

ИНВЕСТИЦИИ

Реальные деньги для реальной экономики

В конце первого полугодия ЦБ РФ повысил прогноз по росту кредитования реального сектора экономики в 2016 году. По мнению аналитиков, такой прогноз дает основания говорить если не о росте, то о стабилизации экономики. Сохранить позитивный тренд могут меры господдержки и развитие кредитования бюджетов регионов и муниципалитетов.

— финансы —

Ситуация и прогнозы

По оценкам представителей финансового рынка, за первый квартал текущего года ВВП РФ потерял 1,4%, обрабатывающие отрасли — 2%. Ввод жилья сократился на 16,3%. Розничная торговля, «упавшая» в прошлом году на 10%, в первом квартале текущего хоть и несколько медленнее, но продолжила падение (–4%), что связано со снижением реальных доходов населения (за этот период оно составляет те же 4%).

Вместе с падением темпов развития экономики существенно снизилось и инвестиционное кредитование. «Российскими кредитными организациями выдано 10,39 трлн руб. кредитов на срок больше трех лет», — комментирует Илья Сикачев, управляющий директор IFC Financial Center, — что составляет почти 47,5% от всего объема кредитов, предоставленных юрлицам. Банк России не дает разбивку по целям кредитования, однако на такой срок средства привлекаются, как правило, на пополнение внеоборотных активов, иными словами инвестиции. На фоне низкого соотношения совокупного объема кредитов экономике к ВВП в 54,4% этого недостаточно. В итоге мы наблюдаем низкую долю инвестиций в структуре ВВП — 20%, тогда как хотелось бы хотя бы 24% (пожелания российского премьера Дмитрия Медведева).

Банки сдерживают кредитование, в том числе кредитование реально-го сектора экономики. С одной стороны, это результат снижения спроса, предприятия боятся в ситуации нестабильности затевать новые проекты, поясняет Алена Афанасьева, старший аналитик ГК Forex Club. С другой стороны, считает президент Ассоциации региональных банков, председатель комитета по экономической политике, инновацион-

ному развитию и предпринимательству Госдумы РФ Анатолий Аксаков, банки тоже перестраховываются, изучают риски и очень аккуратно выдают кредиты.

Тем не менее уже по итогам первого полугодия 2016 года впервые за последнее время по стране показатель промышленного индекса стал повышаться. ЦБ отреагировал на наметившуюся стабилизацию снижением ставки и улучшением прогнозов по кредитованию.

Если раньше его рост, как в рознице, так и в корпоративном секторе, прогнозировался на уровне 3–6%, теперь это 5–8%.

Юг — территория роста

Юг России отреагировал на позитивные изменения в экономике одним из первых, оживилась инвестиционная активность предприятий, показывают рост отдельные виды кредитования. «Доля инвестиционных кредитов в портфеле КБ „Кубань Кредит“ составляет порядка 10% (по данным на 01.10.2016). В сравнении с прошлыми периодами отмечен рост инвестиционных кредитов. Прежде всего, это связано со стабилизацией ситуации в экономике, а также с увеличением доступности кредитных средств в 2016 году благодаря снижению процентных ставок и увеличению сроков кредитования», — комментирует Александр Калинин, заместитель председателя правления КБ «Кубань Кредит». Евгений Богачев, начальник управления по работе с предприятиями среднего и регионального бизнеса Райффайзенбанка, также констатирует, что в сравнении с 2014 и 2015 годами в текущем году доля инвестиционных кредитов в региональном портфеле выросла. «К примеру, в сегменте „средний бизнес“ доля таких кредитов составляет сегодня около 20% от кредитного портфеля», — приводит цифры эксперт. По словам управ-



Государство запустило несколько программ стимулирования кредитования производства, выгодных как для банков, так и для заемщиков

ляющей региональным операционным офисом «Ставропольский» банка ВТБ24 Елены Винокуровой, доля инвестиционных кредитов в портфеле банка растет. «На 1 сентября 2015 года доля инвестиционных кредитов в кредитном портфеле регионального операционного офиса „Ставропольский“ банка ВТБ24 составляла 59%. На 1 сентября 2016 года — уже 62%. Цифры говорят о том, что инвестиционное кредитование все так же востребовано», — комментирует госпожа Винокурова.

Председатель совета директоров банка «Центр-инвест» Василий Высоков подчеркивает, что долгосрочное кредитование АПК на юге России выгодно для банков даже в условиях кризиса. «АПК — конкурентное преимущество юга России. Важно грамотно кредитовать агробизнес: если кредит дан на три года, то высока вероятность того, что два года будут неурожайными. Если кредит выдается на пять лет, то два урожайных года гарантируют возврат в полном объеме», — уверен господин Высоков.

Активно ведется кредитование предприятий реального сектора экономики в Крыму. Особое внимание уделяется компаниям, реализующим значимые для региона инфраструктурные проекты. «Банк выдает кредиты заемщикам, которые реализуют социально значимые проекты, в том числе по строительству дорог и газопроводов; а кроме того, кредитует

социально значимые предприятия, в том числе международный аэропорт „Симферополь“, ПАО „Крымгазстрой“, крупнейшего поставщика хлебобулочных изделий в Крыму ГУП РК „Крымхлеб“ и др. Также стоит отметить, что РНКБ аккредитован по программе 6,5%. В рамках данной программы клиенты банка могут получить льготное финансирование под 10–11% годовых, на сумму от 10 млн руб. сроком на три года, если ведут свою деятельность в приоритетных отраслях экономики», — рассказывают в пресс-службе РНКБ.

Кнут и пряник

Для активизации процесса инвесткредитования президент РФ Владимир Путин на форуме «Россия зовет!» предложил поставить премии управленцев госбанков в зависимость от кредитования реального сектора экономики. Заместитель министра финансов России Алексей Моисеев поясняет, что у банков по-прежнему существуют проблемы с фондированием, однако те из них, кто пользуется заемным капиталом ЦБ, обязаны наращивать кредитование на 1% в год. По словам замминистра, те игроки рынка, которые не соблюдают это требование, были наказаны серьезными штрафами.

Наряду с этим государство запустило несколько программ стимулирования кредитования производства, выгодных как для банков, так

и для заемщиков. «К примеру, корпорация МСП в сотрудничестве с Минэкономразвития и ЦБ РФ предлагает программу, по которой процентная ставка по кредитам для субъектов малого бизнеса фиксируется на уровне 11%, для среднего — 10% годовых», — рассказывает Алена Афанасьева. — Кредитные организации, предоставляющие финансирование предпринимателям по этой программе, получают ресурсы в Банке России по ставке 6,5%, а корпорация МСП предоставляет им независимую гарантию до 50% суммы обязательств по кредиту (основной долг) или до 70% от суммы кредита на исполнение контракта. Кроме того, работают и другие программы: льготные микрозаймы, поручительства краевого гарантийного фонда, гранты начинающим предпринимателям, частичная компенсация затрат на лизинговые платежи, модернизацию оборудования, сертификацию продукции».

Среди наиболее важных мер поддержки Евгений Богачев называет программы, направленные на развитие производственных компаний, сельскохозяйственных организаций, предприятий, ведущих свою деятельность в области НИОКР и прочих сферах, создающих добавленную стоимость. Они очень актуальны для юга России, где АПК занимает существенную долю в общем объеме производства, а в последние годы активно развиваются предприятия (в том числе стартапы), связанные с высокими технологиями.

Поддержать инвестиционную активность бюджетов

Взаимодействие бюджетов территорий и банков стало одной из тем для обсуждения во время сессий «Инструменты регионального роста» в рамках Международного инвестиционного форума «Сочи-2016». В условиях дефицита бюджетных средств экономика страны постепенно переориентирует региональные администрации с прямой бюджетной поддержки на коммерческое кредитование. Кредиты, выдаваемые банками регионам и муниципалитетам, направленные в том числе на поддержку приоритетных для экономики секторов и видов деятельности. «В целом субъекты РФ и муниципальные образования имеют ряд преимуществ перед кор-

поративными заемщиками», — рассказывает управляющая филиалом «Ростовский» банка «Юбюкс» Лариса Сулацкая. — Информация о бюджете публично-правовых образований является открытой, в то время как корпоративные заемщики могут скрывать сведения о своей финансово-хозяйственной деятельности. Согласно законодательству, региональные органы власти и органы местного самоуправления должны проводить открытые конкурсы или аукционы по отбору финансовых организаций для предоставления кредитов». Виктория Назаренко, директор по работе с корпоративными клиентами Южного филиала Росбанка считает, что кредитование регионов и муниципальных образований для банков — в первую очередь возможность диверсифицировать свой кредитный портфель. «Для Росбанка это одно из приоритетных направлений развития корпоративного бизнеса. Средства привлекаются на тендерной основе, и конкуренция достаточно высока», — рассказывает госпожа Назаренко. Причем межбанковская конкуренция в этом сегменте кредитования будет расти.

Регионы, в свою очередь, получают возможность продолжать значимые для своей экономики инвестпроекты. Председатель правительства Чеченской Республики Абубакар Эдельгериев отмечает, что соглашение о сотрудничестве со Сбербанком в лице Юго-Западного банка ПАО «Сбербанк России» означает, что крупнейший банк страны будет участвовать в реализации госпрограмм по экономическому развитию Чечни и инновациям. «Мы с помощью „Сбербанка“ построили мясокомбинат, кондитерскую фабрику, фабрику детского питания, сейчас строим молочный кластер, планируем строительство еще одного молочного комплекса и многое другое», — комментирует Абубакар Эдельгериев.

По прогнозу аналитиков СМП-банка, в дальнейшем можно ожидать ужесточения борьбы на рынке кредитования субъектов РФ и муниципальных образований. Этому будет способствовать постепенное снижение ключевой ставки ЦБ РФ, а также разработанные правительством РФ меры помощи регионам для снижения долговой нагрузки.

Лариса Никитина

«Наша работа направлена на всестороннее развитие района»

О том, как сегодня развивается один из самых успешных районов Ростовской области с точки зрения реализации инвестиционных проектов, в том числе в социальной сфере, в интервью рассказал председатель Собрании депутатов, глава Октябрьского района Ростовской области Евгений Луганцев.

— **Экспертной группой правительства Ростовской области подведены итоги оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных районов за 2015 год. Среди муниципальных районов Октябрьский район занял первое место. Как удалось добиться такого результата?**

— Благодаря правильно поставленным целям и совместной системной и целенаправленной работе всех органов власти района и их структурных подразделений по достижению этих целей. В своей работе мы ориентируемся в первую очередь на потребности наших жителей, создание наиболее комфортных условий для проживания, для того чтобы Октябрьский район действительно был районом, удобным для жизни.

Важно отметить и роль Стратегии развития Октябрьского района на период до 2020 года, охватывающей все стороны жизнедеятельности района, и грамотно разработанного механизма ее реализации. За счет этого нам удается достигать высоких результатов практически во всех сферах: в образовании, здравоохранении, культуре, дорожном хозяйстве и т. д.

Мы не первый год занимаем лидирующую позицию в данном рейтинге, и наша задача в 2016 году — сохранить ее.

— **Каковы показатели социального развития района?**

— По отношению к аналогичному периоду прошлого года (данные Ростоблстата за восемь месяцев 2016 года) возросли практически все основные социально-экономические показатели района. Индекс промышленного производства увеличился на 80,8%, среднемесячная заработная плата — на 5%, ввод в действие жилья — на 22,6%. Высокие результаты достигнуты также в агропромышленном комплексе района.

Однако основополагающей задачей для района остается развитие социальной сферы. Решая задачу полного обеспечения детей в до-

школьных учреждениях, мы построили детский сад на 220 мест в станице Кривянской, в стадии завершения строительство детского сада на 280 мест в поселке Каменоломни.

Большое внимание уделяется состоянию школ, регулярно проводят-ся их ремонты, реконструкции. В течение трех лет были проведены капитальные ремонты школ в станице Бессергеновской, поселках Каменоломни, Новозарянский, Верхнегрупповский, в селе Алексеевка.

Одним из наиболее актуальных вопросов в сфере образования является ликвидация второй смены в общеобразовательных учреждениях. Для этого была расширена школа №61 в поселке Персиановском за счет строительства нового модульного здания, что позволило создать дополнительно 100 новых мест для учащихся.

Немаловажным является и вопрос организации полноценного досуга на территории нашего района. В поселке Персиановском строится современный центр культурного развития. Он будет совмещать в себе функции учреждения культуры, образовательного центра и общественного места для организации досуга жителей. Современные модульные клубы построены также для жителей поселков Новопавловка и Малая Сопка.

В нашем районе более 30% жителей постоянно занимаются спортом, и этот показатель с каждым годом растет. Этому во многом способствует строительство новых спортивных площадок. Такие площадки в последнее время построены в хуторах Керчик-Сарвов и Маркин, поселках Красногоярский, Персиановский и Каменоломни, в станице Заплавской. А в хуторе Красный Луч в текущем году введен в эксплуатацию физкультурно-оздоровительный комплекс. В наших планах строительство еще восьми новых многофункциональных спортивных площадок, возведение физкультурно-оздоровительного комплекса в хуторе Ильичевка и строительство бассейна в поселке Персиановском.

В Октябрьском районе принимаются все необходимые меры для улучшения качества и доступности медицинской помощи. За десять лет было построено 25 новых фельдшерско-акушерских пунктов, врачебная амбулатория в поселке Казачьи Лагери, новая поликлиника в поселке Персиановском. Среди новых проектов — построенный диагностический центр магнитно-резонансной терапии и компьютерной томографии, работа которого позволяет диагностировать заболевания на ранних стадиях их развития. Также состоялось открытие кардиологического отделения в ЦРБ, обеспечение возможности своевременной диагностики и лечения острых кардиологических состояний. Кроме того, в текущем году 13,7 млн руб. было направлено на капремонт и приобретение современного медицинского оборудования для восстановительно-реабилитационного отделения ЦРБ.

Активно работает социально-реабилитационное отделение Центра социального обслуживания населения. Его задача — обеспечение социальной защиты пожилых людей и инвалидов.

Нельзя не упомянуть и дорожную инфраструктуру. В текущем году на капитальный ремонт и строительство областных дорог и дорог местного значения нашего района направлено 134,3 млн руб.

Кроме того, мы активно реализуем социальную программу по поддержке местных инициатив населения. За девять месяцев нашим Муниципальным фондом местного развития и поддержки предпринимательства было выделено 11 грантов на сумму 2882 тыс. руб., которые были направлены на ремонт водопроводов, возведение новых детских площадок и многое другое.

Всего на социальную сферу, а именно на образование, здравоохранение, культуру, развитие дорожного хозяйства, в 2016 году направлено 474 млн руб.

— **Территория является одной из лучших в области по формированию инвестиционного климата. Каковы результаты инвестиционной политики района?**

— Сейчас на сопровождении администрации Октябрьского района находится 84 инвестпроекта на сумму более 50 млрд руб. В течение этого года на социально-экономическое развитие района уже направлено более 6,5 млрд руб. инвестиций, что позволило создать свыше 1 тыс. новых рабочих мест. Отмечу, что всего за годы реализации Стратегии развития района освоено более 58 млрд руб. инвестиций.

Трудно выделить одно приоритетное направление, в которое мы вкладываем инвестиции, так как наша работа направлена на всестороннее развитие района. Наши усилия равномерно направлены на развитие сельского хозяйства, промышленности, социальной сферы, туризма.

Так, среди крупных проектов в АПК — строительство двух промышленных комплексов по выращиванию индейки ООО «Евродон» и ООО «Евродон-Юг», (6,5 млрд руб. и 17,9 млрд руб. соответственно). Сейчас мы приступили к реализации крупных инвестиционных проектов по строительству двух тепличных комплексов с объемом инвестиций 2,4 млрд руб. и 6,4 млрд руб. В сфере промышленности одним из наиболее значимых для района инвестиционных проектов стала находящаяся в стадии завершения компрессорная станция «Шахтинская» газопровода «Южный поток».

Также заканчивается строительство двух крупных заводов — по производству стеновых материалов ООО «Иновва» (300 млн руб.) и ООО «Ростовский завод упаковки и полиграфии» (более 400 млн руб.). Началось строительство ООО «КСМК-Север» завода по производству ячеистого бетона стоимостью 1,6 млрд руб.

— **Какую роль в инвестиционном процессе играет собрание депутатов района?**

— Собрание депутатов района занимает активную позицию в ре-



шении вопросов развития района. Именно депутаты наиболее близки к нашим жителям, знают их проблемы и выносят на рассмотрение собрания от повседневных, житейских вопросов до стратегических. К примеру, у нас стало правилом выносить на рассмотрение жителей необходимость и целесообразность реализации в районе конкретных инвестпроектов. При принятии решения мы исходим, прежде всего, из того, что это даст нашим людям. В том числе и в экологическом плане.

Деятельность представительной власти, в отличие от власти исполнительной, менее заметна простому человеку. Но именно представительный орган строит ту нормативно-правовую платформу, на которой исполнительная власть обеспечивает то, что должно улучшать и облегчать жизнь жителей Октябрьского района.

Хочу сказать, что нам удалось обеспечить скоординированную работу представительной и исполнительной власти, мы смогли принять необходимые и достаточные меры нормативного характера, для того чтобы обеспечить дальнейшее развитие района. Приоритетную роль в этом вопросе играет проводимая инвестиционная политика, способствующая формированию инвестиционной привлекательности и активизации инвестиционной деятельности в районе. Наша стратегическая задача — открывать минимум одно крупное предприятие в год.

— **Большинство муниципальных образований области ориентировано на развитие туристической отрасли. Для Октябрьского района это направление является приоритетным?**

— Согласно Стратегии развития Октябрьского района на период до 2020 года, развитие туризма было и остается одним из пяти приоритетных направлений. Наш район облада-

ет большим туристическим потенциалом. Мы — донской казачий край, история которого уходит корнями в XVII век. У нас красивые берега реки Дон, богатство рекреационных ресурсов, развитая инфраструктура, политическая и социальная стабильность.

Все это делает Октябрьский район привлекательным как в глазах туристов, так и инвесторов, реализующих свои проекты в сфере туризма. За годы реализации Стратегии были созданы три туристско-рекреационные зоны, четыре зоны отдыха, 17 новых экскурсионных маршрутов. Запланировано создание новых рекреационных зон на территории Новочеркасского рыбокомбината, Кривянского и Бессергеновского поселений.

— **Вы являетесь председателем ассоциации «Совет муниципальных образований Ростовской области». Какая работа ведется в этом направлении?**

— Наша ассоциация — это эффективная площадка для обсуждения вопросов, которые поднимают жители наших муниципалитетов, сами муниципальные образования области, и тех задач, которые ставят перед нами губернатор Ростовской области Василий Юрьевич Голубев, — от создания условий для привлечения инвестиций и создания комфортной среды для бизнеса до развития системы социального партнерства и профилактики правонарушений.

Заседания коллегиальных органов совета проходят в атмосфере свободного обсуждения проблем, живого заинтересованного разговора. Большое внимание на них уделяется обмену опытом, разбору лучших практик муниципального управления конкретных территорий. По наиболее значимым проблемам, влияющим на социальную стабильность, готовятся и направляются письма губернатору и Законодательному собранию области.

ИНВЕСТИЦИИ

Рынок недвижимости ждет качественных предложений

С начала года цены на южном рынке жилой недвижимости начали расти. Однако, по словам экспертов, взрывного роста ждать не стоит. Уровень спроса на жилье в массовых сегментах далек от докризисных показателей, покупатели становятся более требовательными, а застройщики ищут компромисс между доступной ценой и собственной прибылью.

— стратегия —

Разнообразный Юг

12 сентября Министрство строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ утвердило приказом новые показатели средней рыночной стоимости квадратного метра жилья на четвертый квартал текущего года. Согласно документу, почти в половине регионов России жилье официально выросло в цене. Свои показатели средней рыночной стоимости Минстрой рассчитывает, учитывая данные Росстата о стоимости 1 кв. м на первичном и вторичном рынках и себестоимости строительства. То, что эти показатели растут, говорит о стабилизации на рынке. Однако как снижение цен в 2015 году, так и происходящий сегодня рост в разных регионах имеют различную динамику.

Если рассматривать юг России, то и в отделе взятом регионе в различных его территориях процесс выглядит по-разному. Самым стабильным оказался рынок в Сочи. Здесь, по словам генерального директора ООО «Винсент Недвижимость» Эдуарда Филиппова, кризис спроса ощущался в наименьшей степени. «Спрос по Сочи стабильно высок,— отмечает эксперт,— как и активность на рынке». «Сочи демонстрирует хорошую динамику: 6,3% составил прирост цены в текущем году по новым проектам жилой недвижимости и 11,5% — с октября прошлого года,— подтверждает Ольга Гусева, коммерческий директор УК «Фонд Юг». — Интересная ситуация в Анапе: в среднем по городу за прошлый год мы регистрировали отрицательную динамику (–3%), за прошедший период текущего года — минус 1,3%, а на курортных жилых объектах комфорт-класса нашей компании рост цен составил 9% в этом году и 18,4% — в прошлом».

Сосед Сочи, Краснодар, по оценке Ольги Гусевой, сегодня не может похвастаться ни значительным ростом цены, ни качественным рывком в части предложения. «Выраженных позитивных трендов в столице края мы не наблюдаем. Городская недвижимость пребывает в некотором зastoе. Причина в большом объеме предложения на рынке, притом что цена квадратного метра довольно низкая: в Краснодаре в среднем 43,2 тыс. руб. стоит 1 кв. м в новостройках. Город ждет качественного рывка, но скорее всего он произойдет с ростом экономики в стране в целом», — резюмирует госпожа Гусева. То есть положительная ценовая динамика в курортной части Краснодарского края налицо, городская недвижимость при этом практически стагнирует. «Если брать во внимание Краснодар или Ставрополь, то там наблюдается серьезный профицит уже построенного жилья. Поэтому некоторые краснодарские и став-

ропольские застройщики в последнее время предпринимают попытки освоиться на ростовском рынке, но успех им сопутствует далеко не всегда, а только в том случае, когда они способны предложить рынку нечто действительно уникальное», — добавляет директор по продажам застройщика ООО «Феникс-Инвест» Елена Королева (Ростов-на-Дону). По ее словам, в самой Ростовской области тоже ситуация неоднозначная: цены на новостройки в крупных городах региона в 2016 году в среднем не выросли, а если снижались, то незначительно, а реальная покупательная способность населения оставляет желать лучшего, что порождает кризис ликвидности у отдельных застройщиков.

До 2016 года средняя стоимость квадратного метра жилья на Кубани в связи с большим количеством предложений была ниже, чем на Дону. Однако Эрик Сегерборг, генеральный директор Domofond.ru, отмечает, что за девять месяцев 2016 года квадратный метр в Ростовской области потерял в цене 0,78%, в то время как в Краснодарском крае, напротив, стал дороже на 0,83%. «В сентябре 2016 года стоимость 1 кв. м в Ростовской области составила 45,4 тыс. руб., а в Краснодарском крае — 56,7 тыс. руб. Вразрезеродов максимальное повышение показателя отмечено в Геленджике, где стоимость 1 кв. м увеличилась на 8,5% — до 73,7 тыс. руб. Отрицательная динамика наиболее выражена в Шахтах — минус 9,29% за период с января по сентябрь», — комментирует эксперт.

В качестве общей тенденции по рынку самого продаваемого сегмента — эконом-класса — Александр Синицкий, директор департамента по продажам в ЖК «Английский квартал», называет удорожание квадратного метра для застройщика. «Оно обусловлено в первую очередь ростом цен на строительные материалы, которые составляют до 50–60% в структуре расходов. Однако застройщики не могут значительно поднимать цены на квартиры — из-за общего падения доходов населения в условиях кризиса и сокращения платежеспособного спроса на жилье. В связи с этим не исключено, что к концу года объемы ввода нового жилья в России уменьшатся. В свою очередь, можно предположить, что ощутимый рост цен начнется на стадии подъема экономики, а это, очевидно, произойдет не в текущем и не в следующем году. При этом можно спрогнозировать, что подъем будет не скачкообразным, а постепенным», — считает Александр Синицкий. Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», добавляет, что для девелоперов тенденция оживления рынка жилья выглядит обнадеживающей: «По-видимому, она позволит плавно поднимать цены в следующем году. Измене-

ния не будут носить яркого и демонстративного характера».

Эконом-класс адаптируется

Риэлторы и девелоперы констатируют с начала года рост ипотечных продаж, связывая этот факт с относительной стабилизацией экономики, снижением ключевой ставки ЦБ и политической государства по стимулированию ипотеки. «В сентябре 2016 года объем выданных жилищных кредитов в России вырос на 38% по сравнению с сентябрем 2015 года, по данным ЦБ РФ. Это связано с уменьшением инфляции с 12,9% в 2015 году до 6,4% в сентябре 2016 года, в годовом выражении. Понизилась и ключевая ставка ЦБ до 10%. Средняя ставка по ипотеке в сентябре — 12,7%, тогда как еще в середине 2015 года она была 14,7%. Данные тенденции, очевидно, будут продолжены в 2017 году. Ипотека также будет поддерживать цены на жилье», — комментирует Марк Гойхман, аналитик ГК TeleTrade.

По словам Эдуарда Филиппова, каждая пятая сделка компании в сегменте эконом- и бизнес-класса заключается по ипотечным программам: «Мы заметили рост ипотечных продаж, в том числе ипотеки с использованием материнского капитала и военной ипотеки. Рост мы фиксируем в последние шесть месяцев. Таким образом, есть основания говорить, что сегодня активность ипотечного рынка растет, хотя докризисных показателей пока не достигла». Участники рынка недвижимости отмечают, что рынок приспосабливается к изменениям спроса, находя компромисс между платежеспособностью клиентов и характером предложения. «Платежеспособность населения диктует свои условия: для использования материнского капитала у покупателей пользуются спросом компактные квартиры стоимостью до 1 млн руб. В связи с этим сейчас на рынке появляются такие предложения, как квартиры в новостройках общей площадью 13–15 кв. м со стоимостью немного более 500 тыс. руб.», — рассказывает Елена Королева. Оксана Денисова добавляет, что с развитием ипотечных продуктов все большую популярность получают квартиры площадью до 30 кв. м. «Последней реакцией на непростую экономическую ситуацию можно назвать появление еще более компактных вариантов — до 25 кв. м», — отмечает эксперт.

Стоимость жилья эконом- и бизнес-класса может различаться в зависимости от района города. В центре, где застройка достаточно плотная и строительство ограничено, в сегменте бизнес-класса (жилье эконом-класса в таких районах практически не строится) самая дорогая цена за квадратный метр. «Идут на существенное снижение цен на жилье в новостройках за-



Застройщики не могут значительно поднимать цены на квартиры из-за общего падения доходов населения в условиях кризиса

стройщики тех объектов, которые расположены в микрорайонах с неразвитой социальной инфраструктурой, где жить людям попросту неудобно — соответственно низок спрос,— продолжает Елена Королева. — Самый востребованный на ростовском и батaysком рынках продукт — это студии общей площадью 21–25 кв. м, однокомнатные квартиры площадью до 35–40 кв. м и двухкомнатные квартиры площадью до 40–50 кв. м, трехкомнатные — от 50 кв. м. Большую роль в формировании спроса даже в сегменте „эконом“ играют наличие балкона или лоджии, просторная кухня. Примечательно, что при одинаковой общей площади квартир даже в одном доме квартиры с большей по размерам кухней продаются быстрее».

Говоря о требованиях покупателя к инфраструктуре, Александр Синицкий подчеркивает, что клиенты становятся все более взыскательными. «Поэтому их уже не удивит расположенные на первом этаже стандартный набор организаций, относящихся к сфере услуг: Теперь под инфраструктуру понимают наличие различных сервисов и комплексного, продуманного пространства для отдыха, работы, организации детского и взрослого досуга, занятий спортом». Эксперт добавляет, что очень важную роль для формирования цены квартиры играет транспортная доступность объекта.

Инвестиционные продажи

В элитном сегменте традиционно преобладают покупки жилья с инвестиционными целями. Если говорить о ценах, то они уже в конце 2014 года серьезно выросли в рублевом выражении, но за весь период с конца 2014-го до настоящего времени очень мало изменились в валютном исчислении. «Это небольшой сектор рынка, и он всегда стоял особняком», — комментирует Эдуард Филиппов. — Иногда среди предложений валютной недвижимости появляются цены ниже средних, кто-то пошел на встречу покупателю, потому что понимает, что рублевая цена резко выросла и сразу шокирует. Произошло

колебание где-то в пределах 7–10%. Но в основном, за счет малого количества предложений, примерно 70% элитной недвижимости держится в старых диапазонах». По информации риэлторов, инвестиционные покупки жилья в Сочи совершают в основном клиенты из северных регионов страны и из Москвы. Эксперты подчеркивают, что элитное жилье в Сочи пользуется стабильным спросом, так как город имеет серьезные перспективы «курортного развития».

Еще один пока менее популярный, но перспективный регион Юга — Крым. Николай Лавров, генеральный директор компании «Недвижимость в Петербурге», отмечает, что у клиентов явно наметился интерес к крымской недвижимости. «Сегодня среди малых частных инвесторов она воспринимается как один из самых лакомых кусочков для вложения в земельные участки и квартиры на берегу моря. Очень интересуют квартиры и небольшие участки для постройки личного дома в радиусе нескольких километров от моря с возможностью до него добраться с наименьшими проблемами. Приобретают их для того, чтобы самим приезжать с семьей на месяц, а в остальное время сдавать знакомым или приезжим. Цены за последние два года выросли в два-три раза. В первый год присоединения к России можно было приобрести участки дешево, потратив на это до полумиллиона рублей. Но тогда не было нормальной документальной базы. Сейчас база сформирована, но цены на удаленные участки ИЖС начинаются от 1–3 млн руб., верхнего ограничения нет», — рассказывает господин Лавров.

«На рынок приморской недвижимости Крыма, Краснодарского края и в меньшей степени Ростовской области оказывает влияние желание российских граждан купить квартиру у моря», — добавляет Александр Цыганов, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Ипотечное жилищное кредитование и страхование» Финансового университета при правительстве РФ. — Спрос на ставшие потенциально опасными квартиры в Египте и Турции практически исчез, а европейская недвижимость стала многим не по карману для содержания и для покупки».

Цены стабилизируются

Участники рынка прогнозируют в ближайшем будущем дальнейшее сокращение предложения. Это связано с тем, что для строительного рынка характерен «отложенный эффект»: с началом кризиса большинство серьезных строительных компаний, реализующих большие инвестиционные проекты, не стали их замораживать. К середине 2016 года большинство из них было завершено. Некоторые еще находятся в процессе реализации, но новых в этот период времени не заявлено.

«Обеспеченность жильем по стране практически одинаковая — от 20 до 24 кв. м на одного человека. Тем не менее темпы ввода нового жилья существенно различаются, и ситуация даже внутри ЮФО и СКФО неравномерная. В экономически развитых регионах этих округов (в Краснодарском крае, Ростовской области) бум жилищного строительства пришелся на 2000-е годы, а в отсталых субъектах (Дагестан, Чечня, Кабардино-Балкария) строительство жилья активизировалось только в последние годы, причем значительную роль играет индивидуальное жилищное строительство», — отмечает Мария Литвинская, управляющий партнер «Метриум Групп».

Эрик Сегерборг сообщает, что в структуре спроса существенных изменений не произошло. На юге России по-прежнему наиболее востребованы однокомнатные квартиры: в Краснодарском крае на их долю приходится около половины запросов контактов по объявлениям, в Ростовской области — чуть более 40%.

Учитывая, что потребность в жилье достаточно высока, а предложение сокращается, можно было бы предположить, что цены на недвижимость продолжат рост. Однако эксперты не склонны делать такие прогнозы. Пока платежеспособный спрос достаточно низок, уровень потребления и уровень доходов населения далек от докризисного уровня, ипотечный процент хоть и снижается, но все еще сохраняется на уровне двухзначных чисел. Поэтому застройщики вряд ли пойдут на дальнейшее повышение цен до конца года.

Иван Демидов

С надеждой на госзаказы

— рынки —

с 13

В перспективе — участие региона в федеральной программе «Школы России» и создание промпарков. Так что для производства стройматериалов фронт работ имеется», — уверен вице-губернатор Краснодарского края, курирующий вопросы строительства рынка, Юрий Приценко.

Импортозамещение на перспективу

Скачок курсов валют создал конкурентное преимущество для отечественных производителей некоторых групп стройматериалов. Отечественные стройматериалы подорожали в среднем, по оценкам Росстата, на 10,4%, тогда как импортные — почти на 40%. При общем дефиците средств и низкой доступности кредитов строительных компаний, если на рынке существовали аналоги, оказывали предпочтение российской продукции. Так, импорт цемента и кирпича, по данным Росстата, по итогам 2015 года снизился более чем в три раза, существенно сократились импортные поставки бетона, железобетона, некоторых кровельных материалов, строительного стекла. «В сегменте строительного стекла (флот-стекла) импорт фактически полностью вытеснен российским стеклом, по крайней мере в европейской части нашей страны», — комментирует Андрей Стольный, генеральный директор «Гардиан Стекло

Сервисис». Дальний Восток по-прежнему импортирует некоторые объемы. Также российские компании закупает стекло в Белоруссии. В целом мы ожидаем трехкратного снижения импорта стекла в Россию в 2016-м по сравнению с 2015 годом».

Доля отечественной и импортной продукции очень сильно отличается в различных группах стройматериалов. «Строительный рынок сейчас практически не зависит от импорта базовых строительных материалов: цемента, кирпича, кровельных материалов, утеплителей и т. д. Что касается финишных отделочных материалов, здесь мы зависим от импорта более чем на 80%, — рассказывает Сергей Зюзя. — В основном компании стараются локализовать производство тяжелых и дешевых материалов, чтобы сократить издержки, связанные с логистикой, а высокотехнологичные и дорогие материалы по-прежнему импортируются. Тем не менее многие компании уже производят в России и высокотехнологичные материалы, такие как промышленные полы, полимерные мембраны и добавки в бетон». Исполнительный директор Национального объединения производителей стройматериалов, изделий и конструкций Николай Соболев добавляет, что при введении домов эконом- и комфорт-класса импортные стройматериалы сегодня уже практически не используются. То же самое относится и к социальным объектам, доля импорта

в строительстве которых, по подсчетам экспертов, не превышает 10%. В сегментах же «элит» и «премиум», по мнению эксперта, найти замену качественным импортным стройматериалам практически невозможно. Сергей Зюзя согласен с тем, что импортозамещение в сегменте сложных отделочных материалов потребует большого количества времени. «Все эти материалы — химическая промышленность. Российская химическая промышленность после 90-х и начала нулевых только сейчас начинает реанимироваться», — объясняет эксперт. «Чтобы в этой отрасли появилось импортозамещение, надо модернизировать всю цепочку — начиная от переработки нефти и газа и заканчивая производством сухих компонентов. То есть вход в химическую отрасль гораздо более капиталоемкий и наукоемкий, чем в отрасль сухих смесей и даже стройматериалов», — согласен генеральный директор ТД «Седрус» Владимир Докучаев.

Директор компании «Строительная информация» Наталья Скорохова отмечает, что в сегменте сухих строительных смесей (ССС) в последние годы импортозамещение идет довольно активно. Сегодня рынок СССР в стране достаточно насыщен, считает эксперт, на нем представлены более 200 производителей, как отечественных, так и зарубежных, локализовавших производство в России. При этом производители занимаются модернизацией и расширением про-

изводства, в том числе и на юге России. Так, в августе введен в строй гипсовый завод ООО «Корпорация „Волма“ в Майкопе. Производственные мощности предприятия — 180 тыс. т гипсовых сухих смесей и 540 тыс. кв. м пазогребневых плит в год. «Запуск высокотехнологичного и современного производства на юге России позволит отечественным строительным материалам составить серьезную конкуренцию импортным аналогам», — считает управляющий директор ООО «Волма-Майкоп» Юрий Гусев. Завод «Кнауф гипс Кубань», расположенный в поселке Псебай Краснодарского края, рассматривает проект модернизации производства. Руководство предприятия надеется, что это приведет к снижению себестоимости продукции и позволит ей быть конкурентной на рынке региона.

«Кризис не изменил процесс локализации, он усилил позиции тех, кто уже был локализован, и дал возможность провести модернизацию, — резюмирует Андрей Стольный. — Она, в свою очередь, позволила вытеснить значительные „остатки“ импортных материалов, поставлявшихся нелокализованными конкурентами. Например, компания „Гардиан Стекло Ростов“ в настоящий момент модернизирует линию вакуумно-магнетронного напыления, на которой будет производиться новое поколение мультифункциональных энергоэффективных стекол для строящихся зданий России и СНГ».

В Невинномысск 13 сентября запущен новый завод по производству сухих строительных смесей, построенный компанией «Седрус». На заводе планируется выпуск модифицированных сухих строительных смесей в объеме более 100 номенклатурных позиций. Поставки с завода в Невинномысск будут осуществляться в 17 регионах России, в том числе в Крыму. «Для зарубежных компаний сейчас самое время инвестировать в открытие новых производств в России», — уверен Сергей Зюзя. — В первую очередь это связано с девальвацией рубля. Снижение курса позволило уменьшить расходы на строительство нового предприятия, рабочую силу, а также на локальное сырье, открыв перспективы экспорта продукции в другие страны (новый завод компании запущен в сентябре в Волгограде. — „Б“). К тому же если западная компания хочет остаться на российском рынке, то она вынуждена снизить цену на свою продукцию, а добиться этого можно благодаря локализации производства и переходу на местное сырье».

Сдержанный оптимизм

Дальнейшие позитивные изменения на рынке стройиндустрии его участники связывают в основном с политикой государства. Госфинансирование программ капремонта и переселения из ветхого и аварийного жилья и стимулирование ипотеки под- держат жилищное строительство, а

значит и спрос на стройматериалы. Курс на модернизацию промышленных предприятий стимулирует промышленное строительство. Андрей Белоедов считает, что хорошим драйвером роста продаж на строительном рынке может стать внутренний туризм, получивший в последнее время активное развитие в ЮФО и в Крыму. «Соответственно, деньги не „уезжают“ за границу, а остаются внутри страны и впоследствии тратятся на обновление рекреационных зон», — поясняет эксперт.

Более пессимистичный прогноз предполагает, что рынок не возобновит рост, а просто остановит падение. «На данный момент мы не видим предпосылок для улучшения или ухудшения; скорее всего, данная ситуация сохранится — прогнозировать трудно, так как сейчас мы сильно зависим от внешней политики, валютных скачков и цен на сырье», — считает Андрей Стольный.

В целом эксперты сходятся во мнении, что даже при благоприятной ситуации быстрого роста рынка ждать не стоит. «При совместной работе бизнеса и власти, направленной на восстановление развития рынка, ситуация может измениться в лучшую сторону. За последние десять лет произошло достаточно много позитивных изменений в этом направлении, но, к сожалению, это очень медленный процесс», — констатирует Сергей Зюзя.

Иван Демидов

ИНВЕСТИЦИИ

Бизнес инвестирует в лайки

Бизнес стал активнее использовать соцсети для продвижения брендов. Однако по мнению экспертов, сегодня необходимо использовать новые каналы SMM для взаимодействия с аудиторией.

— тенденции —

Бизнес-сети

По данным Ассоциации коммуника- тивных агентств России, объем рын- ка интернет-рекламы в первом по- лугодии 2016 года вырос на 30% по сравнению с аналогичным перио- дом 2015 года и составил 63 млрд руб. Представители бизнеса стали актив- нее использовать соцсети для продви- жения товаров и услуг, а также для по- вышения узнаваемости брендов. По оценкам экспертов, сейчас на SMM (Social Media Marketing) прихо- дится 20–30% рекламного бюджета компаний. В среднем базовый набор SMM-кампаний включает в себя веде- ние сообществ с размещением кон- тента и ответами на вопросы пользо- вателей за 100–300 тыс. руб. в месяц, а также медийное продвижение кон- тента и привлечение новых подпис- чиков, расходы на которые могут до- ходить до 500 тыс. руб. в месяц.

Представители рекламных и digital-агентств отмечают, что соцсе- ти привлекают бизнес по несколь- ким причинам: низкий стоимост- ный порог входа, возможность сег- ментирования аудитории и опера- тивное получение обратной связи от потенциальных клиентов. Кроме то- го, продвижение в социальных ме- диа позволяет бизнесу решить сразу несколько задач: создание собствен- ных онлайн-представительств для общения с целевой аудиторией, «до- ставка» сообщений аудитории с по- мощью рекламных инструментов и изучение общественного мнения.

«Работа с Social Media может быть настроена очень гибко в зависимо- сти оттого, какие именно бизнес-зада- чи стоят перед этим инструментом. Это могут быть цели на маркетинго- вом уровне, начиная от увеличения знания и рассмотрения вашего про- дукта среди целевой аудитории, до формирования лояльности и созда- ния «адвокатов» бренда, которые бу- дут самостоятельно рекомендовать вас своим друзьям. Могут быть и ком- муникационные цели — формирова-

ние или коррекция определенного имиджа, борьба с негативными упо- минаниями и за поддержку клиен- тов», — объяснил менеджер по рабо- те с социальными сетями рекламно- го агентства GRAPE Евгений Греков. В зависимости от объема бизнеса компании используют разные под- ходы при продвижении в социаль- ных сетях. Малый и средний бизнес использует Social Media для повыше- ния уровня продаж, анонсирования акций и поощрения пользователей на повторное приобретение товаров и услуг. Для этого создаются собствен- ные площадки или используются уже имеющиеся с похожей тематикой.

«Социальные медиа на сегодня яв- ляются самым популярным видом времяпрепровождения в среде Ин- тернет. Так, «Вконтакте» превосхо- дит по популярности в отношении еженедельной аудитории федераль- ные телевизионные каналы («Пер- вый», СТС, ТНТ), по данным TNS на 2015 год. Этот канал коммуника- ции дает возможность охватить боль- шую долю целевой аудитории в ин- тернете, при этом обеспечивая раз- умный порог входа, что дает возмож- ность использовать этот канал не толь- ко крупным игрокам, но и среднему и малому бизнесу», — считает дирек- тор по стратегии и аналитике агент- ства Engagecy Владилен Ситников.

Крупными компаниями соцсети используются как один из основных инструментов продвижения бренда и повышения лояльности аудитории. Чаше всего представители крупного бизнеса размещают развлекательный контент, проводят конкурсы и делят- ся аудиторией позитивными момен- тами, связанными с развитием ком- пании и жизнью общества в целом. «У крупных брендов хорошо рабо- тают акции, скидки, бонусы, а так- же любые маркетинговые мероприя- тия, направленные на «виральный эффект» — ролики, приколы, мемы, котики, селебрити. Одним из ярких примеров вирусного приема продви- жения бренда в соцсетях за послед- ний год можно назвать видео брен-

да Jaguar — короткий видеоролик с захватывающим сюжетом из бое- виков с участием Федора Бондар- чука в главной роли и самого поль- зователя соцсети в роли спецаген- та», — рассказал эксперт компании IAB Russia, генеральный директор проекта SocialKey Ads компании Digital Society Laboratory Светлана Ермаченкова. Цель такой SMM-ак- тивности — связать бренд компании с положительными эмоциями и быть в постоянном контакте с целевой аудиторией, которая может достигать значения от десятков до сотен тысяч участников.

Усталость от рекламы

При разработке стратегии присут- ствия компании в социальных сетях важно учитывать особенности каждо- й площадки. «Вконтакте» подой- дет для брендов, ориентированных на услуги или товары, связанные с интересами молодого поколе- ния или обладающие стоимостью до 1,5 тыс. руб. Особенность «Одно- классников» и платформы «Мой Мир» в том, что их аудитория более плате- жеспособна по сравнению с пользо- вателями сети «Вконтакте», и в них имеется больший процент людей с высшим образованием. Facebook ориентирован на деловые контакты и бизнес, продвижение в этой соци- альной сети позволит сделать бренд более узнаваемым как в своей стра- не, так и во всем мире. Отдельно эк- перты выделяют Instagram, который в основном собирает женскую ауди- торию — порядка 77%, поэтому здесь активно присутствуют представите- ли fashion- и beauty-индустрии.

«Инновационные технологичные бренды вряд ли будут пользоваться популярностью в «Одноклассни- ках», в то время как, например, бренд печенья с меньшей вероятностью будет интересовать пользователей Telegram. Необходимо понимать, что ваш контент должен соответствовать сложившемуся паттерну потребле- ния информации в каждом конкрет- ном канале, то есть максимально от-

вечать ожиданиям ваших подписчи- ков», — объяснил господин Греков.

Однако эксперты отмечают, что из-за быстрого и неравномерного развития рынка SMM-услуг и digital- рекламы аудитория настолько пре- насыщена рекламой, что не замеча- ет ее. В связи с этим специалистам приходится искать новые подходы к аудитории: нативные форматы, кастомизация и сегментирование аудитории, персонализация рек- ламных сообщений, интерактивные форматы, такие как live-трансляции. Еще одной проблемой является от- сутствие стандартов в определении эффективности, ценообразовании и формировании продукта.

«Рынок маркетинга в social media еще очень молод, и мы сталкиваем- ся с типичными для молодых рынков проблемами — отсутствием стандар- тов в профессии, ценообразовании и формировании продукта. Постепенно эти понятия формируются лидерами рынка, но для многих клиентов до сих пор являются диковинными. Серьез- ной проблемой является и отсутствие стандарта определения эффективности. Немногие агентства способны пе- реложить свои достижения в лайках на бизнес-реальность клиента», — счи- тает партнер по развитию компании Fistashki Павел Таргашин.

По мнению Светланы Ермаченко- вой, развитию рынка могут мешать опасения самих рекламодателей. Есть ряд популярных мифов: в соцсе- тях сидят одни студенты и пенсионе- ры, там нет целевой аудитории, в них не покупают, а развлекаются; пользо- ватели соцсетей не проявляют явного интереса к покупке, как в поискови- ках, реклама на этих площадках до- рогая и неэффективная. Все эти стра- хи неосновательны и регулярно раз- виваются в сотнях успешных кей- сов у рекламодателей и детально раз- бираются на профессиональных кон- ференциях, отмечает эксперт.

Работа с аудиторией

Эксперты считают, что в ближайшие годы рынок SMM будет развиваться



При разработке стратегии присутствия компании в социальных сетях важно учитывать особенности каждой площадки

благодаря совершенствованию тех- нологий «доставки» контента. Пре- имущество будет у компаний, кото- рые смогут не только производить контент, но и эффективно показат- ь его своей аудитории. Большое вни- мание будет уделяться технологи- ям платной рекламы, включая тар- гетинг, накоплению данных о пред- почтениях пользователей, поиску новых каналов распространения ин- формации.

«Большое внимание в SMM будет уделяться интерактивности и ин- теграции бренда в личную жизнь пользователя. Уже сейчас мы можем увидеть брендированные стикеры в мессенджере Viber. Для российс- кого рекламодателя будет полезным открыть для себя такие площадки, как Snapchat, Pinterest, Tumblr, ко- торые уже активно используются на западных рынках и приносят значи- тельную прибыль пользователям», — считает Светлана Ермаченкова. По мнению участников рынка, раз- витие получит realtime-маркетинг — создание креативов в короткие сро- ки и встраивание их в актуальную текущую информацию, в частно- сти прямые трансляции в Facebook и Periscope. Также все более актуаль- ными становятся различные автор- ские микро-СМИ, существующие в формате популярных блогов, акка- унтов в соцсетях или YouTube-ка- налов. Кроме того, в SMM возрастает роль мессенджеров и других серви- сов, которые позволяют компаниям общаться с аудиторией напрямую в режиме реального времени.

«Развитие рынка будет продол- жаться очень динамично, прибавляя год от года до 50% роста инвестиций в данный канал. Развитие будет обус- ловлено в том числе и появлением новых инструментов для создания и дистрибуции контента. Так, напри- мер, мессенджеры становятся повсе- местно распространенным каналом коммуникации с аудиторией, как в формате customer care, так и в фор- мате публичных чатов, в которых бренды рассказывают потребителям о своих новинках», — считает Влади- лен Ситников.

По мнению Евгения Грекова, для крупных брендов станет актуальным занятие собственной уникальной территории, которая позволит ассо- циировать ее с брендом, как Red Bull с экстремальным спортом или мус- кулиность и абсурд в случае с Old Spice. Эксперт отметил важность UGC (user-generated content) — контента, который генерируют сами пользо- ватели. По его мнению, стимулируя производство UGC, можно достичь дополнительного органического охвата, а также использовать его как основу для брендированного контен- та. Так делает, к примеру, производи- тель action-камер GoPro, который пуб- ликует и продвигает множество ви- део, снятых своими подписчиками.

В целом, как резюмирует Светла- на Ермаченкова, если сегодня пред- ставители многих компаний еще сомневаются в эффективности со- циальных сетей и могут обходиться без них, то в ближайшие три года им придется перестроиться и рассмат- ривать Social Media как полноцен- ный канал продвижения и общения со своей аудиторией.

Никита Королев

ДЛЯ ЧЕГО БИЗНЕСУ ГАРАНТИЙНАЯ ПОДДЕРЖКА?

Интервью с временно исполняющим обязанности исполнительного директора некоммерческой организации «Гарантийный фонд Ростовской области» Романом СОИНЫМ



— Гарантийный фонд в Ростовской области работает уже семь лет. Какова тенденция спроса на поручительство?

— Это востребованный продукт, особенно при кредитовании. Так, более 6 млрд руб. в виде поручительства Фонда позволили на- править в предприятия малого и среднего бизнеса 11,6 млрд руб. кредитных ресурсов. При этом реальные выплаты за заемщиков составили за всю деятельность Фонда лишь 2,6% от объема пре- доставленных поручительств. Для сравнения: по последним дан- ным уровень просрочки по кредитам малого и среднего бизнеса в Ростовской области составил 15,08%.

— Фонд может заранее спрогнозировать объем предстоящих выплат?

— Разумеется, мы составляем прогноз возможных выплат на год, мониторим ситуацию в течение года и вносим коррективы. Но есть и предваряющие меры — формирование качественного портфе- ля поручительств. Всезначимый подход к принятию решений, со- блюдение равновесия между сохранностью гарантийного капита- ла и поддержкой предпринимательства — наша основная задача. К примеру, за девять месяцев текущего года Фонд предоставил 104 поручительства и отказал по 23 заявкам. Правда, некоторые из заявок, получивших отказ, после доработки были повторно на- правлены в Фонд и получили положительное решение.

— На что бизнес привлекает кредиты?

— Наиболее популярное направление финансирования — на пополнение оборотных средств. Небольшая часть заявок пред- полагает реструктуризацию ранее оформленных кредитов. Есть отдельная категория заемщиков — кредитные кооперативы. Они привлекают кредиты для последующей выдачи займов субъектам малого бизнеса. Доля инвестиционных кредитов у наших заемщи- ков сегодня составляет 28,1% от общего объема кредитования под поручительство Фонда.

— Какие предприятия обращаются к вам чаще всего?

— По-прежнему большая часть клиен- тов Фонда — торговые предприятия, что характерно для Ростовской области, так как доля предприятий этой сферы по последним данным составила 48,5% оборота оптовой и 25,2% оборота розничной торговли. В меньшей степени кредитовались под поручительство Фонда производители промышленной и сельскохозяйственной продук- ции, сферы строительства и услуг.

— Как вы оцениваете эффективность гарантийной поддержки?

— Приведу пару примеров. ООО «Город кофе» впервые восполь- зовалось поручительством Фонда в 2013 году, затем в 2015 году и вот недавно снова обратилось к нам. Получив поручительство Фонда, предприятие смогло оформить кредитную линию для приобретения большой партии кофейных аппаратов Negro. Банк «Возрождение» (ПАО) открыл предприятию возобновляемую кредитную линию, позволяющую не только приобрести дополни- тельное оборудование, но и загрузить его, закупив ингредиенты,

увеличить парк обслуживающих автомобилей. Реализация нового инвестиционного проекта позволит предприятию в конце срока увеличить объем выручки на 14,6% к уровню 2015 года, объем налоговых поступлений — на 2,7%.

ООО «АМА-Дон» обратилось к нам впервые. Ему потребо- вался кредит, чтобы приобрести в собственность помещение с целью производства проволочной утвари для уюлокри агристых вин. Собственного обеспечения не хватало, поэтому Фонд вы- ступил поручителем на сумму 25,3 млн руб. В итоге кредит банка ВТБ24 (ПАО) и поручительство Фонда позволили предприятию запустить инвестиционный прое- кт. Его реализация в конце срока обеспечит увеличение объема выручки в 1,8 раза к уровню 2015 года, объема налоговых поступлений — в два раза и создание дополнительно порядка 118 рабочих мест.

— В каких случаях Фонд выступает поручителем?

— Наше поручительство востребовано тогда, когда у заемщика не хватает собственного залогового обеспечения. Если видом обе- спечиваемого обязательства является кредит, заем или лизинг, то сумма сделки должна быть свыше 1 млн руб., а срок — более одного года. Если речь идет о банковской гарантии, то эти тре- бования на нее не распространяются. По кредитам мы работаем с 30 банками и постоянно наращиваем их число, по банковским гарантиям нашими партнерами являются четыре банка. По лизин- гу у нас заключен договор пока с одной лизинговой компанией. В четвертом квартале мы планируем работать с микрофинан- совыми организациями, выступая поручителем по займам от 1 до 3 млн руб. Есть еще такой продукт, как согарантия, когда Фонд предоставляет поручительство совместно с АО «Корпора- ция „МСР“». На мой взгляд, он предназначен для значительных объемов гарантийной поддержки крупных инвестиционных прое- ктов. Пока мы его тестируем на небольших проектах.

— На какую сумму поручительства сегодня могут претендовать предприниматели?

— Ответственность Фонда ограничена 70% от суммы обеспечи- ваемого обязательства. В деньгах это составляет на одного за- емщика до 70 млн руб., на инвестиционные цели, до 30 млн руб. по остальным видам обязательств. На группу связанных заем- щиков — до 100 млн руб. Эти условия могут измениться в связи со вступлением Фонда в число участников Национальной гаран- тийной системы. Но мы об этом обязательно уведомим потен- циальных заемщиков посредством информирования на нашем сайте, в независимых СМИ, через МФЦ, консалтинговые органи- зации, сайты органов власти и местного самоуправления.



344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Седова, 6/3. к. 805
Телефоны горячей линии
(863) 280-04-06, 280-04-07
Сайт: dongarant.ru

Реклама