

www.dp.ru

25 лет

Деловой
Петербург

СТРОИТЕЛЬСТВО

Роскомнадзор блокирует дольщиков в соцсетях

Ведомство исполняет решение суда, признавшего публикации нарушающими законодательство РФ. → 3



РОЗНИЦА

«Глобус Гурмэ» закрепляется в центре

Сеть откроет гастроном на Конюшенной пл. взамен магазина в ТЦ «Светлановский». → 6

Среда | 07.11.18 | №174 (5020)
Цена: свободная

↑ USD
65,9912 РУБ.

↑ EUR
75,3158 РУБ.

↓ НЕФТЬ
73,20 USD

↑ ИНДЕКС МБ
2412,31

↑ РТС
1151,14

Огонь-батарея



ОТОПЛЕНИЕ. Летом вступил в силу закон об обязательной сертификации отопительного оборудования — это серьезная победа лоббистов российских производителей. Теперь, если у импортёров радиаторов нет российской сертификации, их продукцию запрещено не то что продавать, но и ввозить в страну. Эксперты уверены — это позволит отечественным предприятиям увеличить свою долю на рынке. Сейчас она всего 30%.

За реализацию несертифицированных радиаторов — в том числе ввезенных до вступления в силу 27 июня 2018 года новых правил — торговые сети DIY ждет штраф 100-300 тыс. рублей. Так же накажут и монтажные организации, если они работают с несертифицированным оборудованием при строительстве или капремонте зданий. Если повторно выяснится, что подрядная

2,6

млрд рублей —
объем китайских поставок радиаторов.

организация устанавливает несертифицированные приборы, ее деятельность может быть приостановлена на срок 2-3 месяца.

Российские производители уверены: введение обязательной сертификации неизбежно приведет к структурным изменениям на рынке и сужению ассортимента отопительного оборудования. В первую очередь с рынка пытаются выгнать

главного импортёра — Китай.

По данным ФТС, общий объем поставок китайских радиаторов в 2017 году — около 2,6 млрд рублей. До вступления в силу нового закона доля отечественных товаров на рынке составляла менее трети. В Петербурге один производитель отопительного оборудования — АО «Фирма Изотерм» (на фото — его ген-

директор Виктория Нестерова).

Такое скромное достижение российские игроки объясняют тем, что до сих пор на радиаторы и батареи отопления действовала добровольная сертификация. По их словам, на рынке было много товаров, реальные характеристики которых не соответствовали указанным в документах.

Продолжение → 4-5

2 ГЛАВНОЕ

48%

составил в 2017 году рост рынка венчурных сделок РФ, до \$243,7 млн, по сравнению со \$165,2 млн годом ранее, сообщила Российская венчурная компания. По предварительным данным за первое полугодие 2018 года, объем венчурной экосистемы составил \$200 млн, что сопоставимо с данными за весь 2017 год.

СЕГОДНЯ

В ГОРОДЕ Непослушные левые

Несмотря на отсутствие разрешения городских властей, сторонники КПРФ намерены 7 ноября провести шествие и митинг у крейсера «Аврора», а РКРП, «Рот Фронт», ОКП, «Другая Россия», РПК и РКСМ оставили за собой право выйти на пл. Ленина у Финляндского вокзала.

В СТРАНЕ Парад памяти парада

В Москве на Красной площади будет проведен военный парад, посвященный 77-й годовщине военного парада 1941 года (который был проведен в ознаменование 24-й годовщины Октябрьской революции). В торжественном марше участвуют 12 тыс. москвичей.

В МИРЕ «Референдум о Трампе»

Сегодня станут известны итоги промежуточных выборов в конгресс США, которые называют «референдумом о Трампе». Если демократы получат большинство в Палате представителей, они смогут блокировать реализацию планов президента, а также запустить процесс его импичмента.

ТЕМА ДНЯ

С кем ругаемся — На том единство и строим



АНТОН МУХИН,
anton.mukhin@dp.ru

Тускло проходят наши дни — не только будни, но и праздники. Впервые, кажется, в городской истории оппозиционеры согласились с предложением Смольного не выпендриваться и митинговать в Удельном парке.

Оскоромившимися оказались националисты: пошли устраивать там Русский марш. Собралось, говорят, человек до ста. Официальные лица слушали концерт национальных коллективов в БКЗ. Так Петербург отметил День народного единства 4 ноября. Сегодняшнее 7 ноября тоже обещает быть унылым. Коммунисты хотели митинговать у крейсера «Аврора», да городские власти запретили: предложили Удельный парк или активный зал Смольного. А они обиделись и отказались. (Тут должна быть реплика Керенского: «А что, так можно было?») В общем, и в этот день остались мы без шоу. И без праздника.

В этом, как и во всем остальном, у нас виноваты власти. Которые придумали отменить праздник и понятный день 7 ноября и заменить его непонятным 4-м. Хотя, как показала практика недавнего празднования 100-летия ВЛКСМ, граждане с удовольствием постили в соцсетях свои комсомольские билеты и предавались воспоминаниям о стройотрядовской юности. Могли бы и 7 ноября так же радоваться: «А вот на фото мой дедушка-матрос отбирает у буржуа шапку».

4 ноября стал праздником, потому что в этот день мы победили поляков. И первые годы он был актуальным, поскольку о ту пору мы как раз ругались с поляками. Но теперь ругаться перестали. Более того, они скоро станут нашими товарищами, так как их судят в европейском суде за какие-то антидемократические реформы. Понятно, что праздник, лишенный своей идеологической основы, выхолащивается.

Вместо него надо учредить новый — 3 сентября. В этот день в 1949 году, если верить «Википедии», советская армия (преимущественно внутренние войска) окончательно разгромила «бандеровцев» (УПА). Выражаясь современным языком, Росгвардия восстановила единство страны и народа. Очень актуально!

Проблема в том, что рано или поздно мы и с Украиной помиримся. Поэтому День народного единства сразу нужно позиционировать как переходящий. С кем в данный момент ругаемся — на том единство свое и строим.

Автолавки поедут на конкурс

ТОРГОВЛЯ. КИО приступает к проведению аукционов на размещение автолавок. До сих пор они занимали места согласно очереди на подачу заявок.

Комитет имущественных отношений (КИО) начинает аукционы на городские земельные участки под размещение автолавок.

Только производителям Занять такие участки смогут производители хлебобулочной, молочной, мясной и рыбной продукции — это нужно будет подтвердить документально. Торги на право размещения автолавок будут проходить в онлайн-режиме на базе электронной площадки ЗАО «Сбербанк-АСТ».

На первом аукционе 6 декабря разыграют два места на Ленинском пр. и Варшавской ул. Перечень свободных мест под автолавки — в городской Схеме размещения на сайте КРППР. Сегодня в Петербурге под автолавки определено 130 мест, все они пока заняты, рассказал Алексей Литвиненко, начальник отдела торговли и общепита КРППР. «Однако схема обновляется ежеквартально, согласно полученным заявкам от предпринимателей», — добавил он. — Как раз в ноябре, возможно, появятся новые места».

Для участия в аукционе желающему поставить автолавку необходимо зарегистрироваться на площадке, подать электронную заявку на участие в торгах, приложить перечень документов, установленный распоряжением КИО №147-р, а также оплатить задаток. Его размер



→ Автолавки всегда были яблоком раздора между компаниями и КИО. Теперь конкурс должен решить споры.

ФОТО: ВАЛЕНТИНА СИВТУНОВА

эквивалентен начальной цене аукциона, которая является платой за весь срок размещения автолавки, — таким образом хотят отсечь спекулянтов. Плата рассчитывается по обычной методике определения арендной платы за земельные участки.

Тяжелые времена В КИО отмечают, что конкурсный порядок распределения мест под автолавки введен по инициативе самих предпринимателей.

1,5

млрд рублей — годовов объем легального рынка мобильной торговли в Петербурге.

«Однако у автолавок тяжелые времена, — говорит Юрий Ханонов, владелец бренда «Месье Патиссье», — по действующим ПДД нельзя стоять на тротуарах и на проезжей части дорог, то есть надо отыскивать какие-то особые участки». Кроме того, размещению автолавок мешают многочисленные инженерные сети. К обычным барьерам прибавился ГОСТ. Словом, предприниматели ждут от КИО, что на аукционы выставят участки, которые действительно можно будет использовать, то есть свободные от обременений.

История вопроса Три года назад в Петербурге была ситуация, когда в соответствии с нововведениями в федеральный закон места под автолавки начали распределяться согласно простой

очереди. Заявки в управление по работе с заявителями КИО приносили с 4 утра, у терминала по выдаче талонов наблюдали борьбу, а предпринимателям отказывали из-за мелких ошибок в документах, оформленных в спешке. И вместо лидеров рынка — «Буше», «Месье Патиссье», «Лен-РегионПродукт», «Бабушкины пироги» и других — 55 из 163 мест заняла фирма по торговле рыбой «Танита Фиш», а 44 — киоски с пирожками «Быстроужка» (бренд «Тили-Тесто»), которую предположительно связывают с предпринимателем Дмитрием Неведомским.

Самым распространенным нарушением на рынке автолавок являлась установка не одной, а нескольких автолавок по одному адресу.
ЛИЛИЯ АГАРКОВА
lilia.agarkova@dp.ru

Газета основана 25.05.1993
Редакция: 190022, СПб, ул. Академика Павлова, 5, бизнес-центр River House, 5-й этаж, lew@dp.ru
☎ (812) 328 2828, (812) 326 9700; факс (812) 326 9701

Главный редактор: Смирнов А.И. a.smirnov@dp.ru
Шеф-редактор: Хейфец В.Л. v.chaykayets@dp.ru
Выпускающий редактор: Жуков А.В. andrey.zhukov@dp.ru
Оценки ежедневных выпусков: Галайшова И.А. ig@dp.ru
Оценки специальных проектов: Мазо Б.И. boris.mazo@dp.ru

Учредитель и издатель: АО «ДП Бизнес Пресс», 190022, Санкт-Петербург, ул. Академика Павлова, 5
Генеральный директор: Шелудяко Н.Н.
Оценки рекламы: reklama@dp.ru, 125993, Москва, Волоколамское шоссе, д. 2-й этаж;
тел. факс (495) 981 0647

Отдел распространения: ☎ 328 2828, 326 9700 факс 326 9711
Руководитель: Коротаева Л.И.
Главный редактор портала www.dp.ru: Чезушкова А.О.
☎ 326 9741; a.lesha.chezushkova@dp.ru
Представительство в г. Москве: 125993, Москва, Волоколамское шоссе, д. 2-й этаж;
тел. факс (495) 981 0647

Свидетельство ПИ № ФС 77-45441 от 18.04.2016, выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
Переносить или иное использование материалов из газеты «Деловой Петербург» частично или полностью допускается только

с письменного согласия издателя. При использовании материалов ссылка на «Деловой Петербург» обязательна. Точка зрения обозревателя не обязательно совпадает с позицией редакции. Присланные материалы не возвращаются и не возвращаются. Редакция не предоставляет справочной информации.

Претензии по доставке газет: отдел подписки «ДП» — ☎ 328 2828, ООО «Северо-Западное Агентство ПрессИнформ» — ☎ 798 8129, ООО «Урал-Пресс СПб» — ☎ (812) 378 6644
Подписные индекс: 31582 — по Санкт-Петербургу 15942 — по Ленинградской

Типография: ООО «Типографский комплекс «Левый» 190507, Санкт-Петербург, Якорная ул., 10, корп. 2, лит. А, пом. 44
Время подписки в печать: Установленное: 21:45 Фактическое: 21:45 № заказа: 26/174

Карты — © OpenStreetMap, CC-BY-SA, www.openstreetmap.org
Пресс-релизы: news@dp.ru http://www.dp.ru
16+ 11 000 ЭКЗ.
Тираж: сертифицированная Национальная тиражная служба
Свободная

» Если трейдеров действительно отстранят от биржевых торгов нефтепродуктами, то это будет даже не выстрел в ногу рынку, а контррольный в голову.

ИЛЬЯ МОРОЗ, председатель правления НП «Совет по товарным рынкам», об обсуждаемой властями инициативе на полгода отстранить трейдеров от торгов топливом



Новый топор войны

СТРОЙКА. Война дольщиков и застройщиков выходит в правовое поле. Роскомнадзор по решению суда блокирует в соцсетях группы возмущенных дольщиков. А столичные адвокаты выигрывают у застройщиков миллионные штрафы за задержку строительства.

Недавно Фрунзенский районный суд удовлетворил иск Александра Некрасова и Александра Рассудова в отношении групп «ВКонтакте» «Размышления о «Лидер Групп» и «Лидер Групп» и отзывы недовольных дольщиков» и в Facebook «Обманутые дольщики строительной пирамиды».

Истцы ссылаются на то, что информация, содержащаяся на этих ресурсах, признана нарушающей законодательство РФ в области защиты персональных данных.

Решение суда можно оспорить, но если это не произойдет, то случай «Лидер Групп» станет первым подобным делом в истории противостояния дольщиков и застройщиков.

Дольщики, в свою очередь, также могут похвастаться рядом побед. Так, общественное движение «Бездомный Дольщик» за несколько месяцев добилось рассмотрения дел дольщиков компаний «Лен-СпецСтрой» и «Оз Девелопмент» у председателя СК РФ Александра Бастрыкина. Их дела взяты под личный контроль.

В то же время, по данным застройщиков, растет доля потребительского экстремизма на рынке недви-

мости. Так, дольщики через суд стараются обложить застройщиков максимальными штрафами и вполне отбивают стоимость квартиры. На рынке юридических услуг даже образовалась отдельная специализация.

По данным Единого реестра застройщиков, если в 2016 году почти 60% жилищных строек по стране сдавались вовремя, то в первой половине 2018 года лишь 25% были завершены без нарушений сроков.

Алексей Бушуев, директор по продажам Seven Suns Development, полагает, что с потребительским экстремизмом в наше время сталкивалась практически каждая строительная компания: «Потери от этого явления могут быть от незначительных, с минимальными денежными выплатами, до катастрофических, что может повлечь за собой приостановку строительства или даже банкротство компании. Одна из причин столь стремительного развития — общественные организации, ради собственной выгоды агитирующие дольщиков подавать иски в суд, и соцсети, в которых ведется целенаправленная борьба с застройщиком и звучат призывы «юристов», гарантов 100%-ный результат и высокие дивиденды».

Опыт показывает, что большинство претензий по срокам передачи квартир можно решить в досудебном порядке.

Если же проблемы застройщика не имеют отношения к строительству (например, невыполнение обязательств энергоснабжающих организаций),

то необходимо заранее предупредить об этом. 75–80% собственников поймут истинные причины, еще с какой-то частью можно будет договориться индивидуально.

Сопредседатель оргкомитета конкурса «Доверие потребителя» Олег Островский считает, что, не оценив причины и последствия возникших у застройщика трудностей, дольщики заваливают иски строительные компании, создавая серьезные проблемы в завершении строительства. И дольщик далеко не всегда может рассчитывать не только на получение денежных средств, но и на завершение строительства дома.

Алексей Льюшин, адвокат Центрального филиала ННО «Ленинградская областная коллегия адвокатов», выступает против термина «потребительский экстремизм». «Дольщики обращаются в суд в подавляющем большинстве случаев только тогда, когда их права нарушены, а застройщики не в полной мере используют возможности мирного урегулирования споров», — заявил он в рамках бизнес-завтрака «Потребительский экстремизм в долевом строительстве — миф или реальность?».

«Конечно, дольщик не обязан входить в ситуацию застройщика, ему нет дела до наших проблем. Но, к сожалению, ситуация с потребительским экстремизмом стоит весьма остро. Некоторые дольщики при поддержке юристов делают на этом настоящий бизнес, пытаются получить в качестве неустойки цену двух квартир», — сетует Надежда Калашникова, директор по развитию компании «Л1».

«Основной способ борьбы с потребительским экстремизмом — своевременное и качественное выполнение своих обязательств», — резюмирует Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена».

НАТАЛЬЯ БУРКОВСКАЯ,
ПАВЕЛ НИКИФОРОВ

ФАКТЫ



РЕЙТИНГ
Грязный, но экономный

СПб. Петербург возглавил составленный Минэкономразвития рейтинг энергоэффективности субъектов России в бюджетной сфере и ЖКХ. Это произошло благодаря тому, что 100% жилых домов оснащены общедомовыми приборами учета теплотехники, а в уличном освещении 90% ламп энергоэффективные.

Вместе с тем Петербург оказался в двадцатке самых грязных городов Европы в рейтинге Pollution Index 2018 Mid-Year по версии аналитиков Numbeo. Он занял 17-е место, на две строчки обогнав Москву.

БЮДЖЕТ

Расселение аварийного жилья

СПб. Петербург получит 290 млн рублей из федерального бюджета на расселение аварийного жилья в 2019–2024 годах в рамках нацпроекта «Жилье и городская среда». Планируется ликвидировать 9,5 млн м² аварийного фонда. Финансирование обсуждалось в ходе встречи врио губернатора города Александра Беглова с главой ГК «Фонд содействия реформированию ЖКХ» Константином Цициным. /dp.ru/

Не стало Бориса Петровича ЖУКОВА



5 ноября 2018 года ушел из жизни Борис Петрович Жуков, бессменный организатор Спартакиады строителей «За труд и долголетие» ССОО.

С 2003 года, пятнадцать лет, Борис Петрович проводил в Союзе строительных объединений и организаций соревнования спартакиады строителей. Благодаря его неиссякаемому энтузиазму, увлеченности своим делом, спорт стал неотъемлемой частью корпоративной жизни сотен строительных компаний, в занятия спортом были вовлечены тысячи строителей Санкт-Петербурга.

Вместе с Жуковым строители состязались в пулевой стрельбе, перетягивании каната, теннисе, играли в футбол и хоккей, участвовали в соревнованиях по картингу. С ним делили радость победы и вручения чемпионских кубков на сцене Ледового дворца в День строителя.

Борис Петрович, судья Всесоюзной категории, являлся Главным судьей спартакиады «За труд и долголетие», и сам увлеченный спортсмен, умел организовать все мероприятия с душой и на самом высоком уровне.

Неугомонный жизнелюб, заражающий этим чувством всех вокруг, блестящий рассказчик, надежный товарищ, умеющий находить выход из любой сложной ситуации, удивительно светлый человек — такой он, Борис Петрович Жуков.

Отпевание Бориса Петровича Жукова состоится 9 ноября на Смоленском кладбище.

Почетный президент Союза строительных объединений и организаций А.И. Вахмистров.

Вице-президент РСС по СЗФО, исполнительный директор ССОО О.А. Бритов.

Президиум Союза строительных объединений и организаций, предприятия и организации строительной отрасли Санкт-Петербурга.

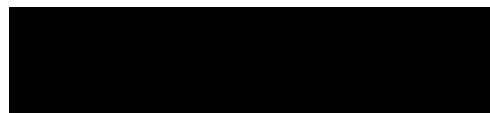
78

проблемных объектов в Петербурге и Ленобласти находятся на контроле властей, а жилья в них ожидают более 25 тыс. дольщиков.

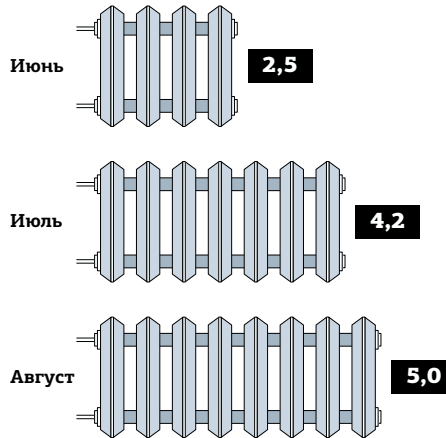
4 ПЕРВАЯ НОВОСТЬ



ФОТО: PHOTO PRESS



2016 г.



**ИМПОРТ РАДИАТОРОВ
ОТОПЛЕНИЯ ИЗ КИТАЯ
В РОССИЮ В СТОИМОСТНОМ
ВЫРАЖЕНИИ ЗА ГОД, \$ МЛН**

Свои батареи согреют

Продолжение. Начало → 1

«Покупатель видел два радиатора с одинаковыми показателями мощности, но с совершенно разной стоимостью: один, условно, за 1 тыс. рублей, другой — за 300 рублей. Покупатель не задавался вопросом, почему так, и его выбор был в пользу того, что дешевле», — сетует представитель отечественного производителя радиаторов.

Китайское тепло

Однако трудности при получении российской сертификации коснутся и добросовестных импортеров.

По словам топ-менеджера одного из производителей радиаторов в России, сертификат обошелся его предприятию в сумму около 10 млн рублей, при этом документ для иностранных производителей будет стоить дороже и для его получения придется потратить больше времени и сил. Например, иностранная компания вынуждена будет оплатить командировочные российским специалистам, чтобы те приехали с проверкой на предприятие.

Судя по данным ФТС, прогнозы отечественных лоббистов начали сбываться: в июне 2016 года импорт радиаторов из Китая вырос на 20% в долларовом выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Вероятно, китайские производители стремились воспользоваться последней возможностью реализовать отопительное оборудование без сертификации. А уже в июле и августе по сравнению с аналогичным периодом

прошлого года снижение составило 30 и 35% соответственно.

Виктория Нестерова, генеральный директор АО «Фирма Изотерм», рассказывает, что российские предприятия не выступают конкретно против китайских поставщиков. По ее словам, закон направлен на борьбу с некачественными изделиями. «Нам известно, что в Китае есть ответственные производители, но их, условно, всего два. А к нам свою продукцию помимо них везут еще 10 компаний оттуда», — рассказывает она.

«Неизвестный» закон

Производители отопительного оборудования сомневаются в том, что сейчас все ретейлеры хотя бы знают новые правила и уже тем более — придерживаются их. Безымянные китайские радиаторы, по словам отечественных производителей, обычно поставлялись в большие строительные гипермаркеты в качестве продукции низкого ценового сегмента. Ретейлерам, по мнению некоторых производителей, может быть невыгодно



→ **Александр Квашнин, глава АПРО, которая лоббирует интересы российских производителей радиаторов.** ФОТО: AQUA-THERM.RU

очищать твои полки от товаров суперэкономкласса, даже если характеристики теплоотдачи таких изделий не соответствуют заявленным в сопровождающих документах. Покупатель не проверяет самостоятельно, сколько реально ватт вырабатывает купленный им радиатор.

Кроме того, потребителю может показаться, что цены на отопительное оборудование выросли, так как в магазинах не останется дешевых изделий.

Новый повод проверить

Однако представители крупных торговых сетей DIY, опрошенные «ДП», говорят о том, что хорошо знакомы с законом об обязательной сертификации радиаторов. Они отмечают,

что в работе средних и крупных сетей ничего не изменится — они якобы требовали сертификаты от производителей и раньше, когда еще система имела добровольный характер.

«Несомненно, ужесточение правил сертификации направлено, по мнению законодателя, на обеспечение большей безопасности для потребителя. И, скорее всего, это именно так. Другое дело, что происходит после принятия таких изменений. Например, это дополнительные затраты для производителя, что может привести к росту цены товара и не очень приветствуется потребителем», — считает Мария Евневич, член совета директоров ООО «Максидом».

При этом некоторые строительные ретейлеры увидели в этом законе и негативное — еще одно основание у контролирующих органов зайти с проверкой в торговые сети. Представитель петербургской компании, которая постоянно выигрывает тендеры на поставку и установку радиаторов в бюджетных учреждениях города, расска-

зывает, что сейчас на складах лежат радиаторы, которые были ввезены в страну еще до начала обязательной сертификации. «Реализовать их уже невозможно, что с ними делать дальше — непонятно», — жалуется он.

Тем не менее Виктория Нестерова рассказывает, что лишь один DIY-ретейлер в Петербурге, с которым работает ее компания, потребовал у них обязательный сертификат на продукцию.

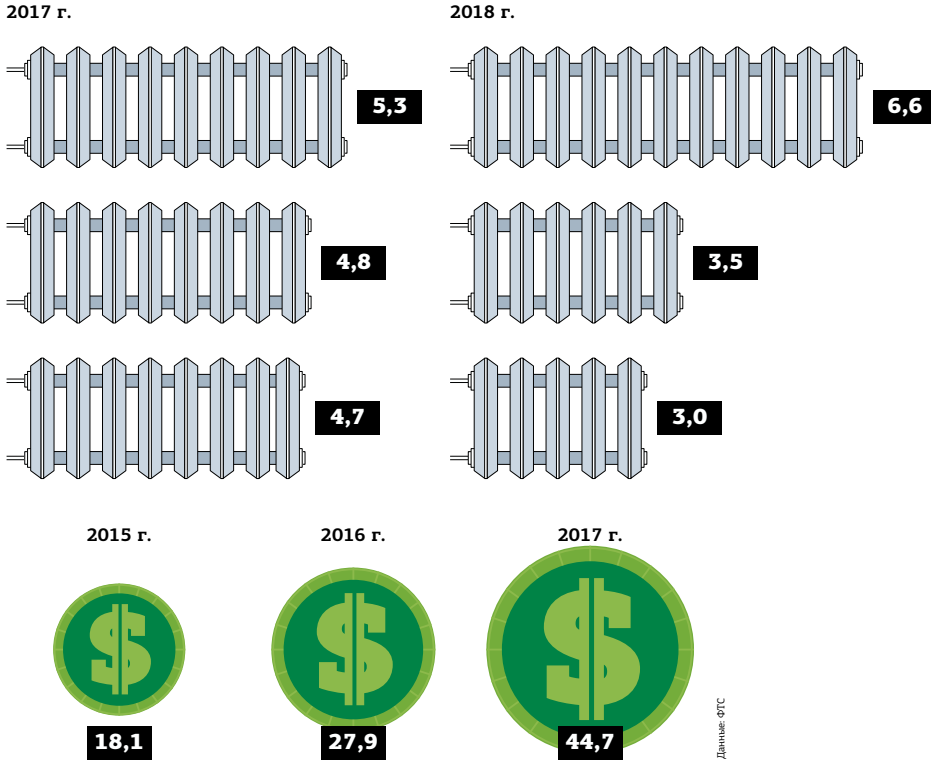
Испытания

Сейчас в России всего четыре организации, которые могут испытывать тепловое оборудование: ОАО «НИИСантехники», ОАО «НИТИ «Прогресс», МГСУ и Certification Group.

Максим Галькевич, представитель ОАО «НИИСантехники», отмечает, что за последние несколько месяцев, до вступления закона в силу, количество импортного оборудования, которое приходилось испытывать, выросло.

«В иностранных компаниях понимают, что их партию не пропустят на таможню. Не будет сертификата — все, шлагбаум упал.

ИМПОРТ РАДИАТОРОВ ОТОПЛЕНИЯ ИЗ КИТАЯ В РОССИЮ В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ, \$ МЛН



При этом были случаи, когда мы получили отрицательный результат при испытании и не выдавали документ о сертификации. Задача обязательной сертификации — не убить игроков на рынке, а навести на нем порядок. Если данные в технических паспортах не соответствуют результатам испытания, то клиенты корректируют свои официальные характеристики или перекладывают оборудование, чтобы на рынок оно пошло с честными данными. Практически все приборы из Китая приходили с очень большим завышением показателей в технических паспортах. Если реально тепловой поток их изделия 130 Вт, то они заявляли, допустим, 200 Вт», — рассказывает он.

В испытательных лабораториях тестируются три образца каждого модельного ряда. Заключение выдается на модельный ряд, то есть за сертификацию каждого типа радиатора платить не нужно. В среднем вся процедура, по словам участников рынка, занимает около полутора месяцев.

Передел рынка
Отечественные производители с оптимизмом смотрят на меняющиеся показатели импорта радиаторов. По их данным, на рынке можно проследить снижение объемов ввоза отопительного оборудования от года к году.

Так, например, из отчета Ассоциации производителей радиаторов отопления (АПРО) следует, что в стоимостном выражении только за первое полугодие 2018 года в сравнении с аналогичным периодом 2017-го ввоз стальных панелей радиаторов снизился примерно на 40%.

«Сейчас задача российских производителей — поменять соотношение отечественного и импортного оборудования в прямо противоположную сторону», — объясняет Максим Галькевич. Темпы по импортозамещению в этой области оказываются высокими, и российские игроки планируют к 2021 году завоевать как минимум 60% рынка, при этом инвестировать около 7 млрд рублей в свой производственный сектор.

ТАТЬЯНА ЖДАНОВА
tatiانا.zhdanova@dp.ru

КОММЕНТАРИИ



АЛЕКСЕЙ ФЕДОРОВ,
управляющий партнер
ГК «220 Вольт»

Прежде всего введение обязательной сертификации коснется небольших подвальных магазинов, которые сейчас продают самое дешевое отопительное оборудование.

В целом принятие закона, безусловно, положительно скажется на рынке за счет уменьшения доли контрафактной продукции, а также радиаторов самого низкого качества. Это, в свою очередь, должно снизить количество аварийных случаев, причиной которых является отопительное оборудование.



СЕРГЕЙ ЦЫБУКОВ,
генеральный директор
ООО «НПО по переработке пластмасс
им. «Комсомольской правды»

Мешать развиваться на рынке могут и компании со скрытым субсидированием — они готовы играть ниже рынка. В этом случае ты пролетаешь, и никакие механизмы ВТО не действуют. Конечно, надо защищаться.

Но я против любой необдуманной административной защиты. В данном случае пролоббировали сертификацию. Главное, чтобы она не покупалась за деньги и была честной, прозрачной и технически обоснованной. Самое страшное — девальвировать ситуацию. Если в итоге на российском рынке будет повышено качество товара и появится честная конкуренция, то я поднимаю руку за.

В КОНТЕКСТЕ



ФОТО: PHOTOBUSINESS

«Радиаторы отопления купить дешево» — поисковый запрос пользователей интернета как главная, вероятно, надежда тех, кто до наступления июля ввез в страну батареи отопления, чтобы успеть заработать на разнице между ценой лицензированного и дешевого товара.

На самом деле раз дистрибьюторы и просто перепродавцы за короткий срок резко ввезли на 25% больше радиаторов, чем раньше, — значит, знали, на какой именно черный рынок будут толкать. Крупные сети вряд ли станут связываться с продажами импортной контрабанды, а вот мелким магазинам и большим розничным и мелкооптовым рынкам стоит приготовиться. Хотя на одном из крупных рынков, например, «ДП» заявили, что вообще не понимают, о чем речь.

«Это нормально. На любом рынке официально торгуют только лицензированным товаром, не мешочники же там собираются, в самом деле, — рассуждает знакомый мелкий предприниматель. — Другое дело, что ловкие рабочие строительных компаний, толкачи конфиската и прочей контрабанды знают выходы на тех продавцов, кто даже в обход собственника ларька сможет сбить что угодно. Знаете, как со складов компаний люди несут? Со страшной скоростью. Оттуда, где есть хоть какая-то лазейка».

Другой предприниматель, можно сказать, подает идею для стартапа, рассказывая веселую историю о приятелях, пытавшихся лет пять назад продать партию конфискованных кнопочных телефонов. Полсотни коробок с аппаратами странным образом оказались вообще без каких-либо документов. Приятели сообразили погуглить, нашли онлайн-магазинчик, связались с владельцем, тот за полцены оторвал конфискат с руками. «А сколько, говорите, стоит в среднем эта китайская комнатная батарея? — переспрашивает собеседник «ДП». — За 25% от стоимости готов погуглить».

Через «Авито», «Юлу» или подобные агрегаторы бесплатных объявлений вряд ли получится продавать уже введенные и ставшие нелегальными радиаторы большими партиями, рассуждает предприниматель. Но, если партия действительно стоящая, создать наскоро сайт магазина без возможности оплаты онлайн будет стоить максимум тысячу тридцать-сорок. «Докиньте денег на SEO-продвижение сайта в поисковиках, страничку «ВКонтакте» с таргетированием постов — общий бюджет проекта вряд ли выйдет за 60–70 тыс. рублей», — продолжает свою теорию собеседник.

«Если торговля по ценам на 10–15% ниже, чем в сетях DIY, пойдет хорошо, — мечтает продвинутый бизнесмен, — можно по окончании большой партии переходить на легальные радиаторы. Все уже привыкнут к магазину, появятся лояльные покупатели, и никто даже не пойдет куда-то с просьбой заблокировать лавочку».

АЛЕКСЕЙ ДМИТРИЕВ
aleksey.dmitriev@dp.ru

6 БИЗНЕС

Российский дар «Прометея»

ТЕЛЕКОМ. Один из ведущих операторов связи в B2B-сегменте ООО «Прометей» планирует замещение импортного оборудования отечественным. Аналитики отрасли в недоумении.

О планах заменить импортное сетевое оборудование на отечественное корреспонденту «ДП» рассказал представитель ООО «Прометей» (Prometei Telecommunications), однако на момент сдачи номера в печать в компании не смогли рассказать, какую именно технику заменят.

Мифы современности

«Это один из крупнейших операторов связи второго эшелона, поэтому слышать от него подобные заявления немного удивительно», — говорит руководитель аналитического агентства «Рустелеком» Юрий Брюквин. По его словам, сегодня в России почти не существует аналогов западным устройствам. В целях экономии некоторые операторы и вовсе используют б/у оборудование. «Его немного чистят, приводят в порядок, и оно все так же хорошо работает», — отмечает эксперт.

Потенциально сегодня можно заменить так называемое активное сетевое оборудование — различные датчики, маршрутизаторы и коммутаторы. «Однако по соотношению цены и качества они все равно проигрывают», — подчеркивает Юрий Брюквин.

Впрочем, с этим не согласны сами производители оборудования. По мнению представителей Ассоциации российских разработчиков и производителей электроники (АРПЭ), отечественные технологии могут практически полностью удовлетворить спрос операторов связи.

«Но они изначально строили сети на зарубежном оборудовании, и теперь им проще продолжать модернизацию с теми же поставщиками, с которыми уже налажено сотрудничество. Это исключительно вопрос минимизации усилий и затрат», — уверен исполнительный директор АРПЭ Иван Покровский. Всего же, по данным ассоциации, в 2017 году общий объем российского рын-



ФОТО: КОММЕРСАНТ

~7%

общего объема телекоммуникационного оборудования (по данным на 2017 год) составляла техника отечественного производства, что примерно равно 20 млрд рублей.

ка телекоммуникационного оборудования составил 250–300 млрд рублей.

Дорогое удовольствие

По оценкам аналитиков, операторы связи ежегодно тратят около 25% выручки на модернизацию оборудования. Его замена на отечественное «железо» может добавить к этому показателю несколько дополнительных процентов. По грубым подсчетам, в случае с «Прометеем» плановое обновление оборудования обойдется более чем в 100 млн рублей.

Представители IT-компаний признают, что у операторов связи, которые устаивают отечественную технику, могут возникнуть проблемы совместимости российского и западного оборудования. Чтобы «железо» оператора работало безотказно, его нужно заменить полностью на оте-

чественное, что потребует глобальных единоразовых инвестиций.

«Теоретически это возможно. Но даже если целиком поменять магистральный узел в Петербурге, он в любом случае будет связан с центральным узлом. В результате мы получим дополнительные головную боль, придется городить костыли, соответственно, это вызовет дополнительные затраты в миллионы рублей», — размышляет сетевой аналитик НР Enterprise Михаил Ивасив.

Альтернативные цели

Другие игроки телеком-рынка полагают, что идея заменить импортное оборудование вызвана желанием «Прометея» участвовать в госзакупках. В таком случае планы оператора вполне оправданы — они покрываются двумя-тремя ведомственными тендерами.

«Я легко представляю, как в тендерной документации какое-нибудь военное предприятие укажет, что поставщик должен работать на отечественном оборудовании. Они же без злого умысла это делают, только из соображений безопасности», — размышляет генеральный директор универсального оператора связи «ОБИТ» Андрей Гук.

ВЛАДИСЛАВ СКОБЕЛЕВ
vladislav.skobelev@dp.ru



→ Гендиректор «Глобус Гурмэ» Андрей Яковлев. ФОТО: КОММЕРСАНТ

Гурманы поедут в центр

ТОРГОВЛЯ. Премиальная сеть «Глобус Гурмэ» в декабре вместе с партнерами открывает новый магазин в центре Петербурга вместо работавшего с 2006 года гастронома в ТЦ «Светлановский».

Московская премиальная продуктовая сеть магазинов «Глобус Гурмэ» открывает новый магазин в Петербурге. Как рассказали сотрудники магазина «Глобус Гурмэ express» в Репино, новая точка откроется в середине декабря на Конюшенной площади. Брокеры Knight Frank St Petersburg знают о том, что совладельцы сети «Глобус Гурмэ» арендовали здесь помещение, а именно объект, где раньше располагался ресторан Распан.

По словам руководителя отдела торговой недвижимости Knight Frank St Petersburg Анны Лапченко, бренд, под которым откроется магазин, пока под вопросом, но ассортимент магазина останется прежним. О том, что гастроном открывается на Конюшенной площади, знает еще один источник «ДП» на рынке недвижимости.

Генеральный директор «Глобус Гурмэ» Андрей Яковлев пояснил, что этот проект он делает вместе с партнерами. «Комментарии пока преждевременны», — заявил он.

Новый старый магазин

Открытие на Конюшенной площади можно считать релокацией старейшего магазина «Глобус Гурмэ» в Петербурге, который в 2006 году ретейлер открыл в ТЦ «Светлановский», но в августе 2018-го был вынужден закрыть.

По результатам проверки, которые начались после пожара в кемеровском торговом центре «Зимняя вишня», специалисты ГУ МЧС по Петербургу вместе с сотрудниками прокуратуры и испытательной пожарной лаборатории про-

верили 82 торгово-развлекательных комплекса Петербурга. Для некоторых из них проверка обернулась временным закрытием, например для ТЦ «Светлановский». Сейчас комплекс работает.

«Светлановский» был закрыт судебными приставами, была неясна перспектива дальнейшего открытия, мы вынуждены были закрыть магазин и уже не возобновлять работу», — объяснил Андрей Яковлев.

В 2006 году «Глобус Гурмэ» успела открыть еще один магазин, в ТК «Варшавский экспресс», но спустя год его закрыли из-за низкой посещаемости. В октябре 2016 года ретейлер вывел в Петербург свой малый формат, «Глобус Гурмэ express». В Москве у ретейлера работает восемь магазинов.

Поближе в покупателю

Если в «Глобус Гурмэ» в ТЦ «Светлановский» покупатели приезжали специально (посетителей из близлежащих домов в магазине было немного), то магазину на Конюшенной поток посетителей обеспечит близость Большой Конюшенной ул., пятизвездочных отелей, высококлассных бизнес-центров и исторических достопримечательностей, считает Анна Лапченко.

С другой стороны, в этой локации наблюдается сезонность спроса: пешеходный поток зимой резко снижается, жилых домов в округе немного, соответственно, рассчитывать на высокий трафик со стороны местных жителей вряд ли стоит, предупреждает руководитель направления стрит-ретейла JLL в Петербурге Юлия Корчемная.

Премиум не жалуется Петербургу

В кризис продуктовые сети премиум-класса ожидаемо не стали активными арендаторами. Сегодня в городе в этом сегменте работают «Лэнд», «Азбука вкуса», в том числе с августа 2017 года ее малый формат AB Daily, а также «Супер Бабилон», Gastroman. Похожий формат по цене и ассортименту у московской сети «Вкусвилл» (в ближайшие 2 года она хочет открыть в Петербурге 200 точек) и петербургской «Фруктовая лавка».

«Сегодня площадки рассматривают единичные компании, можно сказать оставшиеся выжившие «Лэнд» и «Азбука вкуса», — констатирует глава агентства недвижимости Lapina Екатерина Лапина. — Ситуация на рынке катастрофичная, весь город заполнили сетевые дискаунтеры, новые представители премиального сегмента не объявляются».

Как рассказали «ДП» в «Супер Бабилон», сеть не планирует открывать новые магазины. «По нашему мнению, в городе хватает магазинов премиум-класса с учетом сложившейся экономической ситуации», — анализируют в компании.

НАТАЛЬЯ МОДЕЛЬ
nm@dp.ru

У компании «Пончкофф» в Петербурге работает шесть кофеен с флагманским продуктом — пончиками 18 видов. Сейчас бизнес делает разворот в сторону онлайн-сегмента. Компания заявляет, что не отказывается от развития бизнеса в офлайне, но решила сфокусироваться на своем сервисе доставки. Для более быстрой доставки — с целью покрытия стратегически важных зон в городе — она откроет микроточки. Это позволит сократить время ожидания заказа до 20 минут. В 2019 году «Пончкофф» планирует выйти на рынок Москвы и еще нескольких городов-миллиоников.

Инвестиции для реализации программы составят около 40 млн рублей, часть средств компания потратит сама, а часть вложит инвестор. Деньги пойдут на разработку IT-решения для упрощения заказа, маркетинг, открытие микроточек и увеличение производства пончиков — планируемая мощность составит 700 тыс. штук в месяц против 90 тыс.

«Мы оказываем услуги доставки пончиков с 2015 года, и до 2017-го это было дополнительное сегментом в развитии компании. С учетом изменения в экономике, диджитализации и роста нового поколения мы плавно решили сконцентрироваться на онлайн-продажах, — поясняет Рональд Смирнягин, основатель и директор по развитию ГК «Пончкофф». — За последние 5 месяцев мы удвоили оборот выручки сервиса доставки и ежемесячно растем на 10–20%».

Рентабельность доставки в 2–2,5 раза выше, чем у офлайн-точек, объясняет предприниматель. Сейчас главная функция кофейни — рекламная. Она как подбодит шоурма выступает площадкой для знакомства с ассортиментом компании. По ориентировочным расчетам,

Пончики будут везти быстрее

Компания «Пончкофф» трансформируется в сервис доставки. Инвестиции составят около 40 млн рублей.

в результате нового курса компания сможет выйти на оборот 250–300 млн рублей к 2021 году. Сейчас ее годовой оборот — около 40 млн рублей. 70% всех пончиков уходит клиентам через сервис доставки.

Примерно 30% всех заказов компании, по данным «ДП», приходится на корпоративных клиентов, в том числе «Яндекс» и Mail. Среди конкурентов компании — пончиковые кафе, которые также осуществляют доставку. Это, например, «Глазурь и кофе», Fan Of Donuts, Donuts Plus, «Британские пекарни».

«Несомненно, переход в онлайн — весьма правильный ход. Уникальный продукт позволяет компании не быть привязанной к живым продажам, а диверсификация в сторону сетевых продаж позволит в разы увеличить обороты компании посредством ми-

нимальных вложений», — комментирует представитель сети ресторанов Carl's Jr. Евгений Прокопцов.

Рынок доставки еды в России демонстрирует невероятные темпы роста, за первое полугодие — на 19%. Объем фудтех-рынка в России — около \$1,4 млрд, объем мирового рынка доставки продуктов оценивается в 100 млрд евро, что составляет 1% от общего рынка продуктов питания. «В скором времени большинство игроков розничного рынка будут делать основной денежный поток именно на онлайн-продажах и доставке, — уверен Евгений Прокопцов. — Хотя это касается только тех, кому это позволит сделать их продукт, — в пример, для нас это все же не лучший путь развития».

АНАСТАСИЯ ЖИГАЧ
anastasia.zhigach@dp.ru



ФОТО: INSTAGRAM.COM/ПОНЧКОФФ

«Ягоды Карелии» засушились в Костомукше

Сельскохозяйственный кооператив из Ленобласти запустил производство сублимированной клюквы и морошки по советским космическим технологиям.

Крупнейший в России потребительский кооператив «Ягоды Карелии» (выручка 719 млн рублей в 2017 году) запустил фабрику сублимации ягод и грибов, которые собирает население 10 регионов Северо-Запада. На производстве в городе Костомукше переработчик использует изобретенную в СССР технологию сушки плодов для питания космонавтов. «Мы производим сублиматы, которые поставляются на заводы группы Unilever. Их добавляют в каши быстрого питания, чай, мед, кондитерские изделия. В Норвегии уже производят трюфели с нашим порошком из подосиновика. Сублимат можно просто размешать с водой и получить полезный сок, который никогда не проходил пастеризацию и сохранил в себе все витамины», — рассказал Александр Самохвалов, совладелец сельхозкооператива. По его словам, для организации производства на заводе в Костомукше установлены вакуум-сублимационные сушилки мощностью 20 т сырья в сутки и автоматическая линия по производству ягодных таблеток.

Ягодный сбор

Потребительский кооператив «Ягоды Карелии» создан в 2010 году в Ленобласти бизнесменами Иваном Самохваловым и Евгением Мишиным. По данным СПАРК, сейчас доли распределены между членами семьи Ивана Самохвалова, в том числе по 20% принадлежит его сыновьям Александру и Максиму. Кооператив объединяет около 10 тыс. ассоциированных



→ Кооператив организовал 400 пунктов приема ягод и грибов и 60 филиалов переработки и заморозки плодов.

ФОТО: «ЯГОДЫ КАРЕЛИИ»

членов — живущих в регионах, богатых дикорастущей черникой, клюквой, брусникой и морошкой. Это в том числе Ленинградская, Мурманская, Архангельская, Вологодская, Кировская, Новгородская, Тверская, Псковская области, Республики Коми и Карелия. В них «Ягоды Карелии» открыли 400 пунктов приема ягод и грибов и 60 филиалов с холодиль-

никами и оборудованием шоковой заморозки сырья.

Для вступления в кооператив необходимо заполнить анкету и уплатить членский взнос 100 рублей, рассказал Александр Самохвалов. По его словам, килограмм клюквы «Ягоды Карелии» покупают у населения по 150–180 рублей — в 2 раза дороже, чем в Скандинавии. «Десять лет назад Россия собирала ягоды,

и через таможенные пункты в Карелии это все экспортировалось в свежем виде — по 10–15 рублей за kilo. Мы этот поток остановили, стали закупать в 2–3 раза дороже финнов, перерабатывать на месте», — вспоминает он.

Продукция кооператива поставляется в российские торговые сети, рестораны, а также на экспорт в 60 стран мира.

Вера в кооперацию

В России около 5,6 тыс. потребительских кооперативов, говорит Татьяна Агапова, вице-президент Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельхозкооперативов РФ. Это в том числе кредитные (1,1 тыс.), перерабатывающие (1,1 тыс.) и сбытовые (3,3 тыс.) объединения фермеров.

В Ленобласти насчитываются единицы действующих сельхозкооперативов. Это в том числе СПК «Оредежский», в который входит 50 фермерских хозяйств в Лужском районе. Кооператив сбывает продукцию фермеров на молочный завод «Галатика».

В сельхозкооперативе «Траумшлосс» из Гатчинского района состоит 26 человек. Как рассказал председатель кооператива Владимир Завальный, объединение планирует привлечь в банке ВТБ около 70 млн рублей на строительство завода по переработке молока. Еще 50 млн рублей намерены получить в виде субсидий на развитие сельхозкооператива. В 2018 году правительство Ленобласти объявило о запуске такого вида поддержки АПК. «У нас есть ассоциированные члены, есть неассоциированные, то есть инвесторы, которые верят в кооператив. Рассчитываем, что фермеры будут сдавать свою продукцию, мы — ее перерабатывать, а реализовывать либо нашими силами, либо силами фермеров», — рассказал Владимир Завальный.

ЮЛИЯ КУЛИКОВА
yulia.kulikova@dp.ru

8 НЕДВИЖИМОСТЬ

Заселение промзон

Четверть всего городского рынка жилья приходится на проекты редевелопмента промышленных территорий.

По сравнению с 2015 годом предложением жилья в бывших промзонах удвоился и достиг 1,2 млн м². И это не предел. Главный драйвер этого процесса — дефицит участков в обжитых районах города рядом с центром. А именно такие проекты сегодня наиболее маржинальны для застройщиков. Собственники предприятий понимают, что законодательство в сфере жилого строительства становится строже: снижается высотность домов, уменьшается коэффициент использования территории, растут нормы по озеленению. «Это служит хорошим мотиватором для ускорения реализации земельных участков. При этом запасы промышленных территорий все еще обширны. Темпы редевелопмента будут только увеличиваться. Если раньше он был ориентирован в основном на объекты бизнес-класса, то сегодня становится более демократичным и массовым», — считает Дмитрий Михалев, руководитель службы по работе с государственными органами «СПб Реновации».

Сейчас, по данным компании Peterland, в Петербурге представлено 26 крупных промышленных зон площадью от 50 га и более. «Суммарная площадь этих зон составляет порядка 6 тыс. га. Учитывая эти данные, а также действующие градостроительные нормы и регламенты, на территориях бывших промзон может быть построено примерно 1,4 млн м² жилья, без учета уже реализованных и запущенных проектов», — говорит Ирина Дайнеко, руководитель аналитической группы Peterland.

С учетом текущего года можно говорить о проведенном и запущенном редевелопменте примерно на 1500 га площадей серого пояса, включающих и целые промзоны, и отдельные площадки.

«В целом за последние 5–6 лет площадь промзон, подвергнутых редевелопменту, увеличилась более чем в 2 раза, что свидетельствует о стабильной активности процессов и усилении его роли в градостроительстве», — констатирует эксперт.

По мнению Дениса Антипова, заместителя управляющего по строительству ГК «КВС», в 2012–2013 годах были сформированы новые предложения по переводу промышленных зон в жилье. Они были внесены в Генплан Петербурга и выполнялись в соответствии с плановым периодом. И вот к 2018 году именно эти проекты и составили 35% продаж.

Проблемный редевелопмент

Несмотря на активное освоение бывших промзон, редевелопмент остается большой головной болью для девелоперов. Так, одна из главных проблем, с которой застройщики сталкиваются при освоении серого пояса Петербурга, — это периодически меняющаяся позиция городских и федеральных властей, говорят эксперты. А без их поддержки трудно реали-

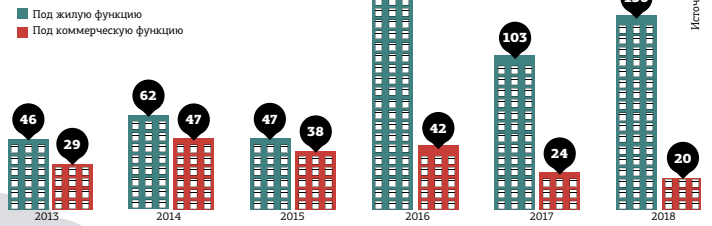
зовать успешные проекты по редевелопменту территорий, занятых старыми промышленными предприятиями.

«Так, недавно стало известно, что правительство Петербурга больше не планирует выводить промышленные объекты из города, а освобождающиеся территории прежних предприятий будут использоваться для размещения новых производств. Тогда как еще в мае 2016 года комитет по градостроительству и архитектуре объявил конкурс на концепцию преобразования серого пояса, а итоговые работы конкурса были показаны на II Международном форуме пространственного развития», — рассказывает Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург».

В то же время в согласованиях в последнее время стало проще, констатируют девелоперы. «Власти прекрасно понимают, что единственный путь экономически развивать город в текущих реалиях — это редевелопмент», — полагает Сергей Мохнар, генеральный директор «ПСК-Недвижимость».

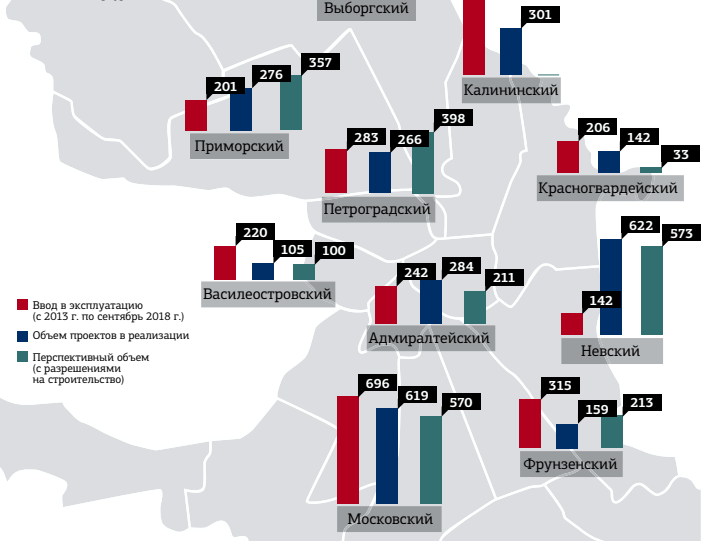
Впрочем, процесс торжизит наличие множества собственников в пределах одной территории, их интересы часто расходятся. «Это означает затягивание переговорного процесса и существенное увеличение бюджета девелоперского проекта из-за вероятности выплаты повышенной компенсации за освобождение территорий. А для некоторых участков требуется

Годовой прирост площадей, преобразованных в результате редевелопмента за 2013–2018 гг. (с учетом отдельных площадок)



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИЙ РЕДЕВЕЛОПМЕНТА, ТЫС. М²

Источник: «Петербургская недвижимость»



проведение экологических изысканий и рекультивация», — продолжает Мария Черная.

Хотя кризисные явления привели к тому, что в 2015–2016 годах арендаторы активно оптимизировали занимаемые площади и инициировали пересмотр ставок в меньшую сторону.

«Как следствие, для собственников арендный бизнес перестал отвечать ожиданиям: снизился уровень рентабельности офисных и складских помещений, возникли проблемы с их заполняемостью. Чтобы повысить капитализацию активов, потребовалось сменить концепцию. Некоторые объекты трансформировались в общественные пространства, как, например, Art Play. Однако большая часть собственников приняла решение о выходе из проекта через редевелопмент в жилье», — рассказывает Алексей Чижов, директор департамента инноваций и развития холдинга AAG.

Территории на перспективу

По мнению экспертов, привлекательные по цене проекты в ближайшее время будут появляться в районе промзон Галерная, Полустрово и Стеклянного городка. Так, в компании «ПСК» «ДП» рассказали

о своих интересах к участкам с ветхими и заброшенными зданиями жилого, складского и служебного назначения в исторических районах. «Это небольшие территории, а их локация и состояние почвы позволяют строить жилье бизнес-класса посреди хорошего окружения. Среди таких, например, территория бывшего жилгородка завода Людвиг Нобеля», — сообщил Сергей Мохнар.

По мере увеличения дефицита свободных пятен под застройку интерес к проектам редевелопмента будет только расти. Наибольшая по объему площадей застройка происходит сейчас в трех зонах: Полустрово (по обеим сторонам пр. Маршала Блюхера), Новоизмайловской и Октябрьской (вдоль Октябрьской наб.). К перспективным территориям эксперты из AAG относят также Кировский район в окрестностях станции метро «Автово», район Измайловской перспективы между Московским пр. и Митрофаньевским шоссе, Охту и оба берега Невской речья.

На рынок выходит новый и весьма привлекательный участок — на набережной Невы, на месте бывшего ИЦ «Буревестник». «Редевелопмент порой позволяет застройщикам существо-

но сэкономить на подведении инженерных коммуникаций (при их рабочем состоянии), прокладке дорожных магистралей. Это, в свою очередь, является плюсом и для покупателей жилья: сокращается срок строительства дома. Свободных и перспективных пятен под застройку все меньше, поэтому редевелопмент сейчас — один из самых эффективных способов развития городов», — уверен Алексей Бушуев, директор по продажам Seven Suns Development.

С ним согласен и Сергей Мохнар. «Земли бывших производств (особенно химпрома) стоят относительно недорого. Да, придется вложиться в демонтаж и рекультивацию, но это все равно будет дешевле, чем приличных размеров пустырь в зеленой или освоенной жилой зоне, на котором можно строить. Еще причина — жилье у воды (а значительная часть осваиваемых территорий серого пояса расположена возле Невы и других рек и каналов) всегда востребовано. Наконец, на таких территориях строится по большей части жилье комфорт-класса — самое востребованное на данный момент», — говорит Сергей Мохнар.

ПАВЕЛ НИКИФОРОВ, НАТАЛЬЯ БУРКОВСКАЯ

Серый пояс привлекает близостью к обжитым локациям и наличием инженерных коммуникаций с большим запасом мощности.

Не должны бороться с обществом

Развитие телемедицины в Петербурге стало темой традиционного круглого стола в редакции «ДП» с участием представителей бизнеса и власти.



ДМИТРИЙ ЯЦЕНКО,

директор СПб ГБУЗ «Медицинский информационно-аналитический центр» (МИАЦ)

— Благодаря «Деловой Петербург» за круглый стол, посвященный задачам, касающимся новых информационных технологий в медицине. Темы к обсуждению: электронная медицинская карта, телемедицина. Буду рад не только вопросам, но и предложениям. Вопросы часто обсуждаются, и я думаю, что этот круглый стол поможет перейти к конкретным шагам и сделать что-то полезное для города.



СЕРГЕЙ ЧЕРНЫХ,

заместитель директора территориального фонда обязательного медицинского страхования Санкт-Петербурга

— Темы телемедицины и информатизации крайне важны, их актуальность возрастает каждый день. Выходят новые нормативные документы. Но новации будут реализованы участниками, которые находятся «на земле».

«ДП»:

— А телемедицина включена в перечень оплаты услуг ОМС?

Сергей Черных:

— Этот вопрос еще на стадии рассмотрения, он многомерный. Вышли новые приказы Минздрава, которые содержат определенные технические требования к телемедицинским системам. Те медицинские системы, которые сейчас мы называем телемедицинскими и были внедрены в Петербурге в режиме «врач — врач» в предыдущие периоды, потребуют существенной доработки. Вопрос не только финансовый, но и в нашей технической сфере — мы должны технически подтянуть все информационные аспекты в сфере здравоохранения, чтобы соответствовать требованиям Минздрава. Тарификация в системе ОМС — это назначение определен-

ной стоимости медицинским услугам. При этом услуга должна соответствовать требованиям нормативных документов в том числе в части информационных систем, обеспечивающих оказание телемедицинских услуг. В этом нашей информационной сфере нужно еще идти и идти.

Дмитрий Яценко:

— Добавлю по поводу правообразующих документов. Сейчас на стадии утверждения находится паспорт регионального сегмента федерального национального проекта «Цифровой контур». Туда будут включены и целевые показатели по телемедицине. Эта тема становится все более актуальной. Мы не только по собственной инициативе должны будем вводить телемедицину в работу; город будет обязан это делать. Если утвердят паспорт, то в 2019 году будет проводиться подготовка, работа начнется в 2020-м.



АНДРЕЙ КОБЕЦ,

генеральный директор ООО «Медицинские системы визуализации»

— Сфера деятельности нашей компании лежит в области телемедицины. Сейчас работаем над проектами «врач — врач» и «врач — консилиум». Из этого ставлю для себя задачу понять, в каком направлении будут развиваться телемедицинские системы, какие будут предоставлены возможности для бизнес-сообщества по внедрению и соединению с региональными системами, которые сейчас активно развиваются с помощью государства и крупных корпораций.

Я вижу проблему современных регламентов в том, что они выпускаются с наименованием «прототипы», «в стадии рассмотрения», однако в них заложены конкретные стратегии. Например, регламент по идентификации пользователя и врача — ситуация очень нетривиальная. Идентификация используется всеми системами и является неизбежной. Все телемедицинские системы после этого регламента перестали называться телемедицинской и стали вне закона. Хочется понять, как с этим поступить, потому что все консультации для врачей станут добровольными, необязательными или, может, даже опасными в плане правового регулирования и ответственности.

Многие сейчас занимаются телемедициной. Накоплен огромный опыт, и пе-

реход из количественного в качественное произошел, теперь нужно понять, как с этим жить.



НАТАЛИЯ ДЕМАКОВА,

генеральный директор ООО «МАЙ ДОК»

— «МАЙ ДОК» — новый сервис телемедицины, позволяющий получить консультацию в формате «пациент — врач» из любой точки России, а также записаться на личный прием и обследование. Главной задачей при создании сервиса мы ставили возможность минимизации врачебной ошибки (были разработаны подробные анкеты, пациент до консультации с врачом может самостоятельно отсекают экстренные ситуации), а также возможность записаться на анализы, обследования и выслать результаты врачу в течение 72 часов и получить подробную консультацию.

Но даже при относительно небольшой стоимости консультаций не всем это доступно. Кроме того, много маломобильных людей, которым нужна консультация врача. У нас есть предложение внедрить телемедицину в систему ОМС. Мы готовы предоставить на безвозмездной основе нашу платформу и осуществлять техническую поддержку.

У нас есть предложение внедрить телемедицину в систему ОМС. Мы готовы предоставить на безвозмездной основе нашу платформу и осуществлять техническую поддержку.



АЛЕКСАНДР СОЛОНИН,

генеральный директор СРО «Ассоциация частных клиник Санкт-Петербурга»

— В деятельности частных клиник Петербурга очень большое внимание уделяется развитию информационных технологий. Неслучайно в этом году активно работает специальный комитет Ассоциации по IT-технологиям. На мой взгляд, на сегодняшний день недостаточно полно оценивается потенциал частной медицины

в городе. Сегодня в Петербурге работает более 1,5 тыс. частных медицинских организаций. В городе ежегодно производится 68 млн медицинских приемов. Из них около 30% приходится на негосударственный сектор. Я понимаю, что на первом этапе акцент делается на подключение к ЕГИСЗ государственных медорганизаций, но нужно учитывать и пожелания пациентов, которые имеют право выбора медицинской организации и хотят документально фиксировать свои медицинские исследования, консультации и т. д. независимо от того, в какую организацию они обращаются. Напомню, первые электронные медицинские карты появились не в государственных организациях, а в частных. За многолетнюю работу у частных клиник накоплен огромный опыт общения с пациентом и обращения с электронной документацией. Уже пройдены многие подводные камни. Необходимо более полно использовать потенциал частной медицины, которая готова активно взаимодействовать и с МИАЦ, и с комитетом по здравоохранению, и с территориальным фондом. Очень важен и вопрос финансирования подключения, чтобы цены на него были целесообразными. Государственное финансирование должно учитывать интересы пациентов, которые обращаются как в государственные организации, так и в частные.



ЕЛЕНА КИРИЛЕНКО,

генеральный директор ООО «КЕЛЕАНЗ Медикал»

— Мы занимаемся комплексным оснащением медицинских учреждений, включая информационные системы и оборудование для телемедицины. При проектировании медицинских учреждений компании, для которых это первый опыт, очень трудно убедить, что на систему телемедицины и информационную систему нужно закладывать немаленькие бюджеты. Полностью поддерживаю мысль о необходимости разрабатывать стандарты. Может быть, можно создать совместно с МИАЦ рабочую группу, в которую привлечет людей, реализующих проекты по оснащению, чтобы разработать стандарты и минимизировать субъективное творчество. Когда новое учреждение вводится в эксплуатацию, а об информационных системах забыли, то становится обидно. Дополнительное финансирование на это потом не выделяется.

Продолжение → 10-11

10 КРУГЛЫЙ СТОЛ

Не должны бороться с обществом

Продолжение. Начало → 9

Елена Кириленко:

— И получается, что в больнице с современным оборудованием информационной системы практически нет. Хотелось бы также поучаствовать в разработке стандартов по аппаратному и программному оснащению для медицинских учреждений разного профиля. Бывает так, что оборудование и ПО закуплены у разных поставщиков и вместе это все не работает. Приходится прилагать колоссальные усилия, чтобы систему наладить. В государственных учреждениях на позицию сидашиных приходят люди, не заинтересованные в развитии системы, приходится всю работу делать за них. Сталкивались с тем, что отлаженная информационная система просто не может по тому должным образом поддерживаться: на это не выделяется финансирование. Помимо разработки стандартов должны быть и рекомендации, чтобы понимать, как работать на перспективу и изначально закладывать бюджеты, решения, требования, чтобы новые клиники стали клиниками будущего.



ТАТЬЯНА ТРОФИМОВА,

главный врач сети клиник «АВА-Петер» и «Скандинавия», Санкт-Петербург

— Ежегодно в наших клиниках проходят лечение почти 180 тыс. пациентов, это около 800 тыс. визитов, в том числе много иногородних. Поэтому нам крайне интересны возможности, которые предлагает телемедицина. Более того, если мы хотим соответствовать требованиям сегодняшнего дня, то обязаны участвовать в этом проекте, отражающем, по сути, зрелость общества. Другой вопрос, в какой степени медицинское сообщество готово к нему. Боюсь, что ответ будет неутешителен. Федеральный закон по телемедицине четко прописывает, что возможно. Есть понимание, что телемедицина — это еще одна форма оказания медицинской помощи, наряду с амбулаторной и стационарной, но не может быть первым контактом врача с пациентом. На этом ясность и заканчивается. Нам не хватает понимания, что такое качество телемедицинской услуги. Есть три участника: врач, пациент, консультант. Кто выбирает и утверждает консультанта, кто определяет качество оказания консультации, где это прописано, какой стандарт регламентирует и регулирует его работу? Какие ЛПУ могут этим заниматься? Кто-то что-то дистанционно консультирует, а юридическую ответственность за все несет лечащий врач. Удобная позиция для консультанта, конечно. Интересно, как пациент и ТФОМС должны понять, что оказана грамотная медицинская консультация, на которую можно полагаться и нужно оплатить? Нам не хватает юридической поддержки в полном смысле этого слова. На наш рынок приходят также иностранные компании. На

пример, швейцарцы всерьез обсуждают реализацию медицинских услуг по типу Uber. Приемлемо это или нет? Перед нами сегодня очень много вызовов: стандарты оснащения, качества оказания медицинской помощи, юридические вопросы. Это колоссальный, но совершенно необходимый пласт работы.

Телемедицина в моем понимании — это здание, которое, как любое другое, состоит из кирпичиков. Уже сейчас не хватает важного кирпичика — тарифов на телемедицинские услуги. Очень простой пример — описание МРТ, КТ, рентгеновских изображений, в том числе маммограмм. Регионы очень серьезно оснастились «тяжелой техникой», но подготовка высококвалифицированных специалистов явно запаздывает. Исследования есть, а их описание отсутствует. Значит, мы плодим как минимум хронологическую отсроченность адекватной медицинской помощи. Дистанционное описание очень востребовано, но в Санкт-Петербурге нет тарифов, которые позволили бы нам оказывать эту помощь любому гражданину страны. В других регионах есть, а в Санкт-Петербурге нет. С моей точки зрения, это плохо. Санкт-Петербург — крупнейший научный центр, который может здорово помочь в решении этой проблемы. И если вопрос упирается в квалификацию участников и открытие тарифа, то пришло время заняться этим вопросом.



ТИМОФЕЙ АБРАМЕНКО,

коммерческий директор по развитию корпоративного бизнеса региона Запад ПАО «ВымпелКом»

— Чтобы телемедицина работала, нужна стабильная связь между учреждениями и устройствами. Не менее важно понимать требования к каналам связи, шифрованию, условиям хранения данных. Мы видим, что не у всех участников рынка есть понимание этих требований, нет единого стандарта. Каждая компания, которая занимается интеграцией медицинского оборудования, формирует свои требования, но четкого единого понимания нет, а оно необходимо. Количество медицинских данных растет в лавинообразном порядке, и их надо где-то хранить, обрабатывать, анализировать. Мы видим, что есть большой пробел с точки зрения безопасности — большинство учреждений хранят все данные у себя, не отдавая их даже в российские облачные сервисы. Компания «Билайн» имеет собственные облачные решения, и мы понимаем, что часть процессов можно перенести в «облака», это эффективнее с экономической точки зрения. Но из-за того, что сегодня у медицинских учреждений нет единого подхода к этому вопросу, процесс спорится. Можно воспользоваться опытом финансовой сферы. Банки уже давно используют облачные вычисления, и в этом смысле медицинские данные и финансовые данные могут иметь сопоставимые требования в вопросах безопасности хранения и передачи.



МАКСИМ РЮХИН,

исполнительный директор АО «НПП «Системные технологии»

— Мы занимаемся разработкой и внедрением информационно-советующих систем, которые позволяют медицинским работникам осуществлять мониторинг и контроль состояния здоровья работников транспортной отрасли, в частности системы «АСПО» (проверка функционального состояния на предрейсовом осмотре) и «Штурман» (контроль функционального состояния в режиме онлайн).

В настоящий момент телемедицинские технологии только приходят в эту отрасль: подзаконные акты еще не созданы. Но для операторов транспорта этот вопрос актуальный, так как не все компании могут позволить себе оплачивать очные услуги медицинских работников для предрейсовых осмотров, особенно на здравпунктах с малым выпуском. При этом для обеспечения безопасности движения и сохранности жизни и здоровья пассажиров, особенно с использованием телемедицинских технологий, необходимо использовать только проверенные и надежные решения и системы, которые позволят медработнику, находящемуся не в одном помещении с водителем, получить наиболее точные, полные и достоверные данные о его функциональном состоянии, и на основании больших данных проводить профилактику заболеваний, выявленных на ранних стадиях, а не лечение на запущенных.



РОМАН КОНСТАНТИНОВ,

руководитель ГК «Эко-безопасность»

— Новые документы нормативного регулирования практически обнулили телемедицину. Пока это направление остается уделом энтузиастов. А вот цифровизация здравоохранения и переход на электронную медицинскую карту являются архиважными задачами. Правильно, что МИАЦ пошел не по пути создания единой медицинской информационной системы, а создает профили подключения для сторонних программ. Это позволяет формироваться экосистеме разработок и стимулирует развитие, применение новых подходов и прогресс в этой области. Мы готовы передавать данные в ЕГИСЗ, но уже год бьемся над тем, чтобы подключиться через нее к ЕМТС. Мы подключились к тестовому контуру, но не можем подключиться

к производственному контуру. Проблема заключается в паранойальных требованиях безопасности, таких как подключение по выделенной оптоволоконной линии т. д. Вместо этого данные можно деперсонифицировать и тогда использовать защиту данных при помощи аппаратных и программных межсетевых экранов. Так что проблема носит абсолютно надуманный характер.

Дмитрий Яценко:

— На данный момент существует необходимость, на которое ориентируются коллеги из комитета по информатизации и связи.

Есть сложности даже в подключении государственных клиник, у которых нет выделенных каналов связи. Безопасности передачи данных уделяется очень большое внимание, потому что оно завязано на медицинскую тайну. Требования к передаче медицинских данных намного сложнее, чем даже к передаче персональных данных. Получить лицензию на обработку персональных данных можно. Права на хранение медицинских персональных данных нет даже у МИАЦ.



САМУИЛ ГОРЕЛИК,

генеральный директор ООО «Элт Кард»

— Требования КИС чрезмерны, потому что он хочет взять на себя как можно больше объема работ по защите информации. В соответствии с федеральным законом о защите информации понятие того, что нужно защищать, определяют те, кто создает эту информацию. На карте можно хранить только зашифрованные данные в объеме, который не подпадает под нормативные ограничения. Нужно разделять данные на карте и в базе данных. Разные требования. Не надо легко вестись на заявления сотрудников, которые работают в сфере цифровой безопасности и пользуются невысокой компетентностью медицинского сообщества в сфере защиты персональных данных. Это надуманная проблема, с которой нужно бороться.

Дмитрий Яценко:

— Мы не должны бороться с общественным мнением. Раз возникают проблемы, то нужно выходить с законодательными инициативами. Я вижу только этот путь.

Роман Константинов:

— Нам озвучивают, что подключение стоит баснословных денег. Я готов пойти на это как перепроходец, но полгода даже счета не могу выставить. Получается, что мы так и не начали работать в этом направлении, а время уходит.

Дмитрий Яценко:

— Давайте попробуем собрать рабочую группу, пригласить представителей бизнеса и представителей комитета по информатизации и связи, потому что только они могут нам помочь. Если вы подго-

товите первичные предложения, давайте сделаем.



АРТУР КАНАЯН,

директор по инновациям и маркетингу
компании «Медицинский центр «XXI век»

— Есть телемедицина «врач — врач» — она решает задачи удаленного взаимодействия и недостатка важных компетенций. Решения могут быть от местных разработчиков, но они должны работать, обеспечивая необходимую безопасность и качество связи. Телемедицины «врач — пациент» как таковой сегодня нет. Удобные решения, соответствующие всем законодательным нормам, мне неизвестны. То, о чем мы сегодня говорим, — это не телемедицина — это онлайн-консультации. Эти инструменты неудобны как для пациента, так и для врача. Сложности с персональными данными можно реализовать через секьюрные протоколы, которые давно работают, и это упрощит внедрения, но таких решений пока нет. Именно поэтому наша компания не запускает сегодня телемедицину в том виде, в котором она доступна на рынке, потому что это нечестно по отношению к пациенту и неудобно для врача, а как следствие может отразиться на результате лечения не в лучшую сторону. Для реального прорыва в телемедицинской области не хватает возможности обеспечить пациента удобными гаджетами, которые будут сертифицированы как медицинские устройства, в которые поверят врачи.

Телемедицина — это возможность улучшить качество жизни пациентам с хронической патологией, а для этого надо иметь возможность получать медицинскую информацию с помощью носимых устройств, которые обладают точностью и понятными алгоритмами обработки. Например, для сопровождения пациента одного телефона недостаточно: Пациента надо сначала обследовать, потом выдать ему глюкометр, способный отправлять результаты через приложение на сервер, где заданы для пациента индивидуальные параметры: что он должен с определенной частотой измерять сахар и уровень сахара должен быть не выше и не ниже определенного уровня. И все это должно мониториться специалистами.



НИКОЛАЙ ПУДОВ,

разработчик проекта «Программа дистанционная
реабилитации» ООО «Азимут Мед Групп»

— Мы с нуля начали разработку программы «Ушарики» для проведения медицинской реабилитации после кохлеарной имплантации. Установка кохлеарных имплантов не позволяет сразу обеспечить пациентам полноценную жизнь. Требуется проведение реабилитационных мероприятий в течение длительного времени. Учитывая территориальную удаленность проживания большинства пациентов с кохлеарными имплантами, возникают большие трудности с оказанием медицинских услуг, в том числе в стационаре.

Главной задачей программы дистанционной реабилитации пациентов после кохлеарной имплантации «Ушарики» является оказание дистанционных услуг по слухо-речевой реабилитации специалистами медицинских организаций.

В соответствии с нормативными правовыми актами проведение консультаций с применением телемедицинских технологий может осуществляться при условии установления диагноза на очном приеме. В программе дистанционной реабилитации «Ушарики» консультации «врач — пациент» осуществляется в рамках соблюдения этих требований, так как диагнозы установлены, проведено оперативное лечение. В ходе разработки программы возникли определенные сложности, а именно проведение аутентификации пользователя. Единственный доступный механизм — использование портала «Госуслуги». Однако имеются проблемы по реализации подключения этого механизма. Внедрение дистанционной реабилитации после кохлеарной имплантации с применением информационных технологий (программа «Ушарики») позволит предоставлять пациенту медицинские реабилитационные услуги на всех этапах реабилитации. Это будет способствовать более эффективной интеграции пациента в слышащее общество и повышению комфортности его жизни.



АЛЕКСАНДР ШЕВЕЛОВ,

технический директор EuroMed Group

— Наша медицинская сеть представлена как коммерческими медицинскими многопрофильными центрами, так и центрами, работающими в ОМС. Мы управляем пациента на обследования в другие учреждения и получаем от них реестры выставляемых счетов в рукописном виде — даже не в печатном. Анализировать эти реестры и понимать, получил ли пациент услугу в полном объеме, невозможно, так как результат обследования мы не получаем. Такие вопросы можно решить с помощью региональной электронной медицинской карты.

Единый архив формируется и актуализируется на уровне комздрава, поэтому сбор статистики и отчетности от медицинских учреждений возможно было бы осуществлять на основании медицинской информации, которую учреждения передают в региональный сервис, а не запрашивать ее отдельно в виде сотни статистических форм. Также на основании имеющегося архива медицинских данных возможно производить проверки страховыми организациями и ТФОМС без физического присутствия в медицинской организации. Основная потребность врача сейчас — система принятия врачебных решений. У врача во время приема бывает недостаточно времени на полную аналитику анамнеза пациента, его аллергических реакций, переносимости лекарственных препаратов и прочего, без чего иногда невозможно сделать правильные назначения для более эффективного подбора лечения. Но при этом такие данные содержатся в едином архиве. Если бы государство участвовало в разработке сервисов, анализирующих эти данные и играющих вспомогательную роль в постановке диагноза и назначении лечения, это была бы неоценимая помощь врачу в работе и в оптимизации нагрузки на врачей. При наличии глобального медицинского архива также важно двигаться в сторону превентивной и предиктивной медицины, выявления заболеваний на ранней

стадии, вследствие чего можно и добиться эффективного лечения, и снизить заболеваемость, и способствовать увеличению продолжительности жизни.



АЛЕКСАНДР САВВАТЕЕВ,

генеральный директор ООО «Виста»

— Мы — разработчики медицинской информационной системы «Виста-МЕД». Я остановлюсь на регионах, где у нас есть элементы телемедицины. Например, одна из московских больниц работает с больницей в Белоруссии. Идет онлайн-мониторинг пациентов, который позволяет планово госпитализировать самых тяжелых пациентов. Дорогое оборудование при этом недогружено. Цель телемедицины — дозагрузить оборудование. Второе проект — больница в Сочи, у которой стоит задача загрузить максимально коечный фонд. Идет работа с туристами. Развернули мессенджер, и любой потенциальный пациент больницы может обратиться за консультацией. Наша задача — доработать этот мессенджер, чтобы чат-бот мог анализировать сообщения и давать ответы на популярные вопросы.



ИРИНА ХУСАИНОВА,

генеральный директор ООО «Решение»

— Мы с нашей системой МИС «Ариадна» находимся в начале цепочки — там, где появляются и собираются медицинские данные. Мы действуем в зоне законодательства, и есть ситуации, когда заводят уголовные дела за нарушение законов. Прецеденты есть, и никому не хочется под них попасть. МИС — это изделие медицинского назначения, это определено в ФЗ-323 и в письме Росздравнадзора в 2015 году. Система, которая просто рассчитывает дозу препарата для пациента, уже является медицинским. То есть законодательство жесткое, нарушений масса.

Законодательство должно идти в сторону адекватности в этом направлении. Когда мы говорим о безопасности медицинских гаджетов, то также сталкиваемся с требованиями закона. И, если говорить про их применение, главное — добиться, чтобы технологическая цепочка заработала в реальной жизни.



ВЛАДИМИР КОГАЛЕНКО,

генеральный директор ООО «САМСОН Групп»

— Мы также занимаемся разработкой медицинских информационных систем. У меня нет представления о том, что кто-то четко понимает, что такое телемедици-

на. «Врач — врач» поддерживается и большой проблемы не составляет. «Врач — пациент» составляет большую проблему. Мне более близка тема онлайн-мониторинга. Разработка устройств для этого мне кажется наиболее перспективной в ближайшем будущем, так как это направление открывает широкие возможности получать в реальном времени объективные данные о состоянии здоровья пациента. Такого рода проекты недостаточно поддерживаются государством. По поводу связи: о чем мы можем говорить, если нет возможности оплачивать государственным учреждениям простое информирование пациента о том, что ему надо прийти на прием. Третий момент — в 2012 году прошла модернизация, и есть результаты: медорганизации стали внедрять продвинутые МИС и развивать IT-инфраструктуру. Но время идет, оборудование устаревает, и требования к МИС растут, а финансирования на обновление инфраструктуры в должном объеме нет.

Сергей Черных:

— ТФОМС обсуждает вопросы тарификации. Консультация «врач — врач» является первоочередной, она более продумана и понятна алгоритмически. По части взаимодействия ОМС и ДМС — этот вопрос требует доосмысления самих страховых компаний, и фонд был бы рад услышать идеи. Потому что сейчас эти системы дополняют друг друга. Здесь нужно совместное обсуждение со страховыми организациями.

Когда поднимался вопрос о тарифах — хочу напомнить, что тарифы устанавливаются не ТФОМС, а тарифным соглашением на основании решения комиссии по разработке территориальной программы ОМС, созданной в соответствии с федеральным законом «Об обязательном медицинском страховании в РФ».

Вопрос по части интеграции информационных систем здравоохранения и ТФОМС. Так сложилось, что у нас параллельно разрабатывались разные информационные системы, при этом ТФОМС исполнял приказы Минздрава и Федерального фонда ОМС. Работы по интеграции начаты, уже прошел ряд совещаний, мы движемся в сторону интеграции.

Как будет система ОМС оплачивать услуги в ходе телекоммуникационного взаимодействия? Пока этот вопрос открыт. Но можно предположить, что, когда заинтересованные стороны в Петербурге поймут, при каких условиях эти услуги действительно нужны пациентам, а не являются способом зарабатывания денег для участников системы ОМС, этот вопрос, по-видимому, будет вынесен на рассмотрение комиссии по разработке территориальной программы ОМС.

Дмитрий Яценко:

— Мы говорили про передачу и хранение данных. Если мы говорим о работе внутри единой мультисервисной телекоммуникационной сети, то тут не все так печально, как кажется. На данный момент будут аттестоваться большие дата-центры, которые предназначены и для хранения медицинской информации. Будет вводиться в эксплуатацию центральный архив медицинских изображений.

По поводу гаджетов — это перспектива. Они должны быть сертифицированы как медоборудование. Вряд ли будет взрывной рост, но в этом направлении надо идти. Наш регион отказался от идеи внедрения глобальной информационной системы, которая будет стоять во всех медицинских организациях и покрывать все их потребности. И это правильное решение, которое позволяет бизнесу активно участвовать в цифровизации медицины. Другое дело, что мы должны рекомендовать то, что уже апробировано и имеет хорошие отзывы. Это хорошее направление для развития.

ЛЮБОВЬ ЛУЧКО

lyubov.luchko@dp.ru

12 ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

МНЕНИЕ

Что нужно интернет-магазинам в сезон распродаж



МИХРИСО НИГМАТУЛЛИНА,
эксперт в области e-commerce

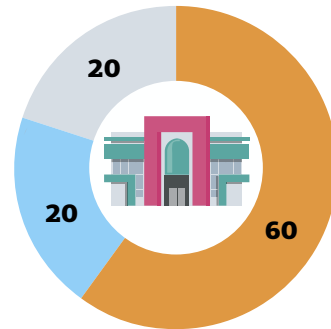
Скоро наступит праздничный сезон, который для ретейлеров является самым загруженным временем года. В России 90% респондентов знают о черной пятнице. Из них 49% будут принимать участие, а 26% совершат покупки онлайн.

Я рекомендую использовать несколько стратегий, которые сгенерируют больше продаж в пик сезона. Первое — ускорьте работу сайта. Фактически задержка в 1 секунду означает снижение конверсии на 7%. Второе — перед отправкой push-уведомлений изучите целевую аудиторию. Персонализируйте сообщения, основываясь на интересах и поведении ваших покупателей. Вот несколько примеров сегментации, которые можно использовать. 1. Конкретные устройства: вы можете создавать отдельные категории для iOS- и Android-пользователей или мобильных пользователей. 2. Местоположение: если ваш бизнес базируется в Москве, вы можете запускать специальные предложения по бесплатной доставке для вашей аудитории в столице и стимулировать больше продаж. 3. Важно учитывать часовой пояс. Предположим, вы отправляете push-уведомление в 3 часа дня по вашему времени, однако, если клиент находится на расстоянии +9 часов, вы в конечном итоге отправите ему уведомление, пока он спит. 4. История посещений: предположим, вы запустили зимнюю коллекцию и хотите знать, сколько пользователей заинтересованы в ней. Вы можете это определить с помощью кликов на сайте в этой категории и классифицировать пользователей в один блок, чтобы отправить им целевые push-уведомления.

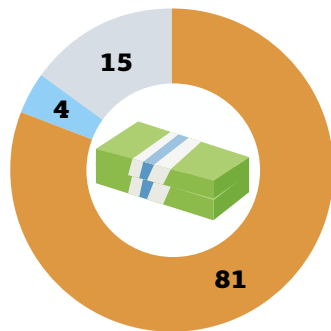
Третье — добавьте пиксель «ретаргетинга» на свой сайт. Чтобы убедиться в том, что покупатель вернется к вам на сайт еще раз, доступна опция «следить» за пользователем по всему интернету и отправлять ему целевые сообщения, которые помогут убедить его вернуться на ваш сайт вновь. Если добавить повторяющийся пиксель — это небольшой, ненавязчивый фрагмент кода — на свой сайт, ваша реклама появится на страницах Facebook или Google клиента. Таким образом, у вас есть шанс превратить возвращенный трафик в конверсию. Четвертое — создание тематического контента. Обновите свою домашнюю страницу праздничными цветами, шрифтами и приветствиями, чтобы посетители знали, что у вас отличные предложения.

Структура рынка интернет-торговли одежды и обуви, %

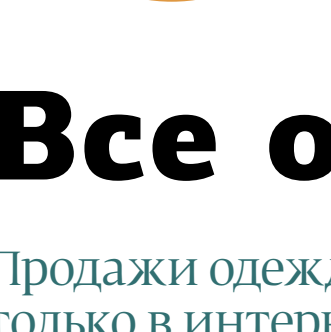
■ Одежда, обувь и аксессуары ■ Только обувь ■ Остальные категории



Количество магазинов



Количество заказов



Объем выручки

Источник: Data Insight

Все одежды

Продажи одежды в России растут только в интернете. Сработал тренд на развитие онлайн-торговли и удобство покупки.

ДП Реклама
образование

Выходим: понедельник, среда
Отдел рекламы:
тел. 326-9744, 326-9719
факс 326-9740

estate line
строительный портал

Здесь продают и покупают земельные участки

EstateLine.Ru



НАТАЛЬЯ МОДЕЛЬ
nm@dp.ru

Интернет-торговля сейчас основной драйвер развития российского fashion-рынка. Его объем в натуральном выражении так и не вернулся на докризисный уровень.

В 2015 году продажи товаров fashion-рынка (с учетом обуви и аксессуаров) откатились до уровня 2012 года — 2,3 трлн рублей. По итогам 2017 года в рублевом эквиваленте российский fashion-рынок вырос на 3%, до 2,36 трлн рублей. Но с учетом инфляции о росте говорить все равно не приходится.

На этот год прогноз не лучше — в 2018 году рост рынка составит до 3% в рублях, ожидают аналитики Fashion Consulting Group. Продажи падают из-за снижения покупательной способности и колебаний курса рубля. Одежда и обувь оказались в числе товаров не первой необходимости, потребители сократили на них свои расходы. В то же

время онлайн-торговля одеждой и обувью растет куда интенсивнее, впрочем, как и в других сегментах российской розницы. Согласно исследованию Fashion Consulting Group, рост рынка интернет-продаж одежды по различным категориям по итогам 2017 года составил 12–18%. Прогнозная оценка на этот год — рост еще на 8–12%.

Объем локального рынка интернет-торговли одеждой, обувью и аксессуарами в России в 2017 году составил около 8% от всего fashion-рынка и оценивается в пределах 189 млрд рублей. Средний чек на товары категории fashion в интернете в 2017 году составил около 2600 рублей.

В товарной структуре рынка онлайн-торговли одежда и обувь находятся на втором месте после бытовой техники и электроники и занимают около четверти от оборота интернет-торговли.

Придется, не выходя из дома
«Возвращения к докризисному уровню пока не ожидается. Положительная динамика российского fashion-рынка наблюдается в основном за счет опережающего роста канала интернет-торговли», — констатирует генеральный директор Fashion Consulting Group Анна Лебаск-Клейманс.

Такое различие в онлайн- и офлайн-продажах одежды и обуви эксперт связывает с двумя факторами. Высокие темпы роста онлайн-продаж объясняются эффектом низкой базы и проникновением digital-мира в повседневную жизнь людей.

Если россияне и готовы покупать одежду в текущих экономических условиях, то не в торговом центре, а скорее на интернет-сайтах. Помимо того, во многом драйверами роста интернет-про-

Английский интенсивно
www.benedict.ru группы от 130 руб / час, мини-группы от 250 руб / час*

*4 человека в группе, продолжительность - от 2-х часов

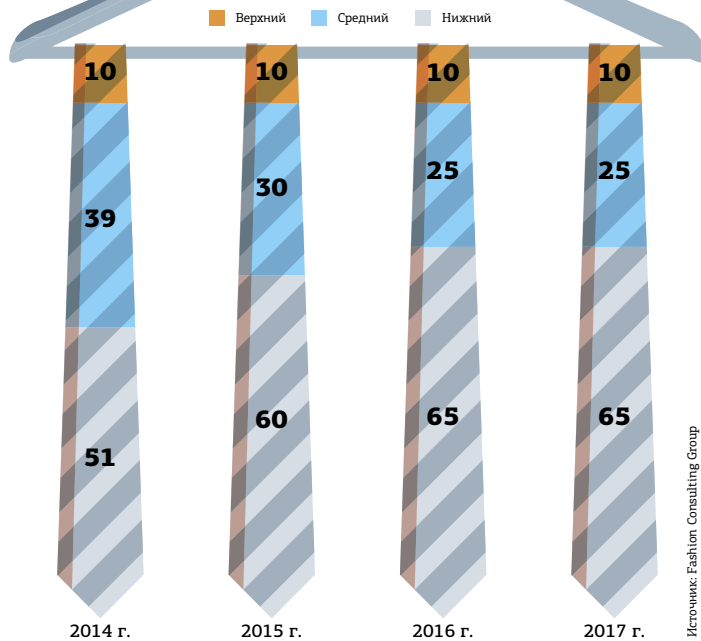
- ✓ иностранные и российские педагоги
- ✓ пробные реальные уроки
- ✓ занятия в центре города или в Вашем офисе

BENEDICT SCHOOL

Более 25 лет успешной работы! ☎ 325-75-74

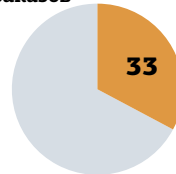
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК 13

Структура российского fashion-рынка по ценовым сегментам, %

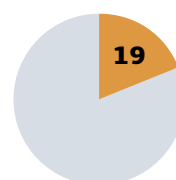


Доля магазинов одежды и обуви на российском рынке интернет-торговли, %

По количеству заказов



По объему выручки



КОММЕНТАРИИ

Интернет экономит



РОМАН РОТБЛАТ,
руководитель ГК «Буду Мамой»

К сожалению, тренд на экономное потребление продолжает сохраняться. Покупатели приобретают в первую очередь самое необходимое, и их выбор в основном определяется размером скидки или наличием промо. Онлайн растет активнее офлайна, и эта общая тенденция рынка обусловлена экономичным потреблением, общей диджитализацией населения, увеличением темпа жизни и стремлением сэкономить не только деньги, но и время. Покупки через сайт более рациональны, есть удобная сортировка по цене, нет влияния продавца, меньше импульсных товаров мы кладем в корзину.



ИВАН ХОХЛОВ,
сооснователь,
генеральный директор 12Storeez

Наш интернет-магазин показывает двукратный рост, офлайн-продажи растут в 2,3 раза. Сейчас идет перераспределение рынка, онлайн по чуть-чуть отъедает долю офлайна. В какой-то момент наступит идеальное соотношение: 30% займет онлайн, и 70% — офлайн, потому что люди предпочитают примерять и трогать одежду перед покупкой. Не настолько удобно покупать одежду онлайн, как думают многие интернет-игроки, поэтому они открывают магазины. Многие привлекают покупателей скидками, в итоге работают в ноль или даже в убыток.



АННА СИРОТКИНА,
коммерческий директор Ваон

Все дело во всеобщей диджитализации. Ведь развитие практически перешло в онлайн — это и обучение, и сервисы, и развлечения. Наш интернет-магазин — это площадка для нашей лояльной аудитории, где они могут познакомиться с брендом ближе, не только ознакомиться с коллекцией, сделать заказ, прочесть про акции, но и увидеть много информации о трендах, технологиях. **Есть крупные онлайн-магазины,** где наш бренд продается в гораздо большем количестве, чем на нашем сайте. Но мы видим нашу задачу в том, чтобы каждый канал не спорил, а работал в целом на бренд. Мы будем продолжать работу над контентом и добавлять новые возможности для более удобного онлайн-шопинга.

В интернете

даж одежды и обуви стали активнее использования интернета в стране, развитие мобильного интернета (более 50% от всего трафика интернет-магазинов приходится на мобильный интернет), развитие платежной инфраструктуры и нарастание интеграции офлайна и онлайн. Компании уделяют большое внимание привлечению офлайн-покупателей в онлайн, с другой стороны, онлайн-ритейлеры начали активную экспансию в офлайн (интернет-продавцы KUPI VIP, 12Storeez, I am Studio, «1001 платье» и другие открывали свои магазины).

В Fashion Consulting Group считают, что россияне мотивируют на онлайн-покупки широкий выбор и возможность экономии средств и времени, а именно: широкий выбор как брендов, так и магазинов, возможность быстрого сравнения цен и качества, соответственно, возможность находить самую низкую цену, возможность совершать покупку в любое время, совмещая это с другими делами (на рабочем месте, в пути).

Ведем покупателей в онлайн
Опрошенные «ДП» продавцы одежды и обуви тоже говорят о росте онлайн-продаж. Так, в Melon Fashion Group (брен-

ды ZARINA, befree, Love Republic) оценивают результаты работы своего онлайн-канала по итогам прошлого года позитивно: все три интернет-площадки перевыполнили план. «В этом году прогноз благоприятный, мы не сбавляем обороты и наращиваем базу покупателей в онлайн. В первую очередь на результаты влияют профессиональная команда и инфраструктурные улучшения каналов, — убеждены в Melon Fashion Group. — Покупать в интернете становится удобнее во всех смыслах, что сказывается на принятии решения о покупке».

В Ваон в прошлом и текущем году основной рост онлайн-заказов наблюдается при заказе «с полки магазина». То есть покупатель может посмотреть, в каком магазине есть товар, и забронировать его. В офлайне тем временем ритейлер видит стагнацию — здесь речь идет скорее про качественный рост: оптимизация форматов, реконцепция магазинов, работа с ассортиментом.

В сентябре 2018 года онлайн-ритейлер Wildberries отчитался о том, что его общие продажи выросли на 80% относительно сентября 2017 года. Категории «одежда» и «обувь» выросли на 75%. Интернет-ма-

газин Ozon планирует нарастить продажи одежды и обуви в 10 раз в течение ближайших 3 лет.

Мода или технологии

Что касается прогнозов, в Melon Fashion Group считают, что ритейл будет собирать все больше пользовательских данных и на их основе создавать базы. «Сегментация пользователей позволит эффективнее управлять предложениями и делать выводы о будущих покупках. Искусственный интеллект AI и Machine Learning придут на помощь в анализе больших данных, это подержит эволюцию в ритейле», — рассчитывают в компании.

Другая точка зрения у 12Storeez, где отмечают, что все больше технологий приходит в ритейл, но многие из них переоценены. «В онлайн-fashion-ритейле намного больше fashion, чем офлайна и ритейла. Многие сейчас с технологиями носятся и думают, что за big data, доставкой дронами, роботизацией и блокчейном кроется светлое будущее, — поясняют в 12Storeez. — На наш взгляд, в первую очередь нужно больше думать о продукте и во вторую — о технологиях и каналах продаж».

27%

составил рост числа онлайн-заказов в интернет-магазинах одежды и обуви в 2017 году. Онлайн-продажи увеличились лишь на 23%, оценили в Data Insight. То есть средний чек уменьшился.

ДП Реклама
строительные материалы, услуги, техника
Выход: с понедельника по пятницу
Отдел рекламы: тел. 326-9746, 326-9745 факс 326-9740

СРОЧНОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ЛИСТОВОК И БУКЛЕТОВ
вместе с газетой «Деловой Петербург»
Возможна выборка по районам.
тиражи от 500 до 15000 экз.
Тел. 326-9719, 326-9744

фирма **СЕВЗАП МЕТАЛЛ** 320-92-92
ЧЕРНЫЙ МЕТАЛЛОПРОКАТ
АЛЮМИНИЕВЫЙ ПРОФИЛЬ
ПЛАЗМЕННАЯ РЕЗКА
ЛАЗЕРНАЯ РЕЗКА, ГИБКА www.ssmetal.ru РЕКЛАМА

14 АВТОМОБИЛИ

МНЕНИЕ

Россия
может догнать
Канаду



ЖОЗЕ БОВОЛЕНТИ,
президент Bombardier Recreational Products

Русские, как и канадцы, известны своей любовью к зимним видам спорта. Очевидно, что обе страны располагают площадями для езды на снегоходах, именно поэтому здесь так много adeptов этого вида спорта. Кстати, в течение многих лет рынок снегоходов оставался наиболее важным рынком техники для активного отдыха и спорта в России с точки зрения интереса со стороны покупателей.

Значительный рост показывает и рынок квадроциклов (ORV). Несколько лет назад в Канаде сложилась подобная картина: самый востребованным был сегмент снегоходов, но квадроциклы быстро догнали их по уровню популярности.

Конечно, и снегоходы, и гидроциклы — сезонный транспорт. Поэтому динамика продаж зависит от времени года: больше снегоходов продается в конце осени и зимой, тогда как спрос на гидроциклы увеличивается весной и летом.

Этот тренд относится и к дорожным транспортным средствам. Однако, например, квадроциклы продаются в течение всего года без выраженных сезонных колебаний. Самыми доходными российскими регионами с точки зрения объемов продаж нашей техники являются Москва и Петербург, где сосредоточена большая часть населения. И, конечно же, Урал и Сибирь — наши так называемые «спортивные площадки».

Мы ожидаем, что в перспективе Россия может стать таким же крупным рынком, как Канада. Сейчас на эту страну у нас приходится около 20% продаж — это около 1 млрд канадских долларов. В России сегодня мы занимаем около трети рынка иностранной техники, его общий объем равен приблизительно 200 млн канадских долларов (10 млрд рублей). — Ред.) При этом население России в 4 раза больше, чем Канады. И в целом препятствий тому, чтобы Россия догнала Канаду по объемам рынка, я не вижу.

Последние несколько лет рынок самоходной техники переживает тяжелые времена. Разные производители потеряли за это время от трети до половины продаж. Но вслед за непростым периодом после 2014 года сейчас мы все же наблюдаем положительную тенденцию в экономике. В ближайшие годы мы ожидаем роста продаж на 10–15%.

Рынок бездорожья

Российские производители освоили рынок квадроциклов и снегоходов.



ВИКТОРИЯ БАБАВЕВА
viktoria.babaveva@dp.ru

Продажи квадроциклов и снегоходов в России восстанавливаются вместе с остальным авторынком. Некоторые производители и дилеры надеются по итогам этого года на рост показателей. Если не по всему рынку, то хотя бы по своим брендам. Но, если прежде среди лидеров продаж были иностранные производители, после кризиса вперед начинает вырываться отечественная техника.

Кризис подкосил

Пиковые показатели по продажам внедорожной мототехники остались далеко позади, за последние годы рынок сжался в 4 раза. Для примера: в 2014 году в России продано около 40 тыс. квадроциклов всех моделей всех производителей. А в 2017 году — всего 11 тыс. Аналогично менялись объемы продаж снегоходов — с 45 тыс. в 2012 году до 14,3 тыс. в прошлом, подсчитали эксперты завода «Русская механика».

Участники рынка объясняют такую динамику в первую очередь валютным кризисом 2014 года, падение курса рубля заставило изменить ценники на технику. Также оказывает сдерживающее влияние на продажи введение в 2016 году утилизационного сбора на снегоходы, квадроциклы и мотовездеходы, рассказали в «Ямаха Мотор Си-Ай-Эс».

Как отмечает коммерческий директор компании «Петросет сервис» Андрей Герашенко, меньше всего пострадала от кризиса более дорогая техника. Покупатели товаров премиального сегмента традиционно менее чувствительны к кризисам. «Мы работаем с Yamaha, у данного бренда есть модели не только дорогие, но и среднего ценового сегмента, так что кризис мы на себе, конечно, ощутили», — отметил Андрей Герашенко.

По его словам, в целом снижение продаж техники для активного отдыха в таких экономических условиях логично, так как внедорожная мототехника чаще используется именно для развлечения.

Сейчас рынок квадроциклов и снегоходов постепенно стабилизируется и показывает небольшой рост в несколько процентов, рассказывают эксперты. Вернуть прежние позиции удается не всем, встряска сильно изменила распределение сил на отечественном рынке.

В свои же руки

После кризиса свою долю начали терять иностранные бренды, в частности китайские, в то время как российские производители на этой волне сумели занять более уверенные позиции, отмечает генеральный директор «АлексМоторс» Евгений Парасочкин.

«Иностранцы компании из-за скачка курсов валют были вынуждены поднять цены, в то время как отечественные смо-

гли удержать конечную стоимость на прежнем уровне. Нельзя сказать, что российские производители стали продавать больше. Но их доля выросла, так как общее число продаж за последние пару лет сократилось», — рассказал Евгений Парасочкин.

Сейчас основные отечественные игроки на рынке внедорожной мототехники — «Балтмоторс» (Калининград), «Веломоторс» — бренд Stels (Брянск) и «Русская механика» (Рыбинск). Усиление позиций российских компаний констатируют и дилеры, и производители. Сегодня на продажи российской техники приходится более чем две трети рынка.

По словам управляющего компанией «Моторпрайд» Сергея Ворганова, теснить иностранных конкурентов российским производителям позволяет соотношение цены и качества, которое устраивает среднего потребителя.

Подпитывают продажи отечественных брендов заказы от корпоративных клиентов. В целом на рынке снегоходов и квадроциклов доля юрлиц не превышает 10–15% от общего числа покупателей.

В основном корпоративными клиентами на рынке такой техники являются силовые структуры (МВД, МЧС, Росгвардия и др.), нефте- и газодобывающие компании. Например, у «Русской механики» доля таких заказчиков составляет 20%.

При этом доля гостиничных комплексов, санаториев, туристических компаний и других подобного рода предприятий не достигает и 1%.

Как выживают дилеры

Несмотря на постепенную нормализацию рынка, доходность бизнеса остается на низком уровне, жа-

луются дилеры. В таких условиях некоторые игроки ушли с рынка, а кто-то смог удержаться, например, за счет работы сразу с несколькими брендами.

«Дилеры делают вид, что они монобренд, импортеры делают вид, что этого не замечают. Так и живем», — рассказал глава одного из дилеров, который предпочел остаться незамечанным.

В условиях низких продаж дилеры кормятся продажей экипировки, дополнительного оборудования и, конечно, сервиса. Часть рынка по-прежнему держат неавторизованные или серые сервисы, однако их присутствие постепенно сокращается, отмечают дилеры.

Это связано с тем, что они вслед за рынком были вынуждены поднять цены, и сейчас стоимость обслуживания у официального дилера может оказаться даже ниже. «Демпинг — это не значит заработок. В какой-то момент наши неавторизованные конкуренты поняли это», — отмечает Евгений Парасочкин.

Также, по его словам, отказываться от услуг серых сервисов клиентов толкает отсутствие оригинальных запчастей. Свою роль в этом играет и позиция производителя. У Stels возвращаются к официальному дилеру за сервисом около 94% покупателей.

Некоторые клиенты находятся в дальних регионах, в труднодоступных с точки зрения логистики местах (леса, тундра, Крайний Север), поэтому привозить снегоход для обслуживания в дилерский центр для них очень проблематично, и зачастую такие покупатели производят обслуживание техники самостоятельно, но доля таких клиентов не столь высока.

25,7

тыс. единиц внедорожной мототехники (квадроциклов и снегоходов) рассчитывают продать дилеры в 2018 году.

ДП Реклама

бизнес для бизнеса

Выходим: понедельник, среда
Отдел рекламы:
тел. 326-9744, 326-9719
факс 326-9740

Турури
Перспективный сельскохозяйственный стартап по производству натуральных продуктов для развития успешного бизнеса

ИЩЕТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРА

Тел. 8(921)889-00-68
ferma.tiuri@mail.ru



КОММЕНТАРИИ

Техника любит Север

ПАВЕЛ КОНОВАЛОВ,
заместитель директора
ООО «ВВС Моторс»

Последнее время в сегменте самоходной внедорожной техники активно развиваются онлайн-продажи. Всё уходит в digital, и мы стараемся активнее развивать данное направление. Видно, что российские потребители готовы к покупкам в интернете. Действительно есть клиенты, которым интереснее заказать товар в сети и не посещать центр.

Особенно удивляют люди, которые находятся на Крайнем Севере, например оленеводы. Они заказывают себе технику прямо с полей. Приобретают в интернет-магазине запчасти.

СЕРГЕЙ ВОРГАНОВ,
управляющий компанией
«Моторпрайд»

Квадроциклы — товар всепогодный. А вот на продажи снегоходов каждый раз сильно влияет погода. Как только зимы стали теплыми, продажи упали. Разве что прошлая зима слегка подбодрила снегоходчиков.

К счастью, есть клиенты, которые имеют возможность выезжать за пределы региона, на Север. Они знают, что в Мурманской области начинается минусовая температура и снег выпадает еще осенью. Но таких фанатов мало, и они, как правило, ездят только на брендовой технике.

АЛЕКСАНДР КРЮЧКОВ,
заместитель гендиректора
по коммерческим вопросам
АО «Русская механика»

Снегоход остается главным транспортом для жителей Севера России, его используют тундровики, охотники, рыболовы. Там во многих семьях по три-четыре снегохода, которые нужны людям для жизни, работы. Но в последние годы снегоходы все больше становятся частью индустрии развлечений.

В северных регионах начали развивать туристические направления. В качестве примера можно назвать Магадан, Салехард, куда иностранцы и жители мегаполисов (в основном москвичи, петербуржцы) приезжают в поисках экзотики. Но тем не менее пока что техника для развлечений более интересна все же в регионах Центра, Северо-Запада и юга России.

ДП Реклама
недвижимость

Выход: понедельник, вторник, среда, четверг
Отдел рекламы:
тел. 326-9744, 326-9719
факс 326-9740

Продается от собственника
ЗЕМЕЛЬНЫЙ УЧАСТОК 17 га
в промзоне Шушары
в 500 м от Московского ш.
Все коммуникации доступны.
Возможна продажа по частям.
тел. 8 921 654-3843

ЦДС СТРОИМ
для жизни

cde.spb.ru

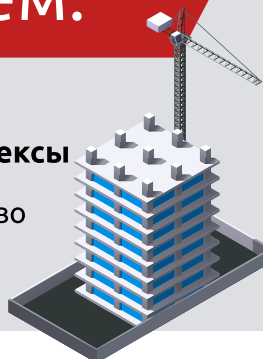
Приобретаем:

- // земельные участки
- // имущественные комплексы

под жилищное строительство
в Санкт-Петербурге
и Ленинградской области

+7 (931) 308 35 18

KnjazevAV@cde.spb.ru



КУПИМ ЗЕМЛЮ

- СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ «ЭЛЬБА» КУПИТ ЗЕМЕЛЬНЫЕ УЧАСТКИ ПЛОЩАДЬЮ ОТ 3000 м²
- В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ (В ПРЕДЕЛАХ КАД) ПОД СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЫХ ДОМОВ
- НАЛИЧИЕ РАЗРЕШИТЕЛЬНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ПРИВЕТСТВУЕТСЯ

НИКОЛАЙ
ЕРМАКОВ

NERmakov@elbacompany.ru
8-921-999-70-09



ПРОДАЖА ОТ СОБСТВЕННИКА Особняк в историческом центре Санкт-Петербурга



Площадь 5501 кв.м, 4 этажа. Земельный участок 2700 кв.м в собственности. Фасад выходит на Литейный проспект. Имеется арка и въезд во внутренний двор.
ЦЕНА 350 000 000 руб.
КРЕДИТ от банка-партнера на покупку объекта по комфортной ставке!

Тел. +7-916-296-03-88

Что тот Тони Роббинс, что этот

На прошлой неделе Петербург посетил Тони Роббинс российского масштаба. Чтобы послушать залетного москвича — эксцентричного писателя, сценариста и телеведущего Эдварда Радзинского, петербуржцы собрались в большом зале филармонии. Площадка была набита битком. Публика пришла самая разношерстная. И пенсионеры, и IT-предприниматели, приходили с детьми и с любимой девушкой.

Темы лекций — что у бизнесмена, чье состояние оценивается в \$540 млн, что у историка, чей доход поскромнее, — звучат малопривлекательно. У одного позитивные вибрации, у другого — весь мир театр. Тут все ясно: в XXI веке люди ходят не на темы, ходят на спикеров. И все же говорить мастера убеждения могут не все что угодно, ведь иначе можно натолкнуться на шквал негатива в СМИ и соцсетях от недовольных фанатов. Часто шумиха после концерта интереснее и умнее того, что было во время.

В свои 82 года Радзинский держит за жабры аудиторию так, как 58-летнему американцу и не снилось. После его лекции некоторые особо прозревшие стонали: мол, Тони поисписался (в смысле понавыступался). Уже не тот, не так цепляет. После 2 часов монолога Радзинского на фоне органа и позолоченного стула эмоции у зрителей были другие: ничего себе, ого, на одном дыхании, вот он дает! И ведь он выступает часто.

Шоу Роббинса стоило россиянам 822 млн рублей, Радзинский обошелся подешевле. Чтобы попасть в «Олимпийский» и услышать прописные истины, посетители заплатили десятки тысяч рублей. Билеты в филармонию тоже не скажешь чтобы были уж очень дешевы.

Оба спикера на самом деле говорили о власти — над собой, обстоятельствами и другими. Оба одним щелчком умеют вводить умную аудиторию в состояние прочнейшего транса. Оба кормят фанатов общими словами и известными фактами. Маловато тех, кто не в курсе, что надо верить в себя и тогда все получится. Чуть больше людей, которые не знают, что во время расстрела Романовых пули отскакивали от корсетов принцесс и оттого их потом добивали штывками. Или что Распутин ходил в баню с голыми женщинами.

Но историк-архивист (диплом у Радзинского по этой специальности) умеет захватывающе рассказывать, с какой страстью можно гоняться за документами и как сложно спать после того, как читал дневники убийц. Так что в пересчете на пользу у него вышло лучше, чем у зарубежного магистра. В общем, и там и там была полезная информация. Но очевидно, что на такие шоу ходят не за ней. Для бизнеса ораторское искусство, подача, НЛП и маркетинг иногда поважнее, чем суть. Именно поэтому бизнесмены ищут идеи для развития и учатся умению самопрезентаций в выступлениях разных публичных ораторов. Для выполнения этих целей необязательно ходить на лекции бизнес-гуру, ведь все публичные выступления проходят по одинаковой методике. Поэтому бизнесменов, особенно молодых, часто можно увидеть на мероприятиях, которые на первый взгляд слабо связаны с деловой сферой.

АНАСТАСИЯ ЖИГАЧ

Бизнес-завтрак с участием малога бизнеса прошел вкусно и бодро. В меню, кроме овсянки, кофе и яичницы, были выступления спикеров из самых разных отраслей и полезные знакомства. Все мероприятие прошло за 2 часа.

ВСЕ ФОТО: СЕРГЕЙ ЕРМОХИН



Все начинается с малого. Обсудить такую тему в разрезе бизнеса на прошлой неделе собрались 100 предпринимателей Петербурга. Вызовы, с которыми сталкивается малый бизнес, разбирали хоть и в пиджаках при галстуках, но за яичницей и овсянкой. Главное, за чем ходят на такие встречи, — это нетворкинг. И он удался.

Поговорить о насущном представители предпринимательского сообщества собрались в рамках BestBreakfast. Это уже 45-й бизнес-завтрак, который проводит «БестЪ» по всему миру. Темы всегда разные и в основном взрослые. Малый бизнес позвали впервые, оттого и явка высокая: молодые предприниматели любят, когда их замечает большой бизнес. Среди гостей были замечены Святослав Громов, владелец компании «Инвестиции Девелопмент Строительство», победитель конкурса «Молодые миллионеры 2018», Антон Сергеев, основатель танцевальных школ «Дети на паркете», Елена Енова, совладелица дизайнерского «Тайга Hostel&Hotel», и другие. Большие гости тоже были, например, Алексей Фурсов, президент «Евразия Холдинг», который как раз недавно запустил новый «стартап»: ресторан «Чабрец».

Атмосфера и термины

«Мы не зарабатываем на этом формате, наша задача — дать возможность бизнес-сообществу послушать, что творится на рынке, узнать новости, познакомиться с теми, с кем давно хотелось. Мы создаем атмосферу», — объясняет Андрей Лушников, председатель совета директоров ГК «БестЪ». Следующий завтрак — в ноябре — пройдет в Каннах.

Для начала пришлось разобраться в терминах: официально малым бизнесом считают предприятия со штатом 16–100 человек и оборотом 120–800 млн рублей. То, что принято на самом деле считать малым бизнесом, официально называется микробизнесом: до 15 человек в штате, оборот — до 120 млн рублей. «Не обращайте внимания на формулировки, не так важно, как тебя называют. Мы же все видим, что малый бизнес не такой уж и малый по большому счету», — обратился к гостям Георгий Рыков, генеральный директор компании «БестЪ. Коммерческая недвижимость».

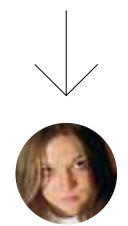
«Главное, что малый и средний бизнес — это серьезный сегмент, который вносит большой вклад в развитие нашего города», — подчеркнула Наталия Шелудько, ге-

неральный директор «ДП» и модератор завтрака.

Несмотря на горячий интерес к теме и большую популярность бизнеса как такового среди молодежи и даже школьников, в процентном соотношении он пока занимает малую долю в ВВП страны: 22% у нас против 63% в Японии, 62% в США, 58% в Германии. Хотя, если посмотреть на город, ситуация становится интереснее: малый бизнес дает экономике города 4 млрд рублей ежегодно и почти миллион рабочих мест. По традиции торговля лидирует среди отраслей малого бизнеса (37%), затем идут строительство (13%) и производство (12%), а на IT приходится и вовсе 3%.

Капучино не работает

Общими усилиями гости сформулировали шесть основных проблем, мешающих малому бизнесу развиваться. Это ограниченный доступ к финансовым ресурсам и рынкам сбыта, плохой бизнес-климат, высокие издержки, дефицит кадров и бюрократия. Аня Хохлова, доцент кафедры социологии культуры и коммуникации СПбГУ, добавила еще один. За рубежом, пояснила она, предприниматели легко монетизируют связи внутри городского соседского сообщества, для этого есть даже специальный термин — «приручение целевой аудитории через капучино». «В РФ своей территорией считают квартиру,



редактор рубрики
АНАСТАСИЯ ЖИГАЧ
anastasia.zhigach@dp.ru
+7(812) 331 3347

Бюро кандидатов

Петербургский предприниматель Михаил Бобровников (26 лет) запускает новый проект, на этот раз в HR-сфере.

Создатель компании-производителя термокружек Extrashot и полезных снеков Urbanana Михаил Бобровников запускает новый бизнес, стартап Arprooф — сервис проверки информации о кандидатах при приеме на работу. Инвестиции в проект уже составили 1 млн рублей, в ближайшие 4 месяца основатели вложат еще 2 млн рублей. Оборот нового бизнеса за первый год работы может составить 45 млн рублей.

Взаимный интерес

Идея стартапа принадлежит ГК «Взаимно» (занимается кредитованием малого бизнеса и физических лиц), Михаила пригласили в команду в качестве соучредителя для развития проекта. На рынок сервис вышел в начале октября 2018 года. Он позволяет проверить у кандидата паспортные данные, наличие долгов, бизнеса, причастность к террористическим группировкам, репутационные риски, собрать отзывы предыдущих работодателей.

«Мы помогаем оперативно решить проблему прозрачности информации о кандидате, в момент трудоустройства значительно сократив расходы на персонал для любого бизнеса», — поясняет предприниматель. Стартапом уже заинтересовался Фонд поддержки малого бизнеса,

который будет использовать сервис для проверки репутации молодых предпринимателей перед началом работы с ними.

Целевая аудитория проекта — малый и микробизнес, который не готов тратить на проверку данных о соискателях много времени и средств, но хочет обезопасить себя от найма мошенников или людей, негативно влияющих на имидж компании.

Инвестиции в 1 млн рублей пошли на анализ рынка, разработку бренда и создание тестовой технологии реализации услуги. До марта 2019 года основатели вложат в сервис еще 2 млн рублей. «Нам предстоит значительные расходы на маркетинг для донесения основной ценности проекта до предпринимателей и нашей целевой аудитории. Основная сложность — это люди: непросто найти в новый проект людей с опытом, которые готовы подписаться на работу в стартапе, да и за приемлемую оплату труда», — поясняет Михаил. По плану создатель, к апрелю 2019 года сервис сможет выйти на 500 проверок в месяц, а к концу года — на 3,6 тыс. проверок. Сейчас сервис будет активно привлекать клиентов в Москве и Петербурге, а затем начнет продвижение своих услуг в регионы.

Взаимный интерес

«Уже через полгода мы планируем добиться выручки 1,2 млн рублей в месяц, а к декабрю, по нашим расчетам, сможем выйти на 9 млн рублей в месяц», — говорит Михаил. В итоге за следующий год оборот по плану достигнет 45 млн рублей. Точки окупаемости команда рассчитывает достичь в октябре 2019 года.

Похожих конкурентов на рынке РФ немного, в основном такие сервисы востребованы за рубежом. «Сегодня Точка Банк запустил очень похожий сервис, на 70% дублирующий функционал нашего», — говорит бизнесмен. — Их сервис не так подробно изучает кандидата, не обращает внимание на имидж в интернете или активность в соцсетях, не имеет экспертного мнения и сухо собирает данные из баз. Но их большое конкурентное преимущество — мощная база клиентов, которые им доверяют». «HR-tech — перспективное направление для запуска стартапов. Им интересуются и крупные игроки венчурного рынка, такие как «Севергрупп». Пока вопрос вызывает то, как проект собирается верифицировать

информацию о кандидатах», — говорит Елена Силинская, директор по развитию IdealMachine. «Проверка кандидатов — актуальная тема для всего HR-рынка. Такая практика, судя по результатам нашего опроса, есть в каждой второй компании в стране. Проверяют, конечно, не все и не всех. Проверке подвергаются не более 20% кандидатов при найме, только 5% представителей компаний собирают информацию о 75% и более нанятых специалистов», — говорит Ирина Жильникова, представитель HeadHunter по Северо-Западу.

АНАСТАСИЯ ЖИГАЧ
anastasia.zhigach@dp.ru

→ Михаил Бобровников вышел с новым проектом на рынок диджитал-инструментов для HR-сферы.

ФОТО: ВАЛЕНТИН БЕЛИКОВ



максимум лестничную площадку, но никак не подъезд, дом, двор или микрорайон. Это мешает малому бизнесу развиваться», — пояснила она.

Затем гости обсудили, какую из стратегий для старта все больше выбирают молодые предприниматели, и выяснилось, что франшиза на покупку готового бизнеса для старта предпринимательской карьеры скоро сможет и обогнать стартап (но пока не обгоняет). «Я вложил свои деньги в два проекта, которые увидел на «Бирже стартапов», один из них пока готовится к выходу на рынок, а другой — по результатам месяца с открытия — уже плюсовой. Так что главный успех стартапера — не лениться и встать с дивана», — заметил Алексей Фурсов.

До этого гости бизнес-завтрака пришли к выводу, что предпринимательские навыки — это на 70% врожденные и только на 30% приобретенные способности. Но вот к какой категории отнести умение встать с дивана — мнения разделились.

Любить не обязательно

Не обошлось и без обсуждения традиционной боли предпринимателя — где найти тему для нового бизнеса. «Мои идеи — это мечты и идеи, которые пришли во время путешествий», — поделился опытом Андрей Макаров, управляющий партнер БЦ «Сова». «Не обязательно любить велосипеды, чтобы превратить их в бизнес. Важно, чтобы в твоём деле было то, что тебя заводит», — отметил Кирилл Остапенко, владелец сети «Велодрайв». — Я не езжу на велике каждый день, меня

заводили не велосипеды, а организация этого бизнеса. Это было чистое безрассудство и безумство, которое выросло в бизнес только за счет твердолобого упорства и удачи». Упрямым и безрассудством отпраздничались в те 70%, о которых шла речь выше.

«А я открывал магазин для того, чтобы кормить семью и близких фермерскими продуктами», — заметил Леонид Цой, совладелец сети «Это у вас семейное». — Проекту третий год, я думаю, что понадобится 5 лет, чтобы меня заметили сети. Но это уже произошло. Так что уникальный продукт помогает и привлечь внимание на рынке, и конкурировать с большими компаниями».

За 2 часа поделиться своими историями из бизнеса удалось более чем 20 предпринимателям, но все они, конечно, пришли не затем, чтобы определить, кто микро, а кто макро и где взять идею для старта. Они пришли, чтобы послушать тех, кто думает так же, и стать партнерами.

АНАСТАСИЯ ЖИГАЧ
anastasia.zhigach@dp.ru



18 КРИПТОДАЙДЖЕСТ

Крипторубль возвращается

Российские власти решили оставить биткоин и эфир вне правового поля и одновременно создать свой токен, привязанный к рублю.



КАК МЕНЯЛСЯ КУРС БИТКОИНА С 31 ОКТЯБРЯ, USD

Теханализ
Уровень поддержки — \$6000,
уровень сопротивления — \$6800

Источник: ruinvesting.com



ГЕОРГИЙ ВЕРМИШЕВ
georgiy.vermishev@dp.ru

Криптовалютный мир встретил свой десятилетний юбилей умиротворенно. На торгах курс биткоина немного снизился, но меньше \$6300 за главную криптовалюту все равно не давали, а к воскресенью падение удалось отыграть. На момент написания публикации 1 биткоин торговался по \$6416, эфир стоил \$213.

В принципе рынок уже начинает примиряться с такой ситуацией. В конце концов, не для того 10 лет назад создавался биткоин, чтобы стать спекулятивным активом. Идея была, скорее, наоборот — создать надежное средство для расчетов, которое защищало бы от ошибок банков и злой воли государств.

«Главный недостаток традиционных денег состоит в том, что они нуждаются в доверии. Мы должны верить центробанкам, хотя они неоднократно предавали это доверие и обесценивали фиатные деньги. Мы должны доверять банкам в хранении наших денег и электронному трансфере, однако они постоянно одалживали их, создав кредитные пузыри и не оставив почти ничего в резервах», — писал легендарный создатель биткоина Сатоши Накамото 10 лет назад, в самый разгар финансового кризиса.

И слова такого нет

Рецепты криптоанархизма от Накамото звучат особенно актуально для экономик с крайне высоким уровнем государственного участия. Таких, как, например, российская. Возможно, поэтому с биткоином здесь дружба не получилось. Вернее, так: регулирования в стране до сих пор

нет, но противоречивые новости о том, каким оно будет, приходят от главы комитета Госдумы по финансовым рынкам Анатолия Аксакова чуть ли не каждую неделю.

На прошедшей неделе господин Аксаков неожиданно заявил, что криптовалюты, такие как биткоин или эфир, решено вообще не регулировать. Не запрещать, но и не разрешать, а дальше — делайте с ними, что хотите. В законе о них не будет ни слова. «Мы решили не прописывать, что это такое, и особого смысла в этом не видим, поскольку это явление, которое не имеет смысла для нас с точки зрения инвестиционного процесса», — сказал депутат.

Возможно, это даже хорошая новость. Отказ от прямого регулирования криптовалют принесет больше пользы участникам рынка, чем его прямой запрет, считает юрист практики по интеллектуальной собственности и информационным технологиям компании «Качкин и Партнеры» Андрей Алексейчук. «Как правило, эксперты относят криптовалюты к иному имуществу либо указывают, что криптовалюты не относятся к объектам, поименованным в ст. 128 ГК РФ, что не свидетельствует о невозможности их оборота. Федеральная налоговая служба прямо указывает, что запрета на проведение российскими гражданами и организациями операций с использованием криптовалюты законодательство Российской Федерации не содержит, а также указывает на необходимость уплаты налогов с доходов, полученных от продажи криптовалюты», — уточняет он.

Тем любопытнее известие о том, что в Арбитражном центре при РСПП с 2019 года заработает специальная коллегия по спорам в сфере цифровой экономики. По оценкам создателей механизма, скоро в суды потянутся инвесторы, принимавшие участие в буме ICO. Так что число дел такого рода должно вырасти в 40 раз. В принципе предприимчивость наших криптоэнтузиастов можно гордиться: отсутствие правовых механизмов (и желания их создавать) ведет к появлению независимых третейских криптосудов. Не совсем то, о чем мечтал Сатоши Накамото, но тоже неплохо.

Крипторубль — дань тренду

Зато в правительстве неожиданно воскресили идею создания собственного крипторубля. А точнее, криптовалюты, привязанной к стоимости рубля в пропорции 1 к 1, если верить опять же Аксакову. Это к нам явно пришла мода на стэйблкоины (токены, обеспеченные реальными активами). Их уже называют главным трендом 2018 года. Сейчас настоящий бум таких проектов — появляются токены, привязанные к австралийскому доллару, британскому фунту, к золоту, к корзинам металлов. Даже глава «Норникеля» Владимир Потанин не смог удержаться и пообещал в следующем году свою никелевую криптовалюту (см. «ДП» от 30.10.2018). «О создании крипторубля мы слышим с января прошлого года, но тогда он подразумевал под собой национальную криптовалюту, средство платежа на территории РФ, — вспоминает директор по коммуникациям криптовалютной платформы

EXMO Мария Станкевич. — Сегодня крипторубль трансформировался в стэйблкоин, по всей видимости, благодаря популярности этой темы. Но в реальности к стэйблкоинам он имеет мало отношения, потому что создается, скорее всего, для решения проблемы санкций, а покупателями его будут госкомпания, то есть, по сути, само государство».

Кстати, на рынке самих стэйблов сейчас интересная схватка. Главный криптодоллар Tether, который неоднократно обвиняли в «печати ничем не обеспеченных токенов», начал отчаянно сжигать эмиссию. С начала октября капитализация снизилась с \$2,7 млрд до \$1,7 млрд. Одновременно компания-эмитент Tether объявила о партнерстве с малоизвестным багамским банком Dektex Bank. «Сомнительному коину — сомнительные банки», — прокомментировали на рынке.

Подрастает и достойная смена. Главные конкуренты (Gemini Dollar, Paxos Standard, TrueUSD) уже привлекли более \$400 млн. Так что в каком-то смысле российские власти даже оказались на гребне рыночной волны.

ICO на минимумах

Самые печальные новости приходят с рынка ICO. Там все совсем плохо: за октябрь удалось собрать лишь \$54 млн. Даже по сравнению с провальным сентябрем (\$163,8 млн) сумма выглядит ничтожной. Почувствуйте разницу: в начале года за месяц с инвесторов собирали по миллиарду долларов без особых проблем.

На этом фоне все больше разговоров про инструмент Security Token Offering, когда компании выпускают токены, обеспеченные активами (например, правом собственности).

«Мы видим достаточное количество проектов, которые просто стали называть себя по-другому, сменив ICO на STO. Но качественного увеличения нет. Не все еще разобрались с тем, как сохранить комплаенс. Будет достаточно много хлопот с легализацией, и сроки здесь чуть больше, чем при проведении обычного краудсейла», — говорят в компании ICORating.

Тем не менее в компании Polymath ждут, что объем рынка STO вырастет до \$10 трлн за 2 следующих года. Громкие цифры — это то, что мы так любим на рынке криптовалют. Жаль, не всегда сбывается.

» Биткоин должен преодолеть \$6800, а к концу года цена может дойти до \$8800–9000. До конца I квартала цена вырастет до \$10 000, а далее нас ждут новые вершины — \$20 000 и более.

Майкл Новограц, глава компании Galaxy Digital



АНДРЕЙ КЛЕПАЧ,
главный экономист
Внешнеэкономбанка

” Курс рубля до конца года сохранится на текущем уровне, но в следующем году, даже вне контекста санкций, заметно снизится.

525,8

млрд рублей нефтегазовых доходов направит Минфин России на закупку валюты в период с 8 ноября по 6 декабря этого года, говорится в материалах на сайте ведомства. По прогнозам министерства, дополнительные доходы бюджета от нефти составят 513,8 млрд рублей в ноябре.

БИРЖИ

«Русал» в лидерах

В преддверии промежуточных выборов в конгресс США оба российских индекса синхронно выросли на 1,44%. Индекс РТС достиг 1151,14 пункта. Он по-прежнему торгуется в диапазоне с широкими границами 1040–1200 пунктов. Наша рекомендация — работать от границ данного диапазона. Индекс Мосбиржи вырос до 2412,31 пункта. Судя по всему, инвесторы отважились на тестирование стратегически важного уровня 2500 с возможным его обновлением.

Бумаги «санкционных» «Русала» и Еп+ выбились в лидеры роста, прибавив за день 5,33% и 5,93% соответственно. В понедельник вышел отчет алюминиевого гиганта за III квартал 2018 года по МСФО. Выручка и ЕБИТДА на рекордных уровнях, мар-

жинальность бизнеса оказалась выше уровня предсанкционного I квартала 2018 года. Чистый долг остался прежним с начала 2015 года. Дополнительным позитивным фактором для компании является решение совета директоров об отказе регистрации на офшорном острове Джерси и перерегистрации в России в качестве международной компании.

Ожидается отчитались «Роснефть» и «Башнефть», с недавних пор традиционно демонстрирующие квартальные рекорды по выручке, ЕБИТДА и чистой прибыли на акцию. Разумеется, их поддержали высокие цены на нефть и слабый рубль. По нашим оценкам, стоит рассматривать на дивидендную доходность 250 рублей по привилегированным акциям «Башнефти» по итогам года. Теку-

щая цена этих акций — 1885 рублей. Для подтверждения оценки необходимо дождаться вердикта совета директоров. По итогам вторника акции «Роснефти» и «Башнефти» прибавили 4,97% и 2,64% соответственно.

Укрепление рубля во вторник было в одночасье выкуплено с приближением американской торговой сессии. У доллара расчетами «завтра» ключевая зона 65,8–65,9 рубля подходит для покупок на среднесрочную перспективу с целью 66,7–66,8 рубля. Данный сценарий можно считать отмененным при пробитии и закреплении ниже ключевой зоны. В таком случае цели открываются на тестирование октябрьских минимумов — 64,8–65 рублей.

ДМИТРИЙ ВАЛАКИН,
персональный брокер ИФК «Солид»

ДОЛЛАР

65,99
+0,4113



ЕВРО

75,32
+0,3252



Газета «Деловой Петербург» приглашает принять участие в круглом столе на тему

ВИМ-ПРОЕКТИРОВАНИЕ

с участием представителей:

- комитета по строительству Санкт-Петербурга
- комитета по развитию транспортной инфраструктуры Санкт-Петербурга
- управления надзорной деятельности и профилактической работы Главного управления МЧС России по городу Санкт-Петербургу

Вопросы для обсуждения

- Итоги деятельности рабочей группы по внедрению ВИМ-технологий при проектировании и строительстве объектов капитального строительства за счет бюджета Санкт-Петербурга.
- Использование ВИМ-технологий в строительстве, в том числе за счет бюджетных средств: планы и опыт работы государственных заказчиков по внедрению ВИМ-технологий.
- Готовность государственной экспертизы к работе с ВИМ-моделями.
- Применение проектной документации повторного использования.
- Кадровая обеспеченность специалистами, владеющими ВИМ-технологиями.
- Программные решения для применения ВИМ-технологий, в том числе вопросы адаптации программного обеспечения.

Дата и место проведения круглого стола:
23 ноября 2018 года в 11:00
Конференц-зал VALGE TUBA,
офис газеты «Деловой Петербург»,
ул. Академика Павлова, 5
По вопросам участия обращайтесь:
+7 (981) 836 11 43, julya.lebedeva@dp.ru



РЕКЛАМА



УЖИН

С ДЕЛОВЫМ ПЕТЕРБУРГОМ

Места распространения газеты «Деловой Петербург»:



Ресторан бухарской кухни «БАЯЗЕТ»
наб. р. Фонтанки, д. 112

BONACARONA
итальянский ресторан
Семейный итальянский ресторан Bona Carona
пр. Московский, д. 179
пр. Комендантский, д. 2
ул. Есенина, д. 1
пр. Ветеранов, д. 105
пр. Славы, д. 43/49
г. Пушкин,
ул. Оранжевая, д.39



Ресторан DIZZY
наб. Канала Грибоедова, д. 36



Бургерная Meat Up
Порт Севкабель В.О.
Кожевенная линия, д. 40



ASKANELI
RESTAURANT
TARKHUN

Ресторан «Тархун»
ул. Караванная, д. 14



BOLSHOYBAR
Большой пр., П. С., д. 45



Ресторан CHILI
пр. Космонавтов, д. 14
(ТРК «Питер Радуга»,
Новый корпус, 1-й этаж)



Израильский стритфуд EASY HUMMUS
Порт Севкабель, В.О.
Кожевенная линия, д. 40

08.11

В четверг
читайте
в «ДП»



Как работает модель Uber на рынке частной скорой помощи и почему пенсионная реформа может стать проблемой для отрасли.

Мелодии из магнитофона

У виниловых пластинок появился конкурент за сердца хипстеров и меломанов — аудиокассеты. «ДП» изучил, как Петербург оказался в лидерах этого модного тренда.

Последние несколько лет на мировой музыкальный рынок медленно, но уверенно возвращаются аудиокассеты. В то время как большинство музыки распространяется через стриминговые сервисы, а продажи на физических носителях в прошлом году упали на 50%, продажи конкретно кассет выросли на 74%. Пусть тиражи совсем невелики — около 130 тыс. экземпляров в год против 14 млн копий того же винила, тенденция заметна.

Рост популярности аудиокассет прослеживается и в России. Причем Петербург является пионером в возрождении этого, казалось бы, забытого формата. Как рассказал «ДП» Сергей Ефремов, основатель лейбла Post-Materialization Music, единственного из нашей страны попавшего в список самых интересных музыкальных издательств 2017 года по версии журнала Guardian, за последние годы спрос вырос в несколько раз.

Растем не торопясь

Тиражи своих аудиокассет Post-Materialization Music заказывает в России. В Петербурге находится единственное в стране предприятие, занимающееся массовым выпуском этого физического носителя, — GoTape. Как рассказал «ДП» сооснователь компании Роман Павлов, расходные материалы — корпус кассет и пленку — им приходится закупать за рубежом. Оборудование же было выкуплено на закрывающихся отечественных предприятиях.

«К сожалению, в России крах кассетной индустрии имел фатальные последствия, — сетует Роман Павлов. — Большая часть материалов и оборудования была попросту уничтожена. Учитывая, что российский бизнес ориентирован на большие прибыли и массово потребляемый товар, на масштабное восстановление производства рассчитывать не приходится».

Несмотря на небольшие объемы, локализация производства позволяет предлагать клиентам более



→ Основатель лейбла Post-Materialization Music Сергей Ефремов уверяет, что аудиокассеты из России пользуются спросом за границей.

ФОТО: ИВАН ЦАРГИН

низкую цену и избавлять их от таможенных расходов.

К слову, клиентами GoTape являются не только небольшие лейблы или андеграундные музыканты, но и звезды российской эстрады. Относительно недавно предприятие изготовило официальный тираж кассет группы «Руки Вверх».

Кассеты vs винил

Тиражи кассет пока относительно невелики. «Руки Вверх» заказали всего 200 экземпляров, быстро ставшие раритетами. Максимальное количество экземпляров одного релиза, выпускаемого Post-Materialization Music, пока

не превышало 500 штук. Однако эти цифры сравнимы с тиражами винилов, издаваемых российскими лейблами.

Продюсер, основатель музыкальной компании Bomba-Piter inc. Олег Грабко сообщил «ДП», что его издательство ограничивается небольшими тиражами в пределах 300–500 экземпляров.

Исключения составляют лишь пластинки таких топовых артистов, как «ДДТ» или «Аквариум». В этом случае тираж может достигать 1 тыс. штук.

Действительно, себестоимость одной пластинки при тираже 500 экземпляров составляет в России порядка 600 рублей. Сто-

имость же кассеты укладывается в 100–150 рублей в зависимости от самого носителя и комплектности — коробки, целлофанирования и так далее.

«В нашем магазине PLAY на Караванной тоже есть небольшой отдел с аудиокассетами. Рост интереса к ним действительно наблюдается, хотя я думаю, что в России их покупают скорее в качестве ностальгических сувениров — хорошие кассетные проигрыватели дорогие, запчасти практически не купить, — говорит Олег Грабко. — А вот рост продаж за рубежом закономерен. С оборудованием у них все проще».

Другую гипотезу, почему популярность кассет пока не вернулась в Россию, высказал и Роман Павлов: «У нас принято, с одной стороны, на всем экономить, а с другой — сорить деньгами. Для людей пиво по 300 рублей или такси по 600 — это нормально, а кассета или книжка за те же деньги — дорого. Хотя, в отличие от пива или такси, кассета или книжка с тобой останется навеки. Недавно я общался с человеком, который утверждал, что любая кассета, которая стоит больше 100 рублей, — это дорого! Попивая при этом пиво за 250. И заполучил у меня жалеемую кассету обманом».

Кассеты на экспорт

По словам Сергея Ефремова, с точки зрения получения прибыли продавать кассеты лучше исключительно за границу. Там продвигать свои релизы гораздо проще. Есть радиостанции и журналы,

которые до сих пор рассказывают о музыке на физических носителях. Российские лейблы и вовсе выигрывают от повышенного интереса как у дистрибьюторов, так и у артистов.

Post-Materialization Music последние годы как раз специализируется именно на издании кассет зарубежных музыкантов. В портфолио лейбла официальные издания таких исполнителей, как культовый американский джазмен Sun Ra, известные в том числе в России, британцы The Legendary Pink Dots и Nurse With Wound. Также издательство продвигает за рубежом отечественную экспериментальную музыку.

Сергей Ефремов говорит, что он ищет себе дистрибьюторов среди американских и европейских магазинов. Главное в оптовых поставках — определиться с ценообразованием и сделать стоимость максимально низкой. Тогда велика вероятность, что закупщики заинтересуются продуктом и станут работать на постоянной основе, скупая большую часть тиражей.

Разумеется, как и в каждом бизнесе, в издании кассет есть свои риски. По словам Сергея Ефремова, при пересылке более или менее крупных тиражей платёжная система PayPal, при помощи которой удобно и выгодно принять денежные переводы в Россию, может заблокировать счет: они оценивают торговлю музыкальной продукцией как «заведомо рискованную деятельность».

АЛЕКСАНДР ТУПЕКО
news@dp.ru