



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЭКОНОМИКА РЕГИОНА»

СУЕТА ВОКРУГ ПАРКОВКИ

Городской центр управления парковками заявил, что наконец смог решить проблему со штрафами за неоплаченную стоянку в центре города. Нарушителям пообещали, что те начнут получать штрафы уже с 1 ноября. Платный паркинг в центре Петербурга начал действовать два года назад. На создание инфраструктуры по взиманию платы город потратил около 180 млн рублей. Однако оказалось, что автомобилистам, паркинг не оплатившим, штраф выписать невозможно. ГИБДД, ссылаясь на закон о защите персональных данных, предоставлять адреса нарушителей Городскому центру управления парковками (ГЦУП) отказалась. За два года ситуация не сдвинулась с мертвой точки, и объем недополученных городом доходов исчисляется уже более чем в миллиард рублей. И вот ГЦУП анонсировал решение проблемы. Но по тому, как невнятно говорилось о «схеме», при помощи которой центр сможет получать адреса недобросовестных автомобилистов, стало сразу понятно, что никакого решения проблемы на самом деле нет. Стоит отметить, что это уже третий фальстарт с момента запуска парковочной зоны. Примерно год назад руководители, отвечающие за парковку, уже обещали начать взимание штрафов и точно так же туманно рассуждали о том, что сумели разработать схему, позволяющую присылать нарушителям квитанции.

Причина активности ГЦУП оказалась в том, что незадолго до исторического заявления вице-губернатор Игорь Албин пообещал «разогнать» эту организацию, если она наконец не сможет решить вопрос с взиманием штрафов. Но и угрозы вице-губернатора и последующие порожние заявления работников центра решение проблемы платного паркинга не приблизили. Очевидно, что этот вопрос нужно решать на федеральном уровне — вероятнее всего, это находится в компетенции губернатора города. По крайней мере, в столице с получением адресов нарушителей у тамошнего центра парковок сложностей не возникает, вероятно, административного веса мэра столицы для этого хватило.

Пока же вся эта безрезультативная суета вокруг парковки отрицательно влияет на имидж города. Она демонстрирует и неспособность городских властей решить мало-мальски серьезную проблему, и дает определенный сигнал инвесторам о том, что любой проект может споткнуться о кочку, которую в соседнем регионе обойти можно достаточно просто.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

МЯГКИЙ РОСТ МЕБЕЛЬНОГО РЫНКА

МЕБЕЛЬНЫЙ РЫНОК СЕВЕРО-ЗАПАДА НЕ ВЫБИВАЕТСЯ ИЗ ОБЩЕРОССИЙСКИХ ОТРАСЛЕВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ И ДЕМОНИСТРИРУЕТ РОСТ И ОЖИВЛЕНИЕ. УЧАСТНИКИ РЫНКА ОПТИМИСТИЧНЫ В СВОИХ ПРОГНОЗАХ И ОТМЕЧАЮТ ЗНАЧИТЕЛЬНОЕ СНИЖЕНИЕ ИМПОРТА. АНАЛИТИКИ РЫНКА БОЛЕЕ СКЕПТИЧНЫ В СВОИХ ОЦЕНКАХ. ОНИ ПОЛАГАЮТ, ЧТО РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПРОДОЛЖАЕТ ДВИГАТЬСЯ ПО КИТАЙСКОМУ ПУТИ.

КРИСТИНА НАУМОВА

По данным Гильдии маркетологов, в первом полугодии мебельный рынок России вырос на 8% по сравнению с аналогичными показателями прошлого года. По словам генерального директора компании «Цвет диванов» Наталии Пекшевой, это вселяет уверенность в успешности второго полугодия, которое традиционно считается сезонным для мебели.

По оценкам госпожи Пекшевой, регион Северо-Запада занимает около 10% в общем объеме розничных продаж мебели и второе место после Центрального округа.

Заместитель генерального директора мебельной фабрики «8 Марта» Олег Билич говорит, что Северо-Запад всегда стоял особняком на отечественном мебельном рынке, «почти как отдельное государство». Здесь располагается несколько собственных крупных производств, которые оставляют за собой лидерство. Однако сейчас их доля падает, потому что появляется много местных компаний, рассказывает господин Билич. «Раньше существовало много производств, использующих комплектующие из Финляндии. Теперь они закупают комплектующие внутри страны. Производства расположены рядом, и это решает проблему транспортировки, не требует дополнительных затрат и, соответственно, последующих наценок. Ценовые предложения в связи с этим становятся выгоднее для покупателей», — поясняет участник рынка.

ПО КИТАЙСКОМУ ПУТИ Сегодня производители уделяют еще больше внимания дизайну и качеству мебели, и это очень важно для покупателя, говорит Наталия Пекшева. «Мебель должна соответствовать современным тенденциям и восприниматься в международном контексте, тогда она будет востребована у покупателей поколений Y и Z. Многие производители сосредоточены на работе с себестоимостью продукции, так как покупатель очень тщательно относится к соотношению стоимости и качества мебели», — рассказывает собеседник издания.

Генеральный директор компании ProExpert Михаил Турецкий полагает, что российские производители идут по «китайскому» пути, копируя импортные аналоги. «На мой взгляд, отечественным игрокам нужно работать над дизайном продукции, соответствуя современным трендам. Например, европейские производители при работе привлекают ведущих дизайнеров и архитекторов, создавая новые коллекции на следующий сезон, они работают на опережение, показывая кли-



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

МЕБЕЛЬНЫЙ РЫНОК СТАНОВИТСЯ ОТДЕЛЬНЫМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ. СЕГОДНЯ ЕВРОПЕЙСКИЙ ПОДХОД К СТРОИТЕЛЬСТВУ ЖИЛЬЯ «ПОД КЛЮЧ» НАЧИНАЕТ ВХОДИТЬ И НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК

ентам основные тренды будущего», — рассуждает эксперт.

Михаил Турецкий отмечает, что мебельный рынок становится отдельным профессиональным направлением строительного рынка. Сегодня европейский подход к строительству жилья «под ключ» начинает входить и на российский рынок. Во всех сегментах (офисы, апартаменты, жилье) появляется тренд на проекты «под ключ», — говорит господин Турецкий. То есть компании готовы инвестировать в услуги fit-out при строительстве новых офисов, а девелоперы готовы выводить на рынок новое предложение — проекты с полной чистовой отделкой и меблировкой. Такой подход практикует в своих проектах Seven Suns Development, как отдельную услугу предлагают Legenda Intelligent Development и KBC. Меблировку включают проекты апартаментов Docklands, YE'S, Avenue и другие. Более того, этот тренд переходит и в высокий ценовой сегмент. Пример тому — клубный дом Novard Palace на Фонтанке. При этом при комплектации объектов эконом-класса чаще всего спросом пользуется товар из России или Белоруссии, говорит господин Турецкий. «Мебель и интерьерные решения от европейских производителей более уместны при комплектации проектов бизнес- и премиум-класса. Но на нашем

опыте могу сказать, что при проектной комплектации отелей, апартаментов, офисов мебель отечественного производства доминирует. Российский производитель завоевал рынок масс-маркета, а качество отечественной мебели сопоставимо с импортными аналогами», — отмечает собеседник BG.

Исполнительный директор ТД «Аскона» Владимир Корчагов отмечает консервативность мебельного рынка в целом, и это касается как отношений с покупателем, так и применяемых технологий. Однако лидеры индустрии, которые являются своего рода проводниками трендов, стараются сделать сам процесс покупки более эмоциональным. Также среди общих трендов эксперт отмечает уберизацию, геймификацию, диджитализацию.

MADE IN RUSSIA В прошлом году доля продаж российской мебели превысила 50%, и это переломный момент для рынка, говорит Наталия Пекшева. «Налицо активный процесс импортозамещения. А в некоторых сегментах, например мягкой мебели, доля российского продукта превышает 90%. Кроме мебельного текстиля, все остальные сырьевые компоненты в мягкой мебели давно локализованы, поэтому зависимость от перепадов стоимости валюты невелика. → 17

ПРОИЗВОДСТВО