



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE «ТВЕРДЫЕ ЗНАКИ»

«ПЯТЕРКА» ДЛЯ ГОРОДСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Газета «Коммерсантъ в Санкт-Петербурге» сегодня впервые проводит церемонию награждения премией «Твердые знаки». В будущем церемония станет ежегодной.

В этом году награждения пройдут в пяти номинациях: «Сделка года», «Слово с твердым знаком», «Самый полезный чиновник для бизнеса», «Женщина у руля» и «Амбициозный проект года».

Стоит сказать пару слов о том, как мы отбирали номинантов. Победители премии — это субъективный выбор редакции, он был определен при помощи голосования среди журналистов газеты. Выбирались люди и события, которые, по мнению коллектива редакции, оказали наибольшее влияние на развитие экономики города в 2016–2017 годах. Разумеется, к награде представлены бизнесмены, руководители и компании, деятельность которых непосредственно связана с Петербургом.

«Сделкой года», по мнению сотрудников редакции, стало приобретение банка «Александровский» предпринимателями Игорем Лейтисом и Евгением Лотвиновым. Журналисты посчитали, что сохранение устойчивых независимых банков для поступательного развития экономики города крайне важно.

В номинации «Слово с твердым знаком» победил теперь уже бывший директор музейного комплекса «Исаакиевский собор» Николай Бузов. Бывший чиновник Смольного боролся за сохранение нынешнего статуса одного из символов города до последнего, проявив в этом вопросе стойкость и последовательность. Чем и вызвал законное уважение редакции, да и, уверенны, всего города.

«Самым полезным чиновником для бизнеса» редакция в этом году признала председателя комитета по промышленной политике и инновациям администрации Петербурга Максима Мейкина.

«Амбициозным проектом года», практически без конкуренции, признана открытая для посетителей в конце прошлого года Новая Голландия.

А «Женщиной у руля» журналисты признали генерального директора сети медицинских центров «XXI век» Анну Соколову. Под ее руководством компания смогла стать одним из лидеров рынка, а в прошлом году победила в конкурсе на реконструкцию больницы в Гатчинском районе стоимостью 2 млрд рублей по схеме ГЧП.

«РУКОВОДИТЬ БИЗНЕСОМ БЫЛО СЛОЖНО ВСЕГДА» О СТАНОВЛЕНИИ ПЕТЕРБУРГСКОГО БИЗНЕСА, О НЕПРОСТЫХ ДЕСЯТИЛЕТИЯХ С 1990-Х ДО НАШИХ ДНЕЙ, ОБ ИСТОЧНИКАХ СИЛ И МОТИВАЦИИ ПРОДОЛЖАТЬ УПРАВЛЯТЬ СВОИМИ КОМПАНИЯМИ СПУСТЯ СТОЛЬКО ЛЕТ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВЛАДЕ ГАСНИКОВОЙ РАССКАЗАЛИ ИХ БЕССМЕННЫЕ РУКОВОДИТЕЛИ ИЗ САМЫХ РАЗНЫХ ОТРАСЛЕЙ.

«1990-е годы — это время отсутствия системы и отсутствия знаний, время работы вслепую, время интуиции для бизнеса. Это был „бизнес на чемодане“: никто не знал, что нас ожидает завтра», — рассказывает Сергей Волков, генеральный директор ГК «Невские весы».

Эти годы с большим удовольствием вспоминает Алексей Журбин, генеральный директор инженерной группы «Стройпроект». «Это было время больших возможностей, время романтики, время становления „Стройпроекта“ из малого предприятия из четырех человек в мощный проектный институт. Признаюсь, что меня раздражает устоявшийся штамп — „лихие девяностые“. Мы с этой „лихостью“ никак не сталкивались. И никакого общения с бандитами у нас не было, бог миловал. В 1990-е годы началось формирование типичной для рыночной экономики и непривычной для России того времени роли заказчика: кто платит, тот и заказывает музыку. В советское время в нашей отрасли — транспортном строительстве — все было наоборот. Главным был подрядчик, он определял проектировщику, каким должно быть новое сооружение, чтобы ему было удобнее построить. Роль проектировщика сводилась к обслуживанию интересов подрядчика. А заказчик метался между подрядчиком и проектировщиком, умоляя их включить в свои планы работы новый объект. В это трудно сейчас поверить, но так было. В 1990-е годы все начало кардинально меняться. Заказчик почувствовал свою новую роль и новое место в строительном процессе. Стал интуитивно выбирать компании, которые были готовы выполнять его требования, а не навязывать свои. В этой ситуации гораздо привлекательнее выглядели новые молодые компании. Мы брались за любую работу, лишь бы получить заказ и удовлетворить заказчика», — рассказывает Алексей Журбин.

Основной проблемой девяностых для сферы дорожного проектирования и строительства была катастрофическая нехватка средств в бюджете, в результате которой возникал «кризис неплатежей». Государство могло заказать работу, но не было порой в состоянии ее оплатить, из-за этого многие молодые компании уходили с рынка.

В петербургском метростроении 1980-е годы помнят как время невиданных темпов работы, которые сменились безденежьем. «В 1990-е, хотя планы строительства были грандиозными — три новые ветки и более 60 станций, работы шли очень медленно, финансирование на развитие метрополитена не хватало. Это, пожалуй, было самым сложным: понимать, как сильно город нуждается в метро, и не иметь воз-

можности работать в тех масштабах, в которых привыкли», — говорит генеральный директор ОАО «Метрострой» Вадим Александров. «Чтобы не потерять людей, мы брались за любую работу, и опыт, который мы смогли получить в этот период, нам очень пригодился в других проектах. К примеру, когда мы строили Комплекс защитных сооружений Санкт-Петербурга от наводнений», — замечает он.

Генеральному директору digital-агентства its.agency Сергею Комнатному 1990-е в целом запомнились неприглядно. «Мы начинали с нуля, и речи о выборе клиентов не было. Работа сталкивала нас с самыми необычными клиентами, в основном с представителями микробизнесов. Под стать времени среди этого пласта предпринимателей царили невежество, хамство и деспотия. Практика „кидка“ была общераспространенной, а успех работы зависел от субъективных пристрастий хозяйина, а иногда и секретаря. Необходимо было уйти от этого как можно дальше, и мы стали поднимать качество услуг и их стоимость. Так изменился и пул клиентов», — говорит господин Комнатный.

Сергей Гирдин, президент ГК Marvel (дистрибутор IT-оборудования), вспоминает: «Мы встретили девяностые молодыми, энергичными ребятами, студентами или вчерашними выпускниками вузов. Никто не знал, что будет со страной, поэтому мы ничего не боялись. В IT пошли те, кто окончил технические вузы и знал английский достаточно, чтобы изучать литературу о новых технологиях. Конечно, мы тогда развивались в условиях „джунглей“ — в правовом вакууме и при отсутствии регулирования. Но в какой-то степени вся эта обстановка и создавала возможности для роста. Это было время, когда „слово купеческое“ оказывалось важнее бумаги».

НОВАЯ ЭРА Начало нового тысячелетия бизнесмены вспоминают как время, когда в стране появились деньги и началось формирование законодательной базы в самых разных отраслях.

«2000-е годы стали годами расцвета страны, отрасли и „Стройпроекта“. Финансовые возможности бюджета сильно возросли. В Петербурге активно реконструировались мосты через Неву, строилась Кольцевая автодорога, началось строительство Западного скоростного диаметра. В Сочи началось проектирование и строительство олимпийской транспортной инфраструктуры. Все эти объекты помогли „Стройпроекту“ вырасти в большую инженерную группу: к нам присоединились коллеги из Великого Новгорода, Ростова-на-Дону, Москвы, Саратова, Сочи», — рассказывает Алексей Журбин.

Тогда же появился Бюджетный кодекс, согласно которому заказчик мог объявлять торги на проектирование и строительство только в том случае, если у него в бюджете имелись на это средства, и это способствовало уверенному развитию профильного бизнеса. Правда, началось и активное законодотворчество в области строительства и госзакупок, которое привело к такому регулированию отрасли, что применять новые технологии стало практически невозможно.

В сфере дизайна основным трендом с середины 2000-х годов стало то, что компании «переоткрыли» самих себя, нашли какую-то специализацию, считает Сергей Комнатный. «Кто-то ушел в массовый сегмент, кто-то в эксклюзивную и сложную разработку. Кто-то стал комплексным, предлагая широкий спектр сопутствующих услуг. А кто-то, наоборот, сконцентрировался на узком направлении, например, только на дизайне или интернет-маркетинге», — поясняет он.

Александр Кузьмин основал компанию RH/Retail & HoReCa («РусХолтс», многопрофильный холдинг, специализирующийся на ведении нетопливных бизнесов сетей АЗС) в 1993 году. «За эти годы менялись запросы клиентов, менялась сама компания, но остались общие подходы к бизнесу. Например, „честным быть выгодно“. Эта стратегия не менялась у нас с течением времени. В 1990-е годы это было смешно. В 2000-е — вызывало интерес. В 2017-м — это доказанная стратегия поведения», — говорит господин Кузьмин.

Генеральный директор группы компаний «Балтийский лизинг» Дмитрий Корчагов уверен, что двадцать лет назад бизнесу было гораздо легче: было больше свободы и творчества. «Рынок находился в стадии формирования, первые предприниматели одновременно и учились, и набирались практического опыта. Постепенно государство вводило все больше ограничений и механизмов контроля, свободы становилось все меньше. Появилась необходимость формировать в компаниях новые структуры, обеспечивающие запросы государства: компаниям приходилось увеличивать штатную численность бухгалтерии, юридических подразделений. Из-за этого эффективность бизнеса существенно снизилась. В 2000-х чиновники отличались пониманием того, что бизнесу нужна поддержка. И реально оказывали ее. Сейчас предприниматели находятся в жестких рамках разного рода законодательных ограничений и требований. Давно возникло ощущение, что ты работаешь не благодаря поддержке государства, а вопреки растущему контролирующему прессу. Во взаимоотношениях