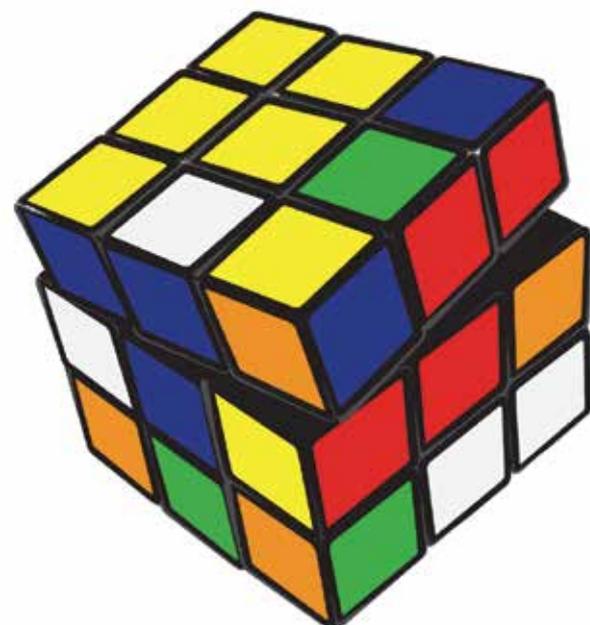
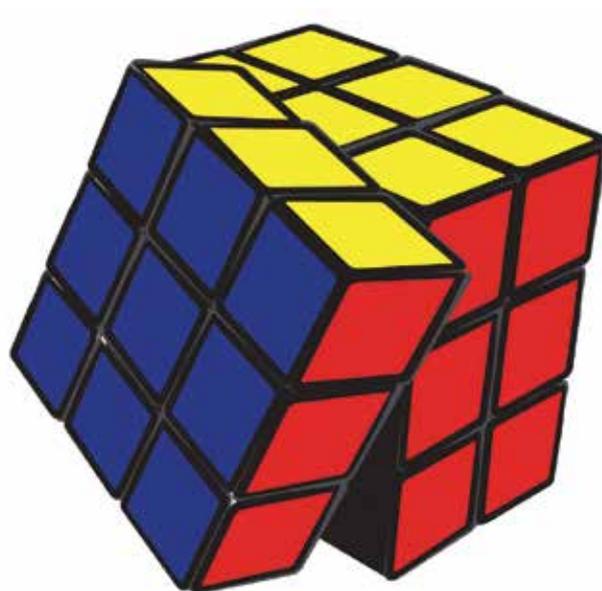
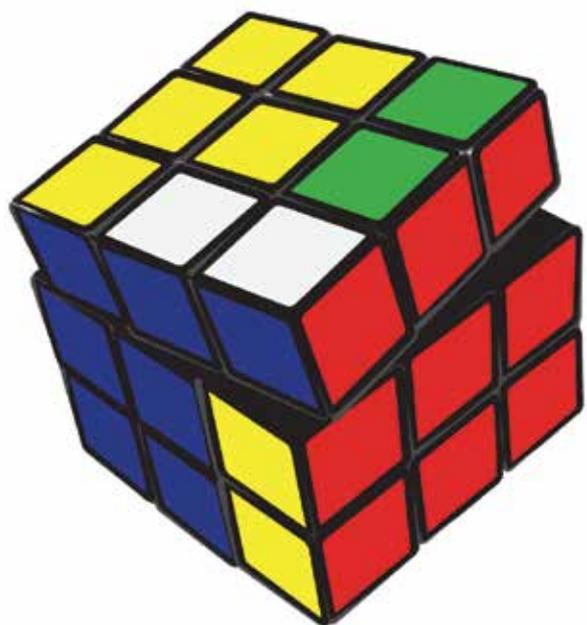
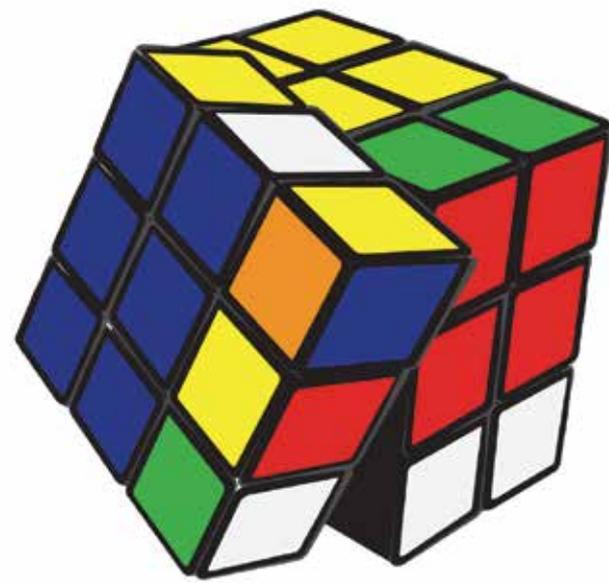
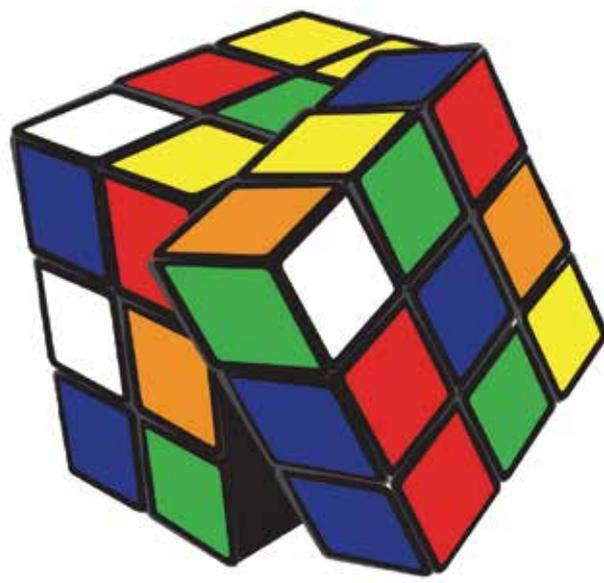
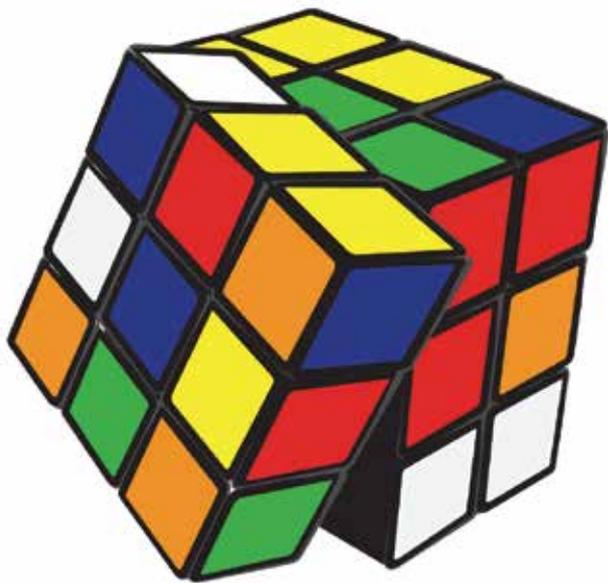


САНКТ-ПЕТЕРБУРГ КОМПАНИИ

ИГРЫ НОВОЙ ФОРМАЦИИ / 15
БИЗНЕС ПОД КРЫЛОМ САМОЛЕТА / 20
ТОРГ УМАСЛЕН / 24
БЛОК СЕТИ / 48



Среда, 27 сентября 2017 №179

(№6173 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–52

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Зарегистрировано в Роскомнадзоре

ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

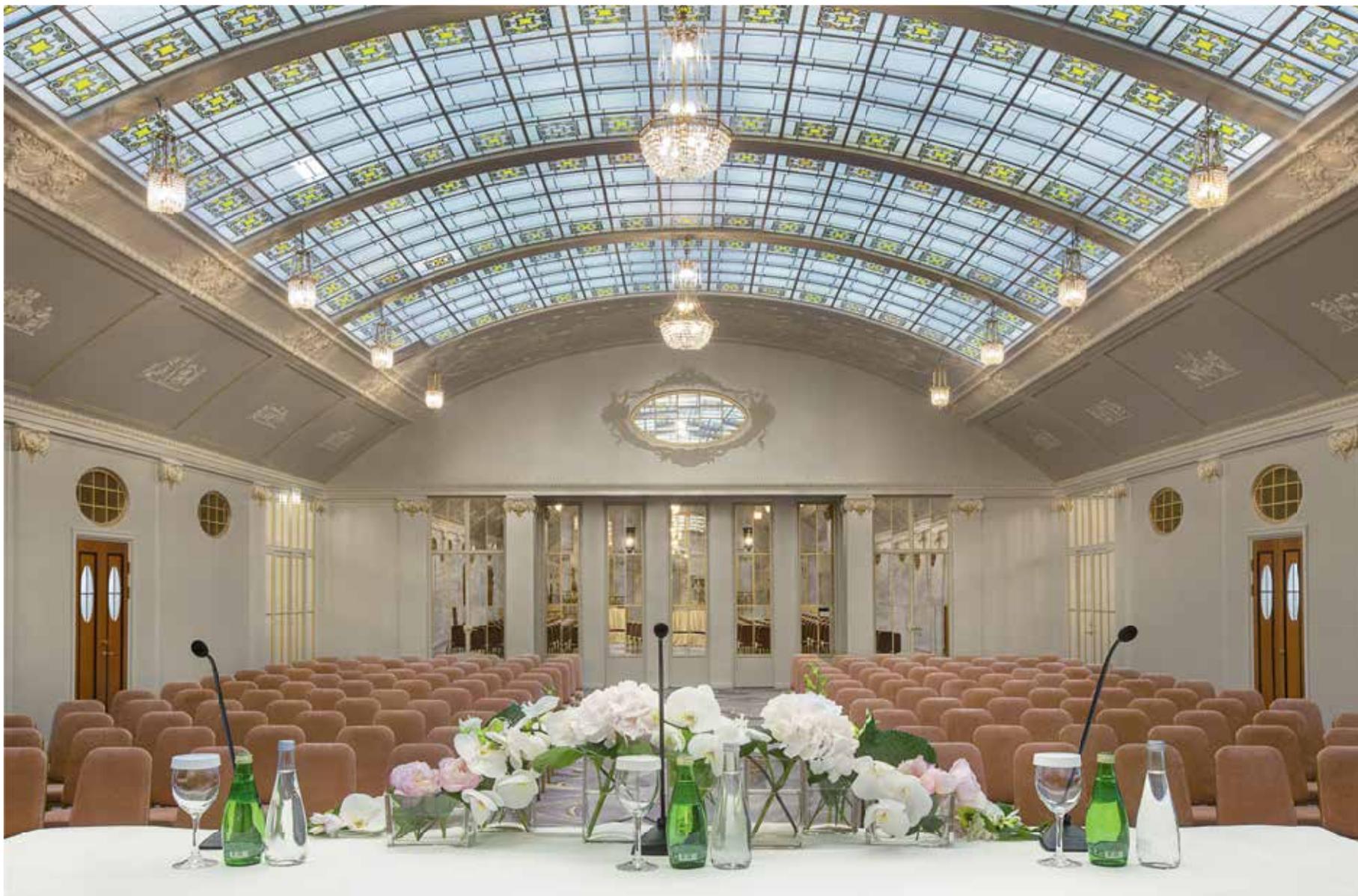
BUSINESS GUIDE

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА



ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

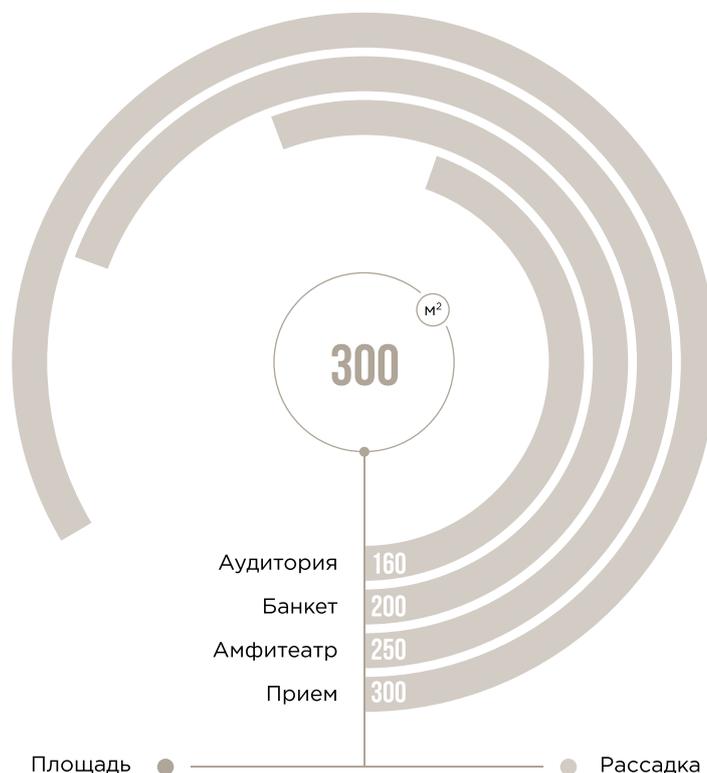




ПРИЧИН ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ КОНФЕРЕНЦИИ В БАЛЬНОМ ЗАЛЕ «КРЫША»

BELMOND
GRAND HOTEL EUROPE
ST PETERSBURG

Невский проспект —
Михайловская улица, 1/7,
+7 812 329 6666, belmond.com



1909 — 2017

Исторический бальный зал «Крыша»
отреставрирован в 2017 году

01

Уникальное
расположение
на Невском
проспекте

02

Более 40
вариантов меню
в разных стилях

03

Вместительность
до трехсот
человек

04

Современное
техническое
оснащение
конференц-центра

05

Продуманная
логистика
внутри отеля

06

Персональный
распорядитель
и консультант



ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА,

РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE «КОМПАНИИ»

ПРОБЛЕСКИ КОНКУРЕНЦИИ

Финансовые результаты крупного бизнеса СЗФО за 2016 год говорят о том, что «пациент скорее жив». Рост выручки первой сотни наиболее быстро развивающихся компаний за два предыдущих года составил 2,1 трлн рублей, всего на 19 млрд меньше, чем двухгодичный прирост прошлогодних участников рейтинга (те отставали от своих предшественников на 100 млрд рублей). Совокупный их оборот за 2016 год превысил аналогичный показатель прошлогодней таблицы на 2% — 5,9 против 5,8 трлн рублей (в отличие от «минусовой» разницы в полтриллиона между участниками 2015 и 2014 годов).

Исследование (см. стр. 32-35) выявило, что компании «Газпрома» — больше не самые «толстые коты» Петербурга. За 2016-й лидер рейтинга прошлых лет компания «Газпром-региональные продажи» нарастила всего 8% выручки, в то время как ритейлеры «Лента» и «Пятерочка» «раздулись» один на пятую часть, другой — больше чем вдвое. Последний вплотную приблизился к газовой компании по обороту (разница в 1%), в то время как еще в 2015 году их разделяла годовая выручка продуктовой сети. Будем надеяться, что тенденция сохранится, и первые места смогут доставаться новым компаниям, не только торговым — но и производителям, и разработчикам.

Тем временем законодатель не дремлет и тоже заметил успехи розницы. Учитывая ее возможности, Госдума планирует обязать крупных ритейлеров строить съезды с федеральных трасс и парковки за свой счет. Игроки рынка не расстраиваются, так как делают это достаточно давно для удобства своих же покупателей — только надеются, что не придется ничего переделывать, и делятся этими надеждами с читателями ВГ.

В рейтинг не включены различные ГУПы и ФГУПы, мы объясняем это тем, что государственные заведения имеют особое положение при получении госзаказов, а значит, и несравнимые с конкурентным рынком условия работы. Однако это может измениться: в интервью корреспонденту ВГ о такой возможности рассуждает глава петербургского УФАС Вадим Владимиров, сравнивая, правда, в этой ситуации подведомственную ему организацию с москвой, которая лает на слона.

НОВОЕ ПЛЕМЯ

ПОТРЕБИТЕЛИ ПОСЛЕДНЕЙ ГЕНЕРАЦИИ, ЦЕНТЕНИАЛЫ, ХОТЯТ СВОБОДЫ, САМОРЕАЛИЗАЦИИ, ВПЕЧАТЛЕНИЙ И РЕЗУЛЬТАТА — ПРИ ЭТОМ ДЕНЬГИ У НИХ ПОЯВЛЯЮТСЯ РАНЬШЕ, ЧЕМ У СВЕРСТНИКОВ ИЗ ПРЕДЫДУЩИХ ПОКОЛЕНИЙ. КАК БИЗНЕС ВЫСТРАИВАЕТ СВОИ ОТНОШЕНИЯ С МОЛОДЫМИ ЛЮДЬМИ, НЕ ЗНАЮЩИМИ ЖИЗНИ БЕЗ ИНТЕРНЕТА, ВЫЯСНЯЛА КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ ВЛАДА ГАСНИКОВА.

Центениалы (поколение Z) — это молодые люди, появившиеся на свет после 1996 или после 2000 года — мнения исследователей по этому поводу расходятся. Миллениалы (Y) постарше — эти люди родились в промежутке с 1981 по конец 1990-х годов. Оба этих поколения отличает низкая заинтересованность в построении карьеры. «Если раньше людьми двигало стремление устроиться на перспективное место, добиться расположения начальства, профессионально развиваться в рамках выбранного направления деятельности и получать за свою работу все более щедрые награды, то современная молодежь находит этот путь слишком тяжелым и скучным. Для нынешних студентов в приоритете даже не деньги, а впечатления, желание узнать мир как можно детальнее. Центениал не будет держаться за должность, а скорее заработает небольшую сумму путем монетизации YouTube- или Instagram-аккаунта и отправится путешествовать», — говорит Владимир Виноградов, президент группы компаний Pro-Vision.

«На первый план выходят свобода, отдых и самореализация. Сегодняшняя молодежь рассматривает работу как возможность заниматься любимым делом по свободному графику. Ценность карьеры, социального статуса уступает место свободе от ограничений и спонтанности. Свобода проявления себя, возможность выбора места жительства, образа жизни — вот доминирующие факторы», — согласен генеральный директор компании «Dostaевский» Владимир Овелян. По его наблюдениям, молодежь выступает против неискренности, шаблонности, навязываемого извне мнения, но для нее неизменными ценностями остаются дружба, любовь и семья.

Традиционные для старших поколений материальные ценности теряют значимость для миллениалов, уверен директор бизнес-группы «Потребительские товары» компании ЗМ Николай Шишкарёв. «Они в меньшей степени стремятся к обладанию материальными благами, в большей степени интересуются новыми впечатлениями. Скорее они будут пользоваться сервисами каршеринга и такси, чем стремиться к покупке собственного авто. Они более мобильны и поэтому предпочитают аренду ипотеке», — говорит он.

Заместитель гендиректора СК «Альфа-Страхование» по маркетингу и развитию Татьяна Пучкова видит в особенностях молодежи и сильные, и слабые стороны. «С этими людьми смешно проводить интервью по трудоустройству. В основном оно выглядит так: „Ну, хорошо, один-два года я у вас поработаю на низкой позиции, но через те же один-два года я должен занять позицию директора с окладом, как у вас. У меня прекрасное образование, я все понимаю в



НОВАЯ МОЛОДЕЖЬ МОЖЕТ ОТЛИЧИТЬ ИГРУ ОТ РЕАЛЬНОГО СЕРВИСА, ПОЭТОМУ ЧЕСТНОСТЬ В КОММУНИКАЦИИ С НЕЙ КРАЙНЕ ВАЖНА

том, что вы делаете, но понятно, что место не сразу освободится, поэтому нужно подождать». При этом те, кто включают голову и не считают, что они все знают и могут за два-три года превзойти тех, кто в профессии по 10–15 лет, становятся очень хорошими работниками — в их систему ценностей включены такие понятия, как „гражданский долг“, „мораль“ и „ответственность“, но при этом психологи отмечают их наивность и умение подчиняться. Кроме этого у них действительно очень хорошее образование и они понимают больше в компьютерах, а значит, у них системный подход, данный им с рождения», — рассказывает госпожа Пучкова.

ИСКРЕННЕЕ ОБЩЕНИЕ Она советует в коммуникации с молодыми людьми играть на важных для них ценностях: свободе, жажде развлечений, нацеленности на результат. «Это самые большие апологеты геймификации, здорового образа жизни, путешествий и мобильных приложений. Но при этом они точно могут отличить игру от реального сервиса, поэтому у вас нет прав на ошибку, как это было с поколением X: игра игрой, но если после игры сервис, услуга или продукт не оправдали их ожиданий — лучше не надеяться ни на что хорошее», — призывает представитель «АльфаСтрахования».

Главным, что есть общего у всей молодежи, несмотря на ее разнородность, основатель сети ресторанов «Теремок» Михаил Гончаров называет стремление каждого быть уникальным и не таким, как все. «Это усложняет и порой делает невозможным создание унифицированной стратегии общения с молодежью, но тем интереснее: мы

не ищем легких путей и придумываем альтернативные подходы, включая разработку своих стратегий для разных сегментов целевой аудитории. И, конечно, надо обязательно учитывать очень высокий уровень цифровой грамотности и новую привычку информационного потребления современных молодых людей. Они мгновенно подхватывают и раскручивают в собственных соцсетях и мессенджерах тренды, создавая гигантские информационные волны — то, что сегодня принято называть „хайпом“. Задача бренда — ухватиться за тренд и органично его использовать. Или создавать тренды самостоятельно», — говорит господин Гончаров.

Ключевыми платформами для поиска и потребления контента среди поколения Z являются мессенджеры, соцсети и YouTube. «Влияние последнего в каждом годом растет: наши выводы здесь подтвердили и специалисты коммуникационного агентства PBN H+K и компании Magram MR. Согласно полученным результатам, пока миллениалы ищут информацию по темам „ЗОЖ“, „Технологии“ и „Бизнес“ с помощью интернет-поиска, поколение Z для этих целей использует YouTube. Даже новости 46% опрошенных центениалов предпочитают смотреть там. Миллениалы тоже пользуются данной платформой достаточно активно: 40% респондентов этой возрастной категории приходят туда за новостями, 49% ищут развлекательный контент, 45% — видео о технологиях», — рассказывает Владимир Виноградов.

Упаковка, позиционирование и имидж бренда должны соответствовать ожиданиям молодежи от продукции, для того чтобы они захотели купить еще и еще. → 18



GOLDEN
CITY

Saint Petersburg

//ЗОЛОТАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
ПЕТЕРБУРГА//

goldencityspb.ru

Застройщик ООО «НТВО», г. Санкт-Петербург, Васильевский остров,
Невская губа, кварталы № 4,5,6,7,8,9, проектная декларация на рекламируемом сайте. Реклама



(812) 603 43 22

15 → И в случае с молодыми людьми процесс работы над продуктом должен быть непрерывным: такая аудитория всегда готова к новому, она еще не сформировала устойчивые потребительские привычки, поэтому без регулярного привлечения внимания к своему бренду очень легко потерять такого клиента, обращает внимание маркетолог ЗАО «Игристые вина» Екатерина Канда. Для встреч с молодежью она советует брендам выходить в офлайн: участвовать в модных фестивалях, выставках и показах.

Поколение Z категорично относится к навязыванию товаров и услуг, замечает Владимир Овелян. «Еще 10–15 лет назад агитационные призывы воспринимались на веру. Молодежь активно поглощала рекламируемые продукты. Это считалось даже модным. Нужно было просто запустить рекламу на ТВ, показать статус товара — и аудитория тебе доверяла. Теперь времена

изменились. Молодежь с любопытством отслеживает борьбу брендов за их внимание, ждет, что же еще придумают рекламщики, и не торопится с выводами. В коммуникации с аудиторией сегодня нужно быть искренним, дарить радость, вдохновение и позитивные эмоции. Когда ты искренне общаешься, люди тебе доверяют», — говорит генеральный директор компании «Dostaевский».

Распространение YouTube и Instagram оказало непосредственное влияние на количество свободных денег у молодежи — их становится больше, считает Владимир Виноградов. «Впрочем, тратятся они так же легко, как и зарабатываются. И все — исключительно на себя», — признает он.

«Свободные деньги у них есть, но они знают им цену, подходят к своим тратам более рационально. Они умеют выбирать, оценивать, сравнивать. С другой стороны,

склонны к импульсивным покупкам: приобрести что-то дорогое на волне популярности этой вещи, а потом экономить на базовых вещах», — рассуждает Владимир Овелян.

СВОИ ЛЮДИ По мнению опрошенных ВГ экспертов, молодые люди отдадут предпочтение тем брендам, которые зацепят их с эмоциональной точки зрения и смогут искренне говорить с аудиторией на ее языке. Успешными примерами такой коммуникации (с оговоркой, что к ним можно относиться по-разному) специалисты в сфере управления называют корпорацию Black Star, «Бургер-кинг», Олега Тинькова и его проекты.

В качестве работодателей молодежь привлекают Mail.ru, «Яндекс» и «В контакте» — они создали образ идеального места работы, где нет духоты и бессмысленности

офисного мира. «На мой взгляд, наиболее успешный кейс последних лет — кампания Share a Coke, организованная Coca-Cola. Кастомизация и индивидуальный подход — это, что ценят и поколение Z, и миллениалы, а потому идея написать на банках 250 наиболее распространенных среди молодежи имен стала очень прибыльным маркетинговым инструментом. По данным The Wall Street Journal, после запуска кампании продажи Coca-Cola в США выросли на 2%», — рассказывает генеральный директор онлайн-ритейлера Trade Ease Кино Квок.

Как пример неудавшейся попытки найти общий язык с молодежью эксперты вспомнили проект правительства Москвы «Активный гражданин». За участие в голосовании по бытовым городским вопросам это приложение начисляет баллы, которые можно обменивать на городские услуги. ■

НЕИСТРЕБИМЫЙ НАТУРАЛЬНЫЙ ОБМЕН

БАРТЕР БЫЛ РАСПРОСТРАНЕН НА ЗАРЕ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ. СЕЙЧАС ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЯВЛЯЕТСЯ СКОРЕЕ ПРИЗНАКОМ КРИЗИСА. ЧАЩЕ ВСЕГО ПОДОБНЫЕ СДЕЛКИ ПРОХОДЯТ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ И ДЕВЕЛОПМЕНТЕ, И В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ В РОССИИ ИХ ДОЛЯ ВОЗРОСЛА.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Практически все участники строительного рынка в том или ином объеме используют неденежные формы расчетов. Наибольшее распространение «натуральный обмен» получил в сделках между девелоперами жилой недвижимости и владельцами земельных участков. По подсчетам управляющего партнера «Rusland SP Северо-Запад» Альбины Ямалетдиновой, сейчас до 80% сделок по покупке «пятен» под застройку крупными жилищными девелоперами заключаются на условиях частичного бартера. В среднем около 10% от суммы сделки владельцам участков выплачивают деньгами, остальные 90% — договорами долевого участия, говорит она. При этом речь может идти не только о квартирах в уже строящихся проектах компании. «Сделку можно структурировать таким образом, чтобы расплатиться квартирами в жилом комплексе, под строительство которого приобретает данный участок», — объясняет эксперт.

Существует практика бартера в расчетах небольших жилищных девелоперов с генподрядными организациями, проектными компаниями. В свою очередь, генподрядчики частично расплачиваются квартирами в проектах, чьим строительством управляют, с поставщиками строительных материалов и своими подрядчиками.

На Западе такие схемы применяются в меньшей степени, замечает руководитель департамента маркетинга и рекламы УК «Фонд Юг» Ольга Нарт. В России они сегодня встречаются также в промышленных компаниях и на медийно-рекламном рынке.

КОГДА НЕТ ДЕНЕГ... Елизавета Яковлева, руководитель маркетинга и аналитики «Лаборатории метров», рассказывает, что в последние годы доля бартера падала, однако сейчас на строительном рынке такие схемы взаиморасчетов снова возвращаются в обиход. «В условиях снижающегося

спроса бартер снова набирает популярность. Причем я имею в виду не только расчеты между застройщиками и подрядчиками. Речь идет также о бартерных схемах с рекламными агентствами и поставщиками различных материалов и услуг с компаниями строительного сектора», — говорит госпожа Яковлева.

Первый заместитель генерального директора «Master Девелопмент» Владимир Антонов согласен: на сегодняшний день доля строительно-монтажных работ, выполняемых за квартиры, высока. Однако, считает он, это скорее вынужденная схема — как для продавца, так и для покупателя. «Для продавца естественный минус — данные квартиры имеют ограниченную ликвидность. Они не могут быть превращены в деньги сразу», — рассуждает он. Игрокам, для которых недвижимость не является профильным бизнесом, бартер не очень понятен, так как они оказываются с правом на актив, которого еще нет. «Практика показывает, что в любых переговорах самым весомым аргументом является фраза „мы платим деньги“», — утверждает господин Антонов.

То же со стороны покупателя — расчет квартирами размывает продажи и делает невозможной проведение единой политики сбыта. Застройщик всегда контролирует цены на свой продукт, но когда определенной пул квартир оказывается в руках подрядчиков, они демпингуют и делают совершенно бессмысленным планирование денежных потоков со стороны девелопера. «Схема бартерного взаимодействия применяется в нашем секторе экономики, но будь у людей возможность от нее отказаться, они бы это сделали», — уверен эксперт.

ВНУТРЕННЯЯ БОРЬБА Начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент» Светлана Денисова подтверждает: «Используя бартерную схему, строительная компания об-

рекает себя на конкурентирование на своем объекте. Подрядчики или поставщики, которые получают квартиры в расчет, ставят их с дисконтом, это будут уже продажи не из первых рук, а уступка от другого юридического лица. Стоимость квартир будет дешевле, чем у девелопера, и это негативно скажется на реализации жилья застройщиком. К тому же появление нового продавца вызовет недоверие дольщиков — в некоторых случаях они откажутся от покупки».

Ольга Нарт также указывает на сложность использования бартерных схем на практике, которая заключается в том, что порой невозможно определить равнозначную стоимость товара или услуг. В случае возникновения конфликта при использовании бартерной сделки сложнее урегулировать споры.

«Договориться с Иван Ивановичем на поставку бетона для стройки взамен на N количество квартир только на словах невозможно, а оформить такие договоренности юридически и сохранить прозрачность сделки бывает непросто. При этом, кредитую строителей, банки очень щепетильно относятся к проверке документов, и если обнаружат какие-либо неточности, могут кредит не дать. Поэтому зачастую строители заключают бартер с компаниями, которые входят в свой же холдинг или, например, выступают подрядчиками проекта», — рассказывает генеральный директор ЗАО «Инвестторг» Игорь Новгородский. Однако с последними объемами бартера надо контролировать: для подрядчиков полученные квартиры — неликвид, поэтому они могут их продавать значительно дешевле, чем застройщик, что может негативно сказаться на собственных продажах, подтверждает слова коллег господин Новгородский.

КРИЗИСНЫЙ ИНСТРУМЕНТ Среди экспертов немало тех, что считает бартер

злом. «Наличие бартера — это плохой признак. Это значит, что тот, кто в рамках бартера предлагает свой продукт, не может его обменять на деньги по каким-то причинам: либо цены, либо качества, либо востребованности на рынке (что связано), либо ликвидности», — настаивает Михаил Шапиро, генеральный директор компании «Данфосс» в России.

Но чаще участники рынка менее категоричны. «В целом бартер несет больше пользы, нежели вреда. Девелоперам в итоге не нужно привлекать дорогостоящее банковское финансирование, плюс требуется меньше оборотных средств. Несмотря на то, что владельцы земельных участков лишь спустя некоторое время смогут приступить к продаже бартерных квартир, сделка с жилищным девелопером в итоге будет намного выгоднее, чем в случае продажи земли, например, под строительство гипермаркета», — считает госпожа Ямалетдинова. По ее словам, при удачном стечении обстоятельств разница в цене может достигать до 100%.

Тем не менее Ольга Нарт отмечает: «Экономика работает тогда, когда есть деньги. Если доля услуг по бартеру возрастает — это считается признаком нестабильной экономической ситуации, когда во избежание роста долгов компании предпочитают договариваться. Когда же покупательная способность населения находится на высоком уровне, бартерные схемы скорее являются исключением».

Светлана Денисова с коллегой согласна: «К товарообмену следует прибегать только в крайнем случае». Впрочем, она признает и положительную сторону неденежного расчета: он позволяет не останавливаться в работе над проектом. «В трудные времена, когда работы ведутся по временным разрешениям, нет доступа к деньгам дольщиков», — добавляет госпожа Денисова. ■

Время совместных решений



*Надежные партнерские
отношения для будущих побед*



ВТБ

Мир без преград

8 (800) 200-77-99
звонок по России бесплатный
www.szrcvtb.ru

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

БИЗНЕС ПОД КРЫЛОМ САМОЛЕТА

В 2016 ГОДУ ВЛАСТИ ПЕТЕРБУРГА ПОДПИСАЛИ ПАКЕТ СОГЛАШЕНИЙ С РЯДОМ ИНВЕСТОРОВ О ФОРМИРОВАНИИ ВБЛИЗИ АЭРОПОРТА ПУЛКОВО СПЕЦИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ (СЭЗ). ПРЕДПОЛАГАЛОСЬ, ЧТО ОНА БУДЕТ ПРЕДСТАВЛЯТЬ СОБОЙ КОМПЛЕКС ПО ПОДДЕРЖКЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ И МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ ПО ПРИНЦИПУ «ПОД КЛЮЧ». ПОКА ИНВЕСТОРЫ В ПРЕДПОРТОВОЙ ЗОНЕ ДЕЙСТВУЮТ САМОСТОЯТЕЛЬНО. ОДНАКО ЭКСПЕРТЫ ВИДЯТ ВОЗМОЖНОСТИ ОБЪЕДИНЕНИЯ ИХ ПРОЕКТОВ В РАМКАХ СЭЗ ПРИ НАЛИЧИИ СООТВЕТСТВУЮЩИХ УСЛОВИЙ. ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

Международный опыт развития аэрополисов — зон вокруг крупных аэропортов — показывает, что практически все они существуют как многофункциональные локации, говорит генеральный директор Knight Frank St. Petersburg Николай Пашков. При этом наиболее распространенными и востребованными функциями являются офисная, гостиничная, логистически-складская и light industrial, реже — торговая. «В зоне, непосредственно прилегающей к Пулково, уже представлены и офисная, и гостиничная, и складская, и торговая, и даже производственная функции. Поэтому и в дальнейшем, на мой взгляд, развитие этой территории будет происходить в разных направлениях», — считает господин Пашков.

При этом большинство аэропортов движется по пути создания единой стратегии для прилегающей зоны, что исключает хаотичное развитие отдельных сегментов недвижимости и позволяет резидентам аэрополиса работать в большей синергии, отмечает заместитель директора отдела стратегического консалтинга JLL Мария Дворецкая. «Поэтому для комплексного развития зоны необходима единая стратегия, разработанная с учетом требований возможных инвесторов, арендаторов, операторов. Важным аспектом также является улучшение транспортной инфраструктуры и доступности приаэропортовой зоны», — добавляет эксперт.

Генеральный директор Colliers International в Петербурге Андрей Косарев рассматривает возможное развитие проекта СЭЗ рядом с Пулково в двух контекстах. Первый вариант — с минимальной поддержкой со стороны государства. В этом случае наиболее эффективной будет офисная функция с сопутствующей инфраструктурой, учитывая высокий спрос на высококлассные офисы в этой деловой зоне при практически нулевом уровне вакансий в действующих бизнес-центрах и отсутствии строящихся спекулятивных проектов. Существует потенциал и для

еще одной гостиницы, замечает господин Косарев, но срок окупаемости будет весьма длительным.

Второй вариант — проект, реализуемый под эгидой и при значительной поддержке государства, например, по схеме государственно-частного партнерства, с приданием особого статуса и сопутствующими льготами. При таком раскладе функционал во многом будет зависеть от целеполагания властей. «Сочетание уникального местоположения и стратегически важных для развития города направлений обуславливает целесообразность поддержки здесь компаний из секторов высоких технологий, IT, подразделений R&D. В таком случае функционал будет шире: офисы, лаборатории и легкие, в том числе экспериментальные, технологичные производства, гостиница и апартаменты», — говорит Андрей Косарев.

УЛЕТНАЯ ЛОКАЦИЯ Руководитель петербургского офиса Colliers International уверен, что в приаэропортовую зону придут новые крупные инвесторы: по его информации, Смольный ведет переговоры с такими компаниями. Николай Пашков соглашен: эта территория уже сложилась как деловая и привлекательна для логистики, особенно связанной с авиаперевозками. По мнению Марии Дворецкой, новые инвесторы подтянутся в случае, если их затраты будут ниже по сравнению с расположением в других конкурентных зонах, при этом необходима комплексная транспортная инфраструктура, в том числе скоростной пассажирский транспорт.

Представитель одного из резидентов зоны — директор R&D e-commerce-базы ритейлера «Юлмарт» Евгений Иванченко — полагает, что наличие или отсутствие у нее особого статуса не является ключевым фактором успеха: участники проекта должны в первую очередь фокусироваться на преимуществах этой территории. «Прежде всего, расположение аэрополиса позволит значительно упро-



СКОРОСТНОЙ ПАССАЖИРСКИЙ ТРАНСПОРТ ПОМОГ БЫ СДЕЛАТЬ ПРИАЭРОПОРТОВУЮ ЗОНУ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЕЕ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

стить процессы, связанные с экспортом и таможенными процедурами. Такая локация значительно повысит инвестиционную привлекательность зоны», — считает он.

Господин Иванченко подчеркивает, что аналогов проекту в том виде, в котором он был заявлен в 2016 году, нет не только в Северо-Западном регионе РФ, но и в стране в целом, при этом уже существует зарубежный опыт успешно реализованных проектов, на который можно ориентироваться. «Один из таких комплексов эффективно работает в Стамбуле. Сформированная концепция, конечно, будет корректироваться, но скорее в сторону расширения поддержки основной цели — создания зоны, консолидирующей работу по развитию международной торговли. По мере развития экспертизы и с приходом новых партнеров ее возможности значительно возрастут», — утверждает представитель «Юлмарта».

В перспективности петербургской зоны уверен и другой ее резидент — генеральный директор ЗАО «Авиелен А.Г.» Андрей Канивец. «СЭЗ — это смелый проект, требующий подготовки специальной законодательной базы. Могу подтвердить, что работа над проектом идет и „Авиелен А.Г.“ регулярно участвует в заседаниях рабочей группы, которая на данном этапе уточняет концепцию и параметры СЭЗ», — рассказал он.

На трех гектарах, остающихся свободными вблизи Пулково, компания может построить еще около 130 тыс. кв. м коммерческой недвижимости. «Это могут быть отель, новые бизнес-центры, торговые площади, апартаменты — выбор того или иного функционального наполнения должен подсказать рынок. С большей вероятностью в следующей очереди проекта будут возведены новые бизнес-центры класса А. Строительство отеля также возможно, но чуть позже», — предполагает господин Канивец.

ПАРКИ И ЗОНЫ ОТДЫХА Наименее вероятным вблизи Пулково представляется развитие креативного пространства или обширной зоны отдыха — объекты с подобным функционалом в большинстве случаев располагаются в центральных ча-

стях города. Одним из немаловажных факторов их привлекательности является некий исторический антураж, аргументирует Николай Пашков: старые здания, старые производства, которые придают общественному пространству атмосферность. В чистом поле возле аэропорта с трудом впишутся такие пространства (только если это будет формат крупного парка отдыха, но это очень специфический проект, и цена земли вокруг Пулково будет слишком высока для такого рода объекта).

Эксперт JLL напоминает, что в мировой практике известны примеры формирования развлекательных парков рядом с аэропортами, но, как правило, реализация таких проектов возможна только в случае привлечения крупного якорного оператора. В любом случае, говорить о креативных пространствах, развлекательных парках и прочем имеет смысл, когда существует соответствующая транспортная инфраструктура, заключает госпожа Дворецкая.

Андрей Косарев считает, что территория около Пулково — не самое подходящее место для такого формата как с точки зрения доступности для горожан и туристов, так и с точки зрения наличия ярких архитектурных или природных объектов. Кроме того, подобный парк не обеспечит высокой синергии с основными функциями. «При этом проект, вероятно, потребует тщательной проработки общественных пространств и организации качественной среды и инфраструктуры», — добавляет он.

«С точки зрения потребителя, существует два типа подобных проектов: закрытые и открытые. Например, в основе концепции ритейл-парков „Мезоджи“ (реализуется „Юлмартом“ на Пулковском шоссе. — BG) лежат принципы доступности для клиентов. Такой формат предполагает создание органичной, комфортной среды для работы и отдыха. Если в рамках проекта будет отдано предпочтение такому формату, в аэрополисе появятся современные креативные пространства», — комментирует Евгений Иванченко, добавляя, что подобные проекты могут привлечь представителей малого и среднего бизнеса для обслуживания и развития такой инфраструктуры. ■

«МЫ ОЖИДАЕМ СМЕЩЕНИЯ СПРОСА ИНВЕСТОРОВ ОТ КВАРТИР К АПАРТАМЕНТАМ»

ПЕТЕРБУРГСКИЙ РЫНОК АПАРТАМЕНТОВ — САМЫЙ МОЛОДОЙ СЕГМЕНТ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ — ДЕМОНСТРИРУЕТ НАИБОЛЕЕ АКТИВНУЮ ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ДИНАМИКУ. ЗА ПРОШЛЫЙ ГОД ЕГО РОСТ СОСТАВИЛ 38%. О ДАЛЬНЕЙШИХ ПЕРСПЕКТИВАХ РАССКАЗЫВАЕТ КАТЕРИНА СОБОЛЕВА, ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА ИНВЕСТИЦИЙ В НЕДВИЖИМОСТЬ КОМПАНИИ «БЕКАР». ТАТЬЯНА КАМЕНЕВА

BUSINESS GUIDE: Какова текущая рыночная ситуация в сегменте апарт-отелей в Санкт-Петербурге?

КАТЕРИНА СОБОЛЕВА: Апарт-отели все еще остаются сравнительно новым форматом для Северной столицы, однако сегмент все больше вливается в рынок и уже не кажется чем-то непонятным. В целом оценивать его довольно сложно, поскольку существует два формата: buy-to-live (для жизни) и buy-to-let (для инвестиций). Причем если в Москве апарт-отели приобретаются преимущественно для проживания, то в Петербурге 85% спроса на апарт-отели формируют те, кто приобретает их с целью получения дохода.

BG: Чем обусловлено различие в предпочтительном формате на московском и петербургском рынках апарт-отелей?

К. С.: Прежде всего — дефицитом квадратных метров в Москве, которая остается наиболее привлекательным городом для переезда из всех регионов нашей страны. Пока доля апарт-отелей в Северной столице не превышает 4% от первичного рынка жилья. В Москве этот показатель — более 20%. Сейчас в связи со строительством «Лахта-центра», переездом «Газпрома» в Санкт-Петербург ситуация на рынке жилой недвижимости может и у нас измениться в корне. Дочерние предприятия «Газпрома» начали переезд, и мы уже отмечаем увеличение спроса на апарт-отели buy-to-live. Кстати, с некоторых пор московские инвесторы проявляют больше интереса к петербургскому рынку.

BG: С чего началось формирование рынка апарт-отелей в Санкт-Петербурге и кто задает на нем тон сегодня?

К. С.: Появился формат в 2012 году. Фактически наша компания стала первооткрывателем на рынке апарт-отелей. Мы выкупили «пято» с недостроенным на Московском проспекте, 73, и пришли на рынок с желанием реализовывать проект buy-to-live. А после старта продаж выяснилось: хотя объем предложения на рынке апарт-отелей небольшой, продукт без отделки, без мебели, без доходных программ и управляющей компании не представляет ценности для инвестора. Соответственно, с 2012 по 2014 год мы (в рамках проекта апарт-отеля Vertical на Московском) и компания YE'S занимались тем, что формировали рынок инвестиционных апарт-отелей в Петербурге. В обоих проектах есть доходные программы, присутствуют управляющие компании, но программы и подходы разные. Коллеги из YE'S сосредоточились на долгосрочной и (отчасти) среднесрочной аренде, а в апарт-отеле Vertical на Московском в 2016 году средняя продолжительность проживания гостя составила четыре-семь дней, и есть планы ее дальнейшего незначительного сокращения.



BG: На какие нюансы стоит обратить внимание инвестору при выборе проекта?

К. С.: Довольно много проектов в сегменте апарт-отелей декларируются как инвестиционная недвижимость. Но в то же время отсутствует управляющая компания с опытом работы отельера. Поэтому при выборе апарт-отелей инвестору надо прежде всего оценивать доходные программы и репутацию УК.

Если говорить об управляющих компаниях, имеющих большой опыт и большой объем в управлении без акцента на отельном бизнесе, то в Санкт-Петербурге это МТЛ и «Бекар» (названы лучшими на профессиональном конкурсе CRE Awards в 2017 и 2016 годах соответственно). В управлении апарт-отелями, помимо «Бекара», сильным игроком является компания YE'S.

BG: В чем правовая разница между апарт-отелем и апарт-отелем?

К. С.: С юридической точки зрения разница отсутствует. Со стороны управления проектом на его жизненном цикле апарт-отели — это формат buy-to-live: их можно использовать для постоянного проживания (при этом собственники могут получить временную регистрацию) либо самостоятельно сдавать в аренду. В таком случае гостю не будет оказан набор услуг, которые он получил бы в отеле: завтрак, смена постельного белья, уборка. Но стоит напомнить о невыгодности проживания в апарт-отеле для собственника. Уже на этапе продаж формируется концепция, что эта недвижимость — для получения дохода, и стоимость коммунальных услуг в инвестиционном формате намного выше, чем в сегменте квартир.

BG: А каковы преимущества апарт-отелей перед другими объектами инвестиций?

К. С.: Инвестиции в апарт-отель (апарт-отель сами по себе, без управления — это аналог квартиры в инвестиционном плане)

— абсолютно пассивные, которые дают возможность открыть собственный бизнес и получать прогнозируемый доход. Конечно, инвестиционные риски всегда остаются. Однако достаточно высокая стоимость самого актива дает гарантию сохранения капитала. Инвестиционные апарт-отели в среднем дороже квартир в новостройках на 15% и дороже псевдожилья на 30%. Это обусловлено тем, что при ценообразовании учитываются тенденции на рынке не жилой недвижимости, а отелей. Стоимость актива зависит от интенсивности туристического потока, стоимости реализации проектов гостиниц, а также средней ставки гостиничных комплексов. Стоимость актива, кроме того, напрямую исчисляется из доходности, связанной, в свою очередь, со сроком его окупаемости. У нас этот срок сейчас составляет около восьми лет — очень хороший показатель для рынка Санкт-Петербурга.

Для оценки доходности апарт-отеля важно его заполняемость в течение года. В нашем проекте заполняемость по состоянию на 2016 год — 75%, а по текущей ситуации — уже около 85%. И с учетом того, что трехзвездочные отели в Санкт-Петербурге показали загрузку не более 70%, это весомый аргумент для инвестора.

Для сравнения: за три года активы равной стоимости в виде квартиры под аренду, депозита в банке и юнита в апарт-отеле Vertical принесут владельцу соответственно 985 тыс. рублей, 997 тыс. рублей и 1,4 млн рублей. Неудивительно, что спрос на инвестиционную недвижимость частично сместился от квартир в новостройках к апарт-отелям, и такая тенденция, думаю, сохранится в ближайшие два-три года. А поскольку с целью инвестиций приобретается около 50% квартир, это ощутимо стимулирует развитие сегмента апарт-отелей.

BG: Какую доходность вы гарантируете инвесторам?

К. С.: В нашем новом проекте, апарт-отеле Vertical на площади Мужества (откроется в 2019 году), предусмотрено уже три доходные программы: «Гарантированный доход», «Максимальный доход» и «Классический доход». По первой программе инвестор получает гарантированный доход в размере 8%, договор с управляющей компанией заключается на пять лет. «Максимальный доход» — это программа для менее консервативных инвесторов, предполагающая доход до 16%. По третьей программе доход инвестора составит около 10% в год. Кстати, нижний порог для входа в этот проект сегодня — 2,6 млн рублей. С учетом возможности ипотечного кредита стартовый взнос составит всего 400 тыс. рублей, еще столько же придется заплатить перед вводом объекта в эксплуатацию за полную меблировку юнита.

BG: Часто ли собственники продают апарт-отели?

К. С.: Довольно редко. Решив по каким-то причинам (например, если срочно понадобились деньги) продать актив, собственник обращается в отдел продаж или в управляющую компанию, мы готовим отчет о доходности актива, и в течение двух недель, как правило, юнит продается. Сейчас есть даже очередь из тех, кто хотел бы войти в конкретный проект. Рынок апарт-отелей абсолютно «белый». Это большое преимущество в глазах покупателя, который получает подтвержденную информацию о доходности актива. Новый собственник также может обратиться в управляющую компанию для выбора доходной программы. Самый доступный юнит в апарт-отеле Vertical на Московском проспекте на нулевом этапе строительства стоил 2,8 млн рублей. Последний такой номер был продан в нынешнем году за 4,6 млн рублей. Юниты площадью более 35 кв. м в апарт-отеле на Московском проспекте сегодня продаются по цене 6–11 млн рублей. Но в новых проектах средняя площадь апарт-отелей составляет 23 кв. м, и доходность у более мелкой нарезки выше. При этом мы научились сдавать двухкомнатные номера как два отдельных юнита, и их доходность также высока.

BG: Что представляет собой проект Vertical сегодня?

К. С.: Это действующий апарт-отель бизнес-класса на Московском проспекте, 73. Это строящийся классический апарт-отель на площади Мужества, рассчитанный как на бизнес-аудиторию, так и на туристов. Это экспериментальный формат симбиоза коливинга и классического апарт-отеля на Большом Сампсониевском проспекте (открытие запланировано на 2020 год). И проектируемый апарт-отель с номерным фондом около 2,5 тыс. юнитов на улице Орджоникидзе. ■

«КРУПНАЯ КОНСАЛТИНГОВАЯ СТРУКТУРА КУПИТ БИЗНЕС ИЛИ ДОГОВОРИТСЯ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ»

СФЕРА АУДИТОРСКОГО И КОНСУЛЬТАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ДЕЛОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСОКОЧУВСТВИТЕЛЬНА К СОСТОЯНИЮ ЭКОНОМИКИ И ЧАСТНОГО БИЗНЕСА. О ПЕРСПЕКТИВНЫХ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ОТРАСЛЯХ, СПРОСЕ НА ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КОНСАЛТИНГ И ЛАЙФХАКАХ ПО ВЫВЕДЕНИЮ КОМПАНИИ В ПУЛ КРУПНЕЙШИХ АНАСТАСИИ ЦЫБИНОЙ РАССКАЗАЛ ДИРЕКТОР ХОЛДИНГОВОЙ ГРУППЫ «ИНСТИТУТ ПРОБЛЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА» ВЛАДИМИР РОМАНОВСКИЙ.

BUSINESS GUIDE: Какие сферы бизнеса обслуживают консультанты в условиях спада в экономике? Видите ли вы новые перспективные отрасли, представляющие интерес для консалтинговых фирм?

ВЛАДИМИР РОМАНОВСКИЙ: Выбор отрасли применения — для нас вопрос принципиально важный, и этим занимаюсь в компании лично я сам. Мы читаем профессиональную литературу, аналитику, сами анализируем и присматриваемся к новым рынкам. Это связано и с тем, что существует динамика в наших традиционных отраслях, в том числе отрицательная, например, стало меньше работы в электроэнергетике. Эта отрасль всегда была для нас донорской, формировала наш бюджет. Сейчас работы заметно меньше, чем в период энергореформы 2000-х годов.

Теперь для нас самая хитовая отрасль — это стройка, причем в разных регионах. Это связано с тем, что в текущей ситуации строительство — наиболее понятный и доступный способ инвестировать. Именно поэтому там такое количество непрофильных или новых игроков. Кто-то растет, ставит на экспансию — им нужен стратегический консалтинг и сопровождение сделок, кто-то рушится — и его нужно спасать или банкротить, кто-то «попадает под регуляторов» — и нужно поддерживать и защищать его деловые интересы. И в каждом шаге, в каждом слове есть что-то, что предлагаем клиентам мы.

Или, например, существуют две связанные между собой индустрии: медицина и фармацевтика. Медицина как бизнес сегодня развивается семимильными шагами, но, по моим наблюдениям, зарабатывают на ней сейчас в основном юристы, работающие в области медицинского права. Для нас все начнется с того момента, когда деловыми новостями этой отрасли будут арбитражные суды, приобретения конкурентов, слияния групп, разделение акционерного капитала внутри предприятий, постановка сетей клиник на единые системы учета и стандартов. В медицине это есть, конечно, но в недостаточном объеме, и пока мы не видим вала вопросов, к которым могли бы подключиться. Поэтому присматриваемся и изучаем перспективы. Что касается фармацевтики, то там рынок относительно сформировавшийся и продолжающий развитие, хотя самих игроков еще не так много... Кроме этих отраслей, мы внимательно смотрим сегодня на индустрию высоких технологий, машиностроение.

BG: Есть ли спрос на инвестиционный консалтинг? Кажется, инвестклимат страны не лучший для этого направления.



В. Р.: В нашем портфеле заказов объем работ по инвестиционному консалтингу заметно растет: становится больше контрактов по стратегиям развития, по ценовым стратегиям, по оценке стоимости бизнесов, их реструктуризации. И это хорошо. Но я не склонен ставить знак равенства между состоянием дел у нас и состоянием дел в целом на рынке.

Не возьмусь оценивать инвестиционный климат по стране, но сложно сказать, что экономика в абсолютном упадке. И когда кто-то говорит, что весь частный бизнес умер, я не могу с этим согласиться. Какой весь? Посмотрите на агропром, стройку, ритейл... Например, обороты «Ленты» — за триста миллиардов, у «Магнита» — больше триллиона рублей в год, и вряд ли их собственники думают, что у них все плохо. А состояние конкуренции в их секторе несопоставимо со многими европейскими странами. У нашего соседа Финляндии большая часть ритейла принадлежит двум сетям, и создана модель, закрепляющая это доминирование, в том числе на уровне градостроительных решений. Притом, что численность населения страны аналогична Петербургу. А сколько при этом компаний представлено в ритейле нашего города? В каждом сегменте по семь-восемь лидеров: DIY — это одни конкуренты, фудритейл — другие, в авторитейле — третьи. И везде борьба «детская». Поэтому в целом

у нас есть индустрии, которые в упадке, есть индустрии, которые на подъеме, — и их, если укрупненно, не менее пятнадцати. Динамики инвестиций в них достаточно, чтобы инвестконсультанты укрепляли свои клиентские портфели.

BG: Есть ли у вас планы по приобретениям на рынке?

В. Р.: Сейчас нет. Специально не занимаемся поиском активов, а совершенствуем то, что имеем. Пик наших приобретений пришелся на 1990-е годы. Я за свою карьеру купил, наверное, больше 30 фирм. Как мы продвигались в электроэнергетике, например? Мы работали с «Ленэнерго», затем, по определенным причинам, были вынуждены искать удачи в Москве. Вначале нам помогли получить первые несколько заказов, но было понятно, что они закончатся, а второй раз заходить сложнее.

Для продолжения работы в этом сегменте мы купили системного игрока — компанию «Аудитэнерго» с филиальной сетью по всей стране, которая тогда для всех боссов энергокомпаний была синонимом аудита и консалтинга в энергетике. Мы выкупили ее контрольный пакет с некоторым запасом и в течение какого-то времени могли звонить в любой регион с примерно такой темой: «Мы „Аудитэнерго“, согласуйте дату аудита и высылайте контракт и аванс». Естественно, года за два эта история закончилась, и для нас начался «настоящий рынок». Но к этому

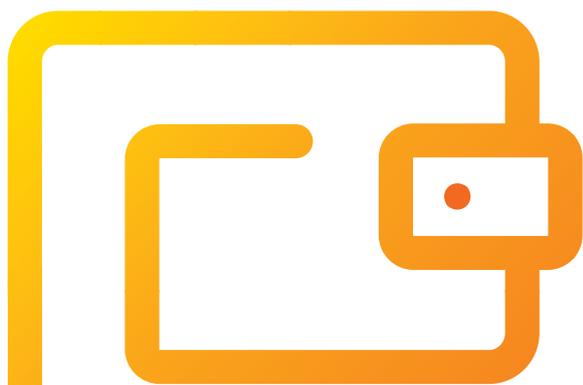
времени все наши задачи были выполнены: клиентская база перенесена на головную компанию, построена система деловых связей, бренд и экспертиза в отрасли укреплены через участие в профессиональных конференциях.

Потом в течение нескольких лет мы пару раз в год давали в газету объявление: «Крупная консалтинговая структура купит бизнес или договорится о сотрудничестве». И получали по сотне откликов на каждую публикацию, из которых процентов 80 были пустыми, а оставшиеся — очень интересные темы. Причем почти всегда люди приносят не то, что просишь, а что-то другое. Люди вообще, оказывается, нацелены на сотрудничество, и если они видят перед собой игрока, которому доверяют, они могут принести и предложить такие вещи, которые ты сам не придумаешь никогда. Таким образом мы, например, создали отдел оценки, который развился за три года и принес нам первую строчку в федеральном рейтинге. Это был результат того, как талантливый человек по контракту создал департамент оценки высочайшего уровня.

BG: Кто в основном выступает заказчиком оценки в рамках сделок слияний и поглощений — покупатель или продавец?

В. Р.: Мы регулярно работаем и на тех, и на других. И специализируемся на сделках, в которых вопрос цифр вторичный. Зачастую к началу нашей работы цифра уже есть у обеих сторон, иногда даже совпадающая. Что мы обещаем и даем, когда начинаем делать оценку? Мы гарантируем интересную книгу. Иногда в результате работы оказывается, что объект недооценен значительно или, наоборот, слишком переоценен. В нашем отчете все описано, проанализировано, выявлены все достоинства и недостатки — вот что интересно. Но мы также регулярно оцениваем результат сделки, когда она уже прошла.

Однако несколько лет назад к нам пришел клиент и сообщил, что собирается заказать налоговую и финансовую модели работы завода. Мы пытались понять, в чем был информационный повод обращения: предполагали, что все как обычно: завод построен, запущен, пришла проверка, и не на все вопросы могут ответить сами. Но оказалось, что пока только купили участок земли и договорились с местными властями, корпуса предприятия еще только проектируются. Мы долго не могли поверить в это. Так вот, я о чем — сейчас такие подходы становятся нормой ведения дел, бизнесмены все чаще равняются на лучшие практики. ■



Возможности для дохода

КОТИРОВАЛЬНАЯ ДОСКА

Конверсия
по вашему курсу

ВЭД: ОНЛАЙН-ФОРМУЛА УСПЕХА

Время для возможностей

КАБИНЕТ ВЭД

Электронный
ассистент по ВЭД



Реклама

ПРОМОСХЕМА

В ЭТОМ ГОДУ — НАКАНУНЕ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ, КОТОРАЯ ТРАДИЦИОННО ДОБАВЛЯЕТ АКТИВНОСТИ РЫНКУ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ, — АДМИНИСТРАЦИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА РАЗЫГРАЛА КОНТРАКТЫ НА АРЕНДУ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ГОРОДЕ И МЕТРОПОЛИТЕНЕ. НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО ОБА КОНКУРСА СОПРОВОЖДАЛИСЬ КОНФЛИКТАМИ, ПЕРЕДЕЛА РЫНКА НЕ ПРОИЗОШЛО: ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ СОХРАНИЛИ СВОИ ПОЗИЦИИ И НА ЗЕМЛЕ, И ПОД ЗЕМЛЕЙ. МАРИЯ КАРПЕНКО

Торгов на право размещения в Санкт-Петербурге наружной рекламы операторы ждали около четырех лет — с 2013 года подавляющее большинство рекламных конструкций в городе эксплуатировалось без договоров. За это время успели смениться кураторы рынка в Смольном: от бывшего вице-губернатора Василия Кичеджи эти полномочия перешли главе губернаторской администрации Александру Говоруну, а место председателя комитета по печати от Александра Лобкова (который лишился поста именно из-за того, что не провел торги вовремя) получил Сергей Серезлеев. Менялись и правила игры на рынке: чиновники несколько раз перерисовывали схему размещения рекламы, то смягчались, то ужесточались требования обязательного для исполнения отраслевого ГОСТа. Процесс подготовки к проведению торгов сопровождался конфликтами, которые зачастую переходили в политическую плоскость.

МОНОПОЛИЯ В «ТРУБЕ» В петербургском метрополитене проблемы размещения рекламы актуализировались в 2014 году, когда в подземку с проверкой пришла Контрольно-счетная палата. Аудиторы выяснили, что расценки на аренду мест под рекламу в метро занижены, а размещает ее на протяжении многих лет один и тот же пул компаний.

Последние десять лет под землей работали только четыре связанные друг с другом оператора: АФСАР, ООО «Метроном», ЗАО «Анфас», ЗАО «Коммет». Все они передали право представлять свои интересы РА «Проспект», а владельцы этой компании — единого центра продаж рекламы в метро — аффилированы и с перечисленными операторами, и с руководством самого метрополитена. Совладелец «Проспекта» Георгий Иванов в прошлом был одним из топ-менеджеров ГУП «Петербургский метрополитен», а его партнер Дмитрий Столов владеет также долей в «Метрономе». Им же принадлежат агентства недвижимости ЦАН и «Плюс», а также сервис по подбору репетиторов «Апстади», реклама которых активно размещается вдоль эскалаторов. Тесное переплетение между собой игроков на рекламном рынке наглядно демонстрирует тот факт, что Дмитрий Столов вместе с Вадимом Антоном — еще одним совладельцем «Метронома» и «Проспекта» — имеют доли и в рекламной компании «Северная столица», которая размещает светодиодные экраны на фасадах домов. С деятельностью этой компании был связан один из громких конфликтов на рынке: в 2014 году городская прокуратура вынесла комитету по печати предписание демонтировать несколько таких экранов, незаконно расположенных на фасадах исторических зданий, но в Смольном делать это отказались, встав на сторону оператора.



РЕКЛАМА В МЕТРО — ОТДЕЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДИЗАЙНА. НО НЕ В ПЕТЕРБУРГЕ, ГДЕ ПЛОЩАДИ ПОДЗЕМКИ ДЕСЯТИЛЕТИЯМИ ДОСТАЮТСЯ АФФИЛИРОВАННЫМ С МЕТРОПОЛИТЕНОМ КОМПАНИЯМ, ИГРАЮЩИМ ПО СВОИМ ПРАВИЛАМ

О фактической монополизации рынка рекламы в метро не раз говорил глава петербургского управления Федеральной антимонопольной службы Вадим Владимиров. В октябре этого года, когда комитет по печати объявил торги на десятилетнее право аренды рекламных конструкций в подземке (один лот с начальной стоимостью 1,6 млрд рублей), господин Владимиров указывал на несовершенство условий конкурса. Если бы лотов было, например, пять, то операторов на торги пришло бы больше, возросли бы и доходы метрополитена и, соответственно, городского бюджета.

Однако главной претензией и антимонопольщиков, и участников рынка было другое: в конкурсной документации содержался пункт, допускающий до участия только компании с трехлетним опытом работы в метро, а в силу монополизации рынка получить такой опыт ни у кого, кроме упомянутых пяти компаний, возможности не было. О том, что подобное ограничение конкуренции может привести к недополучению бюджетом доходов, публично высказывались не только участники рынка, но и политики. Например, депутат Заксобраний Петербурга Максим Резник требовал от профильных вице-губернаторов отмены торгов.

Исключить требование о трехлетнем опыте работы в метро из конкурсной документации через антимонопольную службу просили сразу несколько участников рынка, в том числе — московский оператор «Трейд Компани», структура холдинга «Гема», незадолго до этого выигравшего торги на право размещения рекламы в метрополитене Москвы. Желание участвовать в торгах выражала также компания «Вол-

гобалт Медиа» депутата Законодательного собрания Ленобласти Олега Зевакова. Интерес к участию в конкурсе проявлял и петербургский миллиардер Борис Пайкин, партнер компании Fort Group, в структуру которой входит рекламный оператор «Форт Групп Медиа».

При этом господин Пайкин был связан с нынешними кураторами рекламного рынка теснее, чем остальные потенциальные претенденты на его передел. Долей в «Форт Групп Медиа» владеет Светлана Совершаева — дочь заместителя полпреда в Северо-Западном федеральном округе Любови Совершаевой. Последняя в прошлом возглавляла совет директоров «Национальной медиа группы» — владельца телеканала «РЕН ТВ», сетевым партнером которого в Петербурге в свое время стало «Региональное телевидение». Гендиректором вещателя этого телеканала, ЗАО «РТВ», тогда был Григорий Путинцев, который сейчас занимает пост главы подведомственного комитета по печати предприятия «Городской центр размещения рекламы». В здании на Петроградской стороне, ранее принадлежавшем ЗАО «РТВ», сейчас располагается офис петербургского отделения партии ЛДПР, спонсором которого является Борис Пайкин.

Однако несмотря на активность участников рынка и поддержку со стороны антимонопольной службы, которая предписала исключить из конкурсной документации ограничивающие конкуренцию пункты, после вскрытия конвертов оказалось, что заявку на участие в конкурсе подала лишь одна компания — все тот же «Метроном». Цена контракта при этом поднялась на мил-

лиард по сравнению с начальной — до 2,6 млрд рублей, что увеличило планируемые доходы бюджета от аренды рекламоносителей в метро на 65%.

Более того, выяснилось: прежде чем разыграть право на размещение рекламы в вестибюлях подземки, Смольный без торгов отдал «Метроному» всю рекламу в поездах на будущие десять лет. В комитете печати тогда объяснили, что вагоны недвижимым имуществом не являются, поэтому торги на право размещения рекламы в них проводить необязательно.

ПОЕЗД УШЕЛ Спор вокруг торгов на право размещения наружной рекламы на улицах города, объявленных этим летом, был еще более политизирован. К этому времени Борис Пайкин, который, по данным ВГ, проявлял интерес к участию и в этом конкурсе, успел приобрести статус кандидата в депутаты Госдумы. Именно этот статус, по словам собеседников ВГ, помешал ему принять участие в торгах: оборотные средства Fort Group он тратить не стал, а брать кредит непосредственно перед думскими выборами оказалось нецелесообразно. По словам источника ВГ в компании, Fort Group была намерена перепродать право аренды рекламных носителей другому оператору в случае выигрыша лота.

После объявления торгов интерес к деятельности петербургского комитета по печати стали публично проявлять некоторые не только региональные, но и федеральные политики. Так, депутат петербургского ЗакСа от «Справедливой России» Алексей Ковалев, ранее рынком рекламы не занимавшийся, попросил Контрольно-счетную

ВРЕМЯ СТАНДАРТНЫХ РЕШЕНИЙ ПРОШЛО

ПОСЛЕ СЕРЬЕЗНОГО ПАДЕНИЯ В 2014 ГОДУ ИНВЕСТИРОВАНИЕ В ПЕТЕРБУРГЕ ПОКАЗЫВАЕТ МЕДЛЕННЫЙ И ОСТОРОЖНЫЙ РОСТ. РЫНОК ИНВЕСТКОНСАЛТИНГА ВСЛЕД ЗА НИМ ПРЕТЕРПЕВАЕТ СНИЖЕНИЕ ОБЪЕМА И СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ. ИНТЕРЕС В ПОДОБНЫХ УСЛУГАХ ОСТАЕТСЯ В РАЗРОЗНЕННЫХ СФЕРАХ, У ГОСКОРПОРАЦИЙ И КОМПАНИЙ С ПРОБЛЕМНЫМИ АКТИВАМИ, А ТАКЖЕ ПО РАНЕЕ НАЧАТЫМ И ЗАМОРОЖЕННЫМ ПРОЕКТАМ.

АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

палату проверить работу комитета, обнаружив потенциально коррупционные схемы. Зампред думского комитета по экономике Михаил Емельянов, который не имеет отношения к Петербургу, обращал внимание силовых ведомств на то, что городской комитет по печати согласовал схему размещения рекламы, включив в нее аварийно опасные конструкции. Публичная реакция главы комитета Сергея Серезлеева на все подобные жалобы была спокойной: он объяснял, что этими торгами загоняет в правовое поле рынок, несколько лет существовавший фактически нелегально, и считал очевидным, что не все игроки рады этим переменам.

Проблема с разработкой схемы размещения рекламы, на которую жаловался депутат Емельянов, была одной из самых серьезных за время подготовки к торгам. В комитете по печати ее перерисовывали несколько раз, пытаясь найти компромисс между интересами участников рынка и требованиями закона, которые с введением обязательных для исполнения ГОСТов в сфере наружной рекламы значительно ужесточились. Объединившись с Москвой (а Москва и Санкт-Петербург — это два крупнейших в России рынка наружной рекламы), петербургские власти сумели повлиять на позицию федеральных ведомств и смягчить ГОСТы, отсрочив к тому же их введение в качестве обязательной нормы. В итоговом варианте схемы, который Смольный утвердил, значилось 8,5 тыс. конструкций вместо 14,5 тыс. (практически исчезла реклама из исторического центра города и полностью Т-образные щиты, нависавшие над дорогами), в рамках конкурса их разбили на 23 лота. Таким образом, число конструкций у каждого из петербургских операторов снизилось, а плата за их аренду — значительно возросла: по итогам торгов суммарная цена контрактов взлетела на 40% по сравнению с начальной, до 1,13 млрд рублей в год, что на 80% выше объема текущих поступлений в городской бюджет.

При этом крупнейшие рекламные операторы по итогам торгов базовые позиции сохранили, передела городского рынка не произошло. В порядке убывания рекламные носители распределили между собой Russ Outdoor, «Постер», «Реклама-центр», «Руан», ЭСКО (структура, связанная с «Волгобалт Медиа»). В своих узких сегментах остались «Северная столица» (сохранила электронные дисплеи), «Рекмастер» и «Вертикаль» (вместо запрещенных носителей на опорах для освещения получили афишные стенды).

Однако конфликты вокруг торгов — и, соответственно, попытки перераспределить рынок — не прекратились и после подведения итогов конкурса. Еще до вскрытия конвертов шесть рекламных операторов (в их числе — малоизвестные компании) пожаловались в ФАС на условия конкурса, антимонопольная служба встала на их сторону и предписала комитету по печати скорректировать конкурсную документацию. Однако в комитете приняли решение не затягивать торги, решение ФАС обжаловали в суде и подвели итоги конкурса еще до того, как рассмотрение арбитражного спора состоялось. Сейчас же с исками в суд о признании торгов недействительными обратились сразу несколько операторов-победителей торгов («Руан», «Реклама-центр» и «Волгобалт Медиа»), и пока решения по ним не вынесены, почву под ногами петербургский рынок наружной рекламы не обрел. ■

По мнению главного архитектора ООО «Институт современных строительных технологий» Олега Потапченко, состояние рынка инвестиционного консалтинга можно охарактеризовать как стабильно депрессивное: общая ситуация в экономике и снижение уверенности в будущем определяет выжидательную позицию большинства инвесторов. «Размер рынка для среднего и малого бизнеса объективно сократился и видоизменился за последнее десятилетие. Редко кому из компаний средней и малой капитализации сейчас приходится в голову начать процесс выхода на IPO или привлечение прямых иностранных инвестиций, хотя еще десять лет назад это было одной из модных тем», — считает руководитель консультационного департамента «Прайм Эдвайс» Руслан Мухаметшин.

В компании «Аудиторы Северной столицы» в партнерстве с Gramercy Public Affairs S. A. полагают, что сегодня наиболее актуальной является задача сохранить инвестиции и добыть денег на завершение проектов, особенно тех, которые начинались, когда курс был 35 рублей за доллар, продолжались, когда он превысил 70 и остановился в районе 60. «Какой проект может выдержать такие скачки и быть успешно завершен? — рассуждают аудиторы. — Поэтому сейчас все усилия и инвесторов и консультантов направлены на то, чтобы помочь начатым проектам выжить, найти деньги на доведение проектов «до ума» и не погрязнуть в штрафных санкциях банков».

ТОЧЕЧНЫЕ ЗАПРОСЫ Рынок инвестиций в недвижимость начал оживать с прошлого года, и в этом году уже закрыт ряд крупных сделок. Однако пока они единичные и не формируют в этом сегменте существенного объема бизнеса для консультантов.

Отделу генеральный директор компании Colliers International в Санкт-Петербурге Андрей Косарев ставит рынок земли, на котором работает множество консультантов, в том числе небольших частных компаний, не обладающих известными брендами. «В отличие от рынка инвестиций в качественные действующие объекты, рынок земли (особенно под жилую застройку) остается довольно активным и дает работу консультантам и брокерам. Ключевая услуга, которая востребована в этом сегменте, — сопровождение продажи объектов», — говорит господин Косарев.

Руслан Мухаметшин замечает, что на данный момент весь инвестконсалтинг города трансформировался в несколько основных направлений. Это сопровождение реструктуризации и рефинансирования задолженности, работа с проблемными активами, в том числе в рамках процедур банкротства, получение государственной поддержки и субси-

дирования в рамках реализации отдельных инвестиционных проектов.

По наблюдениям Олега Потапченко, основной спрос — в жилом, торговом и рекреационном секторах как наиболее стабильных с точки зрения инвестора. «Релевантную статистику проектов, как и портрет заказчика, в условиях «низкого» рынка сформулировать довольно сложно — это совершенно непохожие компании. Общей чертой является наличие ресурсов и высокая готовность к риску. Неблагоприятная экономическая конъюнктура требует от консультантов высокого профессионализма и изобретательности. Время стандартных решений прошло и, надеюсь, безвозвратно», — заявляет эксперт.

На взгляд генерального директора компании «МКД-партнер» Юрия Варалаева, среди основных сфер применения прямых инвестиций — недвижимость, промышленность, высокие технологии, здравоохранение, развлечения и туризм. «Востребованная услуга — технология управления затратами в капитальном строительстве. Также актуальны вопросы в сферах интеллектуальных технологий, информационных и цифровых систем, что связано с корпоративными обязательствами, полученными от государства о переходе на цифровую экономику. В промышленности эти проекты называются «Индустрия 4.0», и они востребованы. Что касается инвестиций в производственные мощности, то в основном это происходит в рамках реконструкции и реорганизации крупных госкорпораций, которые, по сути, сейчас представляют те или иные отрасли в целом, будь то «Газпром», ОСК или ОАК. То же ожидает и ВПК (теперь ВОК — военно-оборонный комплекс) в связи с планом перехода после 2020 года на пятидесятипроцентное обеспечение гражданской продукцией ВОК отечественного производства».

КЛИМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ В «Аудиторах Северной столицы» рассказывают: инвестиционный консалтинг относится к консультированию институциональных и частных инвесторов в отношении всего инвестиционного процесса и содержит минимум пять основных услуг: стратегический, управленческий консалтинг, Business Intelligence, финансовое и налоговое планирование. Услуга инвестиционного консалтинга включает рекомендации по формированию стратегии управления активами, контроль ее реализации инвестором, анализ и постоянный мониторинг внутренних и внешних рисков, определение структуры инвестиционного портфеля и выбор управляющих активами, мониторинг инвестиционной деятельности.

Президент ГК «Городской центр экспертиз» Александр Москаленко утверждает, что на рынке Петербурга нет компаний, которые

бы посвятили себя исключительно инвестиционному консалтингу. «Компании, предоставляющие данные услуги, делятся на три блока: это банки, инвестиционные компании и частные инвесторы», — говорит он. — Крупные банки выступают как консультантами, так и исполнителями, а зачастую также и инвесторами. Я могу назвать два-три банка, которые всерьез занимаются данным направлением, в том числе Сбербанк, ВТБ, Промсвязьбанк. В Петербурге на этом рынке работают также банк «Санкт-Петербург» и банк БФА. Деятельность частных инвесторов практически незаметна. Остаются инвесткомпании, которые я поделил бы на тех, кто занимается девелопментом и консультируют относительно наилучшего использования объектов недвижимости, и тех, кто «играет» с ценными бумагами. Некоторые инвесткомпании сегодня сравнялись с агентствами недвижимости». Непосредственно рынок инвестконсалтинга, по мнению господина Москаленко, в Петербурге нет, и в первую очередь потому, что в городе нет инвестпроектов. Все, что есть, сосредоточено в сфере инфраструктуры, а также несколько проектов ГЧП.

«По моим наблюдениям, в Петербурге профессионально никто не скажет, куда вкладывать деньги», — категорично заявляет господин Москаленко. Не в последнюю очередь это связано с недостаточной работой городской администрации над инвестиционным климатом города.

Начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент» Светлана Денисова говорит, что ни специальной работы, ни осмысленных шагов по повышению инвестиционной привлекательности, ни тем более системной политики в Петербурге она не видит. «Есть настоящие лидеры в стране — Калужская, Новгородская области, за счет усилий правительства России — Дальний Восток. Петербург, к сожалению, сдал свои позиции, и особенно явственно — на фоне Ленинградской области, в которой реализуются по-настоящему инвестиционные проекты, я имею в виду развитие портовых комплексов. И в сфере жилищного строительства область обыгрывает Петербург с сухим счетом», — говорит госпожа Денисова.

С ней согласна и партнер, руководитель по региональному развитию налоговых услуг Северо-Западного регионального центра КПМГ Алиса Мелконян: «Санкт-Петербург зачастую проигрывает в оперативности реагирования и в приведении в жизнь законов, которые влияют на привлекательность города для инвестиций. В частности, механизм специальных инвестиционных контрактов, который сейчас является одним из основных мер господдержки промышленности, до сих пор не введен в Петербурге». ■

ДОЛЯ СМОЛЬНОГО

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЯВЛЯЕТСЯ СОВЛАДЕЛЬЦЕМ БОЛЕЕ 170 КОМПАНИЙ. ПОЛНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ФИРМ С УЧАСТИЕМ ГОРОДА В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ ОТСУТСТВУЕТ. ВПРОЧЕМ, ИЗВЕСТНО, ЧТО БОЛЬШИНСТВО ИЗ НИХ УБЫТОЧНЫ, А УЧАСТИЕ АДМИНИСТРАЦИИ ПРОДИКТОВАНО НЕОБХОДИМОСТЬЮ ОБЕСПЕЧИТЬ НАСЕЛЕНИЕ ТЕМИ ИЛИ ИНЫМИ УСЛУГАМИ. НО СРЕДИ ЭТИХ АКТИВОВ ЕСТЬ И РЯД КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПОЛУЧАЮЩИХ РЕАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ. АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

Согласно ответу из комитета имущественных отношений Смольного (через КИО город владеет имуществом) на запрос ВГ, «в настоящее время Санкт-Петербург является участником (акционером) более 150 хозяйственных обществ». КИО не предоставил их перечень. В отчете об основных итогах деятельности комитета за 2016 год значится, что на начало отчетного периода существовало 165 обществ, в уставном капитале которых есть доля города, и 173 — на начало 2017 года.

В системе «СПАРК-Интерфакс» (www.spark-interfax.ru) содержится информация о 52 компаниях, где Санкт-Петербург является соучредителем. Однако на проверку большая часть этих данных оказалась неактуальной. «В Едином государственном реестре юридических лиц (ЕГРЮЛ) содержатся сведения об учредителях акционерного общества, а не о его акционерах. Сведения об акционерах общества отражаются в реестре акционеров, держателем которого является регистратор. Система «СПАРК» и аналогичные ей системы содержат информацию обо всех обществах, в том числе и о ликвидированных или не ведущих деятельность», — поясняет юрист корпоративной практики Capital Legal Services Глеб Аленкин. Регистратор предоставляет информацию об акционерах общества только самим акционерам, и установить полный перечень организаций только на основании информации, содержащейся в открытых источниках, невозможно, комментирует господин Аленкин.

ПЛАНОВО УБЫТОЧНЫ Львиная доля компаний, в которых Санкт-Петербург когда-либо являлся участником, была учреждена в 1990-е годы. «Большая часть компаний создавалась при приватизации, когда ГУП преобразовывалось в ОАО для последующей продажи части акций инвесторам», — говорит начальник аналитического отдела ИК «ЛМС» Дмитрий Кумановский. — В ряде предприятий город мог сохранять доли, чтобы иметь возможность влиять на процесс управления. Также часть компаний в госсобственности появилась для получения имущественного комплекса и последующей его эксплуатации с целью финансирования каких-то задач за счет извлекаемой прибыли».

Большинство городских компаний убыточно из-за специальных функций, которыми они наделены и зачастую невыгодны частному инвестору. «Например, рецептурный бизнес в аптеках является социальной, невыгодной аптекой функцией, но необходим для социально незащищенных слоев горожан, которые не могут купить современные инновационные и дорогие лекарства со схожим действием», — рассуждает Дмитрий Кумановский. — Плюс наценка на лекарства невелика, что дела-



РАНЕЕ ГОСТИНИЦА «ПРИБАЛТИЙСКАЯ» ТОЖЕ ПРИНАДЛЕЖАЛА ГОРОДУ. В 2007 ГОДУ ОНА ПОЛУЧИЛА «ПРИСТАВКУ» PARK INN, ПЕРЕЙДЯ ПОД УПРАВЛЕНИЕ ИЗВЕСТНОЙ ОТЕЛЬНОЙ ГРУППЫ

ет сеть городских аптек планомерно убыточными. Аналогичная ситуация с жилкомсервисами, стадионами, кинотеатрами и прочим городским имуществом, репрезентирование которых может ухудшить обеспечение горожан какими-то услугами. Поэтому сохранение владения частью компаний целесообразно и даже необходимо для нормальной жизнедеятельности мегаполиса».

В Смольном эту информацию подтверждают: в ответе за подписью заместителя председателя КИО Марины Янкиной говорится, что «создание организаций с участием Санкт-Петербурга осуществляется в случаях, если их деятельность осуществляется в целях обеспечения исполнения органами государственной власти города полномочий Санкт-Петербурга по предметам ведения Петербурга и по предметам совместного ведения РФ и Петербурга, предусмотренных законодательством».

РАЗНОСТОРОННИЕ ИНТЕРЕСЫ В перечне системы «СПАРК-Интерфакс» действительно много организаций (большинство из которых ликвидировано или продано) типа «Агентство по приватизации жилищного фонда Калининского района», районных жилкомсервисов, отдельных аптек, ремонтно-строительных управлений (РСУ), гостиниц (в том числе «Нева» и «Прибалтийская»), «Ресторан Витебского вокзала», «Центр правопорядка Василеостровского района» (частная охранная служба), а также ОАО «Лотерейный центр Санкт-Петербурга». Петербург также

хозяйственные общества, в свою очередь, могут создавать дочерние компании, в которых участие Петербурга будет косвенным, например, авиакомпания «Россия» имеет несколько дочерних обществ. В АО «Аэропорт Пулково» отказались от комментариев, посоветовав обратиться за выпиской из ЕГРЮЛ. В пресс-службе «Ленэнерго» сообщили, что в составе совета директоров компании шесть представителей города.

Среди наиболее крупных и действующих компаний, в которых город принял участие в последние годы, господин Аленкин выделяет АО «ОЭЗ „Санкт-Петербург“», созданное в 2017 году, и АО «СПБ ПТП „Медтехника“», созданное в 2015 году. На сайте последней компании указано, что это современное предприятие, полностью интегрированное в рыночную экономику. Компания занимается сервисным обслуживанием и ремонтом медицинской техники в медучреждениях города. Согласно базе «СПАРК-Интерфакс», предприятие на 100% принадлежит КИО, в 2016 году его чистая прибыль составила 11,5 млн рублей (в 2015 году — 14,3 млн рублей).

Соучредителем АО «ОЭЗ „Санкт-Петербург“» Смольный стал в связи с инициативой президента передачей полномочий по управлению особыми экономическими зонами от Минэкономразвития РФ (и полностью подведомственного ему АО «ОЭЗ») региональному руководству субъектов РФ. «Город курирует деятельность экспертного совета, ведет контроль за исполнением соглашений резидентов, выполняет функции госзаказчика по подготовке документации по планировке территории в границах особой экономической зоны», — рассказывает генеральный директор АО «ОЭЗ „Санкт-Петербург“» Тамара Рондалева. — Ключевые задачи компании — привлечение инвесторов на территорию ОЭЗ, разработка проекта планировки территории зоны, создание объектов инфраструктуры ОЭЗ, эксплуатация построенных объектов». По ее словам, распределение прибыли среди акционеров будет осуществляться на основании дивидендной политики, которая будет утверждаться на совете директоров (пока документ находится в стадии разработки).

Акционеры некоторых компаний с участием Петербурга в 2016 году получали дивиденды пропорционально своим долям, проверили в Capital Legal Services. В КИО не раскрывают информацию о прибыли, полученной городскими компаниями. Известно лишь, что в прошлом году доход бюджета от участия в хозяйственных обществах составил более 960 млн рублей, платежи от государственных унитарных предприятий составили еще около 240 млн рублей. ■

глобас!

ПРОВЕРКА КОНТРАГЕНТОВ — ONLINE СЕРВИС

всегда поможет, когда важно:



Минимизировать затраты при проверке контрагентов



Найти надежных поставщиков и платежеспособных покупателей



Получить за считанные секунды экспресс-оценку нового делового партнера, покупателя, поставщика



Быть в курсе всех изменений, происходящих у контрагентов



Знать всё о своих конкурентах и партнерах



Избежать риска работы с фирмами-однодневками



Визуализировать связи/ структуру управления/ владения интересующей компании



Использовать удобный инструмент для анализа конкурентной среды



Отслеживать динамику финансовых показателей контрагентов



Проверять контрагентов в любой стране мира online / offline



РЕКЛАМА «16+»

© фотобанк 161.ru

ЕСЛИ ВЫ

ВЛАДЕЛЕЦ БИЗНЕСА/СЕО
СОТРУДНИК СЭБ
РИСК-МЕНЕДЖЕР
ЮРИСТ
КРЕДИТНЫЙ АНАЛИТИК
СПЕЦИАЛИСТ ПО ЗАКУПКАМ
МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДАЖАМ
МАРКЕТОЛОГ

НАШ СЕРВИС ДЛЯ ВАС!

Назовите промокод «**глобас**»
и получите **тестовый доступ на 5 дней**
к Информационно-аналитической системе Глобас!

+7 (812) 406-84-14

office@credinform.ru

<https://globas.credinform.ru>

Наши опытные консультанты всегда на связи!

Мы подберем для Вас оптимальный тарифный план!

РЕКЛАМА ЗАЛАЙКАЛА

КОГДА-ТО О ПРОФЕССИИ «БЛОГЕР» ИРОНИЗИРОВАЛИ. А СЕГОДНЯ НЕКОТОРЫЕ ИЗ НИХ ИМЕЮТ АУДИТОРИЮ, СОПОСТАВИМУЮ С ФЕДЕРАЛЬНЫМИ ТЕЛЕКАНАЛАМИ, ИХ ИМЕНА СТАНОВЯТСЯ БРЕНДОМ, А САМИ ОНИ — ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ. СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ В ЛЕНТЕ ТАКОГО ЛИДЕРА МОЖЕТ ДОХОДИТЬ ДО НЕСКОЛЬКИХ СОТЕН ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ. КРИСТИНА НАУМОВА

Маркетинг влияния зародился в пятидесятых годах прошлого века, когда американские киногерои и просто известные личности рекламировали разрешенные тогда сигареты и пиво, одежду и предметы массового потребления, рассказывает руководитель биржи рекламы у блогеров EpicStars Владимир Миролюбов. Постепенно реклама из постеров перешла в радиосообщения, телеролики, а также публикации в социальных сетях, где сейчас и сосредоточены колоссальные бюджеты.

«Люди любят ориентиры. Это психология. Они смотрят и следуют за своими кумирами, которые дают им простые поведенческие или потребительские модели. В любой сфере есть те, к кому прислушиваются», — рассуждает коммерческий директор агентства Marka: PR & Marketing Дмитрий Ермышев.

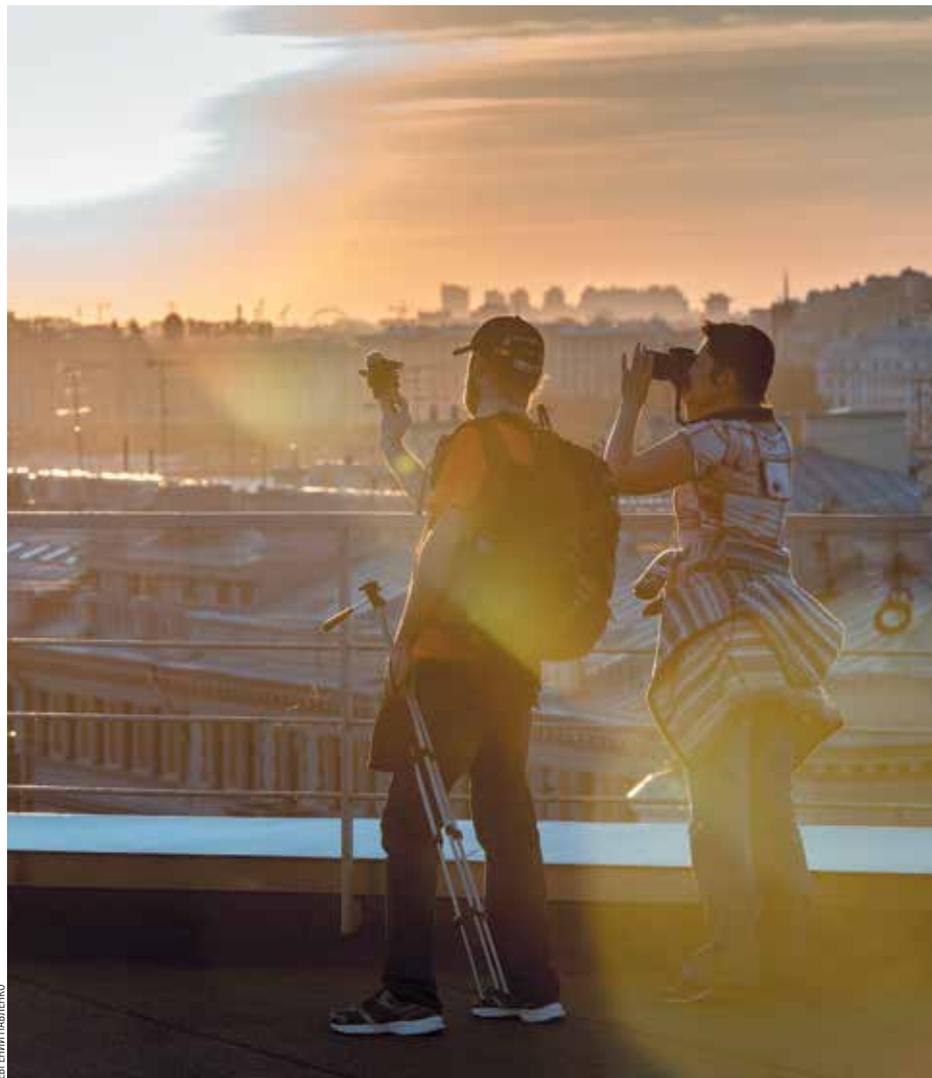
Мировые расходы на продвижение в социальных сетях сейчас оцениваются в \$29 млрд и составляют до 16% от глобального рынка рекламы, ссылается на данные Fortune господин Миролюбов. В России этот формат относительно новый: по разным оценкам, объем сегмента рекламы в социальных сетях в стране находится в пределах 10–15 млрд рублей, один или два из которых приходится на работу с лидерами мнений.

И у маркетинга влияния еще огромный потенциал для роста, говорит директор по маркетингу «Русской школы управления» Алексей Чесноков. Только 5% маркетологов считают свои программы контент-маркетинга интегрированными, ссылается он на исследование Traackr и комментарии к нему главного аналитика Altimeter Group Брайана Солиса (Brian Solis).

УХОД В НАТИВНОСТЬ Главное отличие рынка рекламы в блогах от картины пятилетней давности в России — в огромном разнообразии форматов и платформ, а также в их сочетании, видит PR-директор проекта «Совесть» Мария Заикина.

«Еще несколько лет назад лидерами мнений могли быть только те, кто регулярно появлялся на телевидении и в СМИ», — вспоминает директор по маркетингу автомобильной группы «Авилон» Андрей Каменский. — Сегодня картина иная: среди лидеров мнений много блогеров, YouTube- и Instagram-звезд, с помощью которых взаимодействуют напрямую с потребителями не только вендоры или производители, но и конечные продавцы».

Сложно представить крупный проект или запуск нового продукта без привлечения блогеров. Эксперты коммуникационного агентства Ketchum поясняют: «Многие каналы YouTube могут составить конкуренцию федеральным телеканалам, при этом их аудитория гораздо более вовлечена, что позволяет бренду намного эффективнее передавать ключевые сообщения потребителям. Именно поэтому многие компании как в России, так и за ру-



РЕКЛАМА У ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ ПРИЗНАЕТСЯ ОДНИМ ИЗ САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ

бежом перераспределяют свои бюджеты в пользу маркетинга влияния, сокращая, например, прямую рекламу в СМИ».

Другой тренд — превращение блогеров в представителей бренда. «Наиболее прогрессивные компании взаимодействуют с небольшим пулом тщательно отобранных инфлюенсеров и рассматривают их как полноценных партнеров, а сотрудничество — как коллаборацию. Кроме того, особое внимание уделяется изначальное отношению блогера к бренду, его искреннему интересу, ведь только такой кандидат сможет стать настоящим бренд-амбассадором», — рассказывают в Ketchum.

Такой рекламный прием, как product placement, тоже постепенно переходит к видеоблогерам, продолжает руководитель пресс-службы инвестиционной компании QBF Вадим Скосырев. Можно не рекламировать, скажем, заведение в открытую, а просто пойти туда и снять его на видео, надеть одежду с известным логотипом и так далее. Успех рекламы у блогеров в том, что она максимально нативна. «Конечно, в большинстве случаев аудитория понимает, что блогер получает гонорар

за совет. Но если автор креативно подошел к продвижению бренда и органично вписал его в основной контент, реклама не раздражает», — говорит руководитель SMM-отдела Kokos Group Ирина Макарова. И, чтобы не терять аудиторию и при этом не отказываться от хорошо оплачиваемых интеграций продуктов, добавляет PR-менеджер AG Loyalty Катя Тарасова, блогеры становятся все более креативными.

ДОРОГИЕ ПОДПИСЧИКИ! Однако рынок рекламы в блогосфере один из самых непрозрачных, признают эксперты digital-агентства полного цикла Piconsult, ссылаясь на собственный опыт: за последние четыре года в агентстве совокупная доля бюджетов на этот вид маркетинга выросла в пять раз.

До 50% бюджетов, которые раньше выделялись на прямую рекламу, сегодня идет на работу с блогерами и лидерами мнений, рассказывает президент группы компаний Pro-Vision Владимир Виноградов. К самым большим затратам следует готовиться тем, кто планирует привлекать народ с Instagram и YouTube. В первом

случае стоимость одного поста может доходить до 300–400 тыс. рублей, во втором — до 1 млн рублей.

Самые большие заработки у блогеров на YouTube и в Instagram, подтверждает соучредитель агентства по продвижению в Instagram PR-cafe и автор бестселлера «Феномен „Инстаграма“. Как раскрутить свой аккаунт и заработать» Любовь Соболева. С приходом крупных брендов в социальные сети в качестве рекламодателей ценовая политика резко изменилась. Теперь некоторые бренды готовы платить блогерам десятки тысяч, а в отдельных случаях — сотни тысяч рублей за рекламу, утверждает она.

Директор по франчайзингу сети World Gum в России Илья Коноплев отмечает, что блогеры все же стремятся к мультиформатности и размещают контент на всех популярных площадках одновременно — это и Instagram, и «В контакте», и Facebook.

Специалист по работе с блогерами Marka: PR & Marketing Алия Мухаметзянова полагает, что наиболее широко оплачивается реклама на YouTube. «Это обусловлено тем, что вероятность фактического просмотра рекламного материала намного выше, чем на других площадках, а также тем, что основная доля просмотров набирается спустя месяц. В Instagram публикация просматривается и висит в ленте максимум несколько дней», — поясняет эксперт.

«Ценник» на YouTube за пределами выскокий, хоть результат не всегда настолько же ошеломляющий. А вот Instagram-посты становятся все менее популярными: теперь актуальнее спрашивать у блогеров расценки на публикацию в Stories, а не в основной ленте», — добавляет сооснователь школы SMM-продвижения EDA Agency Маргарита Лысенко.

ИССЛЕДОВАНИЕ РАБОТА ЦИФРОЙ

По данным РИАБ за первый квартал 2017 года, лидером по доходам стал блогер YouTube Валентин Петухов (Wylsacom), заработавший почти 24 млн рублей. В топ-3 рейтинга также вошли Instagram-блогеры Саша Спилберг (18,8 млн рублей) и Марьяна Рожкова (16,5 млн рублей). При этом восемь из пятнадцати участников рейтинга — это пользователи Instagram и семь — влогеры YouTube.

«Стоимость рекламы у блогера часто выше, чем использование другого канала привлечения, но здесь есть один нюанс, — объясняет сооснователь Lowtrip.ru Родион Кадыров. — При покупке рекламы у лидеров мнений вы покупаете еще и лояльность аудитории».

ЗАКОН — О БЛОГЕРАХ Специально вопрос рекламы в блогах нормативно-правовыми актами не регламентируется. «Но

КРИВАЯ ИДЕТ ВНИЗ

С НАЧАЛА XXI ВЕКА СМЕРТНОСТЬ В РОССИИ ПРЕВЫСИЛА РОЖДАЕМОСТЬ НА 2,7 МЛН ЧЕЛОВЕК. В БЛИЖАЙШИЕ ДЕСЯТЬ ЛЕТ СТРАНУ ЖДЕТ ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ЯМА. ВЛАСТИ НЕ РАССЧИТЫВАЮТ УЛУЧШАТЬ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА СЧЕТ НОВОРОЖДЕННЫХ И НАЗЫВАЮТ ПРИОРИТЕТОМ УВЕЛИЧЕНИЕ ДЛИТЕЛЬНОСТИ ЖИЗНИ.

ВЛАДА ГАСНИКОВА

никто не отменял федеральный закон „О рекламе“, — замечает управляющий партнер PR-агентства «Гуров и партнеры» Филипп Гуров. К размещению рекламы в интернете применяются те же требования. Например, запрет на призывы к насилию или публикации недостоверной информации.

А несколько лет назад был принят федеральный документ, прозванный «законом о блогерах». «В нем блогеры и пользователи соцсетей с аудиторией более трех тысяч человек фактически приравнены к СМИ, и к ним применяются такие же ограничения. Хотя нарушение требований этого закона предполагает ответственность вплоть до уголовной, на рынке это пока никак не отразилось, — рассказывает господин Гуров. — Следует помнить и о том, что те или иные социальные платформы могут вводить собственные ограничения, касающиеся размещения рекламы в блогах».

На Западе регулирование рекламы в блогах происходит более жестко. В Великобритании и США ни один блогер не будет сотрудничать без официального договора, утверждает управляющий партнер PR/Digital-агентства «Русинтернетком» Нана Куликова. В России пока нет такого жесткого регулирования этой сферы.

ЗРИ В КОММЕНТ Сегодня можно создать видимость популярности, «накрутив» как подписчиков, так и лайки. Такие страницы выдает низкая активность аудитории. Директор по маркетингу GTE Logistic Дарья Скворцова поясняет: «Если подписчиков 1 млн, но при этом под постами нет живого общения, а в комментариях только спам, это означает, что подписчики — боты». Реклама на такой странице не принесет эффекта.

Руководитель SMM-направления PR-агентства «Идеи & решения» Анастасия Тюленева советует не размещаться сразу в миллионных аккаунтах, а начать со страниц размером 50–100 тыс. пользователей. «Лучше не пренебрегать тестовой кампанией на небольшом охвате, чтобы избежать слива бюджета», — аргументирует она.

«Теперь играет роль не столько количество подписчиков как ранее, сколько их вовлеченность. То есть важно количество комментариев и лайков, активность аудитории в аккаунте», — согласна основатель маркетингового агентства Media Shark Светлана Комолова.

Эффективность размещения у блогеров можно измерить по нескольким параметрам. «Прежде всего это охват публикации, стоимость контакта, уровень вовлеченности аудитории, тональность и содержание. Также показатель успеха — рост числа подписчиков бренда в социальных сетях, увеличение посещаемости сайта и трафика в магазинах, если анонсировались или проводились какие-то офлайн-акции. Если же вы выдавали промокоды, то можно говорить и об оценке эффективности кампании в продажах», — перечисляет директор по развитию PR Partner Дарья Одинцова.

Если площадка выбрана правильно, реклама у блогеров подходит практически любому бизнесу, сходятся во мнении эксперты. «Мне трудно назвать сферы, для которых продвижение в соцсетях не подходит. Просто они различаются в зависимости от особенностей бизнеса», — заключает руководитель службы Social Media в Альфа-банке Валентин Васин. ■

По данным Росстата, на 1 января 2017 года население России насчитывало 146,8 млн человек. В 2000 году эта цифра была почти такой же — 146,89 млн человек. За пролегающий промежуток минимальный показатель населенности — 142,7 млн человек — пришелся на 2009 год. Пиковая убыль населения случилась в 2002 году — тогда смертность превысила рождаемость на 685,7 тыс. человек.

После 2009-го население страны прибывало, но начиная с кризисного 2014 года рост все замедляется. С начала второго тысячелетия показатели сохранились только за счет миграционного прироста жителей страны, который составил 4,7 млн человек, да включения в их число населения Крыма. Естественный же прирост за это время оказался со знаком минус: за 17 лет в стране умерло на 7,4 млн человек больше, чем родилось.

На начало 2017 года трудоспособное население больше чем на 30% превышает количество несовершеннолетних и пенсионеров вместе взятых (83,2; 26,7 и 36,7 млн человек соответственно). Мужчин на 15% меньше, чем женщин (68,1 и 78,7 млн человек), а горожан в три раза больше, чем сельских жителей (109 и 37,7 млн человек).

Ожидаемая продолжительность жизни в 2016 году — 66,5 года для мужчин и 77,6 года для женщин, говорят данные Росстата. Это максимальные показатели с середины 1990-х годов (в 1995-м — 58,1 года для мужчин и 71,5 года для женщин). И одновременно — одни из худших в мире, утверждает медицинский директор компании «Ангиолайн» Олег Волков со ссылкой на Организацию экономического сотрудничества и развития.

По его словам, главные причины высокой смертности россиян — это сердечно-сосудистые и онкологические заболевания, употребление алкоголя и курение. «При имеющемся уровне расходов системы здравоохранения на душу населения, можно было бы ожидать большей продолжительности жизни. По меньшей мере, на уровне стран со схожими или даже меньшими затратами на душу населения: Польши, Венгрии, Чехии, Литвы, Латвии, Эстонии, Китая и Бразилии. Однако этого не происходит, возможно, из-за несовершенной системы распределения бюджета, в частности, большой доли дорогостоящих импортных лекарств и медицинских изделий (компания производит стенты для людей с ишемической болезнью сердца. — **BG**)», — говорит господин Волков. Он отмечает, что всплески заболеваемости инфарктом миокарда врачи фиксировали спустя год-два после кризисов 1998 и 2007 годов.

МАЛОЧИСЛЕННЫЕ ПОКОЛЕНИЯ В 2017 году количество родившихся стало уменьшаться: по результатам первых пяти

месяцев естественная убыль населения составила 112 тыс. человек. Несмотря на снижение уровня смертности, компенсировать падение числа рождений не удастся из-за очередной демографической ямы, которая продлится не менее десяти лет. Об этом в статье для «Мониторинга экономической ситуации» за июль 2017 года пишет заведующая лабораторией исследований демографии и миграции РАНХиГС Алла Макаренцева. «Это связано с особенностями половозрастной структуры населения, а именно, с малочисленностью поколений женщин на пике репродуктивных возрастов. О неизбежном сужении половозрастной пирамиды населения России говорилось не один год. Со времени Великой Отечественной войны такого рода демографические ямы появляются примерно раз в 25 лет. Последнее из малочисленных поколений родилось в 1990-х годах», — пишет исследователь.

По ее данным, среднее число родившихся детей на одну женщину уже несколько лет находится на уровне 1,75–1,78. «Текущая экономическая стагнация не сказалась на репродуктивном поведении населения. Стабильность рождаемости достигается за счет городского населения, тогда как среди жителей сельской местности рождаемость в последние три года несколько снизилась», — полагает госпожа Макаренцева. По данным Росстата, в сельской местности коэффициент рождаемости снизился с 14,4 в 2014 году до 12,2 в 2016-м, в городах — вырос с 12,9 до 13,1.

Ученый прогнозирует рост уровня окончательной бездетности — до 15–20% (у поколений женщин до 1970 года рождения он был в пределах 6–8%).

ПОЛИТИКА КАЧЕСТВА По данным Института демографии, миграции и регионального развития, сегодня многодетные семьи (трое и более детей) составляют 6,5% от всех семей с детьми, однако в них растет почти 20% всех российских детей. При этом каждая третья семья является бездетной. «В стране очевиден тренд на рост числа малодетных или бездетных семей, что уже к 2030 году окончательно подорвет систему и режимы воспроизводства российского населения. Для того чтобы численность населения в стране хотя бы сохранялась и не убывала, число многодетных семей в стране к 2035 году должно увеличиться в семь раз и составить примерно половину всех российских семей. Это является своего рода категорическим демографическим императивом для российского государства и общества», — уверен глава Института демографии, миграции и регионального развития Юрий Крупнов. Чтобы добиться этого, он считает необходимым наделять многодетные семьи статусом элиты рос-

сийского населения и поддерживать их на всех уровнях: финансовом, материальном, социальном, культурном и медицинском.

По ощущениям господина Крупнова, на сегодняшний день многодетные семьи воспринимаются государством и обществом лишь как объект социальной защиты, а в стране в целом культивируются установки на малодетность.

Главный документ для отрасли — это Концепция демографической политики РФ на период до 2025 года. Как говорят в пресс-службе Министерства труда и социальной защиты РФ, по уровню рождаемости страна достигла среднеевропейских показателей, но по уровню смертности отстает от развитых стран. Поэтому главные задачи для сохранения позитивной демографической динамики государство сейчас видит в снижении смертности — за счет улучшения качества системы здравоохранения и условий труда.

Для повышения рождаемости в стране сейчас существует материнский капитал, выплата пособий семьям с детьми, ежемесячная денежная выплата при рождении третьих и последующих детей до достижения ими возраста трех лет, перечисляют в министерстве. «Увязка этих мер с очередностью рождения детей имеет особое значение, поскольку стимулирование вторых и последующих рождений создает основу для улучшения демографической ситуации. Кроме того, в целях повышения уровня материального положения семей с детьми в 2015 и 2016 годах предоставлялась единовременная выплата из средств маткапитала в размере 20 и 25 тыс. рублей соответственно. На уровне регионов предпринимаются собственные шаги по улучшению демографической ситуации, такие как предоставление семьям с детьми регионального материнского капитала, земельных участков многодетным семьям», — говорят в пресс-службе Минтруда.

Тренд депопуляции был остановлен, показатели рождаемости превзошли показатели смертности, однако эти успехи пока еще не таковы, чтобы почивать на лаврах, уверен президент общественного фонда «Мир молодежи» Евгений Мартынов. «Показатели рождаемости так и не достигли коэффициента двух детей на одну женщину, то есть уровня простого воспроизводства. Сверхвысоким остается и показатель разводов, свидетельствующий о недостаточной крепости семейных уз. Многие демографы говорят о том, что мерами материальной поддержки вывести ситуацию на принципиально иные статистические показатели не удастся, нужна комплексная программа, включающая также меры социального и культурно-мировоззренческого характера», — утверждает господин Мартынов. ■

«ЭТО НЕ УТОПИЯ, ПРОСТО НУЖНО ПРОДУМАТЬ ПОРЯДОК ДЕЙСТВИЙ»

НА ФОНЕ ВЯЛОТЕКУЩЕГО РОСТА ЦЕН БОЛЕЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ ЖИЛЬЯ ОБЪЕКТЫ БУДУТ ДОРОЖАТЬ БЫСТРЕЕ И ОЩУТИМЕЕ, ПОЛАГАЕТ МИХАИЛ МЕДВЕДЕВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГРУППЫ ЦДС. ТАТЬЯНА КАМЕНЕВА

BUSINESS GUIDE: Летом на рынке жилья традиционно бывает небольшой спад. Стал ли нынешний год исключением?

МИХАИЛ МЕДВЕДЕВ: Если говорить о лете как о времени затишья, то для нас оно оказалось таким же коротким, как и реальное нынешнее лето. Уже август получился весьма неплохим: план продаж перевыполнен. Предыдущие два месяца были посложнее. Это действительно традиционное явление: люди настроены на отдых и откладывают такие важные решения, как покупка жилья. Тем не менее в сентябре мы входим уверенно, чувствуем себя довольно комфортно. Глобальной активизации на рынке нет, но мы прилагаем усилия в рекламной, маркетинговой политике, формируем интересные предложения для покупателей.

BG: Когда в рекламе новостроек предлагается очень существенная скидка — более чем на треть от первоначальной стоимости квартир, это навеивает противоречивые мысли. С одной стороны, это означает, что компания может себе позволить такие щедрые подарки покупателям. А с другой — что в компании не все хорошо с привлечением средств.

М. М.: Есть компании, для которых скидка в 5% — уникальное явление. Мы же всегда использовали и будем использовать практику интересных предложений. Понятно, что скидка предоставляется на ряд квартир, а не на всю линейку. Понятно, что скидка обусловлена определенными причинами: требуется повысить привлекательность конкретных квартир. В сегменте массового жилья это нормальная работающая практика.

BG: Как вы в целом оцениваете нынешнюю ситуацию в сегменте жилья массового спроса?

М. М.: Несколько лет назад мы наблюдали сжатие рынка, но сейчас он пришел к новой норме. Можно даже говорить о начале некоторого роста. При этом продолжается перетекание клиентов от застройщиков со стандартным продуктом к тем, у кого интереснее локация, характеристики проектов. Причем эта тенденция затрагивает даже самые крупные компании. Есть основания полагать, что спрос и далее будет волатильным. И здесь уже не сыграешь на том, что он постоянно растет. Нужно заинтересовывать людей. Не ценой, так продуктом. Не продуктом, так ценой. А в идеале — и продуктом, и ценой. Поэтому нельзя сказать, что в целом рынок на спаде или на подъеме. Идет расслоение рынка: сильные компании чувствуют себя комфортнее, а более слабые испытывают трудности. Будут эти трудности временными или постоянными, предсказать не может, наверное, никто.

BG: Уменьшился ли спрос со стороны иностранных покупателей?

М. М.: Они ведут себя так же, как и петербуржцы. Нелогично предполагать, что если спрос сжался в Петербурге, то в регионах он, напротив, увеличился. С другой



АЛЕКСАНДР КОРЖИКОВ

стороны, сейчас спрос в регионах будет активизироваться за счет развития региональной сети продаж. Мы постоянно занимаемся этой работой, и это приносит определенные плоды. В ЦДС есть подразделение, представители которого активно участвуют в профильных выездных мероприятиях, взаимодействуют с региональными агентствами недвижимости. Мнение покупателя нужно формировать прямо на месте.

BG: Какие регионы вам наиболее интересны?

М. М.: Все те, жителям которых интересен Петербург: это Северо-Запад, нефтегазовые регионы, Москва, Поволжье. Основной поток региональных покупателей — это люди, которые приезжают сюда учиться и остаются жить; переезжающие из районов Крайнего Севера; петербуржцы, некогда по разным причинам сменившие место жительства, а теперь возвращающиеся на родину. Еще одна довольно многочисленная группа покупателей — те, кто выбирает жилье в Петербурге по инвестиционным причинам.

BG: ЦДС переживает этап ребрендинга. На какой стадии эта работа, на чем сделан акцент?

М. М.: Поскольку от своего бренда компания ни в коем случае не отказывается, то мы называем этот процесс по-другому — глубоким рестайлингом. Текущему стилю и логотипу уже 17 лет. За это время успели поменяться и практика комму-

никаций, и язык общения с покупателем. Соответственно, было принято решение стать понятнее для клиента, чуть современнее. Думаю, уже к концу сентября перемены станут заметны нашей внешней аудитории.

BG: Вы неоднократно подчеркивали клиентоориентированность ЦДС. Как она проявляется?

М. М.: У нас один из самых структурированных департаментов продаж среди застройщиков Санкт-Петербурга, в котором работает более ста человек. И, наверное, мы неофициальные лидеры в работе над самыми сложными сделками в сегменте массового жилья. Это сделки с применением всевозможных субсидий, дотаций, средств по жилищным программам. Очень часто в ходе общения клиента с нашими специалистами выясняется, что вполне возможно изыскать дополнительный бюджет для покупки более просторного жилья за счет привлечения той или иной субсидии или госпрограммы. Конечно, это не бюджет, который буквально лежал под ногами. Конечно, надо поработать, чтобы эту схему приобретения жилья реализовать. Но клиент мог даже не догадываться о такой возможности.

Практика ЦДС такова, что многие вопросы, которые прочие компании даже не стали бы решать, рассматриваются и решаются в пользу клиента. К каждой нестандартной ситуации мы подходим с пониманием. Не могу сказать, что это хо-

рошо с точки зрения системности работы. Но с точки зрения клиентоориентированности это определенный плюс.

BG: За счет чего сегодня застройщики могут уменьшать себестоимость строительства?

М. М.: Мы уже третий год живем в ситуации, когда рост цен на недвижимость несопоставим с тем, что было раньше. Наиболее простым для застройщиков ответом на необходимость сохранения текущей цены при росте стоимости строительных материалов может стать виток упрощения проектов, ухудшения качества строительства. Избежать этого позволит только работа по улучшению качества бизнес-процессов. Когда стройка начнет работать, как, например, завод по выпуску автомобилей — ни одной детали мимо, поставки точно в срок, — вот это будет реальная борьба за себестоимость. Других ресурсов, подконтрольных самим компаниям, я пока не вижу.

Трудно повлиять на стоимость земли, хотя собственники земли и стали сейчас сговорчивее. Трудно повлиять на стоимость подключений к сетям. Трудно повлиять на поставщиков строительных материалов. Остается только очень качественная координационная работа: серьезное планирование и управление бизнес-процессами внутри компании. В рамках этой работы мы, в частности, до конца года должны полностью перейти на BIM-проектирование.

BG: В каком направлении может идти дальнейшее развитие сегмента массового жилья?

М. М.: Варианты возможны. Например, предложение отделки квартир не просто чистовой, но по выбору покупателя. Одно время на рынке были востребованы исключительно квартиры без отделки. Сегодня в предложении есть квартиры как без отделки, так и с ней. Причем последние — вполне устойчивый тренд в массовом сегменте. Но пока еще никто не научился делать отделку в индивидуальном стиле, под каждого заказчика. Реально ли это? Вполне. Более того, мы даже общались с одной компанией, которая выходила как раз с таким предложением — поставок материалов для индивидуализированной отделки квартир. Это не утопия, просто нужно продумать порядок действий, в том числе с юридической точки зрения. За компаниями, которые начнут это делать первыми, системно и качественно, будущее.

BG: А как в ближайшей перспективе будут меняться цены на жилье массового спроса?

М. М.: Наиболее очевидный тренд — небольшой рост цен. Плюс их все более явное расслоение. Мы будем видеть, что объекты, более точно соответствующие ожиданиям покупателей, дорожают больше и быстрее, чем остальные. Люди будут голосовать за более интересные для них и качественные проекты рублем. ■

ПОКА БИЗНЕС ДЕРЖИТ ДИСТАНЦИЮ

В 1968 году в вестибюле станции «Комсомольская» кольцевой линии московского метро была установлена телевизионная справочная: нажав на кнопку, можно было задать вопрос и получить ответ. При этом спрашивающий мог видеть на телеэкране, что отвечает ему живая девушка в режиме реального времени. А вот она не видела, кто находится «по ту сторону».

Вообще за эти почти полвека изменилось многое — но только не человеческая природа. С одной стороны, homo sapiens стремится быть ближе к себе подобным, с другой (особенно в мегаполисе) — избегает лишних контактов. Развитие телекоммуникационных технологий идет именно в этих направлениях, позволяя сделать дистанционное общение максимально комфортным.

ИЗ ОБЛАСТИ ФАНТАСТИКИ

Сегодня в бизнес интегрируются телекоммуникационные решения, которые в прошлом веке существовали разве что в фантастических романах.

«Стругацкие в 1973 году описывали то, что мы сейчас называем видеосвязью, — рассказывает руководитель отдела интеграционных проектов ООО «ВЕСТ КОЛЛ СПб» Юрий Туранов. — Причем в романе описывалось очень далекое будущее нашей планеты. Авторы не предполагали, что хотя бы в области видеоконференций оно наступит гораздо раньше».

Еще в 1925 году американский монополист телефонной связи AT&T создал исследовательское подразделение — Bell Laboratories, где начались попытки создания видеофона, — и уже в середине XX века появились АТС, которые могли, кроме голосовой информации, передавать и видеоизображение. Однако видеоконференции и видеотелемосты стали реальностью лишь в конце XX века, да и тогда оборудование для их проведения было слишком громоздким, скорость — слишком низкой, а каналы связи — слишком узкими.

Видеоконференции в Санкт-Петербурге получили распространение, когда появились системы с возможностью передачи данных на скоростях от 128 Кб/с до 2 Мб/с. Компании снимали залы в гостиницах и проводили семинары, тренинги и конференции для сотрудников, находящихся в разных городах и странах. Сегодня и это уходит в прошлое: общаться (неважно, по делам бизнеса или с иными целями) можно напрямую, с помощью смартфона с камерой.

ГЛАВНОЕ — ДОВЕРИЕ

Многие задачи, раньше требовавшие личных встреч и бумажных документов, теперь решаются удаленно. В различных видах бизнеса уже получили широкое распространение контактные центры (телефонные колл-центры, общение по чату и на платформах соцсетей). Следующий шаг, который тоже уже стал реальностью, — видео-контакт-центры. Показать себя, товар, услугу, передать любую информацию теперь можно не только при помощи голосовой связи, но и с визуальным контактом. Причем, в отличие от телевизионной справочной образца 1968 года, двусторонним — при обоюдном желании.

«Сейчас в любом бизнесе конкуренция очень высока, — поясняет заместитель руководителя отдела интеграционных проектов ООО «ВЕСТ КОЛЛ СПб» Андрей Кучук. — И компании хотят получить возможность достучаться до клиентов с как



Телевизионная справочная в вестибюле станции «Комсомольская» кольцевой линии московского метро

можно большей вероятностью. Сначала был только голос в колл-центре, а сейчас можно в прямом смысле обаять клиента и даже показать товар».

Плюсов у удаленного взаимодействия масса: помимо чистой экономии, раздвигаются границы рынков (ранее ограниченные физической доступностью), тем самым увеличивается конкуренция. Западноевропейская статистика свидетельствует: около 90% потребителей ищут товары и услуги в сети, но только треть решается на онлайн-покупку. Дело в том, что отсутствие эмоционального контакта снижает степень доверия. А видеосвязь сохраняет все преимущества удаленного бизнес-взаимодействия, позволяя считывать невербальные реакции собеседников.

БЛИЖЕ ДРУГ К ДРУГУ

«Сейчас есть оборудование «реального присутствия», и можно практически сидеть за одним столом с коллегами на другом конце света, — рассказывает Андрей Кучук. — Есть видеокабинки — как раньше были телефонные автоматы. Есть технология видеораспознавания, с помощью которой, например, банковская система может идентифицировать клиентов, чтобы предоставлять им удаленные услуги».

Инновационные решения могут быть востребованы не только в банковском секторе, но и в онлайн-образовании, туристическом бизнесе, продажах (автомобилей, одежды, недвижимости). Кроме того, по мнению экспертов, видео-кон-

такт-центры способны расширить клиентскую базу — за счет такой категории потенциальных потребителей, как слабослышащие люди. Так, у одного крупного производителя электроники и бытовой техники есть контакт-центр «Слышащие руки», который работает в видеоформате: операторы общаются с клиентами с помощью языка жестов.

«Цель инноваций в области технологии — быть полезными людям и обществу, — говорит Юрий Туранов. — ВестКолл был изначально создан как оператор для бизнес-сегмента и сегодня продолжает создавать уникальные решения для бизнеса. Причем эти решения могут быть реализованы как на базе собственного оборудования заказчика, так и на базе наших облачных решений».

Практика показывает, что для бизнеса оказывается предпочтительным именно второй вариант: он избавляет заказчика от необходимости тратить нервы и деньги на размещение и обслуживание оборудования, аренду помещения, содержания специалистов.

БИЗНЕС БЕЗ ОФИСА В ПОРЯДКЕ ВЕЩЕЙ?

Не секрет, что в век информационных технологий деятельность многих компаний напрямую зависит от бесперебойного обеспечения быстрой и эффективной обработки больших потоков информации. При этом далеко не у всех компаний есть средства и возможности создавать соб-

ственные центры для хранения и обработки этой информации.

«Сегодня наблюдается тенденция уменьшения офисных пространств и сокращения количества сотрудников, — констатирует технический директор ООО «ВЕСТ КОЛЛ СПб» Александр Фрейдкин. — Есть компании, у которых весь бизнес находится в цифре. И самое важное для них — то, где расположена IT-структура. Ведь она является собственно средством производства».

Традиционным решением для многих стало обращение в дата-центр, предоставляющий в аренду специальные помещения, оборудование и защищенные каналы передачи информации. Размещение серверов в надежных дата-центрах не только обеспечивает сохранность, целостность и защиту данных, но и оптимизирует финансовые затраты за счет сокращения расходов на оборудование, администрирование, аренду помещений и пр.

Этот рынок развивается очень активно. Новые импульсы ему придают как эволюционные причины (развитие IT-инфраструктур, потребность в увеличении вычислительной мощности, рост объемов хранимой информации, потребности в передаче все больших объемов данных), так и аспекты, связанные с госрегулированием, в частности, закон о персональных данных.

ДЛЯ БОЛЬШИХ И МАЛЕНЬКИХ

Перспективы развития рынка стимулируют операторов связи создавать собственные дата-центры. Одним из первых был «ВЕСТ КОЛЛ СПб», начавший предоставлять услуги дата-центра корпоративным клиентам в 2007 году. «Дата-центры операторов связи отличаются от коммерческих дата-центров наличием собственных каналов связи с внешним миром, — продолжает Александр Фрейдкин. — То, что отличает именно наш дата-центр, — открытая политика. У нас много операторов, которые наряду с „ВестКолл“ предоставляют свои услуги тем, кто размещает у нас свои сервера. Также мы присутствуем во многих центрах обмена трафиком и в других дата-центрах — предоставляя клиенту возможность распределять свою инфраструктуру между несколькими ЦОДами, если у него серьезные масштабные проекты. Или, например, организовать прямые каналы связи с оборудованием своих „цифровых“ партнеров».

Впрочем, услуги дата-центра востребованы не только крупными фирмами. Это выгодно и малому бизнесу, особенно если речь идет о стартапах.

«Спрос растет, количество клиентов увеличивается, особенно за последний год, — признается Александр Фрейдкин. — Поэтому в планах — расширение площадки в два раза, а также развитие так называемых ХaaS-услуг (предоставление виртуальной инфраструктуры, операционных систем, приложений и пр.) с тем, чтобы предоставлять клиенту законченные IT-решения».

«ВестКолл» — всегда на вашей стороне!

 **WestCall**
TELECOMMUNICATIONS

westcall.spb.ru
(812) 4482626



Александр Фрейдкин,
технический директор
ООО «ВЕСТ КОЛЛ СПб»



Юрий Туранов,
руководитель отдела
интеграционных проектов
ООО «ВЕСТ КОЛЛ СПб»



Андрей Кучук,
заместитель руководителя
отдела интеграционных
проектов ООО «ВЕСТ КОЛЛ СПб»

РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ СЗФО ПО ДИНАМИКЕ РОСТА

№	КОМПАНИЯ	РЕГИОН	ОТРАСЛЬ	АБСОЛЮТНЫЙ ПРИРОСТ ВЫРУЧКИ (2014-2016 ГОДЫ), МЛН РУБ.	ВЫРУЧКА,
					2016 год
1	ООО «АГРОТОРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ФРУКТАМИ, ОВОЩАМИ И КАРТОФЕЛЕМ	365671,6	481713,4
2	ООО «ЛЕНТА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПИЩЕВЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ, И ТАБАЧНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ	131004,6	351342,5
3	ООО «НОВАТЭК-УСТЬ-ЛУГА»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО НЕФТЕПРОДУКТОВ	76527,6	152589,4
4	ПАО «СЕВЕРСТАЛЬ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЧУГУНА, СТАЛИ И ФЕРРОСПЛАВОВ	71671,9	305306,3
5	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ МОТОРНЫМ ТОПЛИВОМ, ВКЛЮЧАЯ АВИАЦИОННЫЙ БЕНЗИН	61710,1	486959,6
6	АО «АПАТИТ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА МИНЕРАЛЬНОГО СЫРЬЯ ДЛЯ ХИМИЧЕСКИХ ПРОИЗВОДСТВ И ПРОИЗВОДСТВА УДОБРЕНИЙ	47262,4	102927,9
7	ООО «ГАЗПРОМ ИНВЕСТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ	45248,8	50117,7
8	ООО «СТРОЙГАЗКОНСАЛТИНГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ВОЗВЕДЕНИЮ ЗДАНИЙ	43838,9	153019,2
9	ООО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ УХТА»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ТРАНСПОРТИРОВАНИЕ ПО ТРУБОПРОВОДАМ ГАЗА	42770,7	180372,1
10	ООО «БАШНЕФТЬ-ПОЛЮС»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА СЫРОЙ НЕФТИ	40707,3	60602,8
11	ООО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ ШЕЛЬФ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ГЕОЛОГО-РАЗВЕДЧНЫЕ, ГЕОФИЗИЧЕСКИЕ И ГЕОХИМИЧЕСКИЕ РАБОТЫ В ОБЛАСТИ ИЗУЧЕНИЯ НЕДР И ВОСПРОИЗВОДСТВА МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВОЙ БАЗЫ	38678,8	41495,7
12	АО «АВИАКОМПАНИЯ „РОССИЯ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА, ПОДЧИНЯЮЩЕГОСЯ РАСПИСАНИЮ	37345,1	73189,0
13	ЗАО «ФИЛИП MORRIS ИЖОРА»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ	33388,1	103311,9
14	АО «ФОСАГРО-ЧЕРЕПОВЕЦ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО УДОБРЕНИЙ И АЗОТНЫХ СОЕДИНЕНИЙ	33311,1	98747,0
15	ООО «ХЕНДЭ МОТОР МАНУФАКТУРИНГ РУС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО АВТОМОБИЛЕЙ	31553,2	116945,5
16	ООО «ПЕТРО»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ	29473,5	64882,8
17	АО «ПЕТЕРБУРГСКАЯ СБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО, ПЕРЕДАЧА И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ	29035,0	114803,6
18	ООО «РЕНЕЙССАНС ХЭВИ ИНДАСТРИС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ	28183,2	33262,2
19	ЗАО «АГРОПРОДУКТ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ГОТОВЫХ КОРМОВ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ	25819,8	59651,5
20	АО «ОБЪЕДИНЕННАЯ СУДОСТРОИТЕЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ СУДОВ	25450,7	48612,6
21	ООО «ЛСР. НЕДВИЖИМОСТЬ – СЕВЕРО-ЗАПАД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ВОЗВЕДЕНИЮ ЗДАНИЙ	24602,5	33947,0
22	ООО «БСХ БЫТОВЫЕ ПРИБОРЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО БЫТОВЫХ ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ ПРИБОРОВ	22959,4	30964,5
23	АО «ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ „СЕВМАШ“»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	СТРОИТЕЛЬСТВО СУДОВ	22782,7	74274,4
24	ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ „ИНТЕРТОРГ“»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОЧАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	21722,2	77618,8
25	ООО «О'КЕЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПИЩЕВЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ, И ТАБАЧНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ	21681,8	180587,1
26	АО «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО-СП»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ	21333,6	53950,3
27	АО «ТИХВИНСКИЙ ВАГОНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ПОДВИЖНОГО СОСТАВА (ЛОКОМОТИВОВ, ТРАМВАЙНЫХ МОТОРНЫХ ВАГОНОВ И ПРОЧЕГО ПОДВИЖНОГО СОСТАВА)	19687,3	41780,3
28	АО «МОНДИ СЫКТЫВКАРСКИЙ ЛПК»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ПРОИЗВОДСТВО БУМАГИ И КАРТОНА	19153,6	54929,1
29	ООО «ТРАНСНЕФТЬ-БАЛТИКА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТРАНСПОРТИРОВАНИЕ ПО ТРУБОПРОВОДАМ НЕФТИ	18836,3	36413,9
30	АО «СТРОЙТРАНСНЕФТЕГАЗ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ПРОКЛАДКЕ МАГИСТРАЛЬНЫХ ТРУБОПРОВОДОВ, ЛИНИЙ СВЯЗИ И ЛИНИЙ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ	18166,1	120844,2
31	ООО «ГАЗЭНЕРГОСЕТЬ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СЖИЖЕНИЕ И РЕГАЗИФИКАЦИЯ ПРИРОДНОГО ГАЗА ДЛЯ ТРАНСПОРТИРОВАНИЯ	17921,7	17986,2
32	АО «ЦЕНТРАЛЬНОЕ КОНСТРУКТОРСКОЕ БЮРО МОРСКОЙ ТЕХНИКИ „РУБИН“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБЛАСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК	17076,2	37618,5
33	ПАО «ЛЕНЭНЕРГО»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПЕРЕДАЧА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ	16538,0	61260,1
34	ЗАО «ИНТЕРНЕШЛ ПЕЙПЕР»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЦЕЛЛЮЛОЗЫ, ДРЕВЕСНОЙ МАССЫ, БУМАГИ И КАРТОНА	16503,6	42444,7
35	ООО «ОРИМИ ТРЭЙД»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ КОФЕ, ЧАЕМ, КАКАО И ПРЯНОСТЯМИ	16165,0	44924,0
36	АО «ГАЗПРОМ ГАЗЭНЕРГОСЕТЬ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ СЫРОЙ НЕФТЬЮ	15958,2	263015,0
37	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-БИТУМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СДАЧА ВНАЕМ СОБСТВЕННОГО НЕЖИЛОГО НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА	14803,0	14832,0
38	АО «АРХАНГЕЛЬСКГЕОЛДОБЫЧА»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ГЕОЛОГО-РАЗВЕДЧНЫЕ, ГЕОФИЗИЧЕСКИЕ И ГЕОХИМИЧЕСКИЕ РАБОТЫ В ОБЛАСТИ ИЗУЧЕНИЯ НЕДР И ВОСПРОИЗВОДСТВА МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВОЙ БАЗЫ	14603,0	17116,0
39	ЗАО «СОДРУЖЕСТВО-СОЯ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО НЕОЧИЩЕННЫХ РАСТИТЕЛЬНЫХ МАСЕЛ	13900,4	40981,6
40	ООО «БСС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ И МЕДИЦИНСКИМИ ТОВАРАМИ	13770,6	24816,8
41	АО «БОКСИТ ТИМАНА»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ДОБЫЧА АЛЮМИНИЙСОДЕРЖАЩЕГО СЫРЬЯ ОТКРЫТЫМ СПОСОБОМ	13441,7	14743,7
42	АО «МУЛТОН»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО РАСТИТЕЛЬНЫХ СОКОВ И ЭКСТРАКТОВ, ПЕПТИЧЕСКИХ ВЕЩЕСТВ, РАСТИТЕЛЬНЫХ КЛЕЕВ И ЗАГУСТИТЕЛЕЙ	12790,4	39043,8
43	ООО «ОРИМИ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЧАЯ И КОФЕ	12382,0	39086,0
44	АО «УСТЬ-ЛУГА ОЙЛ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТРАНСПОРТНАЯ ОБРАБОТКА ПРОЧИХ ГРУЗОВ	12014,2	23761,7
45	АО «КОВДОРСКИЙ ГОК»	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА ЖЕЛЕЗНЫХ РУД ОТКРЫТЫМ СПОСОБОМ	11794,1	39729,9
46	ООО «ТРАНСОЙЛ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА	11667,7	85438,2
47	ООО «ВАРАНДЕЙСКИЙ ТЕРМИНАЛ»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТРАНСПОРТИРОВАНИЕ ПО ТРУБОПРОВОДАМ НЕФТИ	11664,3	20413,1
48	ООО «БАЛТТРАНСОЙЛ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ТОПЛИВОМ	10835,5	18239,8
49	ПАО «АКРОН»	НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО УДОБРЕНИЙ И АЗОТНЫХ СОЕДИНЕНИЙ	10811,7	50216,0
50	АО «ЛЕНГАЗСПЕЦСТРОЙ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ПРОКЛАДКЕ МАГИСТРАЛЬНЫХ ТРУБОПРОВОДОВ, ЛИНИЙ СВЯЗИ И ЛИНИЙ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ	10360,7	44313,3
51	ООО «СТРОИТЕЛЬНЫЙ ТОРГОВЫЙ ДОМ „ПЕТРОВИЧ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ПРОЧИМИ СТРОИТЕЛЬНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ	9855,7	29811,7
52	ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОДАЖИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	9812,7	101738,1

МЛН РУБ.		ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ, МЛН РУБ.			ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ, МЛН РУБ.			АКТИВЫ, МЛН РУБ.			КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ, МЛН РУБ.			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ, %			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АКТИВОВ, %			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА %			ГОД ОСНОВАНИЯ
2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	
228908,6	116041,8	111658,1	47911,6	22646,0	10567,9	499,0	1089,4	195030,2	147306,2	104316,5	56724,9	46157,0	45657,9	2,19	0,22	0,94	5,42	0,34	1,04	18,63	1,08	2,39	1998
288202,0	220337,8	85265,3	69519,3	41335,8	9876,0	26866,9	6156,9	213214,2	168485,4	153196,9	44021,9	34145,9	27769,2	2,81	9,32	2,79	4,63	15,95	4,02	22,43	78,68	22,17	2003
142714,5	76061,8	16734,7	14497,9	5626,6	11556,4	13387,2	8825,3	59041,9	55131,2	51430,6	23247,6	33692,6	20305,4	7,57	9,38	11,60	19,57	24,28	17,16	49,71	39,73	43,46	2007
278610,5	233634,4	94905,9	93439,9	62448,6	84704,2	40105,9	-13100,7	448226,6	482503,9	459955,4	145501,6	122028,9	125242,7	27,74	14,39	-5,61	18,90	8,31	-2,85	58,22	32,87	-10,46	1993
450773,8	425249,5	30905,0	34699,5	28355,6	15072,7	20179,7	16162,9	56301,3	52120,7	54252,5	15172,8	18267,0	18459,3	3,10	4,48	3,80	26,77	38,72	29,79	99,34	110,47	87,56	2008
97406,4	55665,5	57237,5	50570,4	20501,1	36945,5	24358,1	3084,6	88975,8	80561,1	73228,1	47272,7	32828,2	19188,3	35,89	25,01	5,54	41,52	30,24	4,21	78,15	74,20	16,08	1992
37163,1	4868,8	5012,4	3776,2	1328,6	-4358,6	144,9	201,1	183294,3	163923,5	236885,7	586,6	465,4	368,5	-8,70	0,39	4,13	-2,38	0,09	0,08	-743,00	31,13	54,57	2007
40120,6	109180,3	12497,7	3847,5	16168,9	-6566,9	-6422,4	-5060,4	257227,1	223056,7	192752,9	39976,5	46543,4	60949,8	-4,29	-16,01	-4,63	-2,55	-2,88	-2,63	-16,43	-13,80	-8,30	2001
177667,8	137601,4	11389,1	12723,1	11281,5	574,6	2016,9	1424,8	67885,2	71221,1	48569,0	27862,3	30437,7	29192,1	0,32	1,14	1,04	0,85	2,83	2,93	2,06	6,63	4,88	1999
34320,3	19895,5	20797,8	10875,9	5579,9	2934,5	1670,3	-484,1	97988,1	74259,9	51608,5	3976,7	1425,3	-245,0	4,84	4,87	-2,43	2,99	2,25	-0,94	73,79	117,19	197,64	2010
16133,0	2817,0	13494,4	-2653,9	-1888,5	2568,4	-5562,2	-3298,4	122408,4	116710,6	116763,2	10446,9	7878,5	1016,5	6,19	-34,48	-117,09	2,10	-4,77	-2,82	24,58	-70,60	-324,48	2002
38754,5	35843,8	5350,2	1442,9	1191,3	904,5	817,7	320,2	19824,5	11828,4	12869,9	1528,3	455,4	-580,7	1,24	2,11	0,89	4,56	6,91	2,49	59,18	179,57	-55,15	1994
88608,3	69923,8	45607,0	43162,9	36042,7	31906,1	30487,9	25113,0	117812,3	72308,5	61843,1	25760,5	22964,6	19358,4	30,88	34,41	35,91	27,08	42,16	40,61	123,86	132,76	129,73	1996
106736,5	65436,0	26917,9	42070,9	22216,9	13809,5	13611,1	-5560,7	112441,2	110068,6	90530,2	37655,4	32859,7	18686,6	13,98	12,75	-8,50	12,28	12,37	-6,14	36,67	41,42	-29,76	2012
103250,5	85392,3	3288,6	2758,9	7957,9	5920,4	-949,7	807,9	66322,7	60717,0	45258,3	22020,2	16099,8	17049,4	5,06	-0,92	0,95	8,93	-1,56	1,79	26,89	-5,90	4,74	2008
47274,7	35409,2	14904,4	13210,0	8649,0	12515,8	10653,1	6462,0	47264,3	30459,7	26024,2	17533,3	8226,6	6139,4	19,29	22,53	18,25	26,48	34,97	24,83	71,38	129,50	105,25	2003
96663,3	85768,6	79652,9	64023,5	53866,2	562,6	513,6	307,6	14577,5	12206,1	12347,6	3751,1	3448,5	2934,9	0,49	0,53	0,36	3,86	4,21	2,49	15,00	14,89	10,48	2005
17123,3	5079,0	2114,6	790,7	192,9	402,7	476,0	589,4	29362,8	20133,9	6354,2	1481,4	1078,7	602,7	1,21	2,78	11,61	1,37	2,36	9,28	27,18	44,12	97,79	2011
49222,1	33831,7	5459,3	5070,2	2837,6	3996,9	-2361,4	-6584,1	28132,3	31819,0	22967,5	-4196,2	-8193,1	-5831,7	6,70	-4,80	-19,46	14,21	-7,42	-28,67	-95,25	28,82	112,90	2009
22663,4	23161,8	97,9	23,5	-408,3	584,5	2079,8	510,4	525132,6	438583,1	310075,7	183062,6	164695,4	139216,5	1,20	9,18	2,20	0,11	0,47	0,16	0,32	1,26	0,37	2007
27937,3	9344,4	8771,8	7209,3	2295,9	6777,1	6864,6	619,2	129727,6	113196,1	104284,0	19095,8	16012,0	11044,1	19,96	24,57	6,63	5,22	6,06	0,59	35,49	42,87	5,61	2001
10118,2	8005,0	4273,4	941,8	-133,4	-425,7	-531,0	-926,0	20765,1	7426,7	6163,7	4383,8	1255,1	1045,0	-1,37	-5,25	-11,57	-2,05	-7,15	-15,02	-9,71	-42,30	-88,62	2005
62529,5	51491,7	1611,6	5841,9	3685,2	5720,3	7217,5	3303,9	439587,1	376869,9	217734,6	43852,5	33283,8	19683,0	7,70	11,54	6,42	1,30	1,92	1,52	13,04	21,68	16,79	2008
71239,4	55896,6	18164,2	16308,6	13478,2	1702,7	552,3	101,3	18476,9	14029,2	11822,6	3051,9	1349,3	796,9	2,19	0,78	0,18	9,22	3,94	0,86	55,79	40,94	12,71	2004
170598,6	158905,3	31507,1	29180,0	29065,7	2152,2	448,0	5992,6	71067,1	63420,2	60117,6	14041,2	13329,0	15930,7	1,19	0,26	3,77	3,03	0,71	9,97	15,33	3,36	37,62	2001
48809,4	32616,7	15311,1	15391,4	10941,8	3733,7	5207,0	4558,5	103583,4	79633,1	55653,4	14977,5	14793,4	12619,5	6,92	10,67	13,98	3,60	6,54	8,19	24,93	35,20	36,12	1993
30816,1	22093,0	5138,2	2415,9	-1724,9	2639,0	-2942,6	-7655,2	50399,6	47578,4	44931,6	14321,2	11682,1	9674,7	6,32	-9,55	-34,65	5,24	-6,18	-17,04	18,43	-25,19	-79,13	2007
46467,8	35775,5	27767,6	21470,2	12599,9	15004,9	11094,4	798,0	46137,7	41460,8	41417,7	31311,5	26038,0	17214,7	27,32	23,88	2,23	32,52	26,76	1,93	47,92	42,61	4,64	1992
28298,0	17577,6	9622,0	11979,5	4407,0	3206,8	4660,7	-255,6	253107,8	143470,8	141186,5	245256,0	133027,3	124784,9	8,81	16,47	-1,45	1,27	3,25	-0,18	1,31	3,50	-0,20	2000
188342,3	102678,1	13317,9	20910,1	10041,0	8102,7	10532,4	3876,7	104728,7	95454,2	71322,8	14860,5	10757,8	225,4	6,71	5,59	3,78	7,74	11,03	5,44	54,52	97,90	1719,96	2004
95,3	64,6	720,4	-84,0	-49,4	313,4	-144,5	-98,7	3164,7	182,9	260,7	1612,1	101,5	248,4	1,74	-151,51	-152,82	9,90	-78,99	-37,85	19,44	-142,35	-39,73	2009
28737,8	20542,3	4930,3	2229,7	1891,4	2611,0	3839,2	4210,8	128909,0	110554,6	86670,5	14659,9	12913,7	10132,6	6,94	13,36	20,50	2,03	3,47	4,86	17,81	29,73	41,56	2008
43726,7	44722,1	12074,5	-333,8	5465,6	7561,3	-5916,5	-7967,8	188652,1	194683,0	164769,4	121065,8	113336,1	71440,7	12,34	-13,53	-17,82	4,01	-3,04	-4,84	6,25	-5,22	-11,15	1993
36450,6	25941,1	14219,6	12405,9	7847,4	6835,0	6329,2	3486,4	24350,0	22127,7	19366,6	20443,4	18658,4	16729,2	16,10	17,36	13,44	28,07	28,60	18,00	33,43	33,92	20,84	2002
37713,0	28759,0	10026,0	8918,0	6387,0	3604,0	4925,0	5972,0	25127,0	33214,0	25556,0	7810,0	10207,0	5282,0	8,02	13,06	20,77	14,34	14,83	23,37	46,15	48,25	113,06	1997
257219,8	247056,8	25215,8	22146,3	21294,6	4351,8	5367,7	5721,3	68063,5	75927,3	71144,9	26598,2	22349,2	16866,1	1,65	2,09	2,32	6,39	7,07	8,04	16,36	24,02	33,92	1999
12234,2	29,0	6673,5	6890,6	-17,8	4391,4	4882,9	-18,5	6423,7	6178,3	166,7	4512,6	5004,2	121,2	29,61	39,91	-63,70	68,36	79,03	-11,09	97,31	97,58	-15,24	2003
11965,9	2513,0	8363,3	4357,5	-133,4	2893,1	-244,3	-3666,9	36909,7	38553,9	35666,2	4768,3	1875,2	2119,5	16,90	-2,04	-145,92	7,84	-0,63	-10,28	60,67	-13,03	-173,01	1995
34993,5	27081,3	3226,9	5889,0	3941,7	2572,1	-162,6	-3862,3	51434,6	45064,2	28071,4	1750,1	-822,0	-659,4	6,28	-0,46	-14,26	5,00	-0,36	-13,76	146,97	19,78	585,71	2005
18162,6	11046,2	156,0	193,1	250,6	467,3	419,2	180,9	15179,1	11140,9	6972,2	912,1	577,8	336,1	1,88	2,31	1,64	3,08	3,76	2,59	51,24	72,55	53,81	1996
11884,6	1301,9	2006,2	1524,9	301,0	779,0	963,3	-71,5	5787,3	6782,6	1488,4	2311,5	1532,4	569,2	5,28	8,11	-5,49	13,46	14,20	-4,80	33,70	62,86	-12,56	1992
34364,3	26253,4	21952,9	18224,8	15067,5	2094,5	1277,4	-2160,0	13810,6	13929,9	11193,1	3819,5	1725,0	447,7	5,36	3,72	-8,23	15,17	9,17	-19,30	54,84	74,05	-482,51	2001
35460,0	26704,0	3476,0	3528,0	2617,0	2953,0	1163,0	2316,0	19820,0	22534,0	18658,0	6349,0	4896,0	3733,0	7,56	3,28	8,67	14,90	5,16	12,41	46,51	23,75	62,04	1999
21699,7	11747,5	19514,1	17595,5	8182,4	18315,9	3781,3	-10315,8	37699,4	41380,7	43623,0	17734,1	-581,8	-4363,0	77,08	17,43	-87,81	48,58	9,14	-23,65	103,28	-649,95	236,44	1997
36031,0	27935,9	24014,3	22790,5	15051,6	14826,8	10052,5	7453,6	37187,6	32685,2	24988,6	12086,0	7245,0	10719,8	37,32	27,90	26,68	39,87	30,76	29,83	122,68	138,75	69,53	1995
87095,4	73770,5	14562,8	14617,3	11554,7	11354,6	1325																	

№	КОМПАНИЯ	РЕГИОН	ОТРАСЛЬ	АБСОЛЮТНЫЙ ПРИРОСТ ВЫРУЧКИ (2014-2016 ГОДЫ), МЛН РУБ.	ВЫРУЧКА, 2016 год
54	ООО «УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ „СЕГЕЖА ГРУПП“»	РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ	КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЯ В СОБСТВЕННОСТЬ	9153,6	9238,6
55	ООО «РН-ТРЕЙД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ МОТОРНЫМ ТОПЛИВОМ	9074,1	11451,5
56	ООО «ЮЛМАРТ РЕГИОНАЛЬНАЯ СБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ БЫТОВЫМИ ЭЛЕКТРОТОВАРАМИ, РАДИО- И ТЕЛЕАППАРАТУРОЙ	9013,4	11738,2
57	ООО «НОКИАН ШИНА»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ТОРГОВЛЯ АВТОМОБИЛЬНЫМИ ДЕТАЛЯМИ, УЗЛАМИ И ПРИНАДЛЕЖНОСТЯМИ	8993,4	46431,7
58	ООО «АРОМАЛЮКС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ КОСМЕТИЧЕСКИМИ И ПАРФЮМЕРНЫМИ ТОВАРАМИ	8893,5	35450,7
59	ООО «МЕБЕЛЬ СТИЛЬ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ПРОЧЕЙ МЕБЕЛИ	8747,5	8808,6
60	ООО «СЕВЗАПМЕДТОРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СДАЧА ВНАЕМ СОБСТВЕННОГО НЕЖИЛОГО НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА	8547,2	16582,6
61	АО «АДМИРАЛТЕЙСКИЕ ВЕРФИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ СУДОВ	8539,7	44925,9
62	АО «АРХАНГЕЛЬСКИЙ ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ»	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО КАРТОНА	8524,4	26525,5
63	АО «ПЕТЕРБУРГСКИЙ ТРАКТОРНЫЙ ЗАВОД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ТРАКТОРОВ ДЛЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА	8487,8	12397,5
64	ООО «КАРЛСБЕРГ ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО СОЛОДА	8467,1	8603,6
65	ООО «СИМЕНС ТЕХНОЛОГИИ ГАЗОВЫХ ТУРБИН»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ГАЗОВЫХ ТУРБИН, КРОМЕ ТУРБОРЕАКТИВНЫХ И ТУРБОВИНТОВЫХ	8280,7	14017,7
66	ООО «ДЕЛОВЫЕ ЛИНИИ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРЕВОЗОК ГРУЗОВ	8238,6	21637,1
67	ООО «ВИКТОРИЯ БАЛТИЯ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПИЩЕВЫМИ ПРОДУКТАМИ, ВКЛЮЧАЯ НАПИТКИ, И ТАБАЧНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ	8138,2	36343,1
68	ООО «РОСТЕХРАЗВИТИЕ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ТОПЛИВОМ	8035,4	12819,1
69	ООО «БАУЦЕНТР РУС»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОЧАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	7924,9	14199,5
70	ООО «ЛУКОЙЛ-БУНКЕР»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ СЫРОЙ НЕФТЬЮ	7878,5	46128,9
71	АО «ГОЗ ОБУХОВСКИЙ ЗАВОД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОРУЖИЯ И БОЕПРИПАСОВ	7652,2	15945,6
72	ООО «КИНЕФ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО НЕФТЕПРОДУКТОВ	7541,3	62222,7
73	ООО «КАРЕЛИЯ ПАЛП»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ БУМАГОЙ И КАРТОНОМ	7470,9	21340,7
74	ООО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ БАЛТИКА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ПИВА	7286,0	90525,2
75	ПАО «СОВКОМФЛОТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АГЕНТОВ ПО ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ ТОПЛИВОМ	7236,0	9592,0
76	АО «СЕВЕРО-ЗАПАДНАЯ ФОСФОРНАЯ КОМПАНИЯ»	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	ДОБЫЧА МИНЕРАЛЬНОГО СЫРЬЯ ДЛЯ ХИМИЧЕСКИХ ПРОИЗВОДСТВ И ПРОИЗВОДСТВА УДОБРЕНИЙ	7219,9	12108,1
77	ООО «ТД ЭКОПОЛИМЕРЫ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ХИМИЧЕСКИМИ ПРОДУКТАМИ	7131,1	10350,2
78	ООО «СТРОЙАЛЬЯНС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ	7120,7	7131,8
79	ООО «ЛСР. СТРОИТЕЛЬСТВО – СЕВЕРО-ЗАПАД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	МОНТАЖ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ ИЗ СБОРНЫХ КОНСТРУКЦИЙ	7037,9	17567,4
80	ООО «ВЛВ»	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО АППАРАТУРЫ ДЛЯ ПРИЕМА, ЗАПИСИ И ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ ЗВУКА И ИЗОБРАЖЕНИЯ	6863,6	6865,2
81	ООО «СИТИ РИТЕЙЛ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ	6847,4	10880,7
82	НАО «НАЦИОНАЛЬНАЯ СПУТНИКОВАЯ КОМПАНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ РАДИОВЕЩАНИЯ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ	6604,6	15188,1
83	АО «ВОРКУТАУГОЛЬ»	РЕСПУБЛИКА КОМИ	ДОБЫЧА КАМЕННОГО УГЛЯ ПОДЗЕМНЫМ СПОСОБОМ	6387,2	26022,1
84	АО «СЕВЕРСТАЛЬ ДИСТРИБУЦИЯ»	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ МЕТАЛЛАМИ В ПЕРВИЧНЫХ ФОРМАХ	6282,8	22806,8
85	ООО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ТРАНСПОРТИРОВАНИЕ ПО ТРУБОПРОВОДАМ ГАЗА	6207,9	71687,4
86	ОАО «ЛЕНИНГРАДСКИЙ КОМБИНАТ ХЛЕБОПРОДУКТОВ ИМ. С. М. КИРОВА»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО МУКИ ИЗ ЗЕРНОВЫХ И РАСТИТЕЛЬНЫХ КУЛЬТУР И ГОТОВЫХ МУЧНЫХ СМЕСЕЙ И ТЕСТА ДЛЯ ВЫПЕЧКИ	6141,0	11924,9
87	АО «КОНЦЕРН „МОРСКОЕ ПОДВОДНОЕ ОРУЖИЕ – ГИДРОПРИБОР“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБЛАСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК	6020,2	7976,2
88	ООО «ПРИМОРСКИЙ ТОРГОВЫЙ ПОРТ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОЧАЯ ВСПОМОГАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА	5914,8	11657,0
89	ООО «МОРОЗКО»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ПРОЧИХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ, НЕ ВКЛЮЧЕННЫХ В ДРУГИЕ ГРУППИРОВКИ	5865,1	6513,6
90	ООО «СИСТЕМНЫЕ ПРОЕКТЫ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ КОМПЬЮТЕРАМИ И ПЕРИФЕРИЙНЫМИ УСТРОЙСТВАМИ	5786,2	6562,6
91	ООО «КОМПЛЕКСНЫЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОЧАЯ ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ	5639,1	10166,9
92	АО «ФУТБОЛЬНЫЙ КЛУБ „ЗЕНИТ“»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОЧАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ СПОРТА	5575,9	11660,7
93	ЗАО «РУСТ ИНКОРПОРЕЙТЭД»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ АЛКОГОЛЬНЫМИ НАПИТКАМИ, КРОМЕ ПИВА	5333,5	15733,7
94	ООО «ГАЗПРОМ ПРОЕКТИРОВАНИЕ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБЛАСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК	5248,7	5333,3
95	АО «ПЕТЕР-СЕРВИС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ В ЭТОЙ ОБЛАСТИ	5224,9	8055,4
96	ООО «ЛУКОЙЛ-СЕВЕРО-ЗАПАДНЕФТЕПРОДУКТ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ МОТОРНЫМ ТОПЛИВОМ	5186,1	65372,3
97	ООО «ФОРД СОЛЛЕРС АВТОКОМПОНЕНТЫ»	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	ПРОИЗВОДСТВО ЧАСТЕЙ И ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ АВТОМОБИЛЕЙ И ИХ ДВИГАТЕЛЕЙ	5182,5	5597,4
98	ООО «АГРО-АЛЬЯНС»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ КРУПАМИ	5154,1	11718,4
99	ООО «МОБИС МОДУЛЬ СНГ»	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	ПРОИЗВОДСТВО ЧАСТЕЙ И ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ АВТОМОБИЛЕЙ И ИХ ДВИГАТЕЛЕЙ	5143,7	13037,6
100	ООО «ВЕЛИКОЛУКСКИЙ СВИНОВОДЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС»	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	ЖИВОТНОВОДСТВО	5134,8	10047,2

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ РЕЙТИНГА

Объектом исследования являются компании нефинансовой сферы, зарегистрированные в Северо-Западном федеральном округе и обеспечившие выручку за прошедший год не менее 1 млрд рублей. Исключаются городские и федеральные государственные унитарные предприятия.

Источник базовых показателей — система профессионального анализа рынков и компаний «СПАРК-Интерфакс» (www.spark-interfax.ru), основными партнерами которой являются Федеральная налоговая служба, Федеральная служба государственной статистики, Федеральная служба по финансовым рынкам и другие (более 20 источников), в числе которых также министерства и ведомства, ключевые СМИ, компании. Объединение компаний по группам не осуществляется. Так, в рейтинге могут встречаться юридические лица, входя-

щие в один холдинг или группу компаний, если каждое из них удовлетворяет входным параметрам исследования.

В рейтинг включены только фирмы, существующие на рынке не менее трех лет. Компании ранжируются по абсолютному показателю прироста выручки за последние два года. Те организации, выручку которых за 2014 или 2016 год система не показала, не учитываются. Опубликован топ-100.

Расчет показателей рентабельности, приведенных в таблице, выполнен сотрудниками газеты «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге на базе величины чистой прибыли компаний за последние три года. При желании читатель может рассчитать рентабельность, опираясь на показатель валовой прибыли, также приведенной в таблице. Данные скомпонованы по наименованию показателя, чтобы у читателя была возможность проследить их динамику из года в год.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ — отношение чистой прибыли за период к выручке за период. Упрощенно: данный показатель дает представление о том, какова доля чистой прибыли в каждом рубле выручки компании.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АКТИВОВ — отношение чистой прибыли за период к величине активов на конец периода. Упрощенно: данный показатель дает представление о том, сколько рублей чистой прибыли приходится на рубль активов.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА — отношение чистой прибыли за период к величине собственного капитала на конец периода. Упрощенно: данный показатель дает представление о том, сколько рублей чистой прибыли приходится на рубль собственного капитала. ■

МЛН РУБ.		ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ, МЛН РУБ.			ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ, МЛН РУБ.			АКТИВЫ, МЛН РУБ.			КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ, МЛН РУБ.			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ, %			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АКТИВОВ, %			РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА %			ГОД ОСНОВАНИЯ
2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	2016 год	2015 год	2014 год	
6203,9	85,0	2480,8	1063,7	85,0	310,3	-252,5	-33,0	14811,4	7302,4	42,2	-123,8	-279,8	-27,4	3,36	-4,07	-38,81	2,10	-3,46	-78,18	-250,70	90,22	120,50	2007
3994,7	2377,4	1465,6	357,8	269,5	128421,5	82596,6	39247,6	83733,9	103834,8	31750,8	39914,7	30398,2	31531,7	1121,44	2067,65	1650,87	153,37	79,55	123,61	321,74	271,72	124,47	2004
4946,5	2724,9	4387,2	4937,6	2724,9	-2864,0	745,8	-47,6	7351,3	2065,4	1203,7	-1791,8	1093,6	347,8	-24,40	15,08	-1,75	-38,96	36,11	-3,96	159,84	68,20	-13,69	2011
40820,2	37438,4	14349,7	12730,3	11773,5	11611,6	9985,5	8960,6	33789,7	33474,8	22171,6	23277,0	21665,4	13679,9	25,01	24,46	23,93	34,36	29,83	40,41	49,88	46,09	65,50	2000
30635,2	26557,2	13411,8	12052,1	10198,3	1114,1	1443,4	599,5	17408,3	12896,9	12430,5	1849,7	2135,6	1840,7	3,14	4,71	2,26	6,40	11,19	4,82	60,23	67,59	32,57	2005
9271,5	61,0	70,1	43,1	4,4	12,3	5,7	-0,2	2155,0	2716,6	0,8	30,3	18,0	-0,2	0,14	0,06	-0,37	0,57	0,21	-28,30	40,47	31,36	104,65	2005
13161,5	8035,4	2024,8	1471,3	1117,7	486,7	294,4	457,5	5420,0	3565,7	2323,1	1379,5	1042,8	901,6	2,93	2,24	5,69	8,98	8,26	19,70	35,28	28,23	50,75	2007
45287,4	36386,2	16286,9	20045,6	10020,3	5193,6	5257,9	2575,3	90111,5	87411,5	83176,7	31689,7	25743,8	20622,2	11,56	11,61	7,08	5,76	6,02	3,10	16,39	20,42	12,49	1992
23980,4	18001,1	10603,3	9579,1	4675,2	5603,8	5003,4	1058,3	24838,2	27801,9	26012,5	13201,3	14197,7	10223,7	21,13	20,86	5,88	22,56	18,00	4,07	42,45	35,24	10,35	1992
7002,0	3909,7	-931,6	856,5	504,1	2563,9	861,6	5,4	7573,7	3622,7	2684,9	1944,7	-493,0	-1392,5	20,68	12,31	0,14	33,85	23,78	0,20	131,84	-174,76	-0,39	1995
2318,3	136,5	1959,6	661,8	136,5	930,8	327,2	134,4	7621,2	7625,8	4010,7	5968,6	5037,8	4010,6	10,82	14,11	98,46	12,21	4,29	3,35	15,59	6,49	3,35	2013
10123,0	5737,1	4069,4	2883,5	2410,7	1937,7	1585,0	1655,2	13062,5	14205,3	9676,5	5405,5	5892,8	5123,0	13,82	15,66	28,85	14,83	11,16	17,11	35,85	26,90	32,31	1991
17214,9	13398,6	5134,4	3618,1	2737,6	161,8	83,7	80,2	3678,1	2291,2	1374,9	-160,4	286,5	202,8	0,75	0,49	0,60	4,40	3,66	5,83	-100,88	29,23	39,55	2002
31339,7	28204,9	10351,0	9263,3	8973,4	544,2	-1147,2	1003,8	11913,3	10073,4	10576,4	3096,9	3270,7	4417,9	1,50	-3,66	3,56	4,57	-11,39	9,49	17,57	-35,07	22,72	2005
6076,9	4783,7	407,7	284,3	257,7	39,7	60,7	13,1	1678,1	931,1	576,4	522,6	482,9	306,2	0,31	1,00	0,27	2,36	6,52	2,27	7,59	12,58	4,28	2005
11409,9	6274,6	3805,2	3090,8	1553,1	463,7	115,3	8,5	7603,6	7255,6	7355,4	593,3	129,6	14,3	3,27	1,01	0,13	6,10	1,59	0,11	78,15	88,93	59,34	2006
40959,2	38250,5	15736,8	9829,4	8226,3	1549,0	383,5	1016,9	10867,4	7310,6	7415,3	2421,5	2257,2	1949,1	3,36	0,94	2,66	14,25	5,25	13,71	63,97	16,99	52,18	1998
11385,0	8293,4	1094,3	877,0	276,9	178,2	154,4	-626,6	33143,3	31899,7	23997,1	2065,6	1607,6	1129,7	1,12	1,36	-7,56	0,54	0,48	-2,61	8,63	9,61	-55,47	1992
56532,5	54681,4	-6049,8	-7285,5	-6885,6	-9511,6	-10958,5	-13016,0	141751,5	136434,9	137839,7	40948,2	7480,8	18439,3	-15,29	-19,38	-23,80	-6,71	-8,03	-9,44	-23,23	-146,49	-70,59	1996
18336,7	13869,8	6326,0	6891,4	4515,8	313,0	382,2	48,4	6631,8	6178,4	5293,9	934,7	621,6	237,5	1,47	2,08	0,35	4,72	6,19	0,91	33,49	61,48	20,39	2011
86608,4	83239,2	51257,1	51491,2	49197,0	14308,2	12030,9	16763,5	122300,5	107458,1	98263,7	95214,7	80906,5	75875,6	15,81	13,89	20,14	11,70	11,20	17,06	15,03	14,87	22,09	2014
8354,6	2356,0	7437,0	6057,2	1190,7	6970,5	5972,7	912,1	32874,9	31595,8	25938,6	31360,8	30363,0	25516,3	72,67	71,49	38,71	21,20	18,90	3,52	22,23	19,67	3,57	1995
9820,5	4888,2	6494,2	5340,5	1031,2	3424,3	1022,4	-387,3	31648,8	31039,8	31866,6	23647,3	20223,0	356,6	28,28	10,41	-7,92	10,82	3,29	-1,22	14,48	5,06	-108,60	2005
7254,9	3219,1	792,1	721,2	146,8	355,1	-659,9	-749,2	4916,0	3431,7	2530,6	-1054,1	-1409,1	-749,2	3,43	-9,10	-23,27	7,22	-19,23	-29,61	-33,69	46,83	100,00	1999
1698,6	11,1	294,1	120,9	-0,2	51,2	11,2	-90,1	5351,7	4816,6	124,8	-215,2	-266,4	-244,1	0,72	0,66	-812,91	0,96	0,23	-72,18	-23,80	-4,20	36,91	2007
21426,5	10529,6	1366,6	2650,3	915,7	742,2	1647,0	514,5	16174,5	17922,2	19439,8	3250,5	3908,3	3261,3	4,23	7,69	4,89	4,59	9,19	2,65	22,83	42,14	15,78	1992
3725,6	1,6	-268,1	707,2	0,3	-17,1	-8,6	-0,4	2058,5	2180,9	2,3	-26,6	-9,5	-0,9	-0,25	-0,23	-23,27	-0,83	-0,39	-15,55	64,38	90,67	40,60	2004
7663,6	4033,3	1877,9	2013,6	904,0	51,0	20,3	12,2	1675,8	1496,1	1052,9	143,2	54,7	34,3	0,47	0,27	0,30	3,04	1,36	1,16	35,62	37,16	35,61	2009
12704,4	8583,5	8681,5	6842,1	4081,1	2349,6	3452,3	214,0	12767,8	10266,4	4785,0	5867,0	3516,7	64,4	15,47	27,17	2,49	18,40	33,63	4,47	40,05	98,17	332,14	2005
29624,6	19634,9	6752,6	7972,7	1171,9	-4784,7	1819,9	-3385,4	24117,1	32592,3	34041,9	10242,9	15027,6	25207,7	-18,39	6,14	-17,24	-19,84	5,58	-9,94	-46,71	12,11	-13,43	1992
19602,1	16524,0	3053,4	1966,7	1662,1	1807,8	830,3	748,4	4610,3	3583,2	3933,7	1872,7	1765,0	1434,7	7,93	4,24	4,53	39,21	23,17	19,02	96,53	47,04	52,16	1994
69248,9	65479,6	8474,3	7899,7	9932,9	2032,5	1223,6	2570,1	51169,5	50295,0	50920,3	35764,5	35347,5	38543,3	2,84	1,77	3,93	3,97	2,43	5,05	5,68	3,46	6,67	1999
9788,0	5783,9	1608,1	1695,1	982,4	502,3	639,7	380,1	5363,4	5307,6	3835,5	1770,9	1912,5	1720,4	4,21	6,54	6,57	9,37	12,05	9,91	28,37	33,45	22,09	1993
7838,5	1956,0	994,1	1022,2	408,9	903,0	341,8	-384,5	26295,3	27362,5	20512,5	9046,9	6870,7	6834,9	11,32	4,36	-19,65	3,43	1,25	-1,87	9,98	4,98	-5,62	1969
9258,7	5742,2	8623,3	6428,2	3087,9	8090,4	6364,4	2683,2	18056,8	18214,8	15665,6	17406,1	17715,7	15351,3	69,40	68,74	46,73	44,81	34,94	17,13	46,48	35,93	17,48	2004
5384,2	648,5	975,9	930,2	83,3	146,2	107,6	18,2	3582,5	2071,1	1407,2	271,9	125,7	18,2	2,24	2,00	2,80	4,08	5,19	1,29	53,76	85,55	99,94	2014
19665,0	776,4	68,4	223,6	6,9	31,7	105,2	1,0	396,5	10484,4	16,0	137,9	106,2	1,0	0,48	0,53	0,13	8,01	1,00	6,17	23,01	99,05	98,01	2014
2835,2	4527,8	774,2	485,0	912,3	54,7	5,5	3,7	29848,9	8028,0	12852,2	1155,5	1099,5	1095,3	0,54	0,19	0,08	0,18	0,07	0,03	4,74	0,50	0,33	2006
9970,5	6084,8	1922,9	-490,3	-2454,3	5606,5	229,1	-5232,8	10007,0	11183,5	10027,5	5324,9	-265,4	-6400,5	48,08	2,30	-86,00	56,03	2,05	-52,18	105,29	-86,33	81,76	1993
11551,6	10400,2	5143,8	3243,2	4206,3	124,3	162,4	331,6	11497,9	11132,4	11045,6	690,8	703,3	540,9	0,79	1,41	3,19	1,08	1,46	3,00	18,00	23,09	61,30	1992
1407,9	84,6	1280,2	424,5	40,6	-293,5	47,3	0,0	4418,5	2325,7	139,1	1277,9	1187,3	5,4	-5,50	3,36	0,04	-6,64	2,03	0,02	-22,97	3,98	0,56	2000
6223,8	2830,6	5874,2	4636,8	1692,6	3835,6	2901,9	861,2	4325,5	7872,2	4193,1	3793,8	6844,1	3942,1	47,61	46,63	30,42	88,67	36,86	20,54	101,10	42,40	21,85	1992
63407,8	60186,2	12840,0	11343,4	9387,9	2691,0	76,7	-601,4	15897,9	15719,4	12824,1	4391,4	1687,1	1610,3	4,12	0,12	-1,00	16,93	0,49	-4,69	61,28	4,55	-37,35	2000
2393,9	414,8	215,3	187,1	31,6	216,4	83,3	5,8	1343,4	1223,6	259,2	886,5	89,1	5,8	3,87	3,48	1,40	16,11	6,81	2,24	24,41	93,48	99,83	2011
10491,4	6564,3	2375,2	2292,9	1687,4	311,5	318,1	-247,3	3547,7	2716,2	2845,3	798,4	486,9	328,9	2,66	3,03	-3,77	8,78	11,71	-8,69	39,02	65,34	-75,17	2008
9618,4	7893,9	963,3	-474,5	199,1	2371,9	-3438,1	-1966,0	6853,6	5209,2	5793,9	-959,3	-4302,0	-1821,4	18,19	-35,75	-24,91	34,61	-66,00	-33,93	-247,25	79,92	107,94	2008
7931,0	4912,4	3387,1	2981,9	1793,3	2949,2	1883,5	1281,3	19870,0	19974,8	24777,6	7619,6	4670,7	2735,2	29,35	23,75	26,08	14,84	9,43	5,17	38,71	40,33	46,85	2008

РЕЗ

ПОЧЕМУ «СОБАКИ» НЕ ЛЕТАЮТ

ОТКРЫТИЕ ГЛАВНОГО ЗДАНИЯ НОВОГО ТЕРМИНАЛА АЭРОПОРТА ПУЛКОВО В 2013 ГОДУ ДАЛО ТОЛЧОК К РАЗВИТИЮ МАРШРУТНОЙ СЕТКИ ПОЛЕТОВ ИЗ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ. ОДНАКО, В ОТЛИЧИЕ ОТ ДРУГИХ ЕВРОПЕЙСКИХ ХАБОВ, СРЕДИ КУРСИРУЮЩИХ ИЗ ПЕТЕРБУРГА АВИАКОМПАНИЙ МАЛО КЛАССИЧЕСКИХ ЛОУКОСТЕРОВ. ПРИХОД НОВЫХ ИГРОКОВ НИЗКОГО ЦЕНОВОГО СЕГМЕНТА БУДЕТ ЗАВИСЕТЬ ОТ ТАРИФНОЙ ПОЛИТИКИ, ПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ, КОНКУРЕНЦИИ И ФИНАНСОВОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.

ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

В настоящее время из Пулково летают российский низкобюджетный перевозчик «Победа», венгерский WizzAir, а также гибридные авиакомпании Vueling и AirBaltic, перечисляет коммерческий директор ООО «Воздушные ворота Северной столицы» (ВВСС, управляющая компания аэропорта.— **BG**) Евгений Ильин, а также постоянно ведутся переговоры о начале полетов с различными авиакомпаниями, в том числе с европейскими и азиатскими.

Как подчеркивает господин Ильин, значительным ограничением для развития международных лоукост-перевозок в России, и в Петербурге в частности, являются двухсторонние межправительственные соглашения, устанавливающие пределы на количество возможных маршрутов, перевозчиков на этих маршрутах и частот выполнения рейсов. «Снятие или как минимум послабление указанных ограничений стало бы мощным стимулом для прихода новых иностранных авиакомпаний, в том числе низкобюджетных, на российский рынок и для развития авиaperевозок на международных воздушных линиях», — говорит коммерческий директор ВВСС.

Еще одним барьером для расширения присутствия на рынке Петербурга лоукост-перевозчиков, по его словам, является необходимость и сложность процедуры получения российской визы. «Кроме того, стоимость билета у низкобюджетных авиакомпаний нередко ниже затрат, которые требуются для получения визы, что для пассажиров является серьезным сдерживающим фактором при планировании поездки в Россию», — отмечает Евгений Ильин.

В качестве решения данной проблемы топ-менеджер управляющей компании аэропорта видит введение электронных виз: реализация такой меры, по его мнению, будет способствовать развитию транспортной инфраструктуры и туристического потенциала города.

Представитель сервиса Aviasales Янис Дзенис считает, что в Пулково стоит звать лоукостеры Pegasus и Vueling. «Испания и Турция — два мощных направления. Кроме того, перевозчики, обладая хабами в домашних аэропортах, могут дать гораздо большую сеть, чем просто Барселона и Стамбул», — уточняет он.

Важнейшим фактором для привлечения лоукостеров, рассказывает менеджер по развитию Skyscanner в России Дмитрий Хаванский, являются условия обслуживания — у каждой авиакомпании свои требования, которым аэропорты должны соответствовать. «Например, совсем недавно Ryanair сообщила о том, что уходит с украинского рынка, так и не выполнив ни одного рейса. Причиной разрыва договоренностей с одним из самых крупных лоукостеров стал отказ киевского аэропорта



ПРАКТИКУЯСЬ НА ХЕЛЬСИНКИ, ТАЛЛИНЕ И РИГЕ, ПЕТЕРБУРЖЦЫ ДАВНО НАУЧИЛИСЬ ПУТЕШЕСТВОВАТЬ НАЛЕГКЕ И НЕ РАССЧИТЫВАТЬ НА БОРТОВОЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КУРС В ОБМЕН НА БРОСОВЫЕ ЦЕНЫ

Борисполь выполнить ряд условий, среди которых предоставление бесплатных стоек обслуживания, стоянок для такси, площадей для рекламы, 35% от доходов duty free и многое другое», — вспоминает господин Хаванский.

Эксперт подчеркивает, что для предложения низких цены на билеты авиакомпания должна максимально снижать издержки и договариваться о выгодных условиях обслуживания с аэропортами. «Во многих городах Европы государство субсидирует маленьким аэропортам обслуживание лоукост-авиакомпаний — и неспроста. Полеты таких гигантов, как Ryanair или EasyJet, привлекают множество путешественников, что, в свою очередь, приводит к росту экономики региона — появляются новые рабочие места, растут доходы отелей, служб такси, ресторанов, туристических компаний, музеев, предприятий розничной торговли», — уточняет он.

ЗАПАСНОЙ АЭРОДРОМ В течение последних лет власти Ленинградской области продвигают проект создания аэропорта на базе бывшего военного аэродрома в поселке Сиверский. Формат реализации проекта окончательно не определен, однако в качестве одного из них региональными властями предлагался вариант создания площадки для лоукостеров, хотя в Минтрансе РФ такой вариант считают нецелесообразным.

Для лоукост-компаний открытие нового аэропорта в Ленинградской области могло бы стать хорошей возможностью для расширения маршрутной карты до Санкт-Петербурга, отмечает Дмитрий Хаванский, так как обслуживание в Пулково, как правило, могут позволить себе только

крупные перевозчики. По этой причине для большинства бюджетных авиакомпаний Петербург пока труднодоступен, а с появлением узла в Сиверском вероятность доступа к новым международным направлениям (в первую очередь европейским) для жителей Петербурга увеличивается.

МНЕНИЕ

Антон ЩЕРБАКОВ, эксперт ИА «Крединформ»:

— По итогам января — июля 2017 года аэропорт Пулково демонстрирует прирост пассажиропотока: было обслужено более 7 млн человек (на 25,4% выше аналогичного периода прошлого года). Если тенденция первого полугодия сохранится, в 2017 году воздушная гавань Северной столицы сможет принять 16,6 млн пассажиров, достигнув исторического максимума после распада СССР. С другой стороны, проектная мощность Пулково после ввода нового и реконструкции старого терминалов составляет не менее 35 млн человек в год, а это вдвое больше текущих значений.

Аэропорт не использует свой потенциал: услуги хаба как перевалочного пункта находятся в зачаточном состоянии. В 2016 году он занимал лишь 35-е место в Европе, находясь в одной когорте с аэропортами Праги, Варшавы или Ниццы. Соседний Хельсинки обслужил 15,9 млн человек. Крупнейший хаб Старого Света — лондонский Хитроу — показал результат в 75,7 млн.

Тройка самых загруженных аэропортов мира по итогам 2016 года выглядит следующим образом: Хартсфилд-Джексон (Атланта, США) — 104,2 млн человек (максимум обслуженных пассажиров за все время развития гражданской авиации), Шоуду (Пекин, Китай) — 94,4 млн, и Дубай (ОАЭ) — 83,7 млн человек.

Россия до сих пор не присоединилась к договору «Открытого неба», который подписали практически все страны Европы. Из-за этого, например, Ryanair, будучи де-юре компанией из Ирландии, может открыть направления только между ирландскими и российскими городами. Однако загрузка рейсов не будет достаточной, чтобы обеспечить прибыльность их выполнения, а перевозки в Россию из других стран Европы будут считаться каботажом.

Средний чек на авиабилеты лоукост-авиакомпаний по внутренним направлениям ниже в два раза по сравнению с «обычными» рейсами. По международным рейсам средний чек ниже в среднем на треть. В российских условиях появление большого числа лоукостеров поставит на грань краха большинство отечественных перевозчиков, которые и так с трудом преодолели прошедший спад 2015–2016 годов, а некогда вторая авиакомпания России — «Трансаэро» — и вовсе ушла с рынка. После этого кризиса многие из них, по сути, стали похожи на лоукостеры. Например, авиакомпания Utair, раньше предлагавшая своим клиентам ланч даже на коротких рейсах, теперь сможет накормить пассажиров только за дополнительную плату.

Предполагается, что новый аэропорт в Сиверском сможет принимать рейсы не раньше 2020–2021 годов. Лоукостеры придут в Сиверский только на третьем этапе развития: в первый этап включено строительство грузового хаба, во второй — создание малой коммерческой авиации.



ресторан

Метрополь

РЕКЛАМА

Метрополь гастропаб

*Первая в России
бельгийская
пивоварня*

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ
ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

*Деловые встречи,
частные и корпоративные
праздники
с современным взглядом
и верностью традициям!*

Ресторанный комплекс «Метрополь», г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, 22/2
Majestic Hall. Резерв: +7 (812) 571-88-88 / Бронирование мероприятий: +7 (812) 934-65-05
Гастропаб. Резерв: +7 (812) 578-77-22 / Majestic Bar. Резерв: +7 (812) 448-83-66
www.demetropole.ru / www.hotelmajestic.ru

36 → **ОТПРАВНЫЕ ТОЧКИ** Представитель международного туристического метапоиска Momondo в России Ирина Рябовол напоминает, что пока ближайший к Санкт-Петербургу крупный пересадочный пункт — Москва. Отсюда путешественники могут отправиться прямыми рейсами в те города, в которые не могут долететь из своего города без пересадок. Например, при перелете из Северной столицы в Нью-Йорк придется сделать минимум одну остановку, в то время как из Москвы можно долететь напрямую. Кроме того, отсюда совершает международные рейсы «Победа», в то время как из Санкт-Петербурга этот лоукостер пока курсирует только по внутренним направлениям.

На втором месте по популярности — аэропорт Хельсинки, откуда чаще всего отправляются по европейским маршрутам — в Барселону, Рим, Прагу, Париж, на Тенерифе. Схожая ситуация с Таллином, откуда летят в Милан, Лиссабон, Барселону, Порту, Париж. Довольно популярной точкой для пересадок был также аэропорт Лаппенранта в Финляндии, однако в октябре 2015 года он приостановил свою работу и пока не возобновил ее в полной мере.

Летом «Победа» увеличила количество рейсов из Пулково в некоторые регионы: в Екатеринбург, Владикавказ, Волгоград, Махачкалу, Нальчик и Ростов. По данным сервиса Momondo, в этом сезоне спрос на эти направления снизился. В частности, в Екатеринбург в 2017 году летает на 13% меньше путешественников, во Владикавказ — на 25%, в Волгоград — на 6%, в Махачкалу — на 27%, в Ростов — на 12%. Положительную динамику демонстрирует только Нальчик, причем интерес возрос сразу на 250%, отмечает представитель сервиса.

«Кроме того, недавно „Победа“ сообщила, что запускает рейсы из Петербурга в Москву. На данный момент спрос на перелеты в столицу также снижается (–8%), однако картина может измениться осенью, когда рейсы начнут действовать», — говорит госпожа Рябовол.

Помимо указанных городов, «Победа» летает в Астрахань, Новосибирск, Красноярск, Ростов-на-Дону, Геленджик и Сургут. При этом единственный лоукостер страны не доставляет в Симферополь, который этим летом возглавил топ-10 направлений среди петербуржцев, и в Анапу, занявшую среднюю строчку в рейтинге.

WizzAir запустил рейсы из Пулково в Будапешт с 27 августа, и это направление, по данным Momondo, интересно петербуржцам: на лето 2017 отпуск в столице Венгрии планировали на 23% петербуржцев больше, чем в прошлом. Среди других лоукостеров, летающих в город на Неве, — AirBaltic, AirBerlin, Vueling молдавский FlyOne, а с октября — азербайджанский лоукостер BudaAirways.

При этом из десятки самых востребованных жителями Санкт-Петербурга зарубежных направлений, отмечает представитель Momondo, прямые перелеты совершаются только в Барселону и Аликанте — перевозчиком Vueling. Все остальные рейсы — со стыковками, а это влияет и на стоимость, и на желание пассажиров покупать билеты: 38% путешественников из России стараются избегать рейсов с пересадками.

«Очевидно, что Северной столице не хватает прямых дешевых перелетов, и появление лоукост-рейсов по остальным популярным направлениям подстегнет конкуренцию среди авиакомпаний и приведет к снижению цен на билеты», — подчеркивает госпожа Рябовол. ■

ПРОВЕРКА НА ПРОЧНОСТЬ

ОБЩАЯ ТЕНДЕНЦИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ — ПОСТУПАТЕЛЬНОЕ УСИЛЕНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА И ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ. ЭТО ПРИВОДИТ К СОКРАЩЕНИЮ КОЛИЧЕСТВА АУДИТОРОВ И В ТО ЖЕ ВРЕМЯ — К ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ КУЛЬТУРЫ В КОМПАНИЯХ.

ВЛАДА ГАСНИКОВА



ВВЕД ОБЯЗАТЕЛЬНОГО ВИЗИРОВАНИЯ ДОКУМЕНТОВ КОМПАНИИ АУДИТОРОМ МОЖЕТ ПРИВЕСТИ К ФОРМАЛИЗАЦИИ ЭТИХ УСЛУГ

Три важнейших события произошло в отрасли за последние пять лет: во-первых, с 2012 года внешним контролем качества аудита занимаются не только саморегулируемые организации (СРО), но и государство. Сейчас эту функцию исполняет Федеральное казначейство РФ, до 2016 года — Федеральная служба финансово-бюджетного надзора. Во-вторых, с начала 2017 года Центробанк РФ усиливает контроль за деятельностью аудиторов. В-третьих, недавно были укрупнены аудиторские СРО: в текущем году на рынке остались только две организации вместо шести существовавших до этого.

В последнее время, особенно в последние месяцы, на аудиторском рынке, как и на банковском, наблюдается «зачистка», уверен председатель Арбитражного третейского суда города Москвы Алексей Кравцов. «Самый распространенный вид аудиторских услуг — обязательный аудит — сейчас начинают жестко контролировать, завышая законодательные требования для аудиторских компаний. Обязательный аудит — это гарантированный рынок и гарантированная работа. По корпоративному законодательству, все крупные организации обязаны проводить аудит. Мелкие аудиторские фирмы будут лишены возможности заниматься этим. Зато останутся „большая четверка“ и, воз-

можно, еще несколько компаний, которые поделят этот рынок.

Мелким же компаниям достанется слабоизученная отрасль этого бизнеса — инициативный аудит, который заказчики делают по собственной воле. Здесь аудиторам потребуется повышение своих знаний, в том числе — в маркетинге. Раньше же им нужно было всего лишь понизить стоимость некоторых услуг.

Конечно, 80% мелких аудиторских компаний закроются. А „большая четверка“ состоит из иностранных компаний. Здесь возникают вопросы: куда отправятся сведения о деятельности крупного бизнеса в нашей стране и кто, обладая этими сведениями, сможет управлять политической и экономической обстановкой в России?» — беспокоится господин Кравцов.

Компании «большой четверки» (российские юридические лица, работающие под брендом международных аудиторских сетей) занимают лидирующие позиции и львиную долю на российском рынке аудита с момента его возникновения. «Согласно рейтингу аудиторских групп и сетей по итогам 2016 года, составленным нашим агентством, суммарная выручка групп EY, PwC, КПМГ и „Делойт и Туш СНГ“, представляющих в России соответствующие международные аудиторские сети, достигла 64,5 млрд рублей, что составляет 76%

от общей выручки по рейтингу», — приводит данные аналитик агентства RAEX («РАЭК-Аналитика») Вартан Ханферян.

Около 20% общей выручки рейтинга по итогам 2016 года (12,2 млрд рублей) приходится на «БДО Юникон», «ФБК Грант Торнтон», «Нексия Си Ай Эс», «Уральский союз», «Финэкспертизу», «Росэкспертизу», «2К», «РСМ Русь», «КСК Групп», «Мазар Аудит». В этой нише самый крупный игрок — «БДО Юникон», его оборот составляет 4,4 млрд рублей.

В среде российских аудиторов сгущается сумрак, многие надеются на аудиторские СРО и верят, что этим организациям удастся оживить рынок, расширить обязательное применение аудита или повысить его значение для государства, бизнеса и налоговых органов, рассказывает управляющий партнер юридической фирмы «Гин и партнеры» Кира Гин. Количество игроков сокращается: по данным Минфина, в 2014 году в стране было 23 тыс. аудиторов и 5,5 тыс. аудиторских организаций. В конце 2016 года аудиторов осталось 19,6 тыс., аудиторских компаний и индивидуальных организаторов было уже 5 тыс. «Рынок сокращается еще и потому, что обязательный аудит как подтверждение достоверной отчетности стал обязательным для компаний, которых не так много в нашей стране, особен-

но в регионах. То есть тех, у кого выручка от продаж превышает 400 млн рублей в год или сумма активов превышает 60 млн рублей, и для акционерных обществ. Да и то не все компании, которые соответствуют критериям, замотивированы проводить обязательный аудит. Для них это, по большому счету, формальность, за неисполнение которой государство не предусмотрело никакой ответственности, — считает госпожа Гин. — Сегодня и налоговой инспекции уже стало совершенно все равно, как организация ведет свой бухгалтерский учет: время и силы налоговиков всецело заняты пополнением бюджета. В приоритете у государства — поиск налоговых схем и сделок с фирмами-однодневками. Сфокусированность государства на бизнесе сегодня никак не связана с аудитом».

Рынок сейчас настолько конкурентен, а проблема демпинга на нем настолько остра, что новым игрокам незачем появляться, констатирует Вартан Ханферян.

ВОСТРЕБОВАННЫЕ ФОРМЫ Новая для рынка услуга — это юридический аудит. «Сейчас невозврат дебиторской задолженности в компаниях и банках достигает 15% от оборотов экономики, а доля возврата колеблется в пределах 8–9%. Чтобы выявить причину таких низких показателей и оценить добросовестность сотрудников, и предназначен юридический аудит. Он охватывает ранее не исследованную сферу аудируемых компаний — это качество работы компаний с дебиторской задолженностью. Эксперту, не имеющему юридического образования, будет сложно вникнуть в эту сферу и суметь контролировать действия по возврату долгов. Сюда входит и оценка полноты используемых

механизмов, и качество участия в судебных процедурах, работы с приставами, заключения договора в разрезе последующей защиты этого договора в суде», — перечисляет Алексей Кравцов.

В кризис всегда сокращается количество инициативного аудита, на обязательном стараются экономить: отбор исполнителя проверки происходит на тендерах, где один из основных критериев — это цена. «Так что простора для „моды“ сейчас не наблюдается. Но до кризиса в инициативном аудите было повальное увлечение международной финансовой отчетностью: наличие отчетности от аудиторской компании, входящей в международную сеть, усиливало имидж, обеспечивало доступ к финансированию. Все это срабатывает и сейчас, но в связи с санкциями часть заказчиков откладывает регулярное составление отчетности по МСФО на будущее. Таким образом, спрос на эту услугу в большей мере формируется за счет обязательности применения международных стандартов аудита и необходимости составления консолидированной отчетности. Это касается крупных холдингов, публичных компаний, банков, страховщиков НПФ», — поясняет господин Ханферян.

ЗАГЛАВНОЕ СЛОВО Нередко для крупных клиентов имя аудитора имеет первостепенное значение — поэтому рассматривают они только представителей международных организаций. Например, в «дочках» иностранных организаций выбор аудитора определяется материнской компанией, которая отдает предпочтение, как правило, международным аудиторским организациям. «В такой ситуации бизнес готов оплачивать приезд именитых аудиторов из других городов, если это необходи-

мо. При этом сами дочерние организации могут иметь другую точку зрения: цены у международных аудиторов значительно выше, чем у местных игроков», — описывает ситуацию руководитель проектов по аудиту «КСК Групп» Дмитрий Сергеев.

Для корпораций обслуживаться по всему миру у единого исполнителя значительно удобнее. Аналогично российским структурам: при открытии офисов за рубежом комфортнее работать также с единым аудитором. «Это послужило одной из причин выхода нашей компании за пределы России в юрисдикции присутствия интересов своих клиентов. Мы являемся членом международной ассоциации аудиторов сетей ForuM Firm: благодаря этому у российских аудиторов и бухгалтеров появилась возможность влиять на формирование правил международного аудита», — рассказывает генеральный директор аудиторско-консалтинговой компании «Финэкспертиза» Нина Козлова.

Если аудит проводится исключительно для формального соблюдения требований законодательства, то в выборе исполнителя решающим фактором будет выступать стоимость услуг. «Если же собственники организации правда заинтересованы в независимом качественном аудите, то они готовы заплатить за него больше. В таком случае приглашение компании из другого города как нельзя лучше позволит соблюсти принцип независимости и получить объективную оценку», — считает заместитель главного бухгалтера IPT Group Евгения Дмитриева.

ХАНТИНГ Случается, что клиенты переманивают к себе на работу сотрудника аудиторской фирмы, но это происходит нечасто. Ольга Филина, заместитель опе-

рационного директора Acsour, поясняет: «Обычно в договорах с любой компанией, в которой основным ресурсом является высококвалифицированный персонал, есть условие о возмещении ущерба, связанного с переманиваем сотрудников. При этом суммы будут внушительные».

Если человек хочет оставаться аудитором, он должен проводить внешние проверки, а в условиях его работы в неаудиторской компании это невозможно. Соответственно, такой специалист рискует потерять аттестат аудитора, говорит генеральный директор аудиторской компании «Уверенность» Максим Гладких-Родионов. «Конечно, можно параллельно числиться сотрудником какой-нибудь аудиторской фирмы, но сейчас законодательство относително аудиторов-совместителей уже сточается. Более того, специалист, оказавшийся сотрудником одной, пусть даже крупной компании-клиента, постепенно перестает видеть ситуацию в целом, извне, становится менее эффективным именно как аудитор», — говорит он.

По мнению участников рынка, качество и тщательность проверок регулятора, налоговой и трудовой инспекций с каждым годом повышаются — и это положительно влияет на бизнес. Это обязывает бухгалтеров более тщательно подходить к ведению учета или передавать учет профессиональным провайдером — аутсорсинговым компаниям. «Поэтому мы видим повышение профессионализма в области ведения бухгалтерского учета. Это очень приятная тенденция и для аудиторских компаний: бухгалтеры готовы быть в диалоге и прислушиваться к мнению аудиторов», — заключает Татьяна Фаузер, директор департамента развития бизнеса БКГ «ИнформАудитсервис». ■

ЦАРСКОСЕЛЬСКИЕ ХОЛМЫ – ТЕРРИТОРИЯ ПОКУПАТЕЛЯ

Каждому инвестору, вкладывающему средства в недвижимость, равно как и покупателю жилья для себя, не стоит забывать о правиле трех «Л»: локация, локация и еще раз локация. Именно территория является определяющим фактором выбора объекта покупки.

Оценивают локацию по нескольким параметрам. Идеальный набор выглядит примерно так: хорошая транспортная доступность, экологическая чистота, развитая инфраструктура, перспективность развития территории. Приятными «бонусами» могут стать, например, близость интересных достопримечательностей и богатая история местности. Хорошая новость: в Петербурге такая локация есть, и называется она «На Царскосельских холмах». Эта территория площадью 316 га расположена в 5 минутах езды от города Пушкина и административно относится к Санкт-Петербургу. Рассмотрим ее достоинства исходя из обозначенных критериев.

Транспортная доступность у этой локации — одна из лучших среди комплексных проектов освоенной территории. В помощь автомобилистам три крупных автомагистрали — Пулковское, Петербургское и Волхонское шоссе, а также КАД, который находится всего в 7 км (а с него — удобные выезды на Витебский проспект, Киевское и Московское шоссе). С общественным транспортом тоже проблем нет: мимо курсируют автобусы и маршрутки, развозящие людей из Пушкина до метро и обратно. Дорога от Царскосельских холмов до станции «Московская» на автобусе займет около получаса, на автомобиле — 10–12 минут. Примерно столько же займет дорога до станции «Купчино».

Альтернативу метро могут составить электрички: на территории проекта планируют построить железнодорожную платформу «19-й км» по направлению Санкт-Петербург — Луга. И тогда до Балтийского вокзала можно будет доехать за 25 минут. Ну а если захочется отправиться дальше — к вашим услугам аэропорт Пулково, до которого всего 6 км.

На экологическое состояние местности влияет целый ряд факторов: близость рекреационных зон, наличие зеленых насаждений, отсутствие вредных производств и прочих негативных факторов. Экологию Царскосельских холмов можно смело назвать благоприятной: земля представляет собой бывшие сельхозугодья. Не найдете вы в локации и городского смога, а вот солнца, наоборот, тут больше — Царскосельские холмы располагаются на 50 м выше уровня Петербурга, что создает особый микроклимат и добавляет количество солнечных дней.

Рядом с территорией располагается большая парковая зона Пушкина и Павловска. Кроме того, девелопер обеспечивает дополнительное озеленение: во дворах жилых комплексов и на улицах высаживаются крупномерные деревья и кустарники, по периметру детских и спортивных площадок устраивается живая изгородь. Для оптимизации работ по озеленению на территории проекта уже несколько лет работает собственный питомник.

Развитая инфраструктура — еще одно преимущество локации. Во-первых, к услугам проживающих все объекты Пушкина, будь то социальные, спортивные или развлекательные.

Во-вторых, в рамках проекта все необходимые объекты также запланированы, причем в большом количестве. Недавно застройщик «Терминал-Ресурс» закончил строительство первого детского сада. Кроме того, на Царскосельских холмах появятся магазины, рестораны, торговые развлекательные центры и даже гостиница для пилотов. Почитатели здорового образа жизни наверняка оценят экологию этого места, близость парков и конноспортивного клуба, наличие спортивных и детских площадок.

В перспективе откроются теннисные корты и ледовая арена. По мере завершения строительства дорожных развязок, примыкающих к территории, здесь будут активно развиваться общественно-деловые зоны. Первый бизнес-центр



«Перспектива» площадью почти 10 тысяч кв. м уже введен в эксплуатацию.

Что касается перспектив развития территории, то они напрямую связаны с реализуемыми здесь проектами. Проект объединил разных застройщиков. Так, компания «Терминал-Ресурс» (с опытом работы 25 лет) строит сразу три «Образцовых квартала». Первый ЖК сдан в октябре 2016 года, второй будет закончен в начале 2018-го, строительство третьего недавно начато.

Каждый из объектов обещает быть по-своему интересным и харизматичным. ЖК «Образцовый квартал» представляет собой три четырехэтажных здания в «рыжик» тонах с плоской кровлей и панорамными окнами.

ЖК «Образцовый квартал 2» — четыре многоквартирных «четырёхэтажки» с мансардами, имеющие зеленый колер.

В ЖК «Образцовый квартал 3» предусмотрены эркеры, широкие остекленные балконы и каминные зоны.

Есть все шансы, что проект «На Царскосельских холмах» вскоре превратится в мини-город с новыми домами и дорогами, коммерческими и социально-культурными объектами.

Плюс ко всему сами Царскосельские холмы имеют любопытную историю. В архивах XVIII века отражено намерение императрицы Елизаветы Петровны застраивать селения по регулярному плану

и типовым проектам. Екатерина Великая воплотила эту идею в жизнь: здесь стали строить «образцовые деревни». В них селили работников со всей России, возводивших дворец в Царском Селе. Так холмы стали Царскосельскими, а деревни — образцовыми, которые не зазорно было демонстрировать проезжающим мимо членам царской семьи и их высоким гостям. Собственно, поэтому упомянутые выше жилые комплексы «Терминал-Ресурса» и получили название «Образцовые кварталы».

И, наконец, непосредственно о самих жилых комплексах и квартирах. Если взять в качестве примера все те же «Образцовые кварталы», то кратко охарактеризовать их можно так: европейская практичность жизни. Все корпуса — малоэтажные, при этом в подъездах установлены бесшумные швейцарские. Территория внутри дворов благоустроена для отдыха, детских игр и занятий спортом, есть зона барбекю.

Ощущение комфорта создает и грамотно организованная инженерия. Так, на крышах каждого дома есть автономные котельные. Вместо радиаторов в квартирах устанавливается система «водяной теплый пол», с помощью которой можно регулировать температуру в каждом помещении (это еще и позволяет экономить до 30% на оплате коммунальных услуг). Специальная система очистки воды также порадует покупателей...

Перечислять достоинства данной территории и реализуемых здесь проектов можно еще долго. Но, как говорится, лучше один раз увидеть. Составить свое представление вам помогут представители девелопера данной территории — застройщика ООО «Терминал-Ресурс», благо его офис расположен прямо на Царскосельских холмах, в БЦ «Перспектива». Приезжайте!

719-19-19
www.devcent.ru

«МЫ КАК МОСЬКА, КОТОРАЯ ЛАЕТ НА СЛОНА С НАДПИСЬЮ „ГУП“» В ЭКОНОМИКЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ЕСТЬ НЕСКОЛЬКО ЗАКРЫТЫХ ДЛЯ ЧАСТНОГО БИЗНЕСА СФЕР. МОНОПОЛЬНЫМ ПРАВОМ ОБСЛУЖИВАТЬ ИХ ОБЛАДАЮТ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: РАЗЛИЧНЫЕ ГУПЫ, ГКУ И ГУ. НЕДАВНО ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЕ (ФАС) УДАЛОСЬ ОСПОРИТЬ В СУДЕ СТАТЬЮ ПЕТЕРБУРГСКОГО ЗАКОНА, ПОЗВОЛЯЮЩУЮ ГОСПРЕДПРИЯТИЯМ ПОЛУЧАТЬ МНОГОМИЛЛИОННЫЕ ПОДРЯДЫ БЕЗ КОНКУРСА В СФЕРАХ С РАЗВИТЫМ КОНКУРЕНТНЫМ РЫНКОМ. О ПОСЛЕДСТВИЯХ ЭТОГО СУДЕБНОГО РЕШЕНИЯ ВГ РАССКАЗАЛ ГЛАВА ПЕТЕРБУРГСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ФАС ВАДИМ ВЛАДИМИРОВ. МАРИЯ КАРПЕНКО

BUSINESS GUIDE: Расширение прав и полномочий ГУПов — это процесс, характерный только для Петербурга, или он происходит в общероссийском масштабе?

ВАДИМ ВЛАДИМИРОВ: На федеральном уровне медленно, ползуче, но неуклонно происходит то же самое. К сожалению, вся экономическая политика в нашей стране ведет к сокращению конкуренции: ГУПы расширяются, а конкуренция сжимается. Этой тенденции есть три объяснения: политическое, организационное и психологическое.

С политической точки зрения, конечно, ГУПами руководить легче. ГУПы — по крайней мере, некоторые из них — надежны, управляемы, возглавляют их, можно сказать, чиновники. Одно дело работать с конкурентной средой: игроков — их много, им надо проводить конкурсы, учить их, в конце концов, иметь в виду, что предприниматели в нынешней сложной ситуации могут пойти на незачисленные и незаконные ухищрения. Гораздо проще создать ГУП — и все: это ответвление вертикали власти, то, что любой чиновник понимает. Организационная сторона — продолжение политической:

гораздо меньше сил уходит на взаимодействие с госпредприятиями. И наконец, психологическое объяснение — самое, на мой взгляд, труднопреодолимое. Нынешнее поколение наших руководителей — всех за редким исключением — не привыкло работать в условиях конкуренции. Им это тяжело понять. Они привыкли работать в директивном порядке. Есть, например, какой-нибудь «Горсвет». Ему начальник ставит задачу: все должно гореть! К празднику должны везде зажечься елки! И какая там конкуренция, если есть Иван Иванович, я его знаю пятнадцать лет, пусть зажигает. И он знает — у него советская школа. Нужно создать новый тип руководителя, который будет выращивать конкурентов, заботиться о них, использовать этот механизм в качестве возможного стимула экономического роста и будет знать, как это делать, и не будет бояться. Но это время пока не наступило.

ВГ: Когда спикер ЗакСа Вячеслав Макаров отказывается расторгать заключенный без торгов контракт с петербургским автотранспортным ГБУ «Смолянинское» на транспортное обслуживание парламента, объясняя, что депутатов не должна возить компания «Рога и копыта», проявляется как раз психологическая неготовность работать с механизмом конкуренции?

В. В.: Я Вячеслава Макарова понимаю. Он же старший офицер запаса. Он эффективный руководитель нашего городского парла-



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

мента, пользуется авторитетом, у него есть серьезные властные полномочия. Вот еще ему заниматься этими вопросами, торги проводить... Вдруг и правда «Рога и копыта» выиграют. Ведь представление о том, что в результате торгов обязательно придет лучший поставщик — это романтика, конкуренция тяжелая. Но в противном случае мы вернемся к социализму. Отсутствие конкуренции в экономике приводит к отсутствию конкуренции в политике.

ВГ: Главный аргумент сторонников наделяния ГУПов монопольными правами — то, что сферы, в которых разрешено распределять заказы без торгов, слишком важны для государства, чтобы отдавать их частному бизнесу. Можно ли с этим поспорить?

В. В.: Давайте откроем закон. Первая сфера, в которой разрешено заключать контракты с ГУПами без торгов: «гостиничное обслуживание органов государственной власти и официальных делегаций, включая организацию общественного питания». Ну слов нет! Конечно, здесь обороноспособность государства, безопасность родины, пограничник с собакой. Ну как же гостиничное обслуживание поручать каким-то людям! Дальше: «проведение официальных мероприятий от имени губернатора Санкт-Петербурга». Вот уж этих ребят ходит по рынку больше, чем нужно. Грамотно пиши конкурсную документацию, выдвигай требования к опыту, отзывам, что угодно придумай — и к тебе придут люди, которые

прием в Кремле проводили. «Коммунальное обслуживание помещений, занимаемых органами госвласти в Санкт-Петербурге». Ну что, техничка подложит в кабинет бомбу? Далее: оценка имущества. Ну как оценка имущества может осуществляться на неконкурентном рынке? Еще одна сфера — захоронение неопознанных умерших. Да у квартиры умершего очередь из конкурентов стоит — есть компании, которые готовы этим заниматься, это нормальный рынок.

Впрочем, у этой медали есть и обратная сторона — крайнее несовершенство законодательства о закупках. В федеральных законодательных органах и в Минфине пока нет понимания, как бороться в первую очередь с недобросовестными поставщиками. Госзаказчик заключил контракт по максимально возможной цене с ГУПом — и у него есть уверенность, что контракт будет выполнен. Если заключать контракт по итогам торгов, то нет никакой гарантии, что компания, которая выиграла торги, исполнит его добросовестно. Участники торгов могут снизить цену на 30–40%, а потом исчезнуть или попытаться договориться с заказчиком, мол, давай мы это сделаем, а это не будем... Это, конечно, аргумент в копилку сторонников расширения прав ГУПов. Но такая конкуренция все равно лучше, чем ГУПы. 44-ФЗ плох, он явно перекосен в сторону интересов подрядчика. Но он работает, и самое главное, что он дает, — это открытость. Работать надо, гра-

мотно писать конкурсную документацию, а не раздавать подряды ГУПам.

ВГ: Статью 7–1 регионального закона «О ГУПах...», которая дает им право получать подряды без конкурса, УФАС пытается отменить на протяжении шести лет. В чем камень преткновения?

В. В.: Суд давно принял решение в пользу УФАС. Тот факт, что эта статья нарушает закон «О защите конкуренции», мы обнаружили в 2011 году. Выдали предписание о необходимости скорректировать закон, оно было обжаловано в арбитражном суде, мы его проиграли, но затем выиграли две инстанции — апелляцию и кассацию. Губернатора и ЗакС мы тогда уведомили о необходимости исполнить предписание, но никаких действий с их стороны не последовало. Мы обратились в арбитраж с заявлением о понуждении. После этого Смольный внес в ЗакС законопроект, который исключает из законодательства спорную статью. Законопроект был зарегистрирован 26 июля 2015 года, но парламент его так и не рассмотрел.

Теперь ФАС выиграла спор в Санкт-Петербургском городском суде, но Смольный и ЗакС решение обжаловали. Нам предстоит апелляция в Верховном суде, и я думаю, мы ее выиграем.

ВГ: Аргументы, которые приводят в суде Смольный и ЗакС, вы считаете состоятельными?

В. В.: Думаю, есть указание губернатора стоять до последнего. У Законодательного собрания, например, контракт на перевозку депутатов с автобазой «Смолянинское» заключен на три года. Думаю, эти три года ЗакС и будет тянуть с отменой статьи. Добиться завершения этой истории будет очень трудно — у противоположной стороны нет мотивации развивать конкуренцию.

ВГ: Оппозиционные депутаты петербургского ЗакСа часто критикуют работу городских ГУПов: говорят об их неэффективности и неподотчетности. Это огульная критика или вы с их позицией согласны?

В. В.: Принципиально это правда. У ГУПов мало стимулов становиться эффективнее. Стимула только два: доходы, которые они получают от своей деятельности, и оценка вышестоящего начальника. К этому руководство ГУПов и стремится — чтобы грамоту дали. А вот когда ты ларек открыл — уж подумай, какую цену ставить на товары, чтобы тебя конкуренты не сожрали. Так что расширение полномочий ГУПов сильно тормозит развитие экономики. Есть, конечно, ГУПы, которые делают дело надежно и качественно. Но это все равно не повод

отдавать им госзаказы без торгов. Более того, это незаконно. В законе субъекта должно быть указано, что конкретный вид деятельности является исключительным полномочием ГУПа. И в уставе ГУПа должна быть ссылка на эту норму закона. Другое дело, что мы эти законы обжалуем.

В. В.: И по каким же критериям определять, где ГУПы нужны, а где нет?

В. В.: На уровне здравого смысла должен быть сформулирован четкий пул неприкосновенных вещей. Сейчас в законе перечень сфер, в которых можно создавать ГУПы, чрезвычайно широк. Например, в сфере «социальной деятельности». К нам недавно приходили от одного очень известного музыканта, который владеет сетью баров. Говорят: «Мы в баре ведем социальную деятельность, собираем бабушек и студентов. Дайте нам преференцию на аренду помещения». Преференцию мы им не дали, а ведь они могли бы, наверное, и ГУП создать.

ГУПы, на мой взгляд, должны выполнять только те функции, которые частному бизнесу нельзя отдавать либо по причинам секретности, либо потому, что их выполнение планомерно убыточно. Но эти области очень узкие, их число крайне ограничено. Глава ФАС Игорь Артемьев вообще считает, что ГУПы должны создаваться и функционировать только в сфере обороноспособности и безопасности государства.

Но выхода из этой ситуации я пока не вижу — должна смениться пара поколений руководителей. Сейчас, например, все понимают, что ставить на берегу Байкала целлюлозно-бумажный комбинат — это преступление. А сорок лет назад этого не понимали. Психология изменилась, потому что несколько десятилетий руководителям капали на мозг, убеждали, что это недопустимо.

В. В.: Задача антимонопольщиков — «капать на мозг»? Вы выдали комитетам Смольного уже несколько предписаний о расторжении контрактов с ГУПами.

В. В.: Мы больше похожи на крыловскую моську, которая лает на слона, а на слоне написано «ГУП». При этом УФАС ведь тоже госзаказчик. Бывает, что мы долго заклю-

чаем мелкие контракты без конкурса с одним и тем же поставщиком. А потом, когда формируем более крупный заказ и должны провести конкурс, возникает соблазн: может, этой же компании отдать подряд, она же ни разу нас не подвела... Так что во мне тоже недодавленный антиконкурентный зверь живет, эмбрион ГУПа. Вот и комитеты Смольного, разумеется, не торопятся расторгать заключенные с ГУПами контракты: у них есть поддержка сверху, им нужно исполнять поставленные задачи.

В. В.: Если спорную статью закона действительно отменят и контракты будут расторгнуты, какие последствия для городской экономики это повлечет?

В. В.: Между отменой статьи и расторжением контрактов, заключенных с ГУПами на неконкурентных условиях, — дистанция огромного размера. Процесс пойдет, но неторопливо, «черного вторника» точно не будет. ГУПы не исчезнут: это хозяйствующие субъекты, они смогут участвовать в торгах. Но и упразднение ГУПов — это не катастрофа: сотрудники трудоустроятся, имущество продадут, ничего страшного не произойдет, а бюджет начнет получать больше денег. Но опять же — не сразу. Есть много факторов: несовершенство закона о торгах, психология руководителей госучреждений, неготовность органов власти в принципе сотрудничать с частным бизнесом. У нас в стране смотрят на предпринимателей в лучшем случае как на жуликов, в худшем случае — как на преступников.

Есть и другая потенциальная проблема. Допустим, существует компания, которая составляет конкуренцию ГУПу в какой-либо сфере деятельности. Ладно, если речь идет об интеллектуальной деятельности. А если эта деятельность требует больших капиталовложений — например, пассажирские перевозки? Тогда компания должна будет взять в аренду технику, заключить договоры с поставщиками топлива и так далее, и тут она раз — и не выигрывает. Так что сокращение монопольных прав ГУПов — сложный вопрос. Но в эту сторону придется двигаться, туда идет весь мир, а в особый неконкурентный путь России я не верю. ■

ИСТОРИЯ ВОПРОСА БИТВА ЗА МОНОПОЛИЮ

В Арбитражном суде Санкт-Петербурга в ближайшее время начнется рассмотрение спора между городским управлением Федеральной антимонопольной службы и региональным Законодательным собранием. Причина спора — подряд на перевозку депутатов в течение трех лет стоимостью 493 млн рублей, который ЗакС без конкурса отдал петербургскому автотранспортному ГБУ «Смольнинское». В УФАС утверждают, что петербургский парламент незаконно ограничил конкуренцию. Позицию же ЗакСа ясно выразил его председатель Вячеслав Макаров: он заявил, что не допустит, чтобы депутатов возило ООО «Рога и копыта».

Государственные унитарные предприятия и казенные учреждения Петербурга вот уже много лет не только возят депутатов и чиновников, но и устраивают для них мероприятия, обслуживают официальные делегации, украшают город к праздникам, оценивают городское имущество, проектируют инженерную инфраструктуру. Получать подряды без торгов в этих и других сферах им позволяет статья 7–1 петербургского закона «О государственных унитарных предприятиях». Перечень сфер деятельности, в которых ГУПы, ГКУ и ГУ имеют монопольные права, на протяжении последних лет неоднократно расширялся городскими властями.

Антимонопольщики считают, что эта статья петербургского закона противоречит федеральному закону «О защите конкуренции». Спор между УФАС и городскими властями, который длился на протяжении последних шести лет, недавно перешел в кульминационную стадию. После того, как проблему актуализировало в информационной повестке петербургское отделение Transparency Int, написав жалобу в УФАС, городской суд вынес решение в пользу антимонопольщиков и обязал исключить статью из закона.

Смольнинские комитеты уже получили от УФАС предупреждения с требованием расторгнуть контракты, заключенные с ГУПами на неконкурентных условиях. От комитета имущественных отношений, например, антимонопольщики требуют проведения торгов на оказание услуг по оценке недвижимости (этим сейчас занимается ГУП «ГУИОН»), от комитета по развитию потребительского рынка — отдать на конкурентный рынок захоронение неопознанных умерших (и расторгнуть заключенный без торгов контракт с ГУП «Ритуальные услуги»). Впрочем, расторжение контрактов явно будет висеть в воздухе хотя бы до тех пор, пока свое слово в споре не скажет Верховный суд: решение горсуда, предписывающее отменить спорную статью регионального закона, Смольный и ЗакС обжаловали в апелляционной инстанции.

БЮРОКРАТИЧЕСКИЙ ЦЕБЕТ

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ ТОЛЬКО РАСТЕТ. НА ЭТОМ ФОНЕ ПОВЫШАЕТСЯ И РОЛЬ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СВЯЗЯМ С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В КОМПАНИЯХ. ОДНАКО В РОССИИ ЭТА ПРОФЕССИЯ ВСЕ ЕЩЕ НАХОДИТСЯ В СТАДИИ ФОРМИРОВАНИЯ И СТАНОВЛЕНИЯ.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Как правило, GR-специалистов нанимают компании, которые ведут свою деятельность в высоко зарегулированных отраслях экономики (таких как табачная, алкогольная, энергетическая, фармацевтическая, строительная, IT), где требуется на постоянной основе вести мониторинг деятельности органов государственной власти. «Помимо этого, эксперты в области GR востребованы там, где эффективность бизнеса напрямую зависит от выполнения госконтрактов», — говорит президент группы компаний Pro-Vision Владимир Виноградов.

Член экспертного совета СПО «Национальная ассоциация корпоративных директоров» Алексей Моисеев добавляет: «Нуждаются в лоббистах и компании — отраслевые лидеры, а также региональные — для контроля изменения законодательства и его применения».

«Заниматься строительным бизнесом и не состоять в связи с органами государственной власти — просто невозможно, — подтверждает начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент» Светлана Денисова. — В нашей компании не существует отдельного человека, который бы взаимодействовал с чиновниками, этим занимаются специалисты компании, так сказать, по проблематике, например, блок госимущества курируют юристы».

ОСОБЫЕ НАВЫКИ Сергей Гирдин, совладелец компании «Марвел-Дистрибуция», уверен, что основная функция GR-специалиста — владеть специальным языком, с помощью которого можно объяснить, что думает бизнес, и быть услышанным. «Этот навык, конечно, не залог получения преференций или появления какой-то особой лояльности, но это возможность быть услышанным и правильно понятым», — поясняет он.

Начальник отдела обучения и развития компании «СПб Реновация» Дмитрий Адамович согласен с коллегой: «Часто представители органов государственной власти и предприниматели (за исключением входящих из госструктур) являются носителями различных ценностей и говорят на «разных языках», что усложняет процесс коммуникации между ними. Это достигается тем, что в условиях ограниченного времени или упущенной ситуации у бизнеса нет возможности повлиять на уже принятое политическое решение или скорректировать работу государственного аппарата в свою пользу».

В рамках работы профильных объединений, комитетов, министерств, а также

законодательных органов всех уровней специалисты работают над «сглаживанием углов» и поиском компромиссов. «Речь о стратегических GR-коммуникациях между бизнесом и органами власти. Поэтому и требования к таким специалистам достаточно высокие. Часто это бывшие чиновники, которые обладают необходимыми связями, багажом знаний и пониманием принципа работы с властью. В связи с этим чиновники с серьезным аппаратным весом в сфере интересов компании могут легко оказаться в ранге топ-менеджера, — говорит Евгений Антонов, управляющий партнер Петербургского GR-клуба. — Другой вариант — это профессиональный GR-специалист, выстраивающий те самые устойчивые стратегические коммуникации между бизнесом и властью».

В России GR-коммуникации находятся в стадии профессионального становления, отмечает господин Антонов: в вузах появляются учебные программы, готовится к утверждению проект так называемого «Закона о лоббизме», в отраслевом сообществе формируется профессиональный кодекс GR-специалиста. Поэтому критерии оценки профессиональных компетенций специалиста по взаимодействию с органами власти пока не приняты. Пока каждая компания формирует их самостоятельно, но в целом они схожи у всех: реализованные проекты, обширность профессиональных контактов, мнение о специалисте в профессиональных кругах. «Это важно, так как хорошего GR-специалиста «передают» из рук в руки, и о каждом все знают досконально, так как рынок небольшой», — говорит Евгений Антонов.

Владимир Виноградов полагает, что часто в эту сферу идут люди, которые не нашли себя в политике, но чувствуют себя как рыба в воде, занимаясь лоббированием чьих-то коммерческих интересов. «Наиболее продуктивные специалисты получают из помощников депутатов, партийных секретарей и всех, кто так или иначе знаком с внутренней «кухней», знает структуру властной вертикали и понимает иносказательный язык чиновников. Без этого опыта, «с улицы», попасть в эту среду едва ли получится — человека просто не примут», — утверждает он. Кандидаты на позицию GR-менеджера отбираются в первую очередь по рекомендациям. Обычно компании ищут людей в государственных органах, именно в тех структурах, которые и регулируют их деятельность. → 43

ПОВОРОТ НЕ ТУДА

ВЛАДЕЛЬЦЕВ ВНОВЬ ВВОДИМЫХ КРУПНЫХ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ МОГУТ ОБЯЗАТЬ ЗА СВОЙ СЧЕТ СТРОИТЬ СЪЕЗДЫ С ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТРАСС И ПАРКОВКИ. СЕЙЧАС ТАКАЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ ИНИЦИАТИВА РАССМАТРИВАЕТСЯ ГОСДУМОЙ РФ. НО СОБСТВЕННИКИ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И ТАК ЗАКЛАДЫВАЮТ В ПРОЕКТЫ СЪЕЗДЫ И СТОЯНКИ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ. ПОЭТОМУ ЭКСПЕРТЫ ОПАСАЮТСЯ, ЧТО ВЛАДЕЛЬЦЕВ ДЕЙСТВУЮЩИХ МОЛЛОВ МОГУТ ЗАСТАВИТЬ ПЕРЕДЕЛЫВАТЬ ПОДЪЕЗДНЫЕ ПУТИ ПО НОВЫМ ПРАВИЛАМ. ЛИДИЯ ГОРБОРУКОВА

Несколько месяцев назад правительство РФ внесло в Госдуму законопроект, предусматривающий для владельцев стационарных торговых объектов площадью более 10 тыс. кв. м обязанность строить подъезды и съезды к ним с дорог федерального значения. Власти страны предлагают дополнить новой частью 13 статьи 22 федерального закона от 8 ноября 2007 года № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в РФ...». Если инициатива будет одобрена, то крупные торговые центры также будут обязаны оборудовать стоянки и остановки общественного транспорта. Дальнейший шаг — наделить регионы правом применять эти требования к объектам, которые смыкаются с региональными, муниципальными и местными автомобильными дорогами. В законопроекте говорится, что новые правила не будут применяться к торговым центрам, которые были введены в эксплуатацию до принятия этой нормы.

ТОРГОВЛЯ У РАЗВИЛКИ Эксперты и ритейлеры по-разному оценивают возможное влияние новой нормы на сегмент торговой недвижимости. Генеральный директор исследовательской компании MAR Consult Дмитрий Шиманов считает, что меры, прописанные в законопроекте, упорядочат работу точек розничной торговли и этого рынка в целом. «Наличие подъездных путей с трассы не должно оставаться на усмотрение объекта, а должно быть четко зарегулировано правительством. Это сделает более прозрачными и понятными условия игры на рынке, а также уравнивает стоимость входа в бизнес для новых объектов», — уверен эксперт.

Руководитель отдела торговой недвижимости компании IPG.Estate Михаил Рожко, напротив, считает, что инициатива властей неактуальна. По его мнению, этот вопрос в большей степени должен решать бизнес, а не законодатель. «Девелоперы, которые решают делать моллы около магистралей, и без того понимают необходимость строительства подъездных дорог и автостоянок. Сегодня их площадь рассчитывается исходя из площади торгового центра и для удобства посетителей», — говорит господин Рожко. По мнению эксперта, вероятно, собственникам новых проектов торговых центров придется внести строку дополнительных затрат, а также пройти череду длительных согласований и утверждений с органами власти.

Через Петербург и Ленинградскую область проходят несколько федеральных коридоров, которые могут попасть под действие новой нормы. Речь идет о дороге М10 «Россия» по маршруту Петербург — Москва и о трассе «Скандинавия» на



ДЕЙСТВУЮЩИЕ ПОЛОСЫ ОТВОДА И РАЗГОННЫЕ ПОЛОСЫ КРУПНЫХ МАГАЗИНОВ ПРОВЕРЯТ НА СООТВЕТСТВИЕ НОВОМУ ГОСТУ ПО ДЛИНЕ

участке Петербург — Псков (продолжение дороги «Россия»), также есть автомобильная дорога Р23 «Псков». На автодороге Р21 «Кола» (ранее применялся учетный номер М18), которая проходит от Петербурга до Борисоглебска через Петрозаводск и Мурманск, расположен торговый комплекс «Мега Дыбенко», принадлежащий шведской IKEA. Объект расположен в Кудрово. Ранее инвестор согласился пойти навстречу властям Ленинградской области и построить развязку южнее торгового центра. Ее стоимость оценивалась в 1 млрд рублей. Предполагалось, что инвестор профинансирует около 70% стоимости объекта, а остальную часть средств вложат региональные власти.

В пресс-службе IKEA в России ВГ сообщили, что вопрос интеграции торговых центров в транспортную систему всегда был важным для концерна. «Мы инвестируем в развитие транспортной инфраструктуры вокруг торговых центров „Мега“, например, мы активно сотрудничаем с правительством Москвы по улучшению транспортной ситуации в районе ТЦ „Мега Теплый Стан“ и недавно подписали договор о реконструкции участков улично-дорожной сети в районе МКАД — поселок Коммунарка — аэропорт Остафьево. Сейчас мы также рассматриваем возможности улучшения транспортной

инфраструктуры около ТЦ „Мега Дыбенко“ в Петербурге. В Казани мы готовы софинансировать в строительство станции метрополитена рядом с ТЦ „Мега Казань“ 1 млрд рублей. У наших торговых центров организованы большие бесплатные парковки, например, в Химках количество парковочных мест составляет 8,7 тыс., в Новосибирске — 6,5 тыс.», — прокомментировали в пресс-службе IKEA в России.

В пресс-службе ритейлера «Лента», который имеет разветвленную сеть гипермаркетов по всей России, оценили последствия поправок данного законопроекта не смогли. При этом в компании прокомментировали, что при необходимости она самостоятельно по согласованию с местными властями строит подъезды к своим гипермаркетам, поскольку заинтересована в качественных и удобных подъездных путях. «Впоследствии мы, как правило, передаем их на баланс региона. Все наши гипермаркеты в обязательном порядке оборудованы парковками на сотни машино-мест», — добавили в пресс-службе «Ленты».

Если новый регламент будет принят, больше всего эксперты опасаются, что собственников уже функционирующих торговых центров могут заставить переделывать подъездные пути по новым правилам.

НАДО ПЕРЕСТРОИТЬСЯ Руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге Владислав Фадеев отметил, что законопроект появился из-за особенностей расположения торговых центров на МКАД, где количество съездов-выездов действительно чрезмерно затрудняет движение. В Петербурге и прилегающих районах Ленинградской области, по словам господина Фадеева, все крупные объекты уже обладают полосами отвода. «Вопрос лишь в том, насколько они, а также разгонные полосы соответствуют по длине. Возможно, что в ряде случаев владельцам торговых центров может потребоваться переделать подъезд к комплексу в соответствии с требованиями измененного законодательства», — прокомментировал эксперт. Также он считает, что могут возникнуть сложности в согласовании проектов новых торговых центров, если в силу особенностей расположения проекта съезды с федеральных трасс по нормативам сделать сложно или невозможно. Каким образом будет решаться судьба такого рода проектов, пока непонятно, добавил представитель JLL.

Региональный директор департамента стратегического консалтинга Colliers International в России Владислав Николаев отметил, что съезды, которые собственники торговых объектов площадью более

10 тыс. кв. м в любом случае организуют к своим объектам, часто не отвечают нормативам, что приводит к появлению пробок на самих магистралях. Именно поэтому новый закон может упорядочить требования к подъездам и съездам во всех регионах страны. А если он будет правильно реализован, то это позволит уменьшить пробки в зоне появления крупных торговых центров, уверен господин Николаев.

Директор Института транспортного планирования Российской академии транспорта Михаил Якимов также считает новый законопроект вполне уместным, но предлагает рассмотреть проблему гораздо шире. «Дело касается не только дорог федераль-

ного значения, но еще и дорог регионального и местного значения, в том числе и участков улично-дорожной сети. Я знаю, что многие транспортные администрации регионов и крупных муниципальных образований давно озаботились этим вопросом и находят общий язык с инвесторами в рамках существующего правового поля. Задача властей заключается в том, как не ухудшить положение тех людей, которые не являются клиентами этого вновь строящегося торгового центра. Например, в Перми перед инвестором ставится задача, чтобы условия движения тех, кто не является клиентами торгового комплекса, не ухудшились. Без этого проект согласован

не будет», — привел пример Михаил Якимов. Руководитель проектов по направлению «Оценка и финансовый консалтинг» ГК SRG Татьяна Козлова говорит, что когда сейчас торговые центры строят подъезды к объектам, затраты, безусловно, оптимизируются. «С принятием нового закона, с одной стороны, увеличатся затраты на открытие торговых центров, так как это будет обязанностью девелопера. С другой стороны, все расходы в нормативном порядке застройщики смогут отнести к экономически обоснованным затратам в целях оптимизации налогообложения», — высказала свое мнение Татьяна Козлова. По ее словам, увеличение затрат на ин-

фраструктуру приведет либо к росту ставок аренды в торговых центрах и торговой наценки на товары, либо к формированию пула торговых операторов на единой территории для распределения общих расходов на транспортную инфраструктуру.

Юрист московского офиса международной юридической фирмы «Ильяшев и партнеры» Иван Стасюк считает не совсем справедливым тот факт, что расходы будут целиком возлагаться на частное лицо, так как строительство съездов и разгонных полос не просто обеспечит удобный подъезд посетителей к торговому центру, но и в целом улучшит дорожную инфраструктуру в конкретной локации. ■

41 → Главные требования к ним: коммуникабельность, умение договариваться, хорошие связи в нужном сегменте и презентабельный внешний вид. «У GR-менеджера также не должно быть предубеждений к командировкам — скорее всего, летать по стране и за рубеж придется много», — обращает внимание господин Виноградов.

Алексей Моисеев дополняет список требований наличием опыта работы в органах власти и персональных контактов с людьми принимающими в них решения. «Как правило, в зависимости от уровня компании это люди, работавшие на должностях начальников отдела, департаментов, управлений соответствующих служб. Что касается силовых органов и органов правосудия, то это люди в звании подполковника и далее, судьи в отставке», — приводит пример господин Моисеев.

КАК ВЫРАСТИТЬ ЛОББИ Руководитель PR-Службы Navis Development Group Лариса Чистякова считает, что специалистов по GR, так же как и специалистов по PR, сложно подготовить в искусственных условиях институтов или курсов повышения квалификации. «Это работа, которая требует от специалистов знания процессов в той или иной отрасли, знания специфики деятельности, а также функционирования государственного аппарата и конкретных административных сотрудников. Для специалистов по GR принципиально важно иметь налаженные связи как в органах государственной власти, так и в структурах бизнеса», — говорит она. Помимо всего прочего, такие сотрудники должны быть тонкими знатоками человеческой психологии, в хорошем смысле авантюристами и отчасти политехнологами, заключает госпожа Чистякова.

При этом, указывает генеральный директор компании «Амджен» в России и СНГ Олег Парошин, законодательное регулирование лоббизма в России отсутствует как таковое. «Все, что связано с воздействием на органы власти со стороны различных организаций и физических лиц, на данный момент удобнее всего регулировать Уголовным кодексом», — предостерегает он.

Каких-либо специализированных учебных заведений, где могли бы готовить таких специалистов, нет, говорит господин Парошин. Но, в отличие от своих коллег, эксперт не считает, что специалист в области связей с органами госвласти должен иметь большой опыт работы на госслужбе. «Идеальный кандидат — это человек с разносторонним опытом: много в бизнесе, в сферах, связанных с переговорами (лучше в продажах), может быть полезным опыт

работы в общественных или благотворительных организациях. Приветствуется небольшой опыт работы в госструктурах, подчеркиваю: небольшой! Иначе человек не сможет в дальнейшем работать в бизнесе. Лучший вариант, если такой сотрудник будет «выращиваться» в самой компании. Безусловно, это связано с определенными рисками. И на этом этапе HR-отдел должен подключаться и разрабатывать алгоритм удержания ценных кадров», — рассуждает господин Парошин.

Дмитрий Адамович согласен: «К сожалению, государственная система образования не способна подготовить подобного специалиста, так как данная специальность дается в основном как часть направления PR на факультетах журналистики, социологии и философии. Это приводит к вполне ожидаемому результату и вынуждает бизнес выращивать таких специалистов из собственных менеджеров по связям с общественностью, маркетологов, юристов, менеджеров по развитию, продажам или брать на работу бывших депутатов, чиновников, работников администраций и контрольно-ревизионных служб».

Сергей Гирдин уверен, что высококлассными GR-специалистами становятся люди двух категорий. «Первая — это бывшие руководители крупных градообразующих, системно значимых предприятий региона. Как крупнейший налогоплательщик и работодатель такой человек постоянно имеет дело с представителями органов власти и приобретает навыки общения, поиска взаимовыгодных компромиссов, отстаивания своих интересов. Умения, сформированные в процессе подобного «естественного отбора», очень ценны для переговорщика. Вторая — это бывшие чиновники, причем не любые, а работавшие в структурах, которые связаны с распределением бюджетных средств или выполняют какие-либо контролирующие функции в экономике. Такие люди знают «правила игры», в курсе, как работают внутренние механизмы в государственной сфере. Но откуда бы ни пришел человек, он должен обладать еще одной обязательной характеристикой — это обширный круг общения, отличные коммуникативные навыки. Такие люди всегда воспринимаются как «свои» в любой компании», — замечает господин Гирдин. Он уверен, что чаще всего на должность GR-менеджера принимают по рекомендации. Крайне редко компания выращивает такого специалиста из собственного сотрудника. «Есть также практика «хантить» чиновников, находящихся в карьерном тупике: тех, кому долго ждать повышения по карьерной лестнице или придется менять место жительства, уезжать в регионы,

чтобы как-то продвинуться вверх. Бизнес ищет людей в подобной ситуации и предпринимает попытки — зачастую успешные — их переманить», — делится эксперт.

Впрочем, Евгений Антонов перечисляет несколько российских вузов с профильными кафедрами, где готовят специалистов по взаимодействию с органами власти и, где уже есть заметные достижения. «В Петербурге — это СПбГУ, в Москве — ВШЭ, МГИМО, МГУ. Активно развивают направление, например, в СЗИУ РАНХиГС и Политехническом университете. В частности, интересная позиция у СЗИУ РАНХиГС: выпускники академии — это чиновники и представители бизнеса, поэтому не воспользоваться выгодным положением было бы просто непроситительно. Актуальность профессии еще не нашла большого отклика у абитуриентов, но уже в скором будущем интерес будет внушительным, так как все больше компаний нуждается в профессиональном коммуни-

каторе с органами власти. Отмечу, что и власть заинтересована в опытных коммуникаторах, но на уровне g2g (government to government), так как в профессиональных кругах уже давно говорят о «трудностях перевода» между ведомствами», — предвещает господин Антонов.

Заметим, что сотрудничество с госструктурами требует и значительных денежных вложений. «В зависимости от возможностей и размеров компании порядок цифр в нашей стране варьирует от нескольких десятков миллионов рублей до нескольких десятков миллиардов рублей», — оценивает господин Парошин. — Рассчитывать на сумму вложений меньше 20 млн рублей не стоит. К слову, в США бюджеты на сотрудничество с госструктурами в разы больше и начинаются от \$100 млн». В Соединенных Штатах, правда, существует и законодательная база, регулирующая взаимоотношения бизнеса и государства. ■

Москва
Санкт-Петербург
Симферополь
Рязань
Нальчик

ГКР-ЛИЗИНГ

ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ
МОДЕРНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

8(800) 700 14 21
www.gkr-leasing.ru

группа компаний
РАЗВИТИЕ

БЕЗ ПОСРЕДНИКОВ

НА РЫНКЕ ПОЯВИЛОСЬ МНОЖЕСТВО ЭЛЕКТРОННЫХ СЕРВИСОВ, КОТОРЫЕ ПРИЗВАНЫ ПОМОГАТЬ И УСКОРЯТЬ РАБОТУ ФИЗИЦ С НЕДВИЖИМОСТЬЮ. ВСТАЕТ ЗАКОНОМЕРНЫЙ ВОПРОС — НЕ ОТПАДЕТ ЛИ СО ВРЕМЕНЕМ НЕОБХОДИМОСТЬ В АГЕНТАХ? РАЗБИРАЛСЯ КОРРЕСПОНДЕНТ ВВ ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ.

В последнее десятилетие произошло радикальное изменение посреднического рынка. Если раньше, приобретая квартиру, путевку или билеты, люди обращались в агентства недвижимости, бюро путешествий и авиакасс, то сегодня они стремятся купить товар напрямую. Это экономит деньги и время.

В поисках квартиры — изучают сайты застройщиков, группы дольщиков в социальных сетях и объявления на сайтах-агрегаторах. Этих ресурсов в большинстве случаев вполне достаточно, чтобы сделать выбор и совершить покупку. К тому же на законодательном уровне планируется ввести обязательное подписание договора купли-продажи жилого помещения в присутствии нотариуса, говорит Игорь Новгородский, генеральный директор ЗАО «Инвестторг». Поэтому в перспективе трех-пяти лет необходимость в агентствах недвижимости будет снижаться. «Предполагаю, что на рынке останутся несколько сильных игроков, которые будут специализироваться на условно нестандартных услугах. В агентства будут обращаться скорее в исключительных случаях: чтобы снизить возможные риски при заключении сделки, правильно подать документы на ипотеку, подобрать необычный вариант жилья, купить квартиру в другом городе», — считает он.

Президент компании Century 21 Zavidov Юрий Завидов подсчитал, что по итогам 2016 года по всей стране закрылось более 4 тыс. компаний, занимавшихся посредническими услугами на рынке недвижимости, — вдвое больше, чем в 2015 году. «Подобная динамика сохранится и в последующие годы, и лучше уже не будет», — утверждает господин Завидов.

ПО СЕКРЕТУ — ВСЕМУ СВЕТУ «Прошли те времена, когда можно было продать в качестве услуги „доступ к тайной базе квартир“ или „уникальную проверку юридической чистоты с использованием связей в ФСБ, СВР и тайных спецслужб“. Теперь агенту придется объяснять, в чем состоит его услуга, и почему она стоит 2–3–4–15% от суммы сделки, — объясняет руководитель проекта Lifelux.ru Сергей Бобашев. — У агента отбирают кусочки комплексной услуги. Поиск и реклама объекта — порталы по недвижимости. Юридическое сопровождение в случае простой сделки ограничивается архивной „формой 9“. Показы хозяин может проводить и сам. А финансовую схему предложит расчетный центр. Если нужна ипотека (а таких сделок уже большинство), то

значительную часть проверок берет на себя банк. А риелтору остается держать за руки продавца и покупателя».

Правда, добавляет господин Бобашев, профессия риелтора трансформируется очень медленно именно потому, что еще многие нуждаются в такой «поддержке». «Ленятся или не умеют прочитать страничку текста в интернете, — предполагает он. — Но и сложностей в проведении сделок все меньше. Так что в том виде, в каком мы привыкли видеть агента по недвижимости, его и вправду через какое-то время не будет. Но это не значит, что услуга по продаже квартиры не будет востребована».

Генеральный директор агентства недвижимости «Невский простор» Александр Гиновкер, вице-президент Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга и Ленинградской области, придерживается иного мнения. «Происходит активное вытеснение бумажных носителей и бурное развитие МФЦ, где можно многие вопросы решить в электронном виде. Сюда же можно отнести различные электронные доски объявлений по покупке и продаже, банковские сервисы, начиная от подачи заявки на ипотеку в онлайн и заканчивая дистанционным проведением сделок с электронной регистрацией прав собственности. У граждан создается иллюзия, что все эти действия простые и их можно проделать самостоятельно. Для этого, как показывают в рекламе, достаточно обвести пальцем на экране компьютера желаемое место будущего проживания, — рассуждает господин Гиновкер. — Но пока можно говорить о несовершенстве многих из этих сервисов. Случается, что ресурс на долгое время выходит из строя, к тому же в его работе возникает множество ошибок». Кроме того, для эффективной работы с подобными сервисами их вначале надо освоить, что требует времени и навыков.

ЛИЧНЫЙ КОНТАКТ Появление интернет-магазинов не сделало всех интернет-покупателями, сравнивает Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент». «Люди все равно берут свою авоську, идут в магазин, а ведь давно уже могли бы заказать продукты по телефону или через интернет», — говорит она. Эксперт полагает, что в работе на вторичном рынке огромное значение имеет не только анализ документов и процедурная подготовка сделки, но и личный контакт: посредничество позволяет избежать эмоциональных ситуаций, дает возможность договориться в соответствии с



МАССОВЫЕ ПРОДУКТЫ ЛЮДИ ГОТОВЫ ПРИОБРЕТАТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНО. НО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЭЛИТНОМУ ЖИЛЬЮ ПРЕДПОЧИТАЮТ ПОЛУЧАТЬ ИЗ РУК ПРОФЕССИОНАЛА

деловой практикой, традициями рынка, в том, что касается передачи документов, расчетных книжек, ключей, освобождения квартиры и что в каком порядке происходит. «Сделки, как правило, представляют собой длинные цепочки взаимодействий, с увязыванием интересов несовершеннолетних, ипотечных заемщиков. Вся эта материя не может быть отброшена и оставлена вне рамок законодательного регулирования», — аргументирует госпожа Денисова.

Руководитель группы по предоставлению услуг предприятиям сектора недвижимости Deloitte Сергей Турушев рассказывает: «В кризисные годы многие девелоперы жилья взяли курс на усиление внутренних компетенций и отказ от аутсорсинговых и посреднических услуг. Вместо того, чтобы платить комиссию от продаж квартир эконом- и комфорт-класса риелторам, сегодня девелоперы платят бонусы от продаж собственным менеджерам. Хотя для жилья элитного класса эта тенденция не является такой однозначной».

В элитном сегменте количество потенциальных покупателей от риелторов может достигать до 30%, оценивает директор по продажам и маркетингу ООО «ГПБИ Девелопмент Северо-Запад» Елена Каратаева. Востребованность этой услуги на первичном рынке недвижимости премиум-класса объясняется желанием покупателя видеть весь спектр вариантов.

Однако для массовых продуктов, уверен господин Турушев, профессия посредника потеряла актуальность. «То же можно сказать и в отношении торговой недвижимости, но не в силу однородности объектов, а в силу углубления экономических взаимоотношений между владельцем торгового центра и его арендаторами, — объясняет он. — Таким образом, риелторы выходят из игры на рынке жилья вследствие упрощения процесса поиска продавцов и покупателей и повышения информационной прозрачности, а на рынке торговой недвижимости — напротив, вследствие усложнения процесса приведения интересов арендаторов и арендодателей к единому знаменателю».

Директор по маркетингу и исследованию рынка ФСК «Лидер» Ксения Цаплина приводит иное мнение. Сейчас крупные девелоперы начинают прорабатывать но-

вый сервис — онлайн-покупку квартиры. «Внедряется данный сервис с целью сделать приобретение квартиры для покупателя менее хлопотным занятием. Однако всю работу по оформлению документов, сопровождению сделки электронный сервис не может взять на себя. Этим занимается как раз сотрудник агентства недвижимости». Возможно, с развитием подобных услуг штат сотрудников риелторских фирм может стать меньше, но это вовсе не означает, что профессия изживет себя, считает эксперт, напротив, компетенция расширится за счет освоения новых сервисов, технической базы, методик поиска и привлечения клиентов.

ВЫМИРАНИЕ «ВОЛКОВ» Надежду, что профессиональные посредники останутся востребованными, разделяет большинство профессионалов. Однако в каком виде будут работать риелторские агентства, единого мнения среди экспертов нет. Руководитель межрегиональной жилищной программы «Переезжаем в Петербург» Николай Лавров отмечает, что кризис сильнее всего усугубил противостояние опытных агентов из 1990–2000-х и их нынешних руководителей: «Денег стало меньше, но каждая из сторон считает их своими. „Дети“ делают ручкой „маме“ и отправляются либо в свободное плавание, либо к хитрой „мачехе“, которая решила собрать с рынка чужих „детей“, посулив им 100% со сделки», — образен господин Лавров. По его наблюдению, риелторы считают, что с новыми сервисами они могут сами все сделать и агентство им не нужно. А агентство решает, что ему не требуются „звезды“, которые зарабатывают деньги себе, а не фирме.

Рынок перестраивается от «одиноких волков» высокой квалификации, на все руки мастеров — к сегментированной работе, когда услугу не менее качественно оказывает фирма, а не агент. «Это цивилизует рынок, увеличивает контролируемость заказчиком процесса, есть возможность безболезненно заменять исполнителя. Ответственность перед клиентом несет агентство. Повышается рентабельность агентского бизнеса, соответственно, он может развиваться и улучшать качество услуг», — резюмирует господин Лавров. ■

КВАРТИРНЫЕ КРЕПОСТНЫЕ жилищный вопрос

ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТРО СТОИТ В РОССИИ, И ЭТИМ УМЕЮТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ РАБОТОДАТЕЛИ, ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ В ТОМ, ЧТОБЫ УДЕРЖАТЬ У СЕБЯ ВЫСОКОКЛАССНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ. КАК ОТМЕЧАЮТ ЭКСПЕРТЫ, В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ В КОМПАНИЯХ ВСЕ ЧАЩЕ СТАЛИ ПОЯВЛЯТЬСЯ БОНУСНЫЕ ПРОГРАММЫ, ПОЗВОЛЯЮЩИЕ РАБОТНИКАМ НА ВЫГОДНЫХ УСЛОВИЯХ ПРИОБРЕТАТЬ ЖИЛЬЕ. РОМАН МАСЛЕННИКОВ

Обычно компании активно помогают сотрудникам в решении жилищного вопроса, если речь идет о релокации ценных специалистов из других регионов. Так, работодатель может полностью или частично оплачивать аренду квартиры на протяжении всего срока работы человека в компании, а иногда и предоставить более привлекательные условия по приобретению жилья.

ВСЕОБЩИЙ ПЕРЕЕЗД Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», говорит: «Работая на рынке масс-маркета, мы не так уж редко сталкиваемся с тем, что объект приобретается либо на юридическое лицо для кого-то из сотрудников, либо непосредственно на конкретного человека. При этом используется единовременная помощь или корпоративное субсидирование такого приобретения». Она отмечает, что немало компаний, необязательно крупных, помогают при решении жилищного вопроса, особенно если речь идет о приглашении на работу специалиста узкого профиля. Обычно это делают не в рамках большой корпоративной программы, а в качестве индивидуальных условий по трудовому договору. Самый распространенный пример поддержки, говорит госпожа Денисова, — это корпоративные программы для сотрудников «Газпрома». «Так, „Две столицы“ — программа по переселению внутрикорпоративных структур „Газпрома“ в Петербург — предполагает льготную ставку по субсидированию», — рассказывает эксперт.

Директор по персоналу и административным вопросам ААГ Анна Подольская добавляет: «Если речь идет о топ-менеджерах, то здесь бывают варианты предоставления сотруднику квартиры в качестве бонуса за определенный период работы в компании. Более частая практика — это предоставление временного жилья сотруднику на период его трудоустройства, например, если работодатель находится в другом городе».

Помощь в приобретении жилья предлагают сотрудникам компании, преимущественно из таких сфер, как производство, автотранспорт и строительство, говорит эксперт по подбору персонала кадрового холдинга «Анкор» Наталья Посадских. Другой эксперт холдинга, Ольга Мудракова, в качестве примера приводит завод Nokian Tyres под Санкт-Петербургом. Компания построила в Ленинградской области несколько жилых домов высотой до шести этажей и предложила своим работникам следующую жилищную программу. Сотрудник может приобрести квартиру в таком доме в ипотеку в два-три раза выгоднее, чем диктует рынок. При этом он обязуется проработать в компании не менее семи лет. В случае если человек покидает компанию ранее оговоренного



ЕСЛИ РАБОТНИК НЕЛОЯЛЕН ФИРМЕ, ОБЯЗАТЕЛЬСТВО ОСТАВАТЬСЯ ЕЕ СОТРУДНИКОМ В ОБМЕН НА ПОМОЩЬ В ПРИОБРЕТЕНИИ ЖИЛЬЯ ОБЕРНЕТСЯ КАБАЛОЙ

срока, он выплатит работодателю определенную сумму.

«Другая компания, работающая в сфере производства и поставок электрооборудования, дает своим сотрудникам денежные займы на покупку квартиры. Ежемесячно определенная часть зарплаты таких сотрудников удерживается в счет погашения долга. Благодаря этой программе сотрудникам не приходится брать кредиты в банках под процент. В случае если сотрудник решает покинуть компанию до того, как долг будет погашен, он обязан выплатить всю оставшуюся сумму единовременно», — рассказывает госпожа Мудракова.

Также в ипотеку на более выгодных по сравнению с рынком условиях предлагает своим сотрудникам приобрести квартиру компания, занимающаяся строительством жилых домов, приводит еще один пример Наталья Посадских. «Сотрудники также обязуются полностью погасить долг перед компанией, если решают уйти из нее до того, как будет выплачена ипотека. Эти и подобные им жилищные программы выгодны работодателям как инструмент привлечения и удержания специалистов», — полагает эксперт.

ЧТО НАМ СТОИТ ДОМ ПОСТРОИТЬ

Чаще всего льготные программы по приобретению жилья «для своих» предоставляют именно компании в области жилищного девелопмента. Директор департамента по маркетингу и продажам ЗАО «Балтийская жемчужина» Ван Ли рассуждает: «Подход застройщиков к этому вопросу понятен: сотрудникам автомобильного салона дают скидку на машину, работникам магазина бытовой техники — на эту категорию товаров. Наша компания тоже предоставля-

ет скидку сотрудникам на свой продукт, а именно на жилье в „Балтийской жемчужине“. Достаточно много сотрудников пользуется этим предложением. Сейчас на территории нашего микрорайона живет (приобрели или пока снимают) около 30% сотрудников компании».

Генеральный директор ЗАО «Инвестторг» Игорь Новгородский отмечает, что вариантов помощи несколько: застройщик предлагает купить квартиру по цене ниже рыночной, на уровне pre-sale, или выступить поручителем при оформлении ипотечного кредита (этот вариант предлагается преимущественно сотрудникам, занимающим руководящие позиции). «Такое сотрудничество зачастую положительно сказывается на всех участниках процесса. Работник получает возможность решить жилищный вопрос, а компания — замотивированного исполнителя», — считает господин Новгородский.

Генеральный директор компании «Технониколь» Владимир Марков рассказал, что сотрудники, проработавшие в компании более трех лет, могут рассчитывать на компенсацию части процентов по ипотечному кредитованию. «Компенсация рассчитывается автоматически по специальной формуле и выплачивается раз в год после предоставления необходимых документов. Процент компенсации увеличивается по мере роста стажа сотрудника», — говорит господин Марков.

Корпоративные жилищные программы довольно распространены и в банковской сфере, утверждает руководитель группы ипотечного кредитования ГК «Гранель» Наталья Мясоедова. Для сотрудников банков всегда действуют льготные условия кредитования (как правило, не только по ипотеке, а по всем продуктам) — это может быть

сниженная процентная ставка по кредиту, компенсация части ежемесячного платежа или льготные цены (дополнительные скидки) на объекты недвижимости от застройщиков-партнеров. «Что касается „Гранель“, то никаких льгот для сотрудников по ипотечному кредитованию нет. Однако в компании есть положение о рассмотрении цены на индивидуальных условиях для сотрудников, ведь команда является одним из важнейших элементов успешной работы ГК. Таким образом, каждый сотрудник вправе получить уникальное предложение на квартиры в собственных жилых комплексах. Условия предоставления скидок и бонусов напрямую зависят от стажа работы в компании», — делится госпожа Мясоедова.

ЛЬГОТНАЯ РУТИНА

Руководитель маркетинга и аналитики «Лаборатории метр» Елизавета Яковлева рассказывает, что различные схемы продажи квартир в своих домах сотрудникам на льготных условиях практикует компания «Северный город». «Крупные банки предоставляют своим сотрудникам эксклюзивные условия на ипотечные кредиты. А ранее программами по обеспечению своих сотрудников жильем славилась компания РЖД. По заказу железнодорожников даже было построено несколько домов. Затем программа свернулась до специальных условий по ипотеке, а сейчас, похоже, и они канули в Лету». Известно, что в западных странах, добавляет эксперт, у большинства населения владение жильем вообще не пользуется популярностью — люди арендуют там, где им удобно жить и работать. Поэтому среди западных компаний распространена практика компенсации аренды жилья для сотрудников при переезде из других регионов и стран.

Впрочем, некоторые работодатели полагают, что решать жилищный вопрос своих подчиненных — не их головная боль. Некоторые, более того, полагают, что это может пойти во вред фирме. Так, CEO и основатель iSpring Юрий Усков рассказал, что пару лет назад компания практиковала выдачу сотрудникам беспроцентного займа для приобретения жилья. «Вначале идея всем казалась привлекательной. Сектор IT — это, как правило, молодой коллектив: молодые семьи, маленькие дети, ипотека. Как работодатель я был уверен, что это идеальный способ „поддержать своих“. Но не учел одного аспекта: короткая эйфория от выгодного приобретения сменяется рутинными буднями и мыслями о долге перед компанией, а это имеет серьезные отрицательные последствия. Сейчас, я уверен, самое эффективное — создавать возможность зарабатывать больше. Сотрудники сами решат жилищный вопрос, если нужно — с помощью кредитных организаций», — аргументирует эксперт. ■

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ УКЛОНИСТЫ

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ГОРОДА И ИНВЕСТОРОВ — МАТЕРИЯ ТОНКАЯ. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ, ДЕФИЦИТ БЮДЖЕТА, СМЕНА КОМАНДЫ АДМИНИСТРАЦИИ И ПЕРЕСМОТР ГОРОДСКОЙ ПОЛИТИКИ МОГУТ СТАТЬ ПРИЧИНАМИ НЕВЫПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ВЛАСТЕЙ ПЕТЕРБУРГА ПЕРЕД БИЗНЕСОМ. ПРЕДСТАВИТЕЛИ ПОСЛЕДНЕГО ДАЖЕ В УСЛОВИЯХ СОРВАННЫХ КОНТРАКТОВ И ПОНЕСЕННЫХ ПОТЕРЬ НЕ СПЕШАТ ВЫСКАЗЫВАТЬСЯ ОТКРЫТО, ВЕДЬ «ИМ ЕЩЕ ТУТ РАБОТАТЬ». МЕЖДУ ТЕМ ПОДОБНЫЕ ГРОМКИЕ ИСТОРИИ НЕ ЛУЧШИМ ОБРАЗОМ СКАЗЫВАЮТСЯ НА ИНТЕРЕСЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ К СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЕ. АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

Отследить выполнение взятых городом в рамках инвестпроектов обязательств проще всего по крупным объектам, так как их условия обычно объявляются публично. Гораздо сложнее — по более мелким, которых в разы больше, но афишируются они не так детально. Не говоря уже о различных прямых функциях городской администрации, например, об инженерной подготовке территорий промышленных зон.

КЛЯТВА ЗЕМЛЕЙ Так, при строительстве автомобильного завода компании Nissan Петербург брал на себя обязательства по ликвидации мусорной свалки недалеко от производственной площадки. «Ликвидация свалки была в соглашении, подписанном с городом. Свалка не ликвидирована, — подтвердил директор по коммуникациям Nissan Россия Роман Скольский. — Все остальные обязательства города перед предприятием выполнены». Речь идет о крупнейшей мусорной куче на севере города — «Новоселки». В комитете по инвестициям (КИ), наследнике комитета по инвестициям и стратегическим проектам, курировавшем инвестпроект автомобильной компании в городе, не смогли прокомментировать ситуацию. Завод был запущен в 2009 году.

Город также не единожды менял свои решения в отношении земельных участков и объектов недвижимости и впоследствии вынужден был компенсировать инвесторам понесенные затраты. Например, он должен был передать несколько земельных участков компании «Плаза Лотос Групп» Михаила Зингаревича в обмен на Конюшенное ведомство, полученное инвестором в 2010 году, при бывшем губернаторе Петербурга Валентине Матвиенко, целевым образом за 20 млн рублей. Компания планировала реконструировать объект под апарт-отель, но в конце 2015 года стало известно, что здание Конюшенного ведомства останется в городской собственности.

Не судьба была появиться и другому апарт-отелю. После вмешательства градозащитников группе ЛСР запретили сносить «блокадную» подстанцию на набережной реки Фонтанки. Инвестор требовал компенсации в размере 400 млн рублей, однако выплачена она или удалось урегулировать конфликт иным способом — неизвестно. Ни в «Плазе Лотос Групп», ни в ЛСР комментировать ситуацию не стали.

ПЛАНОВЫЕ ВЫПЛАТЫ Правительство Петербурга, однако, старается выполнять



НЕСМОТЯ НА НЕЖЕЛАНИЕ ТРАТИТЬ БЮДЖЕТНЫЕ СРЕДСТВА НА ВЫКУП ПОМЕЩЕНИЙ В «НЕВСКОЙ РАТУШЕ», ПРАВИТЕЛЬСТВО ВСЕ ЖЕ ЗАПЛАНИРОВАЛО 14,4 МЛРД РУБЛЕЙ АССИГНОВАНИЙ ДО 2027 ГОДА

обязательства, связанные с финансовыми затратами из бюджета, в случае если они изначально заложены в инвестпроекты. Например, в прошлом году город приступил к выплате компенсации компании ООО «Магистраль Северной столицы» (МСС), эксплуатирующей Западный скоростной диаметр (ЗСД). Выплаты из бюджета были заложены в проект, подчеркивает представитель МСС Андрей Цапу, добавляя, что именно «уровень максимально компенсируемых затрат (МКЗ), затраты связанные со строительством и эксплуатацией ЗСД. — **BG**) являлся одним из основных критериев конкурса на право заключения соглашения о ГЧП с Петербургом, и предложение МСС оказалось наиболее выгодным для города». «Так как в первые годы эксплуатации выручка от сбора платы за проезд недостаточна для покрытия затрат, город компенсирует разницу между выручкой и уровнем МКЗ, — рассказывает господин Цапу. — Выплата субсидии из бюджета Петербурга ожидается в 2016–2019 годах, начиная с 2020 года прогнозируется выход проекта на самоокупаемость (превышение годовой выручки уровня МКЗ). Выплата по итогам 2016 года эксплуатации составила 4,7 млрд рублей».

Недавно после некоторой паузы администрация также заявила о готовности исполнить свои обязательства по соглашению с компанией «ВТБ Девелопмент» о выкупе помещений в административно-деловом центре «Невская ратуша», изначально запланированных в проекте под

размещение структур Смольного (здание «Смольный-2»). Еще в бюджете на 2014 год Петербург резервировал на эти цели более 10 млрд рублей. Окупить затраты изначально планировалось за счет продажи десятков высвобождающихся объектов общей площадью около 100 тыс. кв. м, практически все они находятся в дорогостоящих локациях в историческом центре города. Однако после этого Смольный запросил у инвестора рассрочку, а на протяжении некоторого времени в правительстве города и вовсе были не готовы к переезду, ссылаясь на нежелание тратить бюджетные средства. Теперь же стало известно, что в новый центр переедет 15 комитетов и три ведомственных учреждения. «Переезд ведомств позволит снизить нагрузку на городской бюджет, а также продать или сдать в аренду площади», — такова нынешняя позиция петербургской администрации.

Впрочем, в пресс-службе компании «ВТБ Девелопмент» сообщили, что разрешение на ввод в эксплуатацию здания администрации получено в феврале 2016 года; в мае 2017 года город и застройщик проекта «Невская ратуша» ЗАО «М» (входит в «ВТБ Девелопмент») подписали госконтракт о выкупе части помещений в комплексе. «Первый платеж уже произведен», — уверили там.

В ответе вице-губернатора Михаила Мокрецова на запрос **BG** говорится, что с 2017 по 2027 год на выкуп предусмотрено более 14,4 млрд рублей бюджетных ассигнований. «Правительством Петербурга

рассматривается возможность приватизации части высвобождаемых объектов нежелого фонда путем продажи по результатам аукционов, проводимых АО «Фонд имущества Санкт-Петербурга», — передал господин Мокрецов.

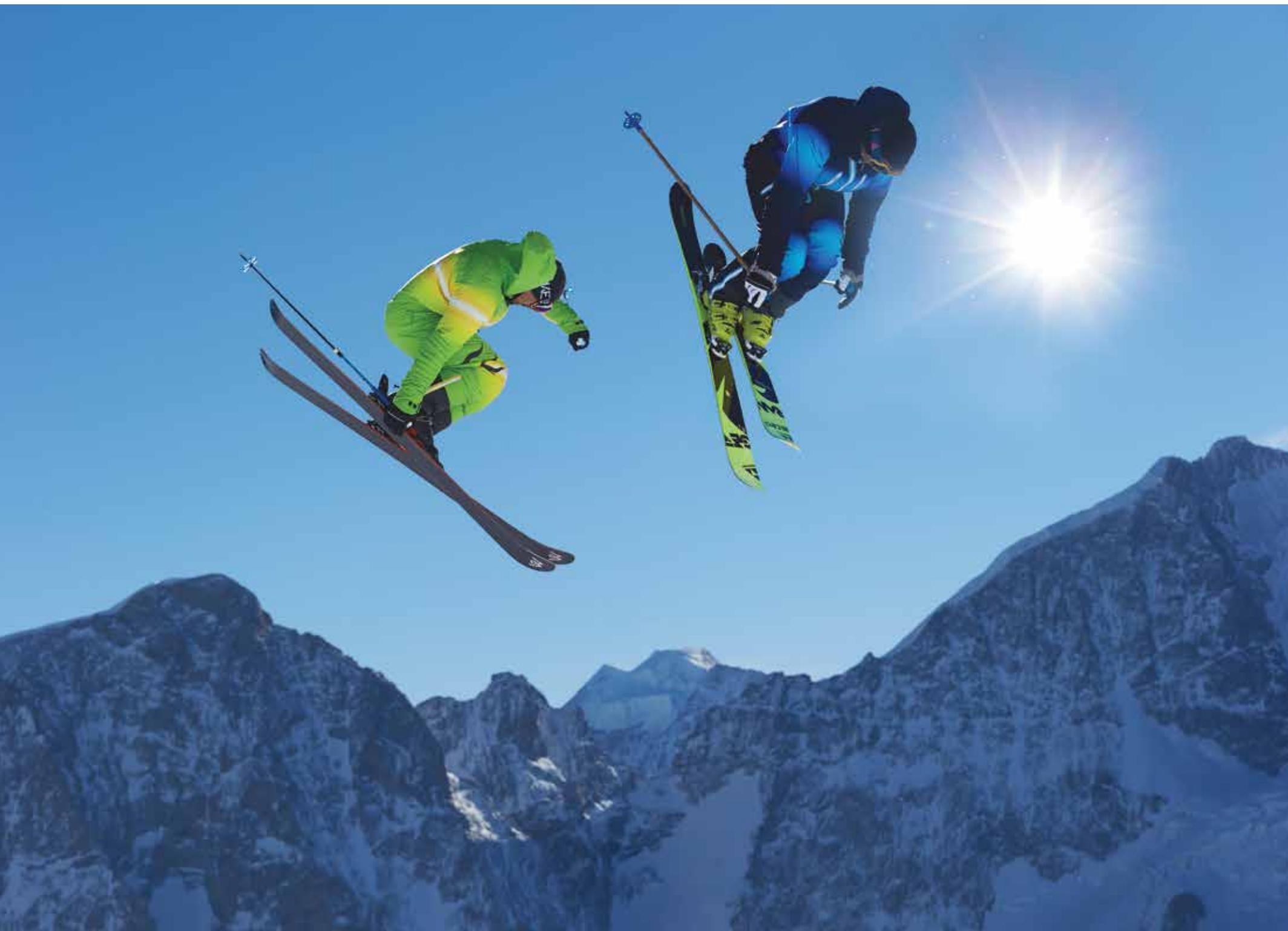
По мнению руководителя отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg Игоря Кокорева, плюс проведения аукционов — в наличии четкой даты, но гарантии продажи объекта все же нет, равно как нет и гарантии, что аукционная схема позволит получить максимальную стоимость продажи. ««Невская ратуша» стартовала в более благоприятной экономической ситуации. То, что город не хотел изымать значительные деньги из бюджета, объяснимо. Потребности комитетов в помещениях и так в основном закрыты, а аренда, при необходимости, для бюджета в целом выгоднее выкупа, поскольку меньше пиковая нагрузка», — рассуждает эксперт.

НОВЫЕ ПРАВИЛА «Естественно, такие моменты не проходят бесследно, но в массе своей они касаются крупных инфраструктурных или строительных проектов, заключенных при предыдущей администрации, которая работала в иных экономических и геополитических условиях, — говорит региональный координатор «Клуба лидеров» в Санкт-Петербурге и Ленинградской области Вячеслав Трактенко. — Я думаю, что с самого начала работы сегодняшней администрации города все инвесторы изначально закладывают в свои проекты понимание большей консервативности и умеренности в подходах к инвестиционным проектам. И, несмотря на то, что назвать какие-то крупные знаковые проекты для города на текущий момент тяжело, статистика показывает, что объем инвестиций год от года растет».

В КИ сообщили, что с 2012 по 2016 год прирост инвестиций в основной капитал составил 25% в сопоставимых ценах. Индекс роста инвестиций в основной капитал за период со второго квартала 2012 года по второй квартал 2017 года составил 111,5% (то есть совокупный прирост составил 11,5%).

Однако аналитик IFC Markets Дмитрий Лукашов приводит другую статистику: объем прямых иностранных инвестиций в экономику Петербурга с 2013 по 2016 год сократился почти в два раза, с \$13 до \$7,6 млрд. «Хозяйственные споры частных инвесторов и администрации города неизбежны, но они почти незаметны в сравнении с западными санкциями», — считает он. ■

BOGNER



Санкт-Петербург,
галерея бутиков «Гранд Палас»,
Невский пр., д. 44 / ул. Итальянская, д. 15, бутик 343, 347,
тел. +7 (812) 449-95-50, 449-94-16,
Большой пр. Петроградской стороны, д. 48,
тел. +7 (812) 449-84-42, 449-84-43
www.bogner.spb.ru

ЗАПРЕТНАЯ СВЯЗЬ

НА ФОНЕ ПРИНЯТИЯ «ПАКЕТА ЯРОВОЙ», СПОРОВ О ГРАНИЦАХ РЕГУЛИРОВАНИЯ СВОБОДЫ В ИНТЕРНЕТЕ, ПЕРЕПИСКИ ГЛАВЫ РОСКОМНАДЗОРА С ПАВЛОМ ДУРОВЫМ О БЛОКИРОВКЕ TELEGRAM В РОССИИ БИЗНЕС ПРОДОЛЖАЕТ ИСКАТЬ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ ФОРМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ. КТО-ТО ОТКАЗЫВАЕТСЯ ОТ КОММУНИКАЦИИ С ПОМОЩЬЮ E-MAIL В ПОЛЬЗУ МЕССЕНДЖЕРОВ, ДРУГИЕ С ИХ ПОМОЩЬЮ УЖЕ ПРОДАЮТ АВТОМОБИЛИ. ЭКСПЕРТЫ, ВПРОЧЕМ, УВЕРЕНЫ: ВАЖНЫЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ НЕ ЗАВЯЗАНЫ НА ВИРТУАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ, А БЛОКИРОВКИ ДОВОЛЬНО ПРОСТО ОБОЙТИ. АЛИНА ТРЕТЬЯКОВА

С начала года Роскомнадзор внес в Репозиторий запрещенных более 91 тыс. сайтов и отдельных страниц. Из них, по данным ведомства, в настоящее время блокируется более 35 тыс.

В июне прошлого года был принят пакет «антитеррористических» законопроектов, так называемый «пакет Яровой» (внесен депутатом Ириной Яровой и сенатором Виктором Озеровым). Комплекс поправок поднял волну недовольства и протестные акции, вызвал массу споров о границах регулирования виртуального пространства. Операторы связи с 2018 года будут полгода хранить все записи звонков и сообщения пользователей, а использующие метод шифрования данных сервисы обязаны будут по требованию ФСБ расшифровывать любую информацию клиентов.

Этим летом к обсуждению темы ограничения свободы в интернете вернулись на фоне открытой переписки между руководителем Роскомнадзора Александром Жаровым и основателем Telegram Павлом Дуровым. Тогда глава ведомства пригрозил, что если господин Дуров не раскроет регистрационные данные компании, мессенджер заблокируют в России. В итоге основатель Telegram сообщил, что все необходимые Роскомнадзору данные «есть в открытом доступе», и сервис, наконец, был официально зарегистрирован.

Внимание клиентов и партнеров большинства компаний смещается в различные мессенджеры и социальные сети, а собственники замечают всеобщую диджитализацию, утверждает генеральный директор компании «ОблакоТек» Максим Захаренко. «Все блокировки популярных сетей под предлогом борьбы с экстремизмом и терроризмом просто отбрасывают нас обратно в прошлое», — уверен он.

ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ По данным исследовательской компании Mediascore, на которую в мае ссылался «Ъ», самым популярным мессенджером в России является

WhatsApp с аудиторией более 10 млн активных пользователей, на втором месте — Viber (используют более 8,6 млн человек). По данным сервиса Combot, аудитория Telegram в феврале достигла 6 млн русскоязычных пользователей.

Различные мессенджеры с функцией конечного шифрования плотно вошли в жизнь делового сообщества, замечает генеральный директор исследовательской компании MAR Consult Дмитрий Шиманов. «Они позволяют сохранить конфиденциальным общение между партнерами и другими стейкхолдерами, не распространяют личную информацию о предпочтениях и поведении, которая потом используется для таргетированной рекламы», — добавляет господин Шиманов.

CEO сервиса по поиску трансфера и аренды автомобилей GetTransfer Александр Сапов утверждает, что 80% обмена информации с клиентами и перевозчиками компании проходит через Facebook, Telegram, WhatsApp и встроенный в сайт сервиса чат.

«В нашей команде Telegram является основным каналом общения. Все рабочие часы находятся именно здесь. В Facebook быстро и удобно искать профессиональные контакты», — делится руководитель службы Social Media Альфа-банка Валентин Васин.

По словам управляющего директора инвестгруппы «Норд-Капитал» Михаила Ханова, в Telegram у сотрудников компании заведены рабочие чаты по таким направлениям, как маркетинг, продажи, проекты, а с помощью Facebook они рассматривают потенциальных партнеров — «кто они и что они».

Мессенджеры, заключают собеседники ВГ, ускоряют процесс коммуникации с клиентами и внутри компании, позволяя оперативнее решать текущие вопросы.

ПРЫЖКИ ЧЕРЕЗ ЗАБОР «Такие HR-процессы, как рекрутмент, бренд ра-



РОСКОМНАДЗОР ИЩЕТ ПОДВОХ ВО МНОГИХ МЕСТАХ

ботодателя, уходят в виртуальное пространство. Через мессенджеры удобно осуществлять коммуникацию с кандидатами, это ускоряет процесс подбора», — согласен Альберт Мицевич, руководитель отдела по работе с персоналом онлайн-сервиса микрокредитования «Честное слово». До ноября прошлого года осуществлять перечисленные функции помогала и социальная сеть LinkedIn, ныне заблокированная в России. Компания отказалась локализовать на территории страны собственные серверы с информацией о зарегистрированных российских пользователях, которых в начале 2016 года насчитывалось около 5 млн.

Блокировка LinkedIn сильно снизила охват аудитории соискателей на вакансии, отмечает господин Мицевич. Более того, многие игроки, работающие за рубежом, оказались к этому не готовы. «Наша компания предлагает услуги карьерного консультирования менеджерам преимущественно западных и крупных российских компаний. Для продвижения и построения бренда мы изначально использовали LinkedIn до печального ноября 2016 года. В декабре мы вдруг оказались совсем без продаж», — признается Екатерина Горшкова-Бекетова, партнер Beketov Group.

Работодатели утверждают, что соцсеть LinkedIn служила универсальным инструментом рекрутинга. «Многие программисты, тестировщики использовали именно эту социальную сеть для поиска работы. Компании находили сотрудников и оценивали их профессиональные компетенции в LinkedIn. Мы работаем с государственным сектором и не можем обходить его блокировку. Это привело к потере одного из эффективных HR-каналов и несколько усложнило нашу работу», — делится директор по персоналу IT-компании «Нетрика» Юлия Саландаева.

Часть аудитории, такими ограничениями не связанная, продолжает использовать социальную сеть с помощью анонимайзеров и VPN-сервисов. «Пока мы искали альтернативные каналы продаж, к середине января пользователи LinkedIn начали обеспечивать себе доступ через VPN, и ситуация постепенно пришла в норму», — рассказывает госпожа Горшкова-Бекетова.

Генеральный менеджер компании «Марвел-Дистрибуция» Константин Шляхов утверждает, что возможность находить нужные контакты в сети LinkedIn была бесценной. «Особенно это касалось зарубежных вендоров. К сожалению, в этом вопросе альтернативы ему до сих пор нет», — добавляет он.

СВОЕ ДЕЛО — СВОЯ СЕТЬ Большинство крупных современных компаний стремится к созданию внутреннего корпоративного портала, то есть собственной социальной сети. «В нашем случае интранет развернут на базе популярной платформы „1С-Битрикс“. Внутренняя социальная сеть оказалась довольно жизнеспособным проектом. Ею пользуются те, кто в принципе привык к общению в социальных сетях, а также те, кто оценил удобство совместного защищенного доступа к информации. И если есть еще коллеги, которые по каким-то своим причинам не регистрируются на Facebook или LinkedIn, то в интранете они, как правило, чувствуют себя свободнее: работодатель и так обладает персональными данными сотрудников, а значит, проблема Большого брата неактуальна», — делится опытом Константин Шляхов.

Компания Mango Office, обеспечивающая бизнес облачными сервисами для коммуникаций, создала собственный корпоративный мессенджер — MangoTalker, работающий как на мобильных устройствах, так и в десктопной версии. Сервисом пользуется 23% из 40 тыс. клиентов компании. «Где бы ни находился сотрудник, он всегда остается в периметре рабочих коммуникаций и не зависит ни от конкретного устройства, ни от собственного местоположения. Доступ к переписке и звонкам можно получить исключительно при наличии корпоративной учетной записи: сообщения и звонки шифруются. При этом руководитель в любой момент может проверить, кому и какой файл или сообщение были отправлены, с кем и о чем говорили сотрудники. Вся информация находится в облачном хранилище, звонки проходят через виртуальную АТС, попадают во все статистики и при необходимости записываются», — рассказывает руководитель отдела маркетинга Mango Office Андрей Козловский. ■

«СПОРТ ОТЛИЧНО ДЕМОНИСТРИРУЕТ СИЛУ ДУХА В БОРЬБЕ С СОПЕРНИКАМИ И СО СТИХИЕЙ»

В НАЧАЛЕ СЕНТЯБРЯ В ПЕТЕРБУРГЕ ЗАВЕРШИЛАСЬ БАЛТИЙСКАЯ РЕГАТА ОТКРЫТОГО МОРЯ NORD STREAM RACE 2017, ОРГАНИЗОВАННАЯ ЯХТ-КЛУБОМ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПАО «ГАЗПРОМ» И NORD STREAM AG. НА ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ КОРРЕСПОНДЕНТ АЛЕКСЕЙ КИРИЧЕНКО ПОСТАРАЛСЯ УЗНАТЬ У ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО ДИРЕКТОРА NORD STREAM AG, ЗАЧЕМ КОМПАНИИ ГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ ВЫХОДИТЬ «НА ВОДУ» И КАК МЕНЯЕТСЯ СОРЕВНОВАНИЕ С ГОДАМИ.

BUSINESS GUIDE: Что представляет собой прошедшая регата?

АЛЕКСЕЙ ЗАГОРОВСКИЙ: История Nord Stream Race как дружественного соревнования стран Балтийского региона началась в 2012 году. Инициаторами проведения этого соревнования выступили председатель правления ПАО «Газпром» Алексей Миллер и Яхт-клуб Санкт-Петербурга. Подобно трубопроводу Nord Stream, благодаря которому регата получила свое название, соревнования были призваны объединить Россию и Европу. С тех пор в регате приняли участие представители одиннадцати стран.

В 2017 году Nord Stream Race меняет структуру регаты. Гонка стала еще ближе к парусному сообществу Балтики благодаря партнерству с национальными парусными лигами Германии, Дании, Швеции, Финляндии и России.

Парусные клубы страны соревнуются между собой за звание чемпиона национальной лиги. Победители национальных лиг становятся участниками Nord Stream Race. К примеру, в этом году Россию представлял клуб Lords of the Sail из Екатеринбурга. Он прошел отбор из более чем двадцати российских парусных клубов и победил в российской лиге в прошлом году. В новом сезоне регата посетила пять стран, чьи национальные парусные лиги представлены в Nord Stream Race. Визит гонки в Швецию, Данию и Финляндию состоялся впервые. Участие в гонке команд победителей своих национальных лиг обеспечило интерес миллионов болельщиков к нашему проекту и, соответственно, рост целевой аудитории регаты.

BG: Что вы думаете по поводу победы шведской команды?

А. З.: «Спорт объединяет Балтику» — такой девиз регаты в этом сезоне, и он выражает наше стремление. Для нас было главным обеспечить дух соревнования. Несмотря на то, что команда из Швеции молодая, юношеского запала и дерзости им хватило для того, чтобы выиграть Nord Stream Race. Они были яркими лидерами на протяжении всего мероприятия. Отмечу и достижение российской команды — в домашней гонке из Хельсинки до Санкт-Петербурга они одержали победу над командами из Швеции, Финляндии, Дании и Германии.

BG: Новый формат гонки необычен для мирового яхтинга. В чем особенность принятых изменений?

А. З.: До появления Nord Stream Race в Балтийском море, как это ни странно, не су-



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

ществовало парусной регаты, которая бы объединяла страны этого региона. А наша вписала новую строчку в спортивную жизнь севера Европы. Огромный вклад в развитие этого соревнования внес Владимир Любомиров, командор Яхт-клуба Санкт-Петербурга.

Еще одной особенностью регаты является тот факт, что с 2017 года регата Nord Stream Race стала состязанием лучших парусных команд пяти стран за звание лидера. Подобной квалификации для участия в регатах больше не существует.

Спортивная составляющая состязания включает длинные гонки в море и прибрежные короткие гонки. Этот формат, хотя и не уникален для спорта, но очень интересен. Сочетание двух различных форм в соревновании позволяет командам максимально использовать свои возможности и умения. Признанный лидер на

длинной дистанции может уступить конкурентам в короткой гонке.

BG: Каким образом нововведения могут привлечь внимание новой аудитории к этому мероприятию?

А. З.: Мы рассчитываем, что идеи, которые несет в себе регата Nord Stream Race в новые страны, будут там правильно поняты и хорошо восприняты. Спорт, особенно парусный, отлично демонстрирует силу духа в борьбе с соперниками и со стихией. А это всегда высоко ценится болельщиками. С 2017 года регата Балтийская регата открытого моря заключила партнерство с национальными парусными лигами стран, участвующих в Nord Stream. Соответственно, к квалификации в Nord Stream Race будут привлечены участники этих национальных лиг. На данный момент лиги — популярный и модный формат, у которого есть своя большая аудитория.

BG: Развитие яхтинга в странах Балтики помогает бизнесу?

А. З.: Общение с морем испокон веков является важной составляющей жизни государств Балтийского моря. Можно сказать: море — это жизнь для стран Балтики. Здесь и экономические, и спортивные интересы. ■

ГОНКА ВЕТЕР ПЕРЕМЕН

Вызов Балтики приняли пять команд, которые были сформированы яхт-клубами-победителями национальных парусных лиг своих стран. Это Deutscher Touring Yacht-Club (Германия), Frederikshavn Sejlklub (Дания), Cape Crow Yacht Club (Швеция), Nylandska Jaktklubben (Финляндия) и «Повелитель паруса — Европа» (Россия). После старта в немецком Киле 25 августа флот регаты посетил Копенгаген, Стокгольм, Хельсинки и финишировал 6 сентября в Санкт-Петербурге. Ранними лидерами зачета стала команда из Германии. Хью Брайшоу, известный по выступлениям в гонках одиночек в классе Figaro, привел свою команду первой в датскую столицу. После второго этапа главный зачет регаты возглавил шведский экипаж молодого шкипера Патрика Струссона. Шведы были первыми в Стокгольме и в Хельсинки, чем практически обеспечили себе досрочную победу в состязании за главный приз.

Для российской команды из Екатеринбурга регата сложилась неоднозначно. Экипаж долго искал секрет скорости новой лодки, но победа в заключительном этапе подтвердила потенциал екатеринбуржцев под руководством Максима Таранова. Команда датчан в Петербург прибыла по суше — техническая проблема не позволила им выступить на последнем этапе. В августе датчане взяли медаль квалификационного этапа Европейской парусной лиги, которая состоялась на Неве у Петропавловской крепости. По итогам гонки первое место завоевала команда Швеции, вторыми стали финны, третье место у Германии, четвертое у России, пятыми стали датчане.

Организаторы регаты: Санкт-Петербургская региональная спортивная общественная организация «Яхт-клуб Санкт-Петербурга», компания Konzeptwert Holding GmbH (Гамбург).

Партнеры регаты: ПАО «Газпром», Nord Stream AG (Швейцария).

Победители Nord Stream Race прошлых лет в общем зачете:

- 2012 год — Россия,
- 2013-й — Великобритания,
- 2014-й — Россия,
- 2015-й — сборная Европы,
- 2016-й — Германия.

МЕДИЦИНСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КОМПАНИИ, ЗАНИМАЮЩИЕСЯ КОМПЛЕКСНЫМ ОСНАЩЕНИЕМ ЛЕЧЕБНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ, СТАЛКИВАЮТСЯ СЕГОДНЯ С НЕОБХОДИМОСТЬЮ СОЧЕТАТЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТОВ И ТРЕБОВАНИЯ ЗАКОНА О КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЕ, УЧИТЫВАТЬ ПРИНЦИПЫ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ И ПРЕДЛАГАТЬ ЗАВЕДОМО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКАЗЧИКОВ РЕШЕНИЯ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, ОТМЕЧАЮТ В ООО «КЕЛЕАНЗ МЕДИКАЛ», МОЖНО ГОВОРИТЬ О ПОЗИТИВНЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ В РАЗВИТИИ РЫНКА. ТАТЬЯНА КАМЕНЕВА

Как ни парадоксально, комплексный подход к обеспечению медицинских учреждений оборудованием порождает системные трудности для поставщиков. «Закон в принципе не позволяет оказывать услуги комплексно. Многие услуги должны разбиваться на несколько этапов для соблюдения законности и защиты конкуренции. Однако бюджетные медицинские учреждения, как правило, получают ограниченное финансирование, а с разделением работ и поставок по этапам их стоимость увеличивается», — говорит Дмитрий Титов, юрист-консульт ООО «Келеанз Медикал».

Ситуацию усугубляет четкое целевое распределение бюджетных средств. «Заказ на оборудование, требующее подготовительных ремонтных работ в помещении, особо сложного монтажа, невозможно опубличовать единым проектом, потому что это означало бы свести воедино финансирование по разным статьям. И, к сожалению, нередко на строительные работы выходят компании, явно не обладающие ни материально-технической базой, ни персоналом должной квалификации. Результат — сложности с монтажом оборудования, потому что месяцами не выполняется необходимый объем строительных работ для подготовки помещения», — констатирует генеральный директор компании Елена Кириленко.

Несовершенство закона о контрактной системе и недостаток финансирования медицинских учреждений — главные системные трудности. Все остальное — производные от них, резюмирует директор «Келеанз Медикал» по развитию Валерий Ефремов.

УСИЛИЯМИ УЧАСТНИКОВ ПРОЦЕССА

Впрочем, ситуация не выглядит абсолютно безнадежной. С одной стороны, законодатель стремится сделать взаимодействие бюджетных заказчиков с поставщиками более упорядоченным и простым для последних. Как напоминают специалисты, сроки оплаты по государственным контрактам значительно сократились. «Если раньше бюджетные заказчики могли расплатиться по контракту в течение 12 месяцев, то сейчас максимальный срок платежей — 30 рабочих дней. К тому же был снижен процент обеспечения контракта», — комментирует специалист по государственному и муниципальному заказу организации Родион Абдрахманов.

С другой стороны, у самих участников рынка есть понимание того, как трансформировать нынешний подход для решения наиболее острых вопросов. Дмитрий Титов убежден, что необходимо ввести квалификационный отбор и создать реестр добросовестных поставщиков, которые имеют право оказывать услуги по оснащению медицинских учреждений оборудованием



НЕОБХОДИМО УМЕТЬ АРГУМЕНТИРОВАТЬ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКА ВЫБОР ОБОРУДОВАНИЯ, СЧИТАЮТ В «КЕЛЕАНЗ МЕДИКАЛ»

комплексно. По его мнению, организации, включенные в реестр, могли бы проходить обязательную проверку для подтверждения их компетентности, а обязанности по ведению реестра можно было бы возложить на специальное подразделение Министерства здравоохранения РФ.

Подтверждением квалификации поставщика, отмечает Елена Кириленко, могло бы стать умение аргументировать для заказчика выбор того или иного оборудования как наиболее точно отвечающего поставленной медицинской задаче. Разумеется, помимо наличия в компании необходимых специалистов в штате, ее успешного присутствия на рынке не менее трех лет и опыта работы с производителями качественного медицинского оборудования, этот аспект сегодня приобретает все более важное значение с расширением технических, методологических возможностей медицины.

«Достаточно часто бывает, что руководство медицинского учреждения всерьез думает о создании конкретного подразделения, но не знает, как это правильно оформить и с технической точки зрения, и законодательно. Мы видим свою задачу в том, чтобы помочь заказчикам правильно реализовать их идеи», — подтверждает руководитель департамента медицинского оборудования «Келеанз Медикал» Александра Протопопова.

КАЧЕСТВО В НАДЕЖНОЙ УПАКОВКЕ

На поставщиков оборудования для лечебных учреждений возлагается особая ответственность. В случае их небрежности, случайных или сознательных упущений возможны самые тяжкие последствия для здоровья пациентов. С учетом этого акцент серьезных участников рынка не только на гарантийном, но и на постгарантийном сервисном обслуживании выглядит оптималь-

ным превентивным решением. «Поставляя оборудование, мы всегда предлагаем заказчику сервисные контракты по дальнейшему его обслуживанию. Даже если у медицинского учреждения нет финансовой возможности для заключения такого контракта, мы остаемся на связи. Осуществляем мониторинг эксплуатации поставленного оборудования. Информировать о периодичности его обслуживания, необходимых комплектующих и расходных материалах», — комментирует Максим Чагин, руководитель сервисной службы компании.

Применительно к «Келеанз Медикал» стоит скорее говорить не только о контроле качества поставок и самого оборудования, но и о контроле деятельности всех подразделений. У клиентов есть возможность оценить качество коммерческих предложений, подготовки документов для участия в аукционах, монтажа и ввода оборудования в эксплуатацию, сервисного обслуживания. «Даже если есть какие-то недочеты, мы их быстро исправляем», — утверждает Елена Кириленко.

«Контроль качества идет на всех этапах — начиная от выбора производителей. Если мы получаем не готовый проект, а предполагающий выбор оборудования, разумеется, предлагаем то, которое лучше всего отвечает потребностям заказчика, и только производителя с отличной репутацией», — комментирует Валерий Ефремов.

РЫНОК ПЕРЕМЕН

Темпы развития медицинских технологий в последние годы демонстрируют стабильный рост. При этом повышается и степень информированности о новшествах профессионального медицинского сообщества. Александра Протопопова рассказывает: «В больницы все больше внедряются информационные системы, хотя немногим раньше об информатизации

в лечебных учреждениях даже не говорили. Теперь такие поставки составляют важную часть нашего портфеля заказов».

К числу недавних перемен специалисты относят также более выраженную готовность бюджетных медицинских учреждений приобретать дорогостоящее оборудование с гарантированно длительной эксплуатацией и качественными характеристиками. А совсем свежий тренд — рост доверия к высокотехнологичному медицинскому оборудованию отечественного производства. «Когда только началась кампания по импортозамещению, нам, как правило, говорили, что предпочитают импортное оборудование. Но сейчас, и руководствуясь отнюдь не политическими мотивами, многие соглашаются на поставки российского оборудования, поскольку знают, что уже есть положительный опыт его эксплуатации», — констатирует госпожа Кириленко.

Сами же поставщики, как отмечают в компании, предпочитают иметь дело с нестандартными, даже сложными проектами, искать технические решения вместе с заказчиком, работать над комплексными решениями.

«Очень нравятся проекты, где требуется комплексное оснащение, к которым мы подключаемся на этапе идеи. Это интересные технические задания, работа с разными производителями», — говорит Александра Протопопова.

«Интересно, когда не идешь по накатанной, а обдумываешь решения. Сейчас, кстати, мы проработали, каким образом можем передавать по государственному заказу оборудование в аренду, и такие проекты у нас тоже уже появились», — делится новостями главный бухгалтер компании Екатерина Титова.

ВИДЕТЬ ЦЕЛЬ

Как полагают специалисты ООО «Келеанз Медикал», для успеха любой фирмы прежде всего важно, чтобы коллектив объединяла некая идея. «Наша идея — качество выполнения услуг и взаимосвязь всех подразделений», — утверждает Дмитрий Титов. По мнению Валерия Ефимова, все сегодняшние результаты обусловлены принятым на старте решением о развитии по пути компании полного цикла, компании-интегратора. Госпожа Титова, в свою очередь, обращает внимание на решение о развитии сервисной службы как на ключевое. «За последние годы доля услуг по сервисному сопровождению в общем объеме выросла. Это дает нам существенное конкурентное преимущество», — аргументирует она. Как резюмировала гендиректор компании Елена Кириленко, комплексный подход затронул с точки зрения времени и финансов, но только он гарантирует для заказчика спокойствие и уверенность в том, что поставщик позаботится обо всем. ■



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

RUSSKIYE SAMOTSVETY

— с 1912 года —

Украшения с историей

«Русские самоцветы» приглашают
на экскурсии по производству
и мастер-классы по росписи подвесок
в стиле Карла Фаберже

Действуют возрастные ограничения:
Экскурсии 14+
Мастер-классы 6+

Ювелирный центр, VIP-бутик
площадь Карла Фаберже, 8
8 (812) 528-10-91

Эксклюзивные украшения,
эмалево-филигранные изделия,
столовое серебро.

По вопросам экскурсий
и мастер-классов
т.8981-800-27-44

www.faberge8.ru

www.russammarket.ru

www.russam.ru

⊙ **Высокотехнологичные операции по направлениям:**

- Гинекология
- Урология
- Травматология и ортопедия
- Оториноларингология
- Офтальмология
- Проктология
- Флебология
- Нейрохирургия

⊙ **Поликлиника для взрослых и детей**

⊙ **Все виды диагностики**
(МРТ, КТ, УЗИ, рентген, эндоскопия и др.)

⊙ **Реабилитация**

⊙ **Взрослый и детский стационар**

⊙ **Родильное отделение**

**МЫ РЯДОМ, ЧТОБЫ
ВЫ БЫЛИ ЗДОРОВЫ**

+7 (812) 600-77-78
www.avapeter.ru

+7 (812) 600-77-77
www.avaclinic.ru

**МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ
СТАТЬ РОДИТЕЛЯМИ**

⊙ **Вспомогательные репродуктивные технологии:**

- Лечение женского и мужского бесплодия (ЭКО, ИКСИ)
- Преимплантационная и пренатальная генетические диагностики
- Донорские программы
- Программы суррогатного материнства
- Программы сохранения фертильности онкологических больных
- Отсроченное материнство
- Криоконсервация и хранение биологического материала
- ЭКО по ОМС для жителей регионов

Лицензия № ЛО-78-01-007793 от 10.05.2017. Реклама

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, НЕОБХОДИМО ПОЛУЧИТЬ КОНСУЛЬТАЦИЮ СПЕЦИАЛИСТА