях и их владельцах. Особое значение имеют книги, в том числе из библиотеки Дидро, приобретенной у него императрицей Екатериной II, а также документы, включающие ценнейшие автографы самого философа. Цитаты из критических комментариев Дидро представлены на выставке в экспликациях и развернутых этикетках, демонстрируя связь между текстом и визуальным образом.

Завершает экспозицию воображаемый кабинет Дидро, каким он мог бы быть в доме на улице Таранн в Париже, воссозданный по описанию в статье «Плеч по моему старому халату. Тем, у кого больше вкуса, чем богатства», опубликованной в выпуске «Литературной корреспонденции» от 15 февраля 1769 года. Благодаря обширному эрмитажному собранию, предметы обстановки подобраны максимально достоверно, в соответствии со вкусами эпохи, а сам хозяин предстает как наделенный благородным вкусом коллекционер, к чьим суждениям прислушивалась вся просвещенная Европа.

Посетить выставку можно по входному билету в Главный музейный комплекс Зимнего дворца (зал № 191) до 17 марта 2024 года. ■

РАЗВЛЕЧЬ ТУРИСТА ПО-НОВОМУ

ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД В ПЕТЕРБУРГЕ ОТКРЫЛОСЬ БОЛЕЕ ДВАДЦАТИ НОВЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ, КОТОРЫЕ ОТВЕЧАЮТ СОВРЕМЕННЫМ ЗАПРОСАМ ТУРИНДУСТРИИ И УЖЕ СТАЛИ МЕСТАМИ ПРИТЯЖЕНИЯ И ДЛЯ ПЕТЕРБУРЖЦЕВ, И ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ГОРОДА. В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПЕТЕРБУРГА БУДЕТ РАЗВИВАТЬСЯ С УЧЕТОМ НЫНЕШНИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ ГРАЖДАН, КОТОРЫМ ИНТЕРЕСНО НЕ ТОЛЬКО УВИДЕТЬ ПАМЯТНИКИ ИСТОРИИ, НО И ПОСЕТИТЬ СОВРЕМЕННЫЕ МЕСТА ДЛЯ ОТДЫХА.

ЕКАТЕРИНА ДЫННИКОВА

Петербург перестает быть известным только своими историческими объектами, знаменитыми на весь мир. Новое значение для туристов приобретают современные объекты: креативные пространства, парки, лофты. Аналитики и участники рынка считают, что именно появление новых объектов способствует увеличению поездок иногородних граждан в Петербург.

Всего, по подсчетам Nikoliers, к концу 2023 года в Петербурге представлено около 90 различных общественно-деловых пространств, включающих выставочные проекты и креативные кластеры. В числе самых известных — «Этажи», «Севкабель Порт», «Новая Голландия», «Люмьер Холл», «Бертгольд Центр», Design District DAA.

ИНВЕСТИЦИИ РАСТУТ За последний год объем инвестиций в туристическую отрасль в Петербурге вырос на 8%. Он составил 629 млрд рублей в ноябре 2023 года против 581 млрд в ноябре 2022 года. В ноябре 2022 года в активной стадии находится более 70 проектов, сейчас — 103 проекта. Такие данные приводит инвестиционно-аналитическая группа ПКР.

Среди крупнейших заявленных проектов — «Лахта-центр» (446 млрд рублей), «Остров фортов» (77,6 млрд), общественно-деловой центр «Красный треугольник» (40 млрд), «Яхтенная марина» (27 млрд), квартал «Скороход», туристический кластер «Горская» (10 млрд). Если говорить только о тех проектах, которые уже реализуются, то общая картина выглядит несколько иначе. Крупнейшие проекты в стадии строительства — «Яхтенная марина», деловой квартал «Невская ратуша», торгово-развлекательный комплекс Hollywood, бизнес-центр на набережной Адмирала Лазарева, гостиничный комплекс «Holiday Inn на Пролетарской» и другие проекты, сообщили в ПКР.

По данным Nikoliers, в 2022 году в Петербурге начало работать не менее 19 новых общественных пространств, в числе которых — крупнейший фуд-холл в России Vokzal 1853 общей площадью 34 тыс. кв. м, где наряду с ритейл-зоной предусмотрена также большая киноконцертная площадка. Также среди открывшихся в 2022 году — Balapan и культурный квартал «Брусницын». Это общественное пространство находится рядом с «Севкабель Портом» на месте бывшего кожевенного производства фабрикантов.

НОВЫЕ ПРОЕКТЫ Одним из активно развивающихся туристических кластеров становится музейно-исторический парк «Остров фортов» в Кронштадте. Этот проект реализует АНО «Кронштадт. Остров фортов», учредитель которого — Минобороны. Проект курирует дочь министра обороны Ксения Шойгу, координатор проекта — Газпромбанк.

Проект предполагает объединение трех фортов в туристический маршрут: «Александр I», «Петр I» и «Кроншлот». Планируется также создание исследовательских лабораторий, детского технопарка, океанариума, дайвинг-центра, гостиниц, музеев и инфраструктуры общепита. Инициаторы проекта рассчитывают за пять лет увеличить туристический поток в Кронштадт с нынешних 1,5 млн до 5 млн человек в год.

Заявляются и новые проекты. Например, компания BS Art Development Group Александра Басалыгина вместе с предпринимателями Михаилом и Евгением Скигиными планирует восстановить дом Брюллова на



ОДНИМ ИЗ АКТИВНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ СТАНОВИТСЯ МУЗЕЙНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ПАРК «ОСТРОВ ФОРТОВ» В КРОНШТАДТЕ

Васильевском острове. За 400 млн рублей, две трети из которых вложат Скигины, там на 7 тыс. кв. м планируется создать креативное пространство. Завершить основную часть работ на объекте предполагается в конце 2024 года.

BS Art Development Group также расширяет на Васильевском острове креативный кластер «Вавилон Лофт». Он находится в здании Института оптики им. С. И. Вавилова. Площадь кластера — 2 га, здесь располагаются бары и рестораны, в специальной зоне на втором этаже — шоурумы, мастерские, коворкинги и офисы креативных проектов.

Новый объект для отдыха и развлечений появится и в другой части Васильевского острова. Так, на намывной территории планируется разбить Линейный парк, где будут созданы фонтан, детская игровая, спортивная зоны. Парк площадью 70 га расположится на территории между ЗСД и Морской набережной, от набережной Макарова до транспортной развязки ЗСД в районе Шкиперского протока.

ГОСТЬ ИДЕТ НА НОВИНКИ Все аналитики и участники отрасли говорят о том, что появление новых туристических объектов — лучший способ увеличить поток туристов в город, которым уже недостаточно увидеть лишь Эрмитаж, Невский проспект, Исаакиевский собор, Петродворец и другие исторические достопримечательности.

Пандемия COVID-19 дала толчок развитию внутреннего туризма, и уже сейчас под Петербургом строятся рекреационные объекты: гостиницы, апартаменты. Одна-

ко какими бы современными и качественными ни были средства размещения, они только обслуживают спрос, а формируют его объекты туристического внимания и качественная инфраструктура, комментирует Екатерина Аридова, генеральный директор Nikoliers в Санкт-Петербурге. Поэтому сейчас основной задачей властей и девелоперов является создание туристических «магнитов» и повышение уровня сервиса, ради которого люди будут отправляться в путешествие. «В Петербурге уже существуют примеры создания ярких общественных пространств на промышленных территориях, однако в центре города еще остались перспективные локации, которые могут стать знаковыми туристическими местами», — уверена госпожа Аридова.

По словам операционного директора департамента стратегического консалтинга Nikoliers Игоря Кокорева, даже такие насыщенные достопримечательностями города, как Париж, Лондон или Нью-Йорк, постоянно прирастают новыми достопримечательностями: смотровыми площадками с небоскребов или колес обозрения (London Eye, Edge 30 Hudson Yards, Summit One Vanderbilt), необычными сооружениями (Vessel в NY), музеями и культурными центрами (Fondation Louis Vuitton в Париже), парками и общественными пространствами, набережными (Pier 55 в NY, Paris Plages). При этом новые объекты часто открываются на удалении от сложившихся туристических маршрутов.

«В этом тренде в Петербурге находятся такие новые объекты, как „Лахта-центр“, особенно с потенциалом открытия обзорной площадки, и „Остров фортов“ в Кронштадте. Несколько меньшим по общему потен-

циалу можно назвать комплекс „СКА Арены“ с новым парком рядом, которые могут „работать“ в связке с популярным у горожан парком Победы», — поясняет господин Кокорев.

Участники рынка уверены, что новые туристические объекты важны для увеличения турпотока. «Если заострять внимание только на исторических достопримечательностях, то россиянин из другого города придет в Петербург, скорее всего, один раз, чтобы посмотреть все самому, а потом лет через десять — с детьми. С учетом появления новых мест отдыха вероятность возвращения туристов значительно повысится», — поясняет Алексей Мусакин, член совета директоров и управляющий партнер Cronwell Hospitality Group, вице-президент Российской гостиничной ассоциации (РГА).

«Я вижу, что как раз жители других городов, которые останавливаются в нашем отеле, чаще всего приезжают в Петербург, чтобы посетить недавно открытые объекты, общественно-креативные пространства», — подтверждает владелец петербургского отеля «Гельвеция» Юнис Теймурханлы.

Аналитики полагают, что в ближайшее время можно ожидать увеличение вложений в развитие туристической инфраструктуры. «Исходя из имеющихся в данный момент проектов, можно ожидать достаточно мощный инвестиционный приток в ближайшие пять-шесть лет. Пик инвестиционной активности прогнозируется в 2026 году — как раз в связи с планируемым началом активных строительных работ в „Лахта-центре“, на „Острове фортов“, в квартале „Скороход“, в Стрельне», — уверены эксперты ПКР. ■

ЛОГИСТИКА НЕСТАНДАРТНЫХ РЕШЕНИЙ

ОТРАСЛЬ АВТОМОБИЛЬНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК В РОССИИ РАСТЕТ. НАРЯДУ С МАШИНОСТРОЕНИЕМ И РЕКЛАМОЙ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ ВОШЛА В ТОП-3 САМЫХ ДИНАМИЧНЫХ. ВПРОЧЕМ, ВСЛЕД ЗА СПРОСОМ РАСТУТ И ТРЕБОВАНИЯ КЛИЕНТОВ, А ЗАКРЫТЬ ПОТРЕБНОСТЬ В КАДРАХ В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ СТАЛО ТРУДНЕЕ. ГЛАВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВЫЗОВЫ РОССИЙСКИХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК BUSINESS GUIDE ОБСУДИЛ С ЭКСПЕРТАМИ СЕРВИСА «ГРУЗОВИЧКОФ». ОЛЬГА ГОЛОВИНА

По прогнозам аналитиков M.A. Research, российский сегмент автомобильных грузоперевозок по итогам 2023 году вырастет на 30,6% относительно прошлого года и достигнет 1,3 трлн рублей. По данным исследования Calltouch, банка «Точка» и HeadHunter, только с января по сентябрь 2023 года в транспортно-логистические компании обращалось на 9% больше клиентов, а их обороты выросли на 12%, что способствовало росту так называемого «индекса здоровья» отрасли. В ближайшие годы положительная динамика сохранится.

ГОРОДСКАЯ ЛОГИСТИКА В ТРЕНДЕ

В сервисе «Грузовичкоф» подтверждают позитивные тренды в сфере развития городской логистики. В компании отметили рост грузооборота коммерческого транспорта в 2023 году на 11,9% в тоннаже год к году, а также увеличение числа e-commerce-заказов: их рост к концу года достигнет 64%. Рост обеспечен, в том числе, корпоративными доставками для маркетплейсов.

«Логистика — одна из важнейших отраслей экономики, кровеносная система как страны, так и бизнеса. Поэтому каждый перевозчик работает над повышением эффективности операционных бизнес-процессов, ищет новые направления для развития», — комментируют аналитики «Грузовичкоф». — Многие компании нарастили объемы грузоперевозок, что может говорить об увеличении производственных мощностей и, соответственно, об увеличении количества выпускаемых товаров и продукции, что, в свою очередь, свидетельствует о постепенном восстановлении экономики».

Среди факторов развития транспортно-логистической отрасли участники рынка называют потребность в сокращении сроков доставки до конечного потребителя, рост спроса на доставку негабаритного товара и pop-food-категории неограниченного ассортимента; расширение сети центров обработки грузов — ОРЦ и логистических коворкингов (в частности, об этом сказано в Стратегии развития транспортной системы Москвы и Московской области до 2035 года), вывод на аутсорсинг транспортных услуг, маршрутизацию и «уберизацию» грузовых перевозок.

При этом современный клиент грузового сервиса связывает с услугой высокие ожидания. Базовое — скорость транспортировки. К этому добавляются бесшовность, когда логистика «зашита» в процесс заказа; доступность и вариативность (чтобы доставка осуществлялась в режиме 24/7 в любую точку и в любое место), а также клиентоориентированность, связанная с проактивным решением вопросов пользователя.

«ЦИФРА» ДЛЯ УСКОРЕНИЯ Как вспоминают в «Грузовичкоф», во многих городах несколько лет назад грузоперевозку приходилось заказывать заранее, чуть ли не за неделю: «С появлением нашего сервиса в регионах клиенты удивлялись, что машина может приехать в день обращения. Постепенно „Грузовичкоф“ приучил рынок и клиентов к такому уровню сервиса, и теперь быстрая подача авто — базовая опция у перевозчиков, а не уникальная. Поэтому конкуренты позиционируют время подачи так же: 15–30 минут».

Как пояснили в сервисе, обеспечивать быструю подачу удается в 90–95% заказов за счет большого автопарка и машин на линии (в автопарках сервиса более 5 тыс. различных транспортных единиц); благодаря компетенциям операционного отдела, который следит за



ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ АВТОМАТИЧЕСКОЙ ОБРАБОТКИ ЗАКАЗОВ, РАНЕЕ ПРИМЕНЯВШЕЙСЯ ТОЛЬКО В СФЕРЕ ЛЕГКОВЫХ ТАКСИ, ЗНАЧИТЕЛЬНО ОПТИМИЗИРУЕТ ТРУД ЛЮДЕЙ

состоянием техники; логистов и аналитиков, которые на основе собранных статистических данных распределяют заказы и прогнозируют их количество.

Скорость также обеспечивают цифровые сервисы и автоматизация процессов в целом. «Основные наши программы созданы специально разработчиками сервиса на основе потребностей и задач „Грузовичкоф“. С одной из них, системой автоматической раздачи заказов (она синхронизирует работу логистов и водителей), сервис стал резидентом „Сколково“», — сообщили в компании.

Как отметил исполнительный директор сервиса «Грузовичкоф» Михаил Назаров, внедрение системы автоматической обработки заказов, ранее применявшейся только в сфере легковых такси, значительно оптимизирует труд людей. «Так, за девять месяцев 2023 года 60% выполненных заказов система обработала автоматически. Выполнение такого объема работы без автоматизации процессов потребовало бы в шесть раз больше сотрудников, что сделало бы бизнес просто нерентабельным», — указывает он.

Впрочем, господин Назаров уверен, что грузоперевозки — это процесс, который пока нельзя полностью доверить искусственному интеллекту. «Каждую минуту что-то происходит и меняются вводные, а учесть их даже самый совершенный, но механизированный алгоритм еще не способен. Требуется умелое „ручное“ управление логистической ситуацией, что и делают специалисты сервиса: ежедневно анализируя конкретные обстоятельства, они „в моменте“ корректируют вывод экипажей на линию, повышая тем самым уровень услуг и обеспечивая соблюдение сроков подачи автотранспорта», — добавляет собеседник BG.

НЕСТАНДАРТНЫЕ РЕШЕНИЯ В АВАНГАРДЕ СПРОСА

Многие современные клиенты хотят, чтобы «тяжелой» работой занимались профессионалы. Ради экономии времени и денег они передают весь фронт работ, связанных с доставкой товаров и продукции, подрядчикам. В связи с этим растет количество заказов в b2b-сегменте, в частности, запросы на транспортный аутсорсинг, когда юрлица стремятся передать подрядчикам управление логистическими про-

цессами, чтобы сократить непрофильные издержки на содержание транспорта и перенаправить эти средства на развитие бизнеса.

В сервисе «Грузовичкоф» отвечают на этот запрос комплексом услуг в формате «одного окна» и «под ключ» — как для b2b-сегмента, так и для b2c. «Это важно с точки зрения клиентского опыта и с точки зрения надежности перевозчика. Так, омниканальность позволяет получить разные услуги у одного перевозчика. Например, заказывая грузчиков или упаковку, не нужно обращаться в другую компанию. Также, в отличие от частных перевозчиков и некоторых конкурентов на рынке, сервис обеспечивает страхование каждого груза. То есть берет на себя ответственность за него вплоть до момента отгрузки, а если наступает страховой случай по его вине, обязательно встает на сторону клиента и готов возместить ущерб», — объясняют структуру сервиса в компании.

В «Грузовичкоф» наблюдают рост спроса на нетиповые решения в сфере логистики, а также персональные тарификации и эксклюзивные условия среди корпоративных заказчиков. Для работы только с ними в июле 2023 года сервис запустил суббренд «Грузовичкоф Бизнес». Продукт включает в себя, в частности, транспортный аутсорсинг или подписку на автомобиль с экипажем (ноухау для российского рынка), что подразумевает шеринг и почасовую оплату за предоставленную услугу. Среди индивидуальных возможностей — офисный переезд, который подразумевает комплекс услуг: от персонального расчета с выездом оценщика день в день и до полной расстановки вещей (включая дизайнерские элементы интерьера) на новом месте, согласно плану заказчика, и утилизации мусора.

Кстати, вывоз отходов также входит в услуги нового суббренда: у сервиса есть соглашение с полигонами и лицензия на работу с отходами III и IV классов опасности. Помимо нетиповых решений, «Грузовичкоф Бизнес» предлагает базовую услугу грузового такси, а также доставку сборными грузами: перевозку по всей России транспортом различной тоннажности (клиентские сценарии «Дверь-дверь» или «Терминал-терминал»).

УДЕРЖАТЬ КАДРЫ Главный вызов 2023 года — кадровый голод, который оказался пропорционален

росту спроса на грузоперевозки. По данным Superjob, транспортно-логистическая сфера вошла в топ-3 отраслей, наряде с промышленностью и строительством, в которой спрос на персонал превысил число актуальных резюме. Согласно исследованию компании «Яков и партнеры» (бывшая консалтинговая фирма McKinsey), обнародованному РБК, к 2030 году логистика войдет в топ отраслей, на которых скажется нехватка персонала: в транспортной сфере дефицит рабочих рук составит от 300 до 500 тыс. человек (для сравнения, прогнозный дефицит кадров в России оценивают в 2–4 млн человек).

Лидеры транспортно-логистического рынка считают рецептом от «кадрового голода» грамотную внутреннюю корпоративную политику. «В „Грузовичкоф“ действует программа лояльности для водителей (например, брендирование своего автомобиля вознаграждается повышенной ставкой). Для водителей, которые работают на автомобилях сервиса, предусмотрены топливные карты, скидки и индивидуальные условия в магазинах-партнерах. Кроме материальной мотивации, есть и другие способы порадовать сотрудников, например, награждение лучших работников месяца, конкурсы профмастерства, спортивные и другие тимбилдинговые мероприятия. Благодаря им повышается вовлеченность водителей в деятельность сервиса: среднемесячный прирост eNPS (показателя удовлетворенности персонала) — 2%», — поделились в «Грузовичкоф».

ГРУЗЫ ДОВЕРЯТ НАДЕЖНЫМ Как отметили в сервисе, в этом году себестоимость выполнения заказов (обслуживание автомобилей, топливо и т. д.) выросла, из-за чего наблюдается и рост цен на доставку и логистические услуги в целом по рынку. Однако эксперты говорят, что вопрос цены становится менее болезненным, если есть осознание ценности услуги, которое связано с пониманием структуры стоимости перевозки.

Представители отрасли также констатируют, что на рынке транспортно-логистических услуг в последние годы фактор стоимости услуги и тарифов на перевозку уходит на второй план, а вот к выбору перевозчика компании подходят тщательнее, поскольку от качественной и своевременной доставки зависят прибыль и лояльность покупателей.

Для улучшения сервиса требуются серьезные инвестиции в кадровые и технические ресурсы, и на этом поле могут конкурировать только сильные игроки с雄厚им капиталом. Поэтому небольшие частные транспортные компании и ИП-перевозчики, скорее всего, будут уходить с рынка или консолидироваться с более крупными.

«Клиентам гораздо важнее сейчас соблюдение договоренностей и выполнение требований перевозчиком, нежели быстрая подача транспорта. Необходимо выстраивать доверительные отношения с клиентом, а для этого нужно каждый раз подтверждать свою надежность и оправдывать завоеванное доверие. „Грузовичкоф“ работает круглосуточно и без выходных, поэтому, даже если перевозка запланирована на 5 утра 1 января, наш экипаж приедет вовремя и все довезет в целости и сохранности. Для многих клиентов это удивительно — и невероятно ценно. Именно поэтому мы стремимся быть опорой и поддержкой для наших пользователей каждый день и в любых обстоятельствах», — заключает господин Назаров. ■

ЭЛИТНЫЕ ЗАСТРОЙЩИКИ СОКРАЩАЮТ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

НА НАЧАЛО ДЕКАБРЯ ОБЪЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В ЭЛИТНЫХ НОВОСТРОЙКАХ ПЕТЕРБУРГА СОСТАВИЛ 115 ТЫС. КВ. М, ИЛИ ОКОЛО 870 КВАРТИР И АПАРТАМЕНТОВ, ЧТО НА 11% МЕНЬШЕ, ЧЕМ В 2022 ГОДУ.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Такие данные приводят аналитики консалтинговой компании NF Group. Как полагают в компании, снижение показателя обусловлено оживлением покупательской активности в совокупности с невысоким объемом нового предложения, выведенного на рынок в течение года.

По данным NF Group, в 2023 году рынок элитного жилья пополнили два новых объекта: комплексы ASTRVM от девелопера Yard Group и 17/33 (секции Residence) от Element Development. Также в продажу вышел новый корпус комплекса «Северная корона» от ГК «ПСК», реализуемый в формате реконструкции исторического здания. Девелоперы сохраняют осторожность при выводе новых объектов на рынок: объем нового предложения в 2023 году составил 28 тыс. кв. м, что сопоставимо с показателем прошлого года, когда в продажу вышло 29 тыс. кв. м элитного жилья. Средняя площадь лота в экспозиции на первичном рынке элитного жилья за год выросла на 2,6 кв. м и достигла 132,5 кв. м. В 2023 году сохраняется дефицит малогабаритных квартир и апартаментов.

Как прогнозируют в компании, объем спроса на элитное жилье на первичном рынке Санкт-Петербурга по итогам года может составить 43 тыс. кв. м, или более 350 квартир и апартаментов, что на 35% превышает показатель 2022 года. Тренд на восстановление покупательской активности, наметившийся во втором квартале 2023 года, укрепился во втором полугодии: на этот период пришлось около 70% совокупного объема спроса.

Основными драйверами спроса на элитное жилье стали волатильность курса валют в совокупности с желанием покупателей инвестировать с целью сохранения средств. Существенное влияние оказало вымывание качественного предложения со вторичного рынка, интерес покупателей к которому существенно усилился с 2022



ОБЪЕМ СПРОСА НА ЭЛИТНОЕ ЖИЛЬЕ НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ПО ИТОГАМ ГОДА МОЖЕТ СОСТАВИТЬ 43 ТЫС. КВ. М, ИЛИ БОЛЕЕ 350 КВАРТИР И АПАРТАМЕНТОВ, ЧТО НА 35% ПРЕВЫШАЕТ ПОКАЗАТЕЛЬ 2022 ГОДА

года ввиду роста цен на ремонт и отделку. Средневзвешенная цена элитного жилья в новостройках выросла за год на 8% и составила 581 тыс. рублей за квадратный метр.

Алия Ханбекова, руководитель отдела элитной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, говорит: «Ключевым событием 2023 года стало восстановление

покупательской активности на первичном рынке элитного жилья, что отразилось на сокращении объема предложения и на динамике цены. Дальнейшее развитие сегмента будет во многом зависеть от геополитической ситуации и макроэкономических предпосылок. При этом сохранение текущих тенденций — высокого уровня спроса на фоне невысокой девелоперской активности

— может постепенно привести рынок от реалий „рынка покупателя“ к „рынку продавца“».

Андрей Соловьев, партнер, региональный директор департамента городской недвижимости NF Group, добавляет: «На протяжении третьего квартала отмечался высокий интерес к элитным новостройкам. С июля по сентябрь на первичном рынке элитного жилья было заключено 134 сделки, что на 65% больше, чем в третьем квартале 2022 года, и на 79% больше числа сделок предыдущего квартала. Всего за девять месяцев 2023 года было реализовано 247 элитных квартир и апартаментов, что превышает аналогичный показатель предыдущего года на 5%».

Высокий спрос на квартиры в новостройках и отсутствие выхода новых проектов в продажу в третьем квартале стали причинами снижения объема предложения на первичном рынке: на конец сентября на нем экспонировалось около 850 элитных квартир и апартаментов (–17% за квартал). Средний бюджет сделки по покупке квартиры вырос на 16% за квартал и составил 69,1 млн рублей.

В третьем квартале 2023 года спрос на элитное жилье в Санкт-Петербурге заметно возрос. Нестабильность валютного рынка стала одной из причин, побудивших покупателей искать способы сохранить свои накопления. Это привело к уменьшению предложения в элитных новостройках. Теперь многое будет зависеть от пополнения рынка новыми объектами. В целом можно сказать, что в условиях колебаний валютных курсов люди ищут надежные способы инвестирования, и элитная недвижимость по-прежнему способна справиться с этой задачей. Многие застройщики сейчас готовы предлагать дисконт, но при сохранении высокого спроса от скидок могут и отказаться. ■

НОВЫЕ УСЛОВИЯ УБЕРУТ ЧЕТВЕРТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ

ПРЕДЛОЖЕНИЯ МИНФИНА ПО УЖЕСТОЧЕНИЮ ТРЕБОВАНИЙ К ЛЬГОТНОЙ ИПОТЕКЕ ПРИВЕДУТ К СОКРАЩЕНИЮ ВЫБОРА ЖИЛЬЯ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ЗАЕМЩИКОВ НА 15% В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ И НА 40% В ПЕТЕРБУРГЕ. С РЫНКА НОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ УБЕРУТ ОТ 25 ДО 30% ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ.

ВЕРОНИКА АБРАМЯН

Такие данные содержатся в исследовании «Циана». Прозвучавшие в первой половине декабря предложения Минфина по изменению условий выдачи льготной ипотеки на новостройки призваны охладить «перегретый» рынок, снизить долю заемщиков с высокой долговой нагрузкой и вернуть Центральному банку возможность таргетировать инфляцию через коррекцию ключевой ставки. Доля предложений, подходящих под новые условия программы, рассчитана для заемщика, располагающего минимальной суммой первоначального взноса. Под общим предложением (от которого рассчитан процент) понимаются все лоты в строящихся корпусах, реализуемых по ДДУ (в том числе апартаменты).

Как говорят в «Циане», на момент запуска льготной ипотеки под ее формальные критерии подходило примерно две трети от объема предложения на рынке новостроек. Максимальная доля (почти 100%) фиксировалась в пристоличных областях, минимальная — в городах-миллионниках с наиболее высокой стоимостью

квадратного метра. К примеру, в Казани средняя стоимость недвижимости была выше, чем в Московской и Ленинградской областях, а лимиты — вдвое ниже.

На протяжении второй половины 2022 года доля подходящих под программу квартир даже немного увеличивалась: застройщики не столь активно индексировали цены (за второе полугодие 2022 года они выросли на 2%, за первое полугодие 2023 года — на 4%), а, напротив, активно стимулировали спрос через акции и скидки. Кроме того, они адаптировали квартирографию и ценообразование, чтобы вписать максимально возможную часть их запасов в лимиты программы. К апрелю 2023 года доля подходящих лотов достигла максимума (71%) и лишь затем начала сокращаться из-за возобновившегося роста цен. За последние шесть месяцев новостройки в 18 ключевых локациях стали на 12% дороже, что снизило показатель до 64%.

Решение ЦБ по повышению первоначального взноса до 20% (от середины сентября) формально

расширило доступность программы (ведь пока что лишь повышен взнос, но остались неизменными лимиты). Это же справедливо и для нового предложения по увеличению взноса до 30% (при этом лимиты снижаются только в столицах и окружающих их областях, но не в регионах). Таким образом, обсуждаемая инициатива приведет к сокращению выбора в Москве, Подмосковье и Санкт-Петербурге (примерно на 40 п. п.), в Ленинградской области это решение затронет примерно 15% лотов. В регионах выбор формально становится шире (с 60% от активного предложения до 70%), но реальная доступность новостроек сократится.

Как говорят в «Циане», это связано с рядом факторов: с увеличением величины первоначального взноса в абсолютном выражении (это максимально критично для многих заемщиков); с прекращением предоставления особых условий (когда кредиты выдавались на условиях, отличных на 0,5–1% от прописанных в постановлении

правительства); с сокращением возможностей для применения комбинированной ипотеки (когда часть суммы бралась по льготным ставкам, а часть по рыночным). Это было актуально до лета этого года, когда спред составлял 3–4 п. п., а не почти 10 п. п., как сейчас. Наконец, последний фактор — ужесточение подхода банков к оценке заемщиков (через новые требования к предельной долговой нагрузке, ограничения на число кредитов «в одни руки»).

«По нашей предварительной оценке, это уберет с рынка 25–30% потенциальных покупателей. Это вынудит застройщиков перейти от регулярной индексации цен к более широкому применению скидок и акций (и околонулевой динамике номинальных цен предложения), — комментирует Алексей Попов, руководитель «Циан.Аналитики». — При этом в краткосрочной перспективе возможен еще один период ажиотажного спроса, когда покупатели будут закупаться впрок, пока „все не отменили“». ■

ИПОТЕКА

ПРИЙТИ К ПРЕМИАЛЬНОМУ ФИНИШУ

КВАРТИРЫ С ОТДЕЛКОЙ В СЕКТОРЕ ЭЛИТНЫХ НОВОСТРОЕК ТАК И НЕ ПОЛУЧИЛИ В ПЕТЕРБУРГЕ ШИРОКОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ. В СТОЛИЦЕ СИТУАЦИЯ СОВЕРШЕННО ИНАЯ: ТАМ ДОЛЯ ТАКОГО ЖИЛЬЯ, ПО НЕКОТОРЫМ ОЦЕНКАМ, ДОСТИГАЕТ 40%. В ПЛЮСАХ И МИНУСАХ ПРЕМИАЛЬНОГО ЖИЛЬЯ С ОТДЕЛКОЙ РАЗБИРАЛАСЬ ИРИНА КУТОВАЯ.

Екатерина Немченко, коммерческий директор холдинга РСТИ, говорит, что в Петербурге по-прежнему элитные объекты с полной отделкой носят единственный характер и не составляют заметную долю рынка, в отличие от Москвы, где тренд на квартиры в дорогих новостройках с отделкой более заметен. «Это не означает, что покупатели элитной недвижимости стали менее требовательны, они стали более прагматичны и рациональны. Покупатели не хотят тратить время на отделку, нести риски по стоимости, срокам поставки, выполнению и качеству работ. Помимо этого, новые объекты привлекают покупателей большим выбором квартир, стартовой ценой, возможностью длинной рассрочки платежей», — поясняет она.

Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК», также отмечает, что рынок новой элитной недвижимости с отделкой в Петербурге практически отсутствует. «Есть единичные проекты, в которых предлагаются такие решения, да и то сама по себе отделка мало кого заинтересует. Продать элитную недвижимость в готовом для проживания виде можно только предложением уникальных решений. Разработанных, например, известным дизайнером в единичном виде, с законченным интерьером. Более того, дублирование решений внутри проекта уже будет минусом. Каждая из квартир в элитном доме должна представлять собой индивидуальный проект. Такой продукт создать очень сложно, и в большинстве случаев девелоперу целесообразнее не включать эти опции в предложение», — рассуждает эксперт.

МАЛАЯ ДОЛЯ Алия Ханбекова, руководитель отдела элитной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, говорит, что исторически для рынка элитного жилья в Петербурге было характерно преобладание объектов без отделки, эта тенденция сохраняется и в настоящее время. «По состоянию на третий квартал 2023 года на первичном рынке элитной жилой недвижимости Петербурга представлены только два объекта, предлагающих покупателям лоты с готовой отделкой: комплекс апартаментов Cheval Court от девелопера Vos'hod и жилой комплекс One Trinity Place (GHP Group). Их доля составляет около 6% от общего числа квартир и апартаментов, представленных в продаже. Доля квартир и апартаментов с предчистовой отделкой составляет 17%, остальные 77% лотов продаются без отделки», — приводит она данные.

Владимир Федоров, директор по продажам элитной недвижимости Richness Realty Investment Group, с такой оценкой согласен. Он подсчитал, что доля элитного жилья с отделкой на первичном рынке Петербурга не достигает даже 5%. «В числе топового предложения нового элитного жилья с отделкой можно выделить

ЦЕНА КВАРТИРЫ ИЛИ АПАРТАМЕНТА С ОТДЕЛКОЙ (КАК ПРАВИЛО, ЕЩЕ И С МЕБЕЛЬЮ) В ОДНОМ И ТОМ ЖЕ КОМПЛЕКСЕ МОЖЕТ БЫТЬ ВЫШЕ НА 50–60%. ВСЕ ЗАВИСИТ ОТ КЛАССА САМОЙ ОТДЕЛКИ, НЕКОТОРЫЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ ПРЕДЛАГАЮТ ДВА-ТРИ ВАРИАНТА, ОТЛИЧАЮЩИЕСЯ ПО ЦЕНЕ



ПО СРАВНЕНИЮ С МОСКВОЙ, ГДЕ УЖЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ УСПЕШНО РЕАЛИЗУЮТСЯ ОБЪЕКТЫ КЛАССА DE LUXE С ОТДЕЛКОЙ, ПЕТЕРБУРГ ВСЕ ЕЩЕ СИЛЬНО ОТСТАЕТ. ВО МНОГОМ ЭТО СВЯЗАНО С БОЛЬШЕЙ КОНСЕРВАТИВНОСТЬЮ ПОКУПАТЕЛЯ

первую (и единственную) тройку: Cheval Court (новый московский проект на 12 апартаментов-резиденций с отделкой „под ключ“ и меблировкой от модного дома Ralph Lauren); One Trinity Place (на 175 квартир с высококлассной полной отделкой с использованием шпона ценных пород дерева и натурального камня и со встроенной мебелью. Архитектурный проект здания: британское архитектурное бюро Squire & Partners, дизайн интерьеров: британское дизайн-бюро 1508 London). В-третьих, это Zen Garden: 100 резиденций элит-класса с чистовой отделкой и мебелью и пять пентхаусов с террасами, индивидуальными лифтами и частным входом в спазону», — говорит господин Федоров.

Елена Варнавина, руководитель городского направления компании Villagio Realty, рассуждает о ситуации на столичном рынке: «Как ни странно, но пока доля элитного жилья с отделкой на рынке все еще не превышает 40%, хотя именно с ремонтом сейчас идут основные продажи во всех сегментах. С 2017 года доля такого жилья начала формироваться с нуля и каждый год росла, достигнув 40%, еще 30% — это white box, оставшиеся 30% — без отделки».

Директор по маркетингу Sense Диана Гайнуллина рассказывает: «В нашем будущем элитном проекте мы запланировали дизайнерскую отделку — как раз потому, что данный формат набирает все большую популярность в высоких классах. Клиенты, приобретающие недвижимость на начальном этапе строительства, хотя и на выходе получить уже максимально готовый продукт. Аналогичная ситуация и для клиентов, выбирающих недвижимость на высокой стадии строительства: у них нет времени ждать переезда, а также выделять силы и время на ремонт, они предпочитают делегировать этот момент профессионалам»

ИНТЕРЕС РАСТЕТ Ирина Тархова, руководитель направления элитных продаж Yard Group, полагает, что в последние годы на рынке элитного жилья Санкт-Петербурга наблюдается рост интереса покупателей к квартирам с уже готовой отделкой и меблировкой, обусловленный ограниченным предложением и недоступностью зарубежных отделочных материалов и мебели на розничном рынке. «Также поменялся портрет самого покупателя: молодых клиентов до 35 лет, которые „спешат жить“, в последние годы становится больше, и их запрос — варианты с готовой отделкой», — отмечает эксперт.

Она говорит, что, несмотря на сохранение редкого предложения квартир с готовой отделкой в сегменте de luxe, включенной в стоимость резиденций, в некоторых проектах отделочные работы от партнеров-дизайн-студий предлагаются в качестве дополнительной опции. «Так, например, в клубном доме ASTRVM от Yard Group мы предлагаем варианты финишной отделки квартир на выбор от именитых компаний, с которыми сотрудничаем. Для клиентов при покупке квартиры в элитном доме крайне важно создать эксклюзивный проект, соответствующий личным потребностям и ожиданиям», — подчеркивает госпожа Тархова.

Оксана Кравцова, генеральный директор ГК «Еврострой», все-таки считает, что доля элитного жилья с отделкой в Санкт-Петербурге постепенно растет, особенно если приравнивать к такой недвижимости элитные проекты апартаментов в центре. «Однако по сравнению с Москвой, где уже несколько лет успешно реализуются объекты класса de luxe с отделкой, Петербург все еще сильно отстает. Во многом это связано с большей консервативностью покупателя, который привык приобретать жилье высокого класса и формировать его под свои желания и потребности, меняя функционал комнат,

привнося со своей командой дизайнеров новые идеи, в том числе и в части отделочных материалов», — поясняет она.

По ее словам, «Еврострой» также продолжает реализовывать квартиры в элитных объектах без отделки. «Но в качестве дополнительной опции мы предлагаем качественную дизайнерскую отделку в клубном доме „Приоритет“ на Воскресенской набережной. Ее стоимость составляет дополнительные 20% к цене квадратного метра. Исключением остается исторический дом „Три грации“ у Таврического сада, в котором мы как девелопер обязаны восстановить и отреставрировать все дворцовые интерьеры квартир и их декор».

Господин Федоров полагает, что цена жилья элитного класса с отделкой отличается от жилья без отделки на 150–500 тыс. рублей за квадратный метр.

Ольга Зыблая, директор по продажам и маркетингу клубных домов Turandot Residences & Artisan, отмечает, что девелоперы новых элитных проектов и тех, что в течение полутора последних лет вышли на рынок, очень осторожны в плане вывода квартир с отделкой. «Все чаще они отказываются от готового продукта, потому как в текущем меняющемся мире сложно выполнить проект „под ключ“ в том качестве, в каком заявляли на старте. Как правило, элитная квартира с отделкой стоит на 30–40% дороже той, что предлагается „в бетоне“, — обращает она внимание.

Госпожа Варнавина оценивает стоимость жилья с отделкой еще выше: «Цена квартиры или апартаментов с отделкой (как правило, еще и с мебелью) в одном и том же комплексе может быть выше на 50–60%. Все зависит от класса самой отделки, некоторые девелоперы предлагают два-три варианта, отличающиеся по цене». ■



«РАД СТАЛ ЛИДЕРОМ АУКЦИОННЫХ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ РОССИИ В 2023 ГОДУ»

ГЛАВА РОССИЙСКОГО АУКЦИОННОГО ДОМА **АНДРЕЙ СТЕПАНЕНКО** РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ **BUSINESS GUIDE** ЕКАТЕРИНЕ ДЫННИКОВОЙ ОБ ИТОГАХ РАБОТЫ РАД, А ТАКЖЕ О ТОМ, КАК РАЗВИВАЕТСЯ РЫНОК ПУБЛИЧНЫХ ПРОДАЖ В РЕГИОНАХ И КАКИЕ ОБЪЕКТЫ ИНТЕРЕСУЮТ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ В ПЕТЕРБУРГЕ.

BUSINESS GUIDE: Расскажите, о предварительных итогах вашей работы в 2023 году.

АНДРЕЙ СТЕПАНЕНКО: Объем заключенных на площадке РАД сделок в этом году перешел рубеж в 1 трлн рублей. Это сумма сделок за 14 с небольшим лет. Для нас это важный рубеж. При этом в 2023 году общая сумма сделок РАД составила 297 млрд рублей. В части недвижимости это около 82,8 млрд. Такие показатели позволяют нам не только называться продавцом номер один в России, но и экспертно говорить о ситуации на рынке недвижимости в целом.

BG: Какие тренды вы видите сегодня?

А. С.: Бурное развитие регионов и региональных рынков недвижимости, неснижающийся объем инвестиций в недвижимость практически по всей стране и практически во все сегменты. Ложными оказались пророчества относительно спада интереса к торговым и бизнес-центрам и увеличения объема вакантных площадей. Рынок очень быстро заполнил вакансии после ухода иностранных компаний и продолжил рост. Требуется земля под жилищные проекты и под промышленное строительство, огромный интерес к сельхозобъектам не снижается на протяжении последних двух лет.

Объекты туриндустрии, частное жилье — с торгов уходит все. Сегодня сложилась уникальная ситуация, когда спрос есть буквально на все, и провальные объекты недвижимости практически отсутствуют. Наступило время продавцов. У нас почти что кратное увеличение продаж по всем филиалам РАД.

BG: С чем это связано?

А. С.: С государственными инвестициями в производство по всей стране. Как правильно сказано: «Экономические и политические вызовы — это время возможностей». Экономика переориентируется на внутреннее производство, модернизируются старые и запускаются новые предприятия, строятся дороги, увеличивается объем госзаказа, возникают новые рабочие места, нужны квалифицированные кадры и так далее. Рынок недвижимости развивается вслед за этими глобальными процессами. А бурное развитие производства идет по всей стране.

МЫ ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ВСЕМ УЧАСТНИКАМ ПУБЛИЧНОГО РЫНКА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЙ СЕРВИС (ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТПЕЙС) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВ. ЕЩЕ ОДНО НАШЕ ПРЕИМУЩЕСТВО — УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ В ПЛАНЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПРОДАЖ. МЫ РАБОТАЕМ ВО ВСЕХ СЕГМЕНТАХ ПУБЛИЧНОГО АУКЦИОННОГО РЫНКА: ГОСИМУЩЕСТВО, НЕПРОФИЛЬНЫЕ АКТИВЫ БАНКОВ И КОРПОРАЦИЙ, ПРОБЛЕМНОЕ ИМУЩЕСТВО (ДОЛГОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА, ЗАЛОГИ, КОНФИСКАТ), АКТИВЫ В БАНКРОТСТВЕ, ПРОДАЖА КВОТ НА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОРСКИХ БИОРЕСУРСОВ



ПРЕСС-СЛУЖБА РАД

Впервые за много лет региональные рынки стали напрямую значительно влиять на расклад инвестиционной активности в России. Раньше федеральные компании иногда заходили в регионы и что-то там строили. Например, я помню, как группа компаний «Пионер» пришла в Петербург. Это было событие.

Процесс движения инвесторов по России постепенно развивался, его приостановил ковид, потом, в 2021 году, он снова активизировался, в 2022-м — затих. И 2023 год стал фактически поворотным. Он всерьез поставил вопросы: «Где главные деньги? Куда выгодно инвестировать?» И стало очевидно, что не все богатства и не все инвесторы сконцентрированы в Москве и Питере. Подчеркиваю, это произошло в 2023 году.

BG: Есть ли в этом угроза для рынка Петербурга или бизнеса РАД в Петербурге? Например, угроза оттока инвесторов в регионы? Понятно, что московскому рынку никогда и ничто не угрожает, но насколько устойчивы позиции Северной столицы?

А. С.: Я не вижу в этом угрозы, скорее новые возможности. По своим сделкам мы видим рост количества региональных покупателей. Например, мы достаточно долгое время пытались продать здание дочерней структуры ПАО «Россети» — АО «Недвижимость ИЦ ЕЭС» на Вознесенском проспекте, 26А. Это центр города, шаговая доступность до Исаакиевской площади, Мариинского дворца и других достопримечательностей Петербурга,

пешеходная доступность до трех станций метро. Здание не является памятником, имеет потенциал для реновации, сдано в аренду. В общем, одни плюсы. Несмотря на это, продать его не получалось. В итоге в июле этого года его приобрела компания из Сибири.

И это не единичная сделка. Так, в прошлом году мы среди прочего продавали часть исторического здания на Выборгской набережной, на улице Смольячкова. Его также купила региональная компания — из Омска. Недавно она объявила о совместном с петербургской компанией проекте: эти площади реконструируют под сервисный апартамент-отель.

На мой взгляд, петербургские строительные компании, девелоперы и брокеры должны учесть рост влияния регионов при формировании своих стратегий: поиска покупателей на свои питерские объекты (возможно, эти покупатели в регионах), планов выхода на региональные рынки, то есть начинать работать на региональных рынках, потому что там появились деньги.

Другими словами, питерские девелоперы получают возможность расширить бизнес за счет регионов, а региональные покупатели-инвесторы, уверен, хлынут в Питер, потому что региональные деньги всегда перетекают в столицы. Мы уже пережили наплыв покупателей из закавказских республик бывшего СССР в «нулевые» годы и покупателей из Китая — в 2010-е. Теперь мы ждем денег из регионов. Этот тренд в долгосрочном периоде

будет определять стратегии продвижения питерских объектов на рынок и стратегии поиска покупателей на рынке.

BG: Что интересует региональные компании в Петербурге, что им можно здесь предложить?

А. С.: То же, что и местным. В Петербурге всех интересуют объекты в историческом центре, которые можно развивать с прицелом на обслуживание туристов: рестораны, кафе, креативные пространства, апартаменты, гостиницы. Это здания, жилые и нежилые, имущественные комплексы старых промзон и просто встроенные помещения, которые можно приспособлять под новый функционал. Встроенные помещения — это «быстрые проекты», остальное предполагает реконструкцию. Ее можно сразу запускать под проекты реновации либо можно готовиться к таким проектам, пока что сдавая площади в аренду.

Петербург — второй город в РФ. Северная столица — в топе туристической активности. А это значит, объект, рассчитанный на обслуживание туристического потока в историческом центре Санкт-Петербурга, — гарантированная инвестиция. Зайти в центр города можно только через реконструкцию исторических зданий. Примеров множество.

BG: Часто ли проходят такие сделки?

А. С.: Продажи таких объектов мы проводим регулярно. Так, в этом году, весной, мы реализовали аварийное здание 2,4 тыс. кв. м на набережной реки Фонтанки, на



пересечении с Прядыльным переулком. Его мы продавали по поручению комитета имущественных отношений администрации Петербурга. Это дом Чанжина — вновь выявленный объект культурного наследия. Все, кто сталкивался с таким статусом, знают, что это всегда сложные проекты. Тем не менее с первого раза нам удалось провести торги, в ходе которых цена выросла на 30% от стартовой. По нашей информации, объект будет использован под гостиничную функцию.

Последние торги — помещения в доходном доме Лесниковых на Херсонской улице, которые нам удалось продать за 120 млн рублей, и пятиэтажное здание на проспекте Римского-Корсакова, 69, лит. А, на набережной канала Грибоедова. Буквально на прошлой неделе мы продали его компании «Балтийская коммерция» за 352,8 млн рублей с сорокапроцентным превышением начальной цены. Оба — объекта «Почты России».

В целом могу сказать, что все здания в центре Петербурга или крупные блоки помещений сейчас нам удается продавать быстро и с превышением начальной цены. Инвесторами таких объектов становятся как те компании, которые давно покупают объекты РАД, так и новые игроки рынка. Высокий спрос позволяет продавать с хорошим превышением.

ВГ: Традиционно РАД заключает в Петербурге много сделок по приватизации городских активов. Каковы достижения компании в этом направлении?

А. С.: В этом году РАД в Петербурге, по данным на 10 декабря, продал 1569 лотов на 10 млрд рублей. Из них в рамках приватизации — 571 лот на 4,25 млрд рублей. Это вдвое больше, чем годом ранее. Основной массив — встроенные помещения. Самые крупные из них: пул из 16 помещений, общей площадью 1,2 тыс. кв. м, на Синопской набережной, 24, проданный за 119,4 млн рублей, с превышением 70%, и офисные помещения, 3,4 тыс. кв. м, на Московском проспекте. Цена продажи — 105,6 млн рублей. Самый крупный лот по зданиям — упомянутый аварийный дом на Фонтанке, в Прядыльном переулке 12/163. Цена продажи — 156 млн рублей, превышение — 30%.

ВГ: Какие еще сегменты сегодня пользуются спросом в Петербурге?

А. С.: На пике спроса, помимо всего, что связано с историческим центром, — готовая промышленная и складская недвижимость и участки аналогичного назначения. Нюанс в том, что предложение на рынке минимально. В этом году мы получили шквал запросов на объекты промышленного сегмента. Требуется все: от площадок по 1000 кв. м и участков от 0,3 га до имущественных комплексов с 15–20 тыс. кв. м построек и 4–5 га земли. К примеру, мы успешно реализовали участки промышленного назначения: в Колпино и вблизи Пулковского шоссе, на Предпортовой улице. Обе территории — производственно-складские площадки, инженерно подготовленные, оснащенные рабочими кран-балками и мостовыми кранами, что редкость. Оба объекта были выставлены на торги от частных собственников. Суммарно их цена составила около 1 млрд рублей.

ВГ: А что с редевелопментом старых промышленных территорий под жилье?

А. С.: Наверняка будет дефицит, и, как следствие, вырастет стоимость тех из них, по которым застройка жильем уже согласована, потому что перевод земель из производственной функции в жилую сегодня чрезвычайно затруднен. Это приведет к росту стоимости квадратного метра жилья. При этом, сокращая объем перевода промышленных земель, надо учитывать специфику Петербурга.

Старый «серый пояс» давно подошел вплотную к историческому центру города, с его узкими улицами и отсутствием свободных выездов на региональные трассы. Эти участки не подходят для размещения производства или складов, потому что они не отвечают требованию свободной транспортной логистики. Они могут быть освоены только по законам старой сложившейся городской среды, органично встроены в нее и использованы для размещения апарт-комплексов, офисных центров или multifunctionальных бизнес-пространств. Не говоря уже об объектах туристической и музейной инфраструктуры.

ВГ: Вы много лет сотрудничаете со Сбербанком. Какие еще крупные клиенты работают с Российским аукционным домом в Санкт-Петербурге?



ПРЕСС-СЛУЖБА РАД

А. С.: Этим летом мы подписали договор с «Почтой России» о продаже недвижимого имущества — помещений, зданий и прочего — по всей РФ. За истекший период продали 32 лота на сумму около 750 млн рублей. Пять из них — в Петербурге.

На конец декабря запланирована продажа еще одного крупного объекта под реконструкцию в историческом центре Санкт-Петербурга. Это комплекс бывших конюшен почтового ведомства на Матисовом острове (Матисов переулок, 4, лит. А), выставленный по цене 508,6 млн рублей.

ВГ: Появились ли в этом году у РАД новые проекты?

А. С.: По линии продаж проблемного имущества мы запустили два новых проекта: продажу нематериальных финансовых активов (НФА) и изъятых лизингового имущества. Продажа НФА — долговых обязательств (цессий) — была у нас и раньше, но в этом году мы выделили ее в отдельное направление. Этот рынок набирает популярность, интерес к нему высокий. РАД реализует права (требования) юридических, физических лиц и индивидуальных предпринимателей на всей территории РФ. За 2023 год продано более 2000 таких объектов на сумму около 20 млрд рублей, в том числе права требования к юрлицам на сумму 14 млрд рублей, физлицам — 3 млрд, ценные бумаги — 2 млрд. По договорам с лизинговыми компаниями мы продаем в основном грузовой и легковой транспорт, оборудование и спецтехнику.

ВГ: Мало кто из брокеров стал развивать бизнес электронных продаж. Стала ли сегодня ЭТП органической частью вашей компании?

А. С.: Безусловно да. Хотя это было нелегко, потому что костяк специалистов РАД составляли классические брокеры, привыкшие работать руками и «в поле». Процесс интеграции новых механизмов и принципов работы в первую очередь в сознание людей занял, наверное, годы. Но мы правильно почувствовали, куда движется рынок, и сейчас у нас есть команда брокеров и универсальный инструмент продаж — ЭТП Lot-online. А это, поверьте, сила.

ВГ: Есть ли у ЭТП РАД преимущества по сравнению с другими электронными площадками?

А. С.: Сегодня РАД Lot-online — единственная площадка, аккредитованная и как оператор ЭТП, и как федеральный агент, брокер для продажи имущества. Это дает нам возможность предоставлять услугу организатора торгов, который готовит сделку и в полной мере несет за нее ответственность: продвигает объект на

рынок привлекает инвесторов, обеспечивает юридическое сопровождение, а также оператора аккредитованной правительством РФ площадки, на которой проходит процедура продажи объекта.

Кроме того, мы предоставляем всем участникам публичного рынка высокотехнологичный сервис (электронный маркетплейс) для проведения торгов. Еще одно наше преимущество — универсальность в плане направлений продаж. Мы работаем во всех сегментах публичного аукционного рынка: госимущество, непрофильные активы банков и корпораций, проблемное имущество (долговые обязательства, залоги, конфискат), активы в банкротстве, продажа квот на использование морских биоресурсов. Это дает нам возможность консолидировать у себя на площадке максимальное число российских инвесторов, а значит, доводить информацию об объектах продажи на нашей ЭТП до максимального числа заинтересованных лиц, добиваться конкуренции и роста цены на торгах.

ВГ: Какой в этом году объем продаж у РАД?

А. С.: В этом году с учетом реализации крабовых квот сумма заключенных сделок на ЭТП РАД составляет около 300 млрд рублей. Здесь РАД, безусловно, является лидером. Важный момент: когда мы говорим об итогах нашей работы и объеме сделок, мы учитываем состоявшиеся сделки и проданные лоты. Наши конкуренты используют в своей статистике данные об опубликованных на площадке торгах. А это принципиально разные вещи.

У нашей площадки есть функционал, который отсутствует у других: личные кабинеты, аналитические отчеты, возможность получения дополнительного финансирования для покупки объектов. Мы сделали мобильное приложение: по частному имуществу, по книгам, по картинам можно торговаться онлайн. В отношении имущества, где для участия в торгах требуется ЭЦП, торги с мобильного приложения пока невозможны. Но для частного — пожалуйста.

ВГ: Сохранятся ли торги с молотком?

А. С.: Что касается торгов с молотком — они могут остаться, но только в смешанном формате: в сочетании с электронными, когда одни покупатели торгуются в аукционном зале, а другие — на ЭТП, в интернете. Мы проводим такие аукционы, когда торгуем предметами искусства и букинисткой. В целом же возвращаться к классическим торгам — это как пересаживаться из «Мерседеса» на верблюда. Много новых ощущений. Но в целом непрактично и неудобно. Классические аук-

КОЛИЧЕСТВО ЗАКЛЮЧЕННЫХ СДЕЛОК НА ЭТП РАД LOT-ONLINE В 2022–2023 ГОДАХ. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ФИЛИАЛАМ

	2022	2023
МОСКВА	1637	3248
ПЕТЕРБУРГ	991	1569
ЦФО	1032	1584
ВОЛГО-ВЯТСКИЙ ФИЛИАЛ	742	995
ПОВОЛЖСКИЙ ФИЛИАЛ	1061	1463
ЮЖНЫЙ ФИЛИАЛ	505	1128
УРАЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ	1697	1387
НОВОСИБИРСКИЙ ФИЛИАЛ	566	1013
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФИЛИАЛ	564	505

источник: РАД

ционы не могут конкурировать с электронными ни за аудиторию, ни за возможности распространения информации по рынку.

ВГ: То есть вы полностью перестроились под новый, электронный формат работы?

А. С.: Мы в последние годы концентрируемся на развитии бизнеса нашей ЭТП — доходов площадки от размещения продаж сторонних организаторов торгов. Это сродни бизнесу «Авито» или «Циан». На ней сейчас торгуют регионы и муниципалитеты, конкурсные и арбитражные управляющие, лизинговые компании. Она стала крупным игроком авторынка и продажи спецтехники. И количество клиентов растет пропорционально росту площадки. Как всегда, в бизнесе — чем более широкий охват аудитории вы можете предоставить для объекта, тем интереснее ваши услуги для его продавца. ЭТП развивалась за собственные деньги РАД, и проект никогда не был убыточен. Раньше доля его участия в доходах компании составляла 5%, а сегодня достигла 30%. И это, безусловно, успех.

При этом мы остаемся физически доступны и планируем развивать нашу региональную сеть, в которой сегодня 14 крупных офисов по всей России. Для получения серьезных региональных заказов надо непосредственно общаться с людьми и иметь специалистов по местным рынкам. У нас все это есть. Поэтому сегодня, учитывая тренд, с которого мы начали — бурное развитие региональных продаж, — мы можем предложить петербургским компаниям квалифицированную помощь по продвижению их недвижимых активов на региональные рынки и поиск недвижимости для инвестиций за пределами КАД. ■

«ПРИЗНАНИЕ КОЛЛЕГ ПО ЦЕХУ — САМОЕ КРУТОЕ, ЧТО МОЖЕТ БЫТЬ»

В РАМКАХ СМАРТ-БРАНЧА, ПРИУРОЧЕННОГО К ВЫПУСКУ BUSINESS GUIDE «ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ ГОДА» «Ъ-СПБ», НАГРАДУ В СПЕЦИАЛЬНОЙ НОМИНАЦИИ ЗА УСПЕШНЫЙ ВЫВОД БРЕНДА НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В ТЕЧЕНИЕ ВТОРОГО ДЕСЯТИЛЕТИЯ ПОЛУЧИЛ СЕО КОМПАНИИ OMOIKIRI ПАВЕЛ КЕЙВ. ПОСЛЕ СОКРАЩЕНИЯ ОТГРУЗОК ЕВРОПЕЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОМПАНИЯ ОСТАЛАСЬ ПРАКТИЧЕСКИ ЕДИНСТВЕННЫМ ПОСТАВЩИКОМ ПРЕМИАЛЬНЫХ МОЕК И СМЕСИТЕЛЕЙ ДЛЯ КУХОНЬ НА РЫНОК РФ. ЧТОБЫ ПОКРЫТЬ ВЫСВОБОДИВШИЙСЯ СПРОС, ЕЙ ПОТРЕБУЕТСЯ НАРАСТИТЬ ПРОИЗВОДСТВО ВДВОЕ. ТАКЖЕ БИЗНЕС УВЕЛИЧИТ ВЫХОД В НИШУ САНТЕХНИКИ ДЛЯ ВАННЫХ КОМНАТ, ЗАПЛАНИРОВАННЫЙ НА 2024 ГОД. О ФИЛОСОФИИ БРЕНДА, СПАСИТЕЛЬНОЙ СИЛЕ ОПТИМИЗМА И О ТОМ, КАК ЛЮБОВЬ К ЧАСАМ ПОМОГАЕТ В ПРОДАЖЕ ПРЕДМЕТОВ ВЫСОКОГО СЕГМЕНТА, ПАВЕЛ КЕЙВ РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ BUSINESS GUIDE ЕЛЕНЕ ИСАЕВОЙ.

BUSINESS GUIDE: Компания существует на рынке России более десяти лет. Какие события в эти годы наиболее ярко отразились на ее бизнесе?

ПАВЕЛ КЕЙВ: Официально компания основана в 2011 году. С того момента мы прошли большой, интересный и сложный путь. Вывод, который я сделал за это время: независимо от внешних обстоятельств и глобальных событий не стоит отказываться от поставленной цели, надо продолжать идти вперед.

Для Omoikiri первым потрясением был 2014 год — повышение курса доллара. Помню, я тогда находился на выставке в Гонконге, договаривался о начале работы с китайцами и в один момент заплатил за гостиницу не 40, а 140 тыс. рублей. Рубль рухнул, а вокруг ничего не изменилось. Мы тогда отгружали склад и, подумав, приняли решение не подводить клиентов и фабрики и продолжать отгрузки. В итоге мы теряем всю прибыль, уходим «в минус», остаемся практически без склада, потому что отгружаем в рублях, а пополняем в долларах, но партнеры — китайские, японские, турецкие, итальянские — все поддерживают нас. Они дали нам товарный кредит — и компания продолжила деятельность. Из этого мы вынесли еще и то, что люди все равно будут покупать премиальную продукцию, вопрос лишь в том, насколько хорошо ты отработываешь емкость рынка.

Еще года через три мы испытали на себе последствия санации банка, в котором у нас была возобновляемая кредитная линия. Банк блокирует все счета и присылает письмо о том, что надо вернуть около 70 млн рублей за месяц. Для нас это было катастрофично, но мы искали деньги где могли и выплатили их вовремя. Снова встал вопрос: останавливаться или продолжать. Мы продолжили — и выиграли.

Из последних потрясений был ковид. Идет 2019 год, Omoikiri хорошо чувствует себя на рынке, постепенно растет, продолжая разработку новых моделей, расширяет каталог... И вдруг я начинаю получать фотографии с нашего партнерского производства в Китае, что завод оцепили люди в масках и полной защитной экипировке. Это было страшно. В России еще ничего не началось, в Италии продолжались праздники, а перед нами — картинки, где люди в противогазах перекрывают улицы. И мы отправили партнерам 80 тыс. масок, чтобы они продолжили производство: они рассказали нам о дефиците, а без масок работать было нельзя. Другие компании предъявляли китайцам и итальянцам претензии о том, что те не делают продукцию. А мы вновь приняли решение не закрываться, действовать в усеченном составе и все деньги, кото-



рые есть, вкладывать в продукт и производство. Взяли кредит побольше: как говорил мне один человек, когда тебе отрезают палец, кричишь так же, будто отрезают руку: больно одинаково. Должен ты миллион или три миллиона долларов — все равно придется отдавать. Мы инвестировали в проект — и в ковид удвоились по оборотам. У всех к концу года был дефицит товаров, а мы за счет того, что вовремя отправили маски и линии продолжили работать, смогли не останавливать отгрузки. Заодно укрепили позиции у партнеров, и они, когда все открылось и начали запускаться производства, ставили наши заказы в первую очередь.

BG: Вы работаете исключительно с контрактными производителями, есть ли у компании планы насчет собственного завода?

П. К.: Да, мы работаем по схеме OEM. Полностью разрабатываем дизайн, всю техническую документацию и находим заводы, которые смогут это сделать. Соб-

ственного производства пока нет, в планах — запуск небольшой линии гранитных моек в Тольятти.

BG: Расскажите о параметрах этого проекта.

П. К.: Это будет небольшое производство, чтобы обеспечить всего один вид товара — гранитные мойки. Линия, которая обеспечит 10% нашего бизнеса. Мы ее рассматриваем в качестве подстраховки, можно сказать, экспериментируем. Инвестируем около 10 млн рублей, на запуск проекта отводим около года. С технологиями нам помогает итальянская компания Ellesi.

BG: Почему именно Тольятти?

П. К.: Так получилось само собой. Нам повезло найти там партнера, у которого есть подходящие материалы. Omoikiri ввозил немецкие полимеры, но сейчас эта дорога закрыта, а менять материал — это снижение качества, мы не можем себе этого позволить. Партнер в Тольятти везет кварц по своим договоренностям, мы хотим попробовать такое сотрудничество.

BG: Как военная ситуация и новые ограничения отразилась на финансовых показателях компании?

П. К.: Мы работаем в 10–15% рынка кухонной сантехники, это средний и высокий сегмент. Раньше в этой нише были компании Franke, Blanco, Schöck. Они делали премиальные мойки, аналогичные нашим по качеству. Blanco, самая крупная из них, с началом СВО уходит с российского рынка. Это 1,5 млрд рублей отгрузок, и сейчас мы замещаем их полностью. Franke сокращается, то есть присутствует на рынке, но поставок, считайте, нет. Schöck тоже почти не отгружает продукцию. Получается, что к началу СВО мы уже сравнялись с Blanco по оборотам, а теперь активно растем еще и за счет дефицита товара. Поэтому мы увеличиваем производство и растем в рублях, хотя в долларах и падаем. В 2023 году у нас оборот будет 3,7 млрд рублей. Если смотреть в динамике, то в 2021 году выручка Omoikiri составила 1,9 млрд, в 2022-м — 3,1 млрд.

BG: Границы закрыты, логистика сбита. Как руководству бренда, который берет инновационность за основу бытового комфорта, работается в такой обстановке?

П. К.: Знаете, можно было бы открыть реабилитационно-психологический центр помощи клиентам, потому что процентов шестьдесят партнеров находится в негативных прогнозах. Действительно, если брать статистику, смотреть цифры, начинаешь грустить, горизонт планирования слишком короткий. Недавно мы обсуждали с фабриками, что можем планировать на месяц, когда с производством надо делать прогнозы на год: заложить закупку материалов, деталей, падение либо рост... Поэтому сейчас каждый раз, когда я беру трубку, моя задача изобразить улыбку. И, как правило, мне удается заинтересовать людей в позитивной истории.

Думаю, что в бизнесе сейчас продолжают работать оптимисты. Они уже прошли огонь, воду и медные трубы, прекрасно знают, что иногда продолжают действовать просто вопреки. Будет курс доллара 150 рублей, что будем делать? Да будем так же работать, только количество продаж сократится, уменьшится маржа. Мы все в одной лодке, повысится курс — подорожают и часы, и телефоны, и все остальное.

BG: Чем наполнен рынок, если в премиальном сегменте остаётся только вы?

П. К.: Наши, получается, эти 10–15% рынка. В общем же на нем достаточно производств, это пять или шесть марок только российского производства. Думаю, что в 2023 году в премиальном сегменте моек и смесителей мы займем 68,5% при общем объеме рынка сантехники для кухонь в 10,6 млрд рублей. Там 2 млрд — это один игрок и по 0,5 млрд — другие десять.

Премиальный сегмент падает последним. Когда курс доллара вырос, мы договорились с партнерами и сами с собой снизить маржинальность и не поднимать цены, либо поднять их на 3–7%, не больше, мы можем себе это позволить. Но в нижних сегментах идет борьба за каждые 100 рублей, и в масс-маркете с начала года продажи упали значительно.

BG: Кто владеет компанией и в каких странах представлен бренд Omoikiri?

П. К.: Сейчас Omoikiri это стопроцентно российская компания. Бренд принадлежит одноименному юрлицу, а вся интеллектуальная собственность — компании Artekey, которая также владеет брендами ножей Mikadzo и посуды Yamato. Я являюсь учредителем и совладельцем группы. Штаб-квартира находится в Петербурге. Здесь у нас есть склад, куда идут поставки с производств в Японии, Италии, Китае, Турции, а отгрузки отправляются по РФ, в Казахстан, Белоруссию и другие страны СНГ.

BG: Планируете ли вы выходить за пределы СНГ?

П. К.: Планировали до февраля 2022 года. Когда началась спецоперация, мы были в Германии и обсуждали с партнерами открытие шоурума в Мюнхене, хотели наладить поставки в Англию, в Польшу и арабские страны. Как вы понимаете, все европейские проекты закрылись.

В октябре мы были на выставке в Шанхае, и по той динамике, которую я наблюдаю среди закупщиков, первая страна, где стоит развиваться, выходить на их внутренний рынок через закупщиков, это Китай. Потом — Индия, а следом группа стран: Иран, Бахрейн, Дубай — арабский мир. И только потом Штаты, Европа, Канада, Австралия, Япония и все остальные. Везде есть нюансы. В Европе, например, в том числе наши итальянские партнеры, сталкиваются с повышением цен на энергоносители, а производство очень энергоемкое.

Если открывать склады, то первый бы я запустил в Шанхае, потом в Дубае или Бахрейне. В Бахрейне идет большое строительство. А Шанхай очень удобно располагается. Дело в том, что в Китае устройство торговли кардинально отличается от российской модели. Там много онлайн-площадок. Например, AliExpress — это низкий ценовой сегмент. Мы же работаем с Таобао. И если поставлять продукцию к ним, мы должны будем отгружать продукцию не на свои склады, а напрямую на склады Таобао и платить им за хранение товара. И это огромный бизнес, нужны большие инвестиции. Если здесь оборот компании 1 млрд рублей, то в Китае оборот одного дилера Blanco это 600–700 млн.



И запрос идет на китайские бренды. В Индии рынок раза в два меньше, но она развивается семимильными шагами, это будущий конкурент Китая. В Бахрейне и Дубае тоже своя схема. Там строительство идет с полной комплектацией кухни, получается, вопрос поставок мы должны обсуждать с застройщиками напрямую. Это то, что я вижу и куда хотел бы двигаться, но пока это планы не ближайшего времени.

BG: Как меняются потребительские запросы, чего сегодня ищет рынок?

П. К.: Мы не идем за рынком, мы его формируем. Проводим обучение менеджеров, выходим на телевидение, все больше дизайнеров предлагают наши решения, а кроме того, мы активно следим за трендами и новостями. Например, в Китае приняли жесткую политику в отношении экологии, сортировки мусора, и измельчитель уже считается необходимой частью оборудования в любом доме. Мы же в этом году сделали измельчитель, единственный в мире, который перемалывает буквально все. Заводы, которые могут его произвести, есть лишь в Китае, в России таких производств не существует.

По большому счету, мы говорим, что нужно брать покупателю. Например, все наши заводы — партнеры по производству смесителей имеют австралийский сертификат по качеству товаров, самый жесткий. Мы просто берем наилучшие материалы и стараемся делать уникальный, интересный дизайн. Чтобы из моек не брызгало, чтобы спина у пользователя не болела, а покрытие было максимально устойчиво к загрязнению, тактильно приятное. Из последнего: нашли материал, на котором вода практически не задерживается, скатывается в капельки.

Мы же продаем не просто мойку. Задача в том, чтобы менеджер, который с нами работает, продавал вместе с ней смеситель, дозатор для мыла, аксессуары, фильтры для воды, измельчитель. То есть максимально обеспечил человека всем необходимым для того, чтобы на кухне было комфортно. Это и есть залог успеха.

BG: Сколько человек работает в компании?

П. К.: В российском офисе 110 человек, в Казахстане отдельное представительство, у китайских партнеров на нас работает еще человек двадцать.

BG: Компания активно сотрудничает с Академией им. Штиглица. Вы являетесь создателем форума промышленного дизайна Pushka. Есть ли у вас планы коллабораций с известными дизайнерами или современными художниками, как сейчас нередко делают бренды одежды?

П. К.: Мы временно приостановили форум. Но он действительно собирал лучшие дизайн-школы со

всей страны, и у нас в компании сейчас работают выпускники этих вузов: Академии им. Штиглица, РГХПУ им. Строганова, МАМИ. Мы даем им развиваться в рамках компании, и, если они видят возможности для роста, рады отпускать дальше, в автомобильную промышленность, в дизайн бытовой техники. В России в интерьере все же самыми продаваемыми цветами остаются черный, белый, серый, бежевый. Все остальное — паттерны, арт — продается десятками штук. Например, мой проект — мойки с принтами произведений художников: Климта, Дали. В Петербурге очень любят бетон, неоклассику. Стали добавлять какие-то элементы, золото, и мы разрабатываем дизайн с учетом этого, в этом году ввели красивейший цвет — лазурный. Но основные цвета все же самые простые.

BG: Каковы запросы потребителей по наименованиям, по самой технике?

П. К.: Сейчас есть дефицит по товару, который мы уже производим. Плюс с рынка ушли европейские поставщики предметов для ванных комнат. Звонят люди, которые работают в сантехническом кластере, и просят привезти «умный» унитаз, шторы для ванны, премиальные рейтинги под нашим брендом. Так что мы планируем выйти в сегмент ванных комнат и делать там все. Единственное, что мы не станем производить, — это премиальную бытовую технику, потому что заводов, которые могут сейчас ее для нас делать, просто нет.

BG: Каков разрыв между спросом и предложением?

П. К.: Чтобы удовлетворить спрос по кухонной сантехнике, нам нужно делать раза в два больше моек и смесителей. Если говорить о ванной комнате, то там в некоторых позициях сейчас просто пустота.

BG: Увеличение производства стоит в планах компании на будущий год?

П. К.: Первое в наших планах — это оптимизировать с учетом курса доллара маржу для всех участников рынка, попытаться, возможно, контролировать компании, которые нас копируют, потому что подделок очень много. Параллельно мы начнем работать в направлении предметов для ванных комнат. Это отдельный бизнес, раза в два-три больше, чем наш. Если сейчас компания выручает 3,7 млрд рублей, то в ближайшие годы мы планируем достичь 8–10 млрд. Мы выпустим первые линейки продукции в следующем году, а после и в 2025-м будем постепенно расширять ассортимент.

BG: Какую долю рынка вы планируете занять?

П. К.: Сначала процентов двадцать от всей продукции присутствующих на рынке российских брендов. Но сейчас планировать что-то достаточно сложно, в каждый момент все может поменяться.

BG: С какого количества наименований начинала компания и каков ее ассортимент сейчас?

П. К.: На старте у нас была сотня моделей, а сейчас, наверное, более тысячи. И каждая дорабатывалась, с течением времени оптимизировалась, дополнялась.

BG: Расскажите о шоуруме, который вы собираетесь запустить.

П. К.: Мы планируем переехать из офиса с набережной реки Фонтанки в здание за концертным залом «Октябрьский». Там будет наше рабочее помещение, а также кафе, оборудованное продукцией Omoikiri. В нем дизайнеры смогут проводить деловые встречи, а человек «с улицы» — познакомиться с брендом поближе. Так работают часовые салоны в Европе.

BG: Вы ведь часовой энтузиаст. Расскажите, как эта страсть переключается с бизнесом Omoikiri?

П. К.: Я считаю, что время — это самое дорогое, что у нас есть. Знаете, у меня есть кольцо с гравировкой «Жить сейчас». Это важно, потому что прожитое не изменить, а будущее неизвестно. Наверное, это делает меня оптимистом. С практической точки зрения коллекционирование часов — это люкс, премиальная история, она очень хорошо переключается с философией бренда. Я веду блог, люблю дискутировать о часах с клиентами компании. Это открывает двери в мир таких же, как я, «часонутых». С помощью мира часов я захожу к руководству таких компаний, как Patek Philippe и ULYSSE NARDIN. Мне интересно, как они построили бизнес, как работают компании, которые развиваются на рынке намного дольше, чем мы. При этом наши сегменты переключаются. Человек в их часах — это и есть клиент Omoikiri. Я слежу, какие цвета и тренды в моде, в ювелирных изделиях, привношу их в дизайн наших изделий. Смешно, но цветовая палитра моек Omoikiri полностью совпала с гаммой последней коллекции смартфонов Apple.

BG: В области промышленного дизайна у компании есть несколько престижных наград. А ваши деловые качества отмечают медиа, в частности, «Коммерсантъ». Какое признание вам наиболее дорого?

П. К.: Наверное, личное, не совсем бизнесовое. Я ведь часовой коллекционер. Как-то был на экскурсии в Zenith и сделал с моим сыном ролик о них, где попытался передать их философию. А после мне позвонили из компании и сказали, что берут мой ролик в мировое обучение для их представителей. Вот это делает меня счастливым. Признание коллег по цеху — самое крутое, что может быть. Каждый театральный ребенок — а я вырос в театре — нуждается в аплодисментах. Поэтому когда я что-то делаю, спектакль удался, аплодисменты прозвучали, я могу продолжать творить. А все остальное придет. ■

СРОДНИТЬСЯ С КОММЕРЦИЕЙ

РЫНОК КОММЕРЧЕСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ НА ПЕРВЫХ ЭТАЖАХ ЗДАНИЙ ПРЕТЕРПЕВАЕТ ИЗМЕНЕНИЯ. ЕСЛИ РАНЕЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ СТАРАЛИСЬ КАК МОЖНО БЫСТРЕЕ РАСПРОДАТЬ ЭТИ ОБЪЕКТЫ И НЕ ДЕРЖАТЬ ИХ НА БАЛАНСЕ, ТО СЕГОДНЯ ВСЕ БОЛЬШЕ ЗАСТРОЙЩИКОВ ПРЕДПОЧИТАЕТ ОСТАВЛЯТЬ ЭТОТ АКТИВ У СЕБЯ И УПРАВЛЯТЬ ИМ, ИЗВЛЕКАЯ ПРИБЫЛЬ. ЧТО БОЛЕЕ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЕЕ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ — ПРОДАТЬ ИЛИ УПРАВЛЯТЬ, РАЗБИРАЛАСЬ ЮЛИЯ МАЙОВЕР.

Согласно исследованию, которое провела группа «Аквилон», стоимость «квадрата» коммерческих помещений в жилых домах росла опережающими темпами по отношению к жилью. «Если средняя стоимость жилых квадратных метров в наших домах с 2018 года выросла в 2,1 раза, то коммерческая недвижимость подорожала в 2,4–2,7 раза в зависимости от объекта», — рассказывает Наталия Коротаяевская, коммерческий директор группы «Аквилон» в Санкт-Петербурге и Ленобласти.

Как говорится в исследовании, срез арендаторов в стрит-ритейле новостроек изменился. «Раньше чаще всего площади на первых этажах домов занимали продуктовые магазины, промтоварные и салоны красоты. Сейчас растет доля кофеен и пекарен (на них может приходиться до 15% площадей), пунктов выдачи заказов (до 7%). При этом по сравнению с 2022 годом средняя площадь приобретаемых коммерческих помещений уменьшилась со 150 до 70–80 кв. м», — приводит данные госпожа Коротаяевская.

По словам эксперта, в ходе опроса обнаружилось, что 10–15% владельцев помещений в стрит-ритейле — жители этого же дома. «Они приобретают коммерческую недвижимость или для сдачи в аренду, или для реализации собственных проектов», — говорится в исследовании группы «Аквилон».

Коммерческий директор ГК «А101» в Петербурге Мария Орлова считает, что 2023 год можно назвать годом коммерческой недвижимости, спрос на нее растет от месяца к месяцу. «Сейчас инвестиционный потенциал коммерческих помещений выше, чем у жилья. Например, рост стоимости объектов стрит-ритейла на стадии строительства в среднем составляет 15% в год», — указывает она.

Катерина Соболева, вице-президент Bescar Asset Management, также говорит, что в 2023 году наблюдается рост спроса на объекты стрит-ритейла. Она полагает, что это связано с уменьшением количества предложения в целом и с дефицитом именно ликвидных площадей в частности. «Хорошие предложения расходятся еще на самых начальных стадиях строительства, не выходя на рынок», — уверена госпожа Соболева. Но для инвесторов, полагает она, все же выгоднее и предпочтительнее вложить средства в объект, который находится на стадии ввода в эксплуатацию. «В этом случае инвестору не придется ждать отложенной прибыли, он сможет быстро приступить к сдаче объекта в аренду и начать зарабатывать», — поясняет эксперт.

ПО СВОЕЙ КОНЦЕПЦИИ На протяжении многих лет девелоперы старались распродать коммерческие площади, наряду с квартирами и парковками, чтобы полностью выйти из проекта и переключиться на другие площадки. В результате частные инвесторы, которые приобретали коммерцию, также не задумывались о концепции помещений и сдавали первым заинтересованным арендаторам. В итоге жители получали множество однотипных магазинов, салонов красоты и булочных. А инвесторы — условия идеальной конкуренции среди арендаторов.

Со временем, ввиду возросшей конкуренции, девелоперы начали задумываться о концепции коммерческих площадей, чтобы в максимальной степени удовлетворить потребности покупателей. «Единое управление позволяет создать грамотную торговую инфраструктуру. Вместо конкуренции арендаторы дополняют друг друга и создают синергетический эффект. Для этого девелопер либо остается в качестве собственника или



РАНЬШЕ ЧАЩЕ ВСЕГО ПЛОЩАДИ НА ПЕРВЫХ ЭТАЖАХ ДОМОВ ЗАНИМАЛИ ПРОДУКТОВЫЕ МАГАЗИНЫ, ПРОМТОВАРНЫЕ И САЛОНЫ КРАСОТЫ. СЕЙЧАС РАСТЕТ ДОЛЯ КОФЕЕН И ПЕКАРЕН (НА НИХ МОЖЕТ ПРИХОДИТЬСЯ ДО 15% ПЛОЩАДЕЙ), ПУНКТОВ ВЫДАЧИ ЗАКАЗОВ (ДО 7%)

УК и следит за соответствием помещений разработанной концепции. В таком случае возможен выход для девелопера за счет оптовых продаж, скажем, большим инвесторам или ЗПИФ. Такая практика распространена в Москве, рынок Санкт-Петербурга движется в этом же направлении», — подчеркивает Сергей Владимиров, руководитель филиала IBC Real Estate в Санкт-Петербурге.

«В последнее время девелоперы все чаще стремятся следовать концепции проекта, наполнить его нужными арендаторами и сохранить необходимую для правильного функционирования инфраструктуру. В связи с этим собственники объектов либо продают помещения с обязательным условием соблюдения концепции, мотивируя интересными условиями, либо оставляют их себе и занимаются управлением сами, тем самым контролируя заполняемость объекта, согласно заявленной концепции проекта. Но управление недвижимостью далеко не у многих является профильным бизнесом, поэтому такие случаи свойственны только нескольким застройщикам из множества. Увеличивают этот список, конечно, апарт-комплексы, где в большинстве случаев застройщик оставляет первые этажи под своим управлением», — рассуждает госпожа Соболева.

Госпожа Коротаяевская добавляет: «Покупатель недвижимости сегодня оценивает не только приобретаемую квартиру — он оценивает проект комплексно. Для жителей важно иметь под рукой все необходимое: аптеку, любимую кофейню, магазин с продуктами и вещами первой необходимости. Поэтому он интересуется наличием коммерческих помещений на первых этажах дома, которые становятся уже неотъемлемой частью современных жилых комплексов. Многие оценивают их наличие и с точки зрения собственных нужд под развитие бизнеса или выгодных инвестиций».

Госпожа Орлова говорит: «Поскольку все больше покупателей жилья хотят уже к моменту переезда в новую квартиру видеть готовую инфраструктуру в районе,

у девелоперов формируется тренд самостоятельного управления частью коммерческих помещений в проекте. Это позволяет, в частности, проводить гибкую тарифную политику для арендаторов и тем самым ускорять открытие объектов, а затем поддерживать сбалансированный пул арендаторов».

Руководитель направления группы маркетинга ГК «Полис» Константин Гриценко считает, что сегодня правильного решения — продавать или оставить у себя и управлять — нет. «Мы в ГК „Полис“ продаем. Цена, как и прежде, высчитывается по формуле: стоимость аренды за десять лет. Это говорит о доходности в 8–10% годовых», — делится он.

ПРАВИЛЬНОГО РЕШЕНИЯ НЕТ Алексей Шаров, коммерческий директор компании «Риверхаус», полагает, что девелопер редко оставляет коммерческие помещения в ЖК в собственности, чтобы получать с них доход. «Исключение — девелоперы, которые строят и жилую, и коммерческую недвижимость и создали свою управляющую компанию, которая занимается и арендным бизнесом в том числе. Для других девелоперов это непрофильное направление, и они предпочитают коммерческие помещения продать», — говорит он.

Господин Шаров подсчитал, что за последние три года квадратный метр подорожал более чем на 20%. С начала года цена квадратного метра нежилых помещений в среднем стала выше на 7%, замечает он.

Елена Варнавина, руководитель городского направления компании Villagio Realty, обращает внимание, что в этом году цены на коммерческую недвижимость продолжили расти. «Площади востребованы в основном от 50 кв. м (минимальный СНИП по многим видам деятельности) до 100 кв. м. «Больше — это уже под конкретные цели и большая редкость. Сегодня девелоперы поняли, что помещения под ритейл — очень востребованный продукт, и начали придерживать продажи коммерческих

площадей. Либо они вообще не выводят в продажу, а только в аренду», — говорит она.

Господин Шаров комментирует: «Для размещения ритейла самые популярные помещения — площадью 40–70 кв. м. Но супермаркеты в ЖК рассматривают в среднем 150 кв. м. Если кофейня может разместиться и в помещении 30–40 кв. м, то для ресторана потребуется 100–140 кв. м. Среди офисных помещений есть спрос и на изолированные комнаты до 20 кв. м, и на помещения площадью 100 кв. м. Но в среднем — это около 50 кв. м».

«С прошлого года сохранился тренд на покупку небольших помещений — от 55 до 90 кв. м. Также сейчас популярными становятся площади в 100–250 кв. м: ими интересуются в основном супермаркеты. Ранее сетевые магазины интересовались более крупными объектами в 300–400 кв. м», — сообщает госпожа Орлова.

Госпожа Соболева полагает, что на самом деле сегодня стоимость предложения на рынке стрит-ритейла уменьшилась, но при этом уменьшилась и площадь предлагаемых лотов, а стоимость квадратного метра, наоборот, возросла. «В первую очередь это связано со сменой интереса будущих арендаторов к помещениям меньшего формата (30–50 кв. м). Инвесторы все больше ориентируются на новые спальные районы, где в любом случае помещения заполняются арендаторами, а площади в центре все чаще остаются без внимания», — отмечает она.

В компании NF Group подсчитали, что доля коммерческих площадей в жилых комплексах Петербурга зависит от класса объекта: в эконом- и комфорт-классе они занимают 3–5% от общей площади квартиры, в жилых комплексах бизнес-класса — 5–9%, а у элитных домов показатель находится на уровне 10–12%.

КЛАСС ОПРЕДЕЛЯЕТ ФУНКЦИЮ Аналитики NF Group также отмечают, что профили арендаторов, занимающих помещения стрит-ритейла на первых этажах домов, сильно различаются по классам жилья: в эконом- и комфорт-классе на первых этажах преимущественно открываются заведения общественного питания (19%), продуктовые магазины (17%) и алкомаркеты (14%). В то время как топ-3 арендаторов в объектах элитного и бизнес-классов представлены сферой красоты и здоровья (по 20%), общественным питанием (14 и 17%) и непродовольственными товарами (10 и 9%). Элитные объекты также выделяются большой долей медицинских услуг в составе ритейла на первых этажах (10%), но низкой долей присутствия пунктов выдачи заказов (0,3 против 6% в ЖК эконом- и бизнес-класса). Треть всех площадей, которые сформировали категорию «прочее», в объектах элит-класса занимают офисные помещения, банки и образовательные учреждения (иностранные языки, развивающие центры, частные школы и детские сады).

В NF Group также указывают, что состав арендаторов в категории «красота и здоровье» в ЖК бизнес- и элит-классов различается. Так, в элитном сегменте 75% предложения услуг этой категории приходится на фитнес-клубы, студии пилатеса, классические салоны красоты и косметологии. В то время как в домах бизнес-класса наравне с классическими салонами красоты (26%) распространены студии эпиляции (14%), массажные салоны (14%), барбершопы (9%). Также встречаются нестандартные услуги: удаление татуировок, пирсинг, мастерские перманентного макияжа, обучение шугарингу. ■

ДЕФИЦИТ СКЛАДОВ ПОДТАЛКИВАЕТ СТАВКИ

ЗА 11 МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ БЫЛО ВВЕДЕНО 368 ТЫС. КВ. М КАЧЕСТВЕННЫХ СКЛАДСКИХ ОБЪЕКТОВ. ПРИ ЭТОМ ДЕФИЦИТ СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ В ГОРОДЕ СОХРАНЯЕТСЯ, ЧТО ПРИВОДИТ К РОСТУ СТАВОК.

ДЕНИС КОЖИН

В этом году завершилось строительство первой очереди производственно-складского комплекса мерча и промпродукции «Проект 111» (30 тыс. кв. м), а также был сдан новый корпус в составе «PNK Парк Шушары — 3» (64,1 тыс. кв. м). До конца года рынок может пополниться еще на 50 тыс. кв. м. Кроме того, в стадии строительства и проектирования в регионе находится еще более 1 млн кв. м складов, ввод которых заявлен в ближайшие два с половиной года. В частности, в четвертом квартале началось строительство комплекса «PNK Парк Колпино» площадью 380 тыс. кв. м.

Ранее эксперты Nikoliers подсчитали, что неудовлетворенный спрос на покупку или аренду качественных складских помещений в городе превышает 500 тыс. кв. м. Причем 37% из этого объема потенциально может быть не арендовано, а приобретено компаниями в собственность. Большие трудности с поиском складов и производственных помещений в Санкт-Петербурге испытывают российские производители, которые активно развиваются на фоне закрепления тренда на импортозамещение. В их числе производители автокомпонентов, исполнители госзаказов (сфера b2g) и пищевые производства.

В условиях накопленного дефицита спрос частично удовлетворяется за счет ротации и замещения арендаторов, а также за счет заключения предварительных договоров в строящихся объектах и сделок формата built-to-suit. Так, в октябре-ноябре ритейлер «Семишагофф» арендовал склад площадью 16,2 тыс. кв. м в логпарке «Октавиан», а ГК «Деловые линии» заняла склад на 7,7 тыс. кв. м в логпарке «Шушары».



НЕУДОВЛЕТВОРЕННЫЙ СПРОС НА ПОКУПКУ ИЛИ АРЕНДУ КАЧЕСТВЕННЫХ СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ В ГОРОДЕ ПРЕВЫШАЕТ 500 ТЫС. КВ. М

Как говорят в Nikoliers, нарастающий в последние годы дефицит качественного предложения складов привел к динамичному росту арендных ставок. В настоящее время в ходе переговоров собственников наиболее востребованных объектов с потенциальными арендаторами ставка может превысить 8500 рублей за квадратный метр в год (без учета OPEX и НДС), тогда как в конце 2019 года средние ставки в складах класса А были на уровне 4400 рублей.

С конца 2019 года на фоне активного поглощения складских площадей федеральными ритейлерами, маркетплейсами и дистрибуторами в Санкт-Петербургской агломерации нарастал дефицит качественного складского предложения. В итоге, по данным департамента исследований консалтинговой компании Nikoliers, к концу ноября 2023 года доля вакантных площадей составила всего 0,2%, то есть доступными для аренды остаются менее 11 тыс. кв. м.

В то же время запрашиваемые арендные ставки в противовес сокращающемуся предложению демонстрируют значительный рост. С начала 2023 года в классе А средние ставки увеличились на 30% и в ноябре достигли 7800 рублей за квадратный метр в год (без учета OPEX и НДС). В объектах класса В рост ставок составил 24%, до 6840 рублей за квадратный метр в год.

Стоит отметить, говорят в Nikoliers, что арендные ставки динамично растут с 2019–2020 годов, когда представители розничной и онлайн-торговли начали активно наращивать складские мощности, поглощая значитель-

ную долю имеющегося на рынке предложения. Например, в конце 2019 года средняя запрашиваемая ставка на аренду складов класса А составляла 4360 рублей за квадратный метр в год (без учета OPEX и НДС). К концу 2021 года она выросла до 6300 рублей за квадратный метр в год, а к ноябрю 2023 года прибавила еще в среднем 1500 рублей. Таким образом, за четыре прошедших года запрашиваемые ставки в классе А увеличились в 1,8 раза. В классе В запрашиваемые ставки с 2019 года выросли с 3540 рублей за квадратный метр в год (без учета OPEX и НДС) до 6840 рублей, то есть в 1,9 раза.

Как поясняет Кирилл Вечер, старший консультант департамента складской и индустриальной недвижимости Nikoliers, многие собственники не торопятся называть запрашиваемую ставку: они собирают предложения от потенциальных арендаторов, в итоге запрашиваемая ставка может существенно увеличиться в процессе переговоров. «В объектах, расположенных в черте города или в наиболее востребованных локациях, во время переговоров ставка может превышать 8500 рублей за квадратный метр в год (без учета OPEX и НДС). Особенно серьезная конкуренция между потенциальными арендаторами наблюдается за редкие для рынка блоки площадью 5–7 тыс. кв. м. Все это подталкивает и остальных собственников увеличивать ставки аренды на рынке. При этом мы ожидаем, что ставка продолжит расти и в 2024 году, пока на рынок не выйдет несколько больших проектов, которые смогут хотя бы частично удовлетворить спрос на складские площади», — заключает эксперт. ■

СТРИТ-РИТЕЙЛ УСТРОИЛ РОТАЦИЮ АРЕНДАТОРОВ

ПО ИТОГАМ ПЕРВЫХ ДЕСЯТИ МЕСЯЦЕВ 2023 ГОДА СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ ВАКАНСИИ В ОСНОВНЫХ ЦЕНТРАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ КОРИДОРАХ ПЕТЕРБУРГА СОСТАВИЛ 6,4%. ЭТО НА 1,9 П. П. МЕНЬШЕ, ЧЕМ БЫЛО В КОНЦЕ ОКТЯБРЯ 2022 ГОДА.

АННА РЫЖОВА

Такие данные приводят аналитики Maris. В компании говорят, что подавляющее большинство центральных торговых зон демонстрирует отрицательную динамику объема вакантных торговых площадей формата стрит-ритейл в текущем году. Стабильная наполняемость арендаторами наблюдается в торговых зонах 6–7-й линий В.О., Большой Конюшенной улицы, улицы Белинского и Большого проспекта П.С., где уровень вакансии остался неизменным по отношению к октябрю 2022 года. Незначительно возрос объем вакантных площадей в торговой зоне улицы Рубинштейна (+1,4 п. п. год к году). В торговой зоне Невского проспекта средний уровень вакансии за десять месяцев 2023 сократился на 1,7 п. п. и составил 8% (–4,1 п. п. год к году), подсчитали в Maris. Уровень ротации арендаторов за десять месяцев 2023 года сопоставим с показателем за аналогичный период 2022 года: 2,8% против 2,9% соответственно.

Преобладающую долю в структуре арендаторов центральной торговой зоны города занимают предприятия сферы торговли: 46,4% (+0,8 п. п. за год). Вторыми по численности представлены предприятия общественного питания, доля которых за год увеличилась и составила

35,1% (+0,6 п. п.). По итогам первых десяти месяцев 2023 года лидирующие позиции в приросте числа предствительств сохраняют операторы fashion-ритейла. Число вновь открывшихся торговых точек превысило показатель закрытий в сегменте в 2,5 раза. Доля сегмента в валовом объеме спроса возросла до 25% (с 15% годом ранее).

«Число новых открытий в сегменте общественного питания сокращается второй квартал подряд (за десять месяцев 2023 года их количество уменьшилось на 33% по сравнению с аналогичным периодом 2022 года). Сальдо прироста общепита в центральных торговых зонах стремится к нулевой отметке: число новых открытий лишь на 16% превысило число выбытий. Доля сегмента в валовом объеме спроса сократилась на 4,1 п. п., до 46,2%», — говорят аналитики Maris.

Доля арендаторов сегмента FMCG остается практически неизменной на протяжении последнего года. По итогам первых десяти месяцев 2023 года предприятия сферы услуг составили 11,2% от общего числа резидентов центральных торговых коридоров города (+0,1 п. п. год к году). В рамках сегмента происходит смещение в сторону бытового обслуживания населения.

В целом за десять месяцев 2023 года число новых открытий сократилось на 15%, число закрытий — на 32%. Сальдо прироста резидентов центральных торговых коридоров города по итогам десяти месяцев по-прежнему остается положительным: на 47,6% число новых открытий превышает число закрытий.

Согласно данным консалтинговой компании NF Group, на центральных fashion-коридорах Санкт-Петербурга в 2023 году открылось 33 магазина одежды, обуви и аксессуаров, что почти в два раза больше значений 2021 года и в 2,2 раза — 2022 года. Основную долю открытий обеспечили российские бренды (87%). Причем самый высокий спрос на помещения наблюдался на Большом проспекте П.С., что позволило выйти локациям на лидирующие позиции в категории fashion (36%), опередив Старо-Невский проспект (35%). На Большой Конюшенной улице также отмечался существенный прирост доли магазинов одежды, обуви и аксессуаров: за год объем занятых модными ритейлерами площадей торгового коридора увеличился с 15 до 23%, а разрыв с улицами-лидерами сильно сократился.

Как говорят в NF Group, запрашиваемые арендные ставки на основной части Невского проспекта, на Боль-

шом проспекте П.С. и Большой Конюшенной улице увеличились за год на 10%. На Старо-Невском проспекте они пока сохраняются в диапазоне 2600–6700 рублей за квадратный метр в месяц, включая НДС. В 2024 году ожидается рост арендных ставок из-за высокого спроса на торговые помещения и изменения среднерыночной индексации по договорам с 5 до 7%.

Анна Лапченко, руководитель отдела торговой недвижимости консалтинговой компании NF Group в Санкт-Петербурге, комментирует: «В конце 2023 года международные ритейлеры, магазины которых на протяжении полутора лет были временно закрыты, стали активно освобождать помещения. Очевидно, что в 2024 году на Старо-Невском проспекте будет наблюдаться новый виток качественного развития, и после затяжного периода простоя здесь будут открываться магазины новых брендов. Историческое лидерство по fashion-сегменту, премиальность локации, близость к основному туристическому потоку и уже отмеченная беспрецедентная активность российских брендов не позволяют Старо-Невскому проспекту утратить свою специализацию и статус. А на смену «тяжелому люксу» придут бутики премиального сегмента». ■

ДЕВЕЛОПЕРЫ ДОБРАЛИСЬ ДО ЗЕМЛИ

ЗА ТРИ КВАРТАЛА 2023 ГОДА НА РЫНКЕ ПЕТЕРБУРГА И ПРИГОРОДОВ БЫЛО РЕАЛИЗОВАНО ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ ПОД ЖИЛЬЕ И АПАРТАМЕНТЫ (ВКЛЮЧАЯ РЕДЕВЕЛОПМЕНТ И РЕКОНСТРУКЦИЮ) НА СУММУ БОЛЕЕ 76 МЛРД РУБЛЕЙ, ЧТО УЖЕ ПРЕВЫСИЛО РЕЗУЛЬТАТЫ 2022 ГОДА НА 13%.

КИРИЛЛ ОРЛОВ

Такие данные приводит консалтинговый центр «Петербургская недвижимость». Как отмечают в компании, основная активность девелоперов была зафиксирована в третьем квартале 2023 года, когда было приобретено более двух третей всего объема предложения. «Особенностью первых девяти месяцев 2023 года стали транзакции с территориями более крупного размера по сравнению с прошлым годом. Так, в 2023 году было реализовано 22 участка суммарной площадью более 470 га, когда как в 2022 году было совершено сделок в три раза больше, при этом по площади больше всего на 15%,» — отмечают в «Петербургской недвижимости».

Основу сделок на рынке составили участки, располагающиеся в административных границах Петербурга. При этом 76% — это свободные участки под застройку, 22 и 2% — проекты под редевелопмент и реконструкцию соответственно.

Лидером по объему сделок стал Приморский район как наиболее привлекательный с точки зрения наличия свободных пятен под застройку. Интересом также пользовались Красногвардейский и Василеостровский районы. Здесь все транзакции представляли собой участки промышленного редевелопмента под цели жилищного строительства. В пригородных локациях лидеры неизменны: Всеволожский и Ломоносовский районы.

ОСЕННЕЕ ОЖИВЛЕНИЕ В компании Nikoliers также отмечают, что основная активность девелоперов пришлась на вторую половину года. «При этом на данный момент инвестиции в земельные участки занимают 42% в общем объеме инвестиций в рублях, остальное — инвестиции в существующие активы», — говорят в компании.

«Наиболее активны в данном периоде были застройщики. Так, компания GlogaX купил 9,5 га на территории поселка Новоселье под жилье; „Проспект групп“ приобрела у ушедшей с российского рынка SRV Group в Петербурге участок под застройку в Красногвардейском районе; ООО „Звезда“ стало собственником 7 га в Мурино под строительство жилья; „Строительный трест“ приобрел участок ЛСР площадью 3,97 га на Шкиперском протоке, 19; ГК „Самолет“ купила у структуры Газпромбанка проект на Шкиперском протоке, 16–18 (3,8 га), под строительство жилья», — перечисляют в Nikoliers. Среди других сделок: «Газпром» купил 9,3 га под строительство жилья на намые в В.О. у Renaissance Development; Element Development приобрела под спа-центр и общественное пространство 2,5 га в Сестрорецке, а также участок с готовым проектом комплекса апартаментов на Петровском острове у ЛСР.

«Кроме того, ООО „Кронунг“ приобрело у Setl Group участок для строительства торгового центра в ЖК „Солнечный город“. Wildberries приобрела 29,8 га под строительство логопарка в Ленинградской области. ГК „Эталон“ продала 4,7 га в индустриальном парке Greenstate компании „Промбокс“ под строительство формата light industrial», — рассказали в Nikoliers.

В компании добавляют, что самой крупной сделкой стала покупка Setl Group участка площадью 933 га, однако отмечают, что сумма сделки неизвестна.

«Актуальная тенденция — передача земельных активов между девелоперами. Для покупателя это возможность приобрести участки, как правило, с уже готовой документацией и упростить процедуры согласования проекта. Для продавца — пересмотреть стратегию развития компании в новых экономических условиях и перераспределить свой портфель», — поясняют в Nikoliers.



РЫНОК ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ ОЧЕНЬ ИНЕРТЕН, И ПОРОЙ ПРОХОДЯТ ГОДЫ, ЧТОБЫ ТОТ ИЛИ ИНОЙ ОБЪЕКТ НАШЕЛ СВОЕГО ПОКУПАТЕЛЯ, ТАК КАК ЗАЧАСТУЮ ПРОДАВЦЫ НЕ ГОТОВЫ ПРОДАВАТЬ СВОЕ ИМУЩЕСТВО НИЖЕ УСТАНОВЛЕННОЙ В ИХ ГОЛОВЕ ПЛАНКИ

Евгений Хохлов, директор по маркетингу холдинга AAG, говорит, что большинство соглашений за минувшие три квартала заключались в Ленобласти, и эта тенденция будет усиливаться в сторону масштабных проектов «в полях». «Количество сделок с землей в Петербурге, в свою очередь, было не такое большое, как в прошлом или позапрошлом году, однако некоторые девелоперы оптимизировали свой земельный банк, как, например, ЛСР», — рассказал эксперт.

Коммерческий директор ГК «A101» в Петербурге Мария Орлова обращает внимание, что в черте КАД подходящие участки найти сложно. В основном это территории недействующих промзон с большим количеством собственников, что заметно усложняет реализацию проектов. «В этих условиях смещение девелоперской активности в Ленинградскую область логично, особенно с учетом изменения градостроительной политики региона в сторону смешанной застройки. Это дает возможность развивать крупные проекты КОТ с качественной инфраструктурой и продуманной городской средой. Лидерами по количеству сделок с земельными участками в Ленобласти по-прежнему являются Всеволожский и Ломоносовский районы», — рассуждает госпожа Орлова.

ФАКТОРЫ РИСКА Господин Хохлов добавляет, что на количество покупок участков в Петербурге повлияла история с Генеральным планом, на основании которого многие планируемые проекты в зоне общественно-деловой застройки получили отказ. «А решение ЦБ окончательно затормозило покупку новой земли девелоперами, так как текущий уровень ключевой ставки делает такие сделки практически невозможными. Поэтому продавцы предпочитают переждать текущий период „до лучших времен“, однако сколько он продлится — неизвестно. И в следующем году мы вряд ли увидим большое число сделок с землей», — считает эксперт.

Александр Гуторов, вице-президент ГК «Страна Девелопмент», руководитель блока маркетинга и продажи, отмечает, что рынок земельных участков очень инертен и порой проходят годы, чтобы тот или иной объект нашел своего покупателя, так как зачастую продавцы не готовы продавать свое имущество ниже установленной в их голове планки. «Когда рынок жилья на подъеме, цены на квартиры стремительно растут, застройщики получа-

ют высокую маржу и стремятся нарастить земельный банк, то и с продавцами земли договариваться проще. В этом году рынок жилья находился в зоне турбулентности, в текущей ситуации сложно что-либо прогнозировать на долгий срок», — рассуждает эксперт.

«Еще одна проблема — застройщики не готовы и не хотят вкладываться в участки, требующие долгого согласования и перевода земель из одной категории в другую. Деньги сейчас достаточно дорогие, и тратить их на участки, которые непонятно когда можно будет вывести на рынок, рискованно», — уверен Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

Некоторые девелоперы пользуются ситуацией неопределенности и пополняют запас земли. «Многие компании пересматривают свои стратегии развития и делают выбор в пользу выжидательной позиции, выставляя уже подготовленные проекты на рынок. Таким образом, одни застройщики, возможно, из-за финансовых проблем сокращают издержки, а другие, у которых ситуация лучше, могут нарастить земельный банк. Например, нам удалось приобрести проект на Петровском острове», — рассказал Виталий Коробов, директор компании Element Development.

«Мы продолжаем наращивать портфель участков и готовим к выводу новые проекты в Петербурге и Ленобласти. На сегодняшний день у нас уже есть новые локация, которые находятся в активной стадии подготовки. Кроме того, мы на регулярной основе рассматриваем новые участки на предмет приобретения», — сообщил Максим Турта, руководитель департамента продаж группы «Аквилон» в Санкт-Петербурге и Ленобласти.

КОММЕРЧЕСКИЕ РЕКОРДЫ В компании Nikoliers отмечают, что в уходящем году также был замечен рост инвестиций и в земельные участки под коммерческие цели. «Инвестиции в земельные участки под реализацию коммерческих объектов на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области достигли 13,5 млрд рублей — это рекордный объем вложений за последнее десятилетие. По данным департамента исследований Nikoliers, в агломерации под коммерческие нужды было приобретено в общей сложности 177 га земли, что также превышает показатели предыдущих нескольких лет. Для сравнения, в 2022 году было куплено 171 га (объем инвестиций — 3,6 млрд рублей), в 2021

году — 61 га (инвестиции — 4 млрд рублей)», — рассказали в компании.

Только в Санкт-Петербурге в 2023 году под коммерческие нужды компании купили 96 га, и большая часть этой земли (68 га) предполагает строительство промышленных и складских объектов. Несколько новых резидентов зашли в промышленный парк «Софийский»: 11 га под распределительный центр приобрела фармацевтическая группа «Полисан», 2 га под строительство производственно-складского комплекса купила компания СМТ (проектирование и строительство систем газоснабжения), а на 1,15 га разместится производственно-складской комплекс компании «Современная лаборатория» (производство медицинской мебели). Также в границах парка «Софийский» были приобретены участки заводом «Промдетальмаш», дилером грузовых автомобилей и запчастей, а также компанией, занимающейся поставками грузоподъемного оборудования.

В Ленинградской области под коммерческие нужды за год был приобретен 81 га земли, а сумма инвестиций составила 4 млрд рублей. Больше половины купленных площадей (43 га) также предполагает размещение складской и индустриальной недвижимости. Одна из крупнейших сделок на земельном рынке Ленобласти этого года — покупка 29,8 га на территории индустриального парка М10 в Тосненском районе онлайн-ритейлером Wildberries. Помимо этого, в индустриальном парке Greenstate компания «Промбокс» приобрела 4,7 га под индустриально-складской комплекс. Еще 2,4 га там же было куплено под строительство производства.

«Доля свободных площадей в складском сегменте в Санкт-Петербургской агломерации продолжает снижаться: к концу 2023 года уровень вакантности в качественных складах достиг исторического минимума — 0,2%, — комментирует Кирилл Вечер, старший консультант департамента складской и индустриальной недвижимости Nikoliers. — Спекулятивное предложение выходит на рынок в недостаточном объеме и не способно удовлетворить текущий спрос арендаторов. Поэтому мы отмечаем резкий рост числа запросов на покупку подготовленных со стороны инженерных коммуникаций земельных участков для строительства производственных зданий для собственных нужд компаний и по схеме built-to-suit. Для многих компаний это становится единственным вариантом получения необходимого склада, завода или распределительного центра». ■

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (выпуск Санкт-Петербург, Business Guide «Лидеры бизнеса. Предварительные итоги года»)

Владимир Желонкин — генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор
Анатолий Гусев — автор дизайн-макета
Андрей Ершов — главный редактор СПб страници
Александр Коряков — бильд-редактор
Валерий Грибанов — выпускающий редактор
Марина Шевченко — корректор
Мария Громова — верстка
Марина Победенная — рекламная служба

Адрес редакции и издателя: 123112, г. Москва, Пресненская наб. д. 10 этаж 35. Тел. (495) 797-6970.
Адрес редакции в Санкт-Петербурге: 191024, Харьковская ул., д. 8А, лит А. Тел. (812) 324-6949

Учредитель: АО «Коммерсантъ». Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ», зарегистрировано Роскомнадзором, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации ПИ №ФС77-76923 от 11.10.2019 года

Типография: ООО «РосБалт», юридический и почтовый адрес: 197374, Санкт-Петербург, ул. Оптиков, д. 4

Тираж: 9000
Распространяется бесплатно.
16+

Графика на обложке: Арсений Блинов

ПЕТЕРБУРГ

Истории бизнеса

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
«ПЕТЕРБУРГЪ. ИСТОРИИ БИЗНЕСА»
О ВКЛАДЕ КОМПАНИЙ
В РАЗВИТИЕ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ



Ответственные предприниматели заботятся не только об увеличении доходности своих компаний, но и о том, какой позитивный след они оставят в богатой истории нашего города

Коммерсантъ Санкт-Петербург

НОВОСТИ ■ ПОЛИТИКА ■ ФИНАНСЫ ■ КУЛЬТУРА ■ СПОРТ

Присоединяйтесь к специальной программе
«„Коммерсантъ“ для коммерсантов»!
Предоставьте VIP-сервис для ваших клиентов —
доступ к оперативной и актуальной информации
во время отдыха, ожидания, бизнес-ланча



Воспользуйтесь уникальными
преимуществами партнера
ИД «Коммерсантъ»:

- доставка газеты от 5 экземпляров по специальной цене
- информационная поддержка партнеров в газете, на сайте и социальных сетях



Свяжитесь с нами по телефону
8 800 600 0556 (звонок по РФ бесплатный)
или электронной почте
podpiska@kommersant.ru, чтобы:

- получить подробную информацию о сотрудничестве
- заказать образцы газеты
- оформить пробную бесплатную доставку

