



СТРАТЕГИЯ РОСТА

Новоселье по евростандартам

Беларусь намерена строить не только больше, но и лучше

По сравнению с 2005 годом объемы жилищного строительства в Беларуси практически удвоились. В 2011-м планируется сдать в эксплуатацию около 9,1 миллиона квадратных метров жилья, почти по 1 «квадрату» на каждого жителя. За последние четыре года в отрасли были реализованы более 100 инвестиционных проектов. В итоге производство цемента выросло в 1,4 раза, сантехнических изделий – в 1,6, керамической плитки – в 1,8, сборного железобетона – в 3 раза, минераловатных плит – в 3,4 раза. Стройорганизации получили новую технику и оборудование. В ближайшие пять лет на развитие отрасли планируется направить более 1,5 миллиарда долларов.

Однако только за счет внутренних финансовых ресурсов и национальных научных разработок активно развивать отрасль трудно. Поэтому и было принято стратегическое решение о внедрении в стройотрасли европейских стандартов. Работа началась с января текущего года. Благодаря этим стандартам, как рассчитывают в правительстве, удастся расширить географию белорусского экспорта стройматериалов и строительных услуг. Помимо этого ускорится и реализация иностранных строительных инвестиционных проектов.

– До последнего времени Беларусь, как и другие постсоветские страны, использовала нормативы, которые базировались на единых советских. Однако новое время требует и новых подходов, – отме-

чает министр архитектуры и строительства Александр Селезнев. – В связи с введением с 1 января 2010 года на территории страны европейских норм проектирования и стандартов была разработана и утверждена «Программа мероприятий по внедрению на предприятиях и в организациях норм проектирования и стандартов Европейского союза в области строительства», которая будет выполнена уже в текущем году.

Благодаря внедрению евростандартов выросли требования к энергоэффективности жилья. А это значит, что новоселы будут жить в более комфортных условиях и при этом меньше платить за отопление. Есть нововведения и в сфере пожарной безопасности зданий. Ставится задача все проекты разрабатывать не в плоской проекции, а в



ФОТО МАКСИМА ПИВТАСА

объемном виде, с использованием так называемой 3D-графики.

Активная работа по внедрению и адаптации европейских стандартов развернута и на предприятиях промышленности строительных материалов. Разработана программа переоснащения производств, согласно которой предусмотрено приобретение необходимого технологического и испытательного обо-

рудования, создание испытательных лабораторий. Регулярно проводятся семинары и конференции по вопросам перехода на европейские нормы и стандарты. Уже сегодня 11 подведомственных организаций осуществляют поставку своей продукции в страны Евросоюза с ЕС-маркировкой. Это цемент, строительная известь, сухие строительные смеси, керамическая

АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ

Очередь как следствие успеха

Программа утилизации стимулирует автопром

Ситуацию в российском автопроме проанализировали специалисты одной из крупнейших аудиторских компаний – PricewaterhouseCoopers.

Прежде всего были выделены положительные эффекты программы утилизации, благодаря которой удалось получить прозрачный и понятный способ поддержки рынка. А также стимулировать спрос, уменьшить число наиболее аварийных автомобилей, очистить улицы от «автохлама». При этом средняя цена автомобиля возросла на 7%. Этому увеличению способствовали укрепление курса рубля и отсутствие продаж со скидками (чем характеризовалось первое полугодие 2009 года). В то же время средняя цена не выросла еще больше благодаря росту доли отечественных автомобилей и недорогих иномарок, как произведенных в стране, так и импортированных. Утилизационная программа вызвала значительное увеличение спроса на традиционные российские бренды: АвтоВАЗ, ГАЗ, УАЗ. Покупательная способность обеспеченных слоев населения восстанавливается быстрее, как следствие – продажи дорогих



ФОТО АНДРЕЯ ХОЛМОВА/ТАСС

брендов растут быстрее, чем рынок в целом. Показатели большинства брендов среднего сегмента, за исключением корейских, пока хуже рынка в целом.

Относительно новым явлением в российском автопроме стали очереди на покупку автомобилей. В связи с ростом спроса на покупку автомобилей многие дилерские центры оказались не в состоянии сразу удовлетворить спрос. Воз-

никли очереди на автомобили (например, очередь на автомобили Mercedes-Benz может составить 3 месяца, на Opel и Chevrolet – до 4 месяцев), а на наиболее популярную «классику» АвтоВАЗа и Renault Logan очереди в некоторых регионах превышают полгода.

Сохраняющиеся «турбулентности» российской экономики не позволяют более точно прогнози-

ровать будущие продажи. Местные производители зарубежных марок не в состоянии резко увеличить производство, так как оно базируется на импортируемых комплектующих, что увеличивает производственный цикл. Увеличившийся во втором квартале спрос на автомобили дал возможность автопроизводителям заметно нарастить объемы внутреннего производства. В целом по сравнению с первым полугодием 2009 года рост в первом полугодии 2010 года составил около 70%. С оживлением рынка активность мировых производителей в России также возрастает. Запущен новый завод «ПСМА Рус» – совместное предприятие Peugeot Citroën и Mitsubishi Motors. Объем инвестиций составил 470 млн евро, проектную мощность в течение нескольких лет планируется довести до 125 тыс. штук. В начале 2011 года Hyundai запустит новый конвейер, способный производить до 150 тыс. автомобилей в год, в Санкт-Петербурге. К 2014 году Fiat Sollers планирует увеличить свои производственные мощности в Татарстане до 300 тыс. автомобилей в год, к 2016 году – до 500 тыс.

Большой интерес производи-

тели проявляют к сектору автомобилей эконом-класса. Volkswagen в сентябре начинает продажи созданного специально для российского рынка Polo Sedan ценой 10 тыс. евро. О своем желании увеличить долю в бюджетном ценовом сегменте сообщили практически все производители, работающие в России, например Hyundai (Verna), Citroën (модификация C4), которые также планируют представить на рынке свои российские варианты моделей эконом-класса.

По сравнению с 2009 годом снизились ставки по автокредитам (классический автокредит до 5 лет можно получить по ставке около 14%), и банки стали более активно выдавать этот тип кредитов. Хотя доля машин, продающихся в кредит, еще не достигла предкризисных показателей, когда каждая вторая машина продавалась по такой схеме, этот показатель растет значительными темпами из месяца в месяц. За первое полугодие 2010 года подано около 170 тысяч заявок на получение льготного кредитования (2/3 ставки рефинансирования), из них удовлетворено 76 тыс. заявок. За период с февраля 2010 года кредитов выдано больше, чем за весь

2009 год. Многие автопроизводители в сотрудничестве с банками также субсидируют автокредиты (1-5% в зависимости от условий). Например, АвтоВАЗ через программу «ЛАДА Финанс – LADA в кредит» позволяет клиентам платить сниженные процентные ставки по кредитам. «Форд Мотор Компани», KIA Motors Rus в сотрудничестве с российскими банками субсидируют своим покупателям кредитные ставки.

Однако, по словам руководителя российского отделения PricewaterhouseCoopers Стенли Рута, пока еще слишком рано говорить об однозначном восстановлении рынка. Рост продаж и производства традиционных российских брендов был вызван в первую очередь программой утилизации. Увеличение сегмента иностранных брендов, произведенных в России, объясняется во многом эффектом импортозамещения. На рынке есть позитивные тенденции, но их пока нельзя считать доказательствами коренного изменения. Россия все еще остается огромным перспективным рынком, где на 1000 человек в среднем приходится 235 автомобилей. В Германии – 550, США – 750.

Р.С. Премьер-министр РФ Владимир Путин 12 августа подписал постановление о выделении дополнительно 10 млрд рублей на программу утилизации старых автомобилей.

Борис ПРИМОЧКИН

СТАТИСТИКА

Быстрее, выше, сильнее... дорожке

Современный спорт как отрасль экономики

Долгое время спорт и экономика рассматривались даже на Западе как две отдельные отрасли. Считалось, что спорт – это хобби, свободное времяпрепровождение и он не имеет ничего общего с экономикой, профессией, торговлей. Сегодня все кардинально изменилось. В спорте можно заработать неплохие деньги. За последнее время спорт стал важной отраслью экономики многих стран, в него вовлечены значительные финансовые средства и большое количество рабочей силы. Даже олимпийское движение утратило баланс между материальными интересами и принципами, провозглашенными когда-то бароном Пьером де Кубертеном.

В России становление новой спортивной индустрии и формирование рынков физкультурно-спортивных услуг не проходит гладко. Довольно часто несовершенная законодательная база мешает развитию меценатства и спонсорства в спорте, формированию современной эффективной системы правовой, социальной защиты спортсменов и тренеров. Также далеки от совершенства схемы налогообложения производителей спортивных товаров, услуг и принципы финансирования спортивного образования.

В Республике Беларусь сохранили социалистическую систему подхода к развитию спорта. Практически все секции и спортивные

школы в Беларуси бесплатны, даже такие элитарные, как большой теннис. Республика сохранила высокий уровень подготовки физкультурно-спортивных кадров. Хуан Антонио Самаранч в свое время назвал Беларусь «одной из самых спортивных держав бывшего СССР».

Но время диктует свои правила. Приходится признать, что коммерциализация спорта – это данность, бороться с которой уже вряд ли возможно, хотя бы потому, что никто еще не нашел альтернативные источники финансирования.

Мировая спортивная индустрия оплавляется от последствий экономического кризиса 2008-2009 годов. Таков основной вывод



ФОТО ОЛЕГА МАТВЕЕВИЧА/ТАСС

отчета одной из крупнейших в мире аудиторских компаний PricewaterhouseCoopers «Снова в форме? Перспективы развития мировой индустрии спорта до 2013 года». По прогнозам, в течение четырех лет (с 2009 по 2013 год) расходы мировой спортивной индустрии вырастут с 114 млрд в 2009 году до 133 млрд долларов в 2013 го-

ду. Ежегодные темпы роста за этот период составят 3,8%. Рост ожидается во всех регионах: Северная Америка и Канада – 3,6%, Европа, Ближний Восток и Африка – 4,1, Азиатско-Тихоокеанский регион – 3,9, Латинская Америка – 4,3%.

Если говорить о сегментах спортивного рынка, то доход от продажи билетов остается основ-

ным источником прибыли глобальной спортивной индустрии. Совокупный доход от продажи билетов увеличился с 43,2 млрд в 2009 году до 49 млрд долларов в 2013 году, составив совокупный годовой рост 3,2%.

Спонсорство будет самым быстро растущим сегментом после дохода от продажи билетов. Его совокупный годовой рост составит 4,6% – с 29,4 в 2009 году до 35,2 млрд долларов в 2013 году. Например, в США индустрия продукции для здорового образа жизни уже начала активизировать спонсорскую деятельность с целью повышения своего статуса на рынке.

Спонсорская программа Олимпийских игр в Сочи на данный момент собрала 1 млрд долларов, которые выделили 8 российских компаний в использование олимпийского бренда. А по итогам 2009 года, четыре генеральных партнера «Сочи-2014» – компании «Мегафон», «Ростелеком», «Аэрофлот» и «Роснефть» – заняли лидерские позиции в рейтинге Top-20 спортивных спонсорских контрактов.

Другим сектором, который становится все более привлекательным для инвесторов, особенно в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке, является индустрия онлайн-ставок (букмекерство), которая развивается сейчас с огромной скоростью. Приносит прибыль и продажа спортивной одежды с нанесенной на ней рекламой, а также продажа сувенирной продукции с эмблемами спортивных клубов, соревнований и др.

Будут расти доходы и от использования прав на спортивные трансляции – ожидается увеличение с 23,1 млрд в 2009 году до 26,7 млрд долларов в 2013 году, что составляет совокупный годовой рост 3,7%.

По словам Джули Кларка, руководителя практики по работе с компаниями спортивной индустрии PricewaterhouseCoopers в Великобритании и автора названного отчета: «Спортивные компании, бизнесы и работа спортивного рынка говорят о том, что сегодня индустрия спорта действительно имеет глобальный характер. Однако большой спорт имеет глубокие и прочные национальные корни, которые, в свою очередь, помогают формировать его глобальный коммерческий потенциал и определяют масштаб его распространения».

Вячеслав АКСЕНОВ

ЭКА! НОМИКА

Учиться или жениться?

Август... Одни молодые люди, несмотря на дым от пожаров, вздохнули облегченно и разсхались отдыхать. Другие, чуть старше, игнорируя тот же дым и жару, бегают по офисам различных организаций – им не до отдыха. Первая категория – абитуриенты, нашедшие свои фамилии в списках зачисленных в вузы. Вторая – обладатели новых дипломов о высшем образовании, ищущие работу – и желательно по специальности. О них и поговорим.

Каждый год выпускники вузов сталкиваются с одной и той же проблемой – специалисты их профиля требуются... но только с опытом работы, хотя бы полугодовым. Но это очень редко, обычно по специальности надо проработать не менее года. Получается заколдованный круг. Специалисты кадровых агентств констатируют, что в целом ситуация на рынке труда молодежи ухудшается, к чему, безусловно, руку приложил кризис. Во-первых, сократились рабочие места. К тому же работодатели в стесненных условиях всячески стараются свести риски при наборе персонала к минимуму. Отсюда обязательный стаж работы, нежелание принимать в штат женщин: дети – болевая точка.

Вот «крик души» молодого специалиста с одного из сайтов, посвященных проблемам поиска работы: «А нам-то что делать? Мы – выпускники вузов, куда нам идти? До кризиса все было в порядке, а теперь что? И кстати, почему-то в последнее время предпочтительнее набирать мужчин! Ну давайте тогда выйдем замуж, будем дома «хранить очаг», а вы нашим мужьям в 3 раза больше платите, чем то, что предлагается на рынке труда!!!»

Да, девушкам легче: они могут выйти замуж за уже состоявшихся мужчин и либо посвятить себя семье, либо искать хосью работу в менее нервной обстановке, имея определенный материальный достаток. Что касается юношей, то они, не найдя в течение нескольких месяцев после окончания вуза работу по специальности, частенько выбирают профессию, далекую от той, что значится в их дипломе: деньги нужны!

В феврале этого года на заседании столичного правительства депутат Мосгордумы Олег Бочаров заявил, что около 95% выпускников «небольших» московских вузов не находят работу по специальности. «Получается, что пять лет их учебы идут в никуда». (Он подчеркнул, что в эту печальную статистику не попадают МГУ, РГТУ, МГИМО, МГТУ им. Баумана и еще ряд крупных престижных вузов.)

«Выбор профессии: чему учиться и где пригодиться?» – так называется исследование, выполненное Росстатом и Высшей школой экономики. Была проанализирована база данных из 270 тысяч выпускников вузов и средних специальных учебных заведений путем сравнения специальности, записанной в дипломе, и нынешнего места работы. Оказалось, что верность своему образованию чаще всего сохраняют медики (79%), компьютерщики (67%), математики (61%) и юристы (59%). А самыми «ветренными» оказались специалисты в области биологических и сельскохозяйственных наук – нынешняя работа соответствует диплому лишь у 22%. По специальности работают лишь 36% инженеров. Кроме того, каждый четвертый выпускник вуза занимается работой, не требующей высшего образования.

Вывод: система образования готовит не тех специалистов, которые нужны экономике, а потому должна быть перестроена на другие профессии/специальности. Система профессионального образования продолжает действовать по инерции и плохо «улавливает» сигналы рынка. Одна из причин этого – нехватка информации о реальных потребностях экономики. Участники исследования считают, что необходимо создать некий исследовательско-координационный центр и вооружить его специальными научными методами «прогнозирования спроса на профессии и квалификации».

Александр ИЛЬИН