

представители петербургского бизнеса привести не смогли.

Консультанты считают обвинения в свой адрес беспочвенными. «Обвинять нас в кризисе — это все равно, что обвинять Гидрометцентр в дожде», — замечает директор «Knight Frank Санкт-Петербург» Олег Барков. Он утверждает, что у консультантов не было никакой заинтересованности в раздувании растущего рынка. «Бизнес консультантов рос вместе с рынком — клиентов приходилось ставить в очередь. В этой ситуации нет никакого смысла дополнительно стимулировать рост рынка», — отмечает менеджер.

Руководитель петербургского офиса Colliers International Николай Казанский добавляет, что консультанты давали девелоперам в предкризисное время немало полезных советов. Он рассказывает, что в 2007 и в 2008 годах специалисты Colliers International многократно проводили с девелоперами переговоры относительно продажи работающих объектов, на которые претендовали многочисленные инвестиционные фонды. Доходы девелоперов могли превышать себестоимость строительства объектов в 2–3 раза, но девелоперы отказывались, потому что рассчитывали на дальнейший рост рынка. «Ответственность в раздувании рынка лежит в большей мере на девелоперах, и некоторые из них сейчас ищут виноватых. В момент роста у многих из них просто закружилась голова, достаточно вспомнить новоявленного миллиардера, который на вечеринке посылал всех, у кого нет миллиарда, куда подальше. Да, консультанты не предсказали глобальный кризис, но этого не сделали ни наше правительство, ни крупнейшие международные инвестиционные банки», — замечает он. С такой позицией согласны и некоторые девелоперы. Председатель правления «Охта групп» Владимир Свиньин считает, что, несмотря на недостаток квалифицированных консультантов, рынок раздули и девелоперы, за которыми оставалось принятие окончательных решений.

Консультанты утверждают, что, несмотря на заявления некоторых их клиентов, количество обращений к ним не снизилось, а по некоторым направлениям даже возросло. По словам госпожи Казанской, несмотря на снижение стоимости среднего «счета», вызванное уменьшением объемов сделок, количество обращений в компанию девелоперов и лендлордов даже увеличилось — раньше на волне роста можно было обойтись и без консультантов. «У меня редкий день обходится без встреч с действующими или потенциальными клиентами. Представители бизнеса понимают, что в кризисной ситуации лучше рассматривать несколько мнений и концепций и достаточно часто обращаются к нашему опыту», — отмечает Олег Барков.

ИМИДЖЕВАЯ СТРАХОВКА Дополнительным конкурентным преимуществом некоторых консультантов может считаться страхование ими рисков возможных потерь клиентов. Причем некоторые компании, работающие на рынке B2B, обязаны страховать свои услуги. В первую очередь это касается оценщиков. Оценочные компании и оценщики, зани-



РЕСПЕКТАБЕЛЬНОСТЬ ПАРТНЕРОВ КОНСАЛТИНГОВЫХ КОМПАНИЙ И ИХ РЕПУТАЦИЯ НА РЫНКЕ САМИ ПО СЕБЕ НЕ СТРАХУЮТ КЛИЕНТОВ ОТ ВОЗМОЖНЫХ ОШИБОК И НЕДОСТОВЕРНЫХ ПРОГНОЗОВ

мающиеся частной практикой, должны это делать по закону «Об оценочной деятельности». Впрочем, как отмечают игроки консалтингового и страхового рынков, цель страхования для них — скорее улучшения имиджа.

«Практически каждая крупная компания страхует свою деятельность», — отмечает президент группы компаний «Аверс» Михаил Зельдин, соглашаясь при этом со значительной имиджевой

составляющей этого процесса. Например, при участии в некоторых конкурсах принимается во внимание размер страховки профессиональных рисков. Но случаев судов и страховых выплат господин Зельдин вспомнить не может. По его словам, это обусловлено в первую очередь особенностью российского законодательства, по которому очень сложно доказать факт вреда, причиненного оценщиком. «Это находит отраже-

ние и в ставках страховых компаний», — говорит эксперт. Для суммы страховки в 5 млн рублей ежегодный взнос составляет всего 10–20 тыс. рублей. «Если бы страховщики закладывали в свои риски реальную возможность выплат, взносы были бы гораздо выше», — добавляет он.

«Кроме оценщиков, такая практика распространена в основном у аудиторских компаний, которые до недавнего времени также были обязаны заключать договоры со страховщиками», — рассказывает директор по маркетингу страховой группы АСК Татьяна Долинина. По ее словам, это также делается в основном для улучшения имиджа — добиться выплаты можно только через суд, а консультанты предпочитают не доходить со своими клиентами до суда. «Ставки по этому виду страхования достаточно низкие», — добавляет Татьяна Долинина. — Как правило, они составляют 0,5–1% от страховой суммы, ведь вероятность страхового случая очень мала».

Менеджер «Росгосстраха» говорит, что страхование профессиональных рисков пока не приняло в России массового характера. «У нас в стране нет законодательной базы, которая обеспечивала бы работающую систему страхования профессиональной деятельности консультантов», — отмечает он.

Страхуют профессиональную деятельность и международные юридические фирмы. Партнер петербургского офиса одной из таких фирм отмечает, что ее головной офис страхует свою деятельность на сотни миллионов долларов. Это правило относится и к российским офисам фирмы. При возникновении страхового случая, убытки покрывает одна из западных страховых компаний, с которой головной офис фирмы заключает договор. Но на практике у этой юридической фирмы страховой случай ни разу не был зафиксирован. Собеседник «Ъ» отметил, что все проблемы с клиентами удается решать в досудебном порядке.

По словам Егора Носкова из «Дювернуа», практически полное отсутствие выплат по страхованию объясняется тем, что в российской практике все рекомендации консультантов даются неформализованно, в виде электронных писем или устно, и не являются юридическими документами, которые можно использовать в качестве доказательства в суде. «Из-за этого у клиентов практически не остается шансов на оспаривание результатов работы консультантов. Но этот рынок очень узкий, и все его игроки заботятся о своей репутации. Достаточно совершить один серьезный прокол, чтобы потерять доверие потенциальных клиентов», — рассуждает юрист.

Олег Барков из Knight Frank также говорит, что почти все услуги его компании носят рекомендательный характер. Решение, следовать этим советам или нет, остается за клиентом. ■

«КОНСУЛЬТАНТЫ НЕ ПРЕДСКАЗАЛИ ГЛОБАЛЬНЫЙ КРИЗИС, НО ЭТОГО НЕ СДЕЛАЛИ НИ НАШЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО, НИ КРУПНЕЙШИЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ БАНКИ»

↑