

ЛЕТ ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ

9 — 15 МАРТА 2020 № 10 — 11 (820)

Не въехали

Грузоперевозчики оказались
в стороне от национальных
проектов

Реклама: на щите или со щитом.....	18
Качество жизни: новые решения.....	22
Рейтинг банков.....	26

ЭКСПЕРТ УРАЛ

www.expert-ural.com

Главный редактор

Артем Коваленко

Научные редакторы

Ирина Перечнева, Сергей Ермак

Ответственный секретарь

Вера Симакова

Редакция

Павел Кобер (редактор отдела промышленности),
Людмила Колбина (редактор отдела предпринимательства)

Технический отдел Николай Бучельников (начальник отдела),
Наталья Москалик

Фотокорреспондент Елена Елисеева

Фото на обложке Андрей Порубов

Исполнительный директор журнала «Эксперт-Урал»

Елена Нетиевская

Коммерческая служба Елена Колмогорова (коммерческий директор),
Юлия Разина (заместитель коммерческого директора),
Сергей Рамзин (начальник отдела продаж),
Жанна Камилленко (офис в Тюмени, kzy@asexpert.ru)

Помощник директора Ольга Юсупова

Аналитический центр «Эксперт»

Директор Дмитрий Толмачев

Исполнительный директор Татьяна Лопатина

Заместитель директора Сергей Ермак

Заместитель директора по исследованиям Елизавета Ульянова

Исследования Сергей Заякин, Павел Кузнецов,
Александр Курячий, Татьяна Печенкина, Сергей Селянин,

Кристина Чукавина, Полина Юровских

Мероприятия Светлана Дроздова, Ольга Захарова

Веб-сайт Елена Дик, Сергей Селянин

Г р у п п а « Э к с п е р т »

Генеральный директор Михаил Нелюбин

Исполнительный директор Владимир Морозов

Коммерческий директор Ирина Пшеничникова

Директор по производству Борис Каган

М е д и а х о л д и н г « Э к с п е р т »

Главный редактор Татьяна Гурова

Научный редактор Александр Привалов

125866, Москва, ул. Правды, 24, стр. 4

Редакция журнала «Эксперт-Урал», АЦ «Эксперт»:

620062, Екатеринбург, ул. Малышева, д. 105, 6-й этаж

Тел.: (343) 345-03-42 (72, 78), 382-03-73

Издатель: ООО «Эксперт-Урал»

Адрес издателя: 620062, Екатеринбург,

ул. Малышева, д. 105, офис 6.21

По вопросам подписки на журнал «Эксперт» («Эксперт-Урал») обращайтесь по телефонам

(343) 345-03-42

Подписка для предприятий:

УРАЛ-ПРЕСС, тел. (343) 226-08-01 (02, 03), www.ural-press.ru

8 800 200 80 10 (звонок бесплатный)

Знак информационной продукции: 16+

Рекламируемые товары подлежат обязательной сертификации

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламе и сообщениях информантов, и не представляет справочной информации. Перепечатка материалов из «Эксперт-Урала» только по согласованию с редакцией.

Учредитель (соучредители): ЗАО «Медиахолдинг "Эксперт"», исполком Межрегиональной ассоциации экономического взаимодействия субъектов РФ «Большой Урал».

Издание зарегистрировано в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.

Регистрационный номер ПИ № ФС 77-64882 от 16.02.2016 г.

Отпечатано в ОАО «Можайский полиграфический комбинат», 143200, МО, г. Можайск, ул. Мира, д. 93. **Тираж** 10 550. **Цена свободная**

КАТАЛОГ «РОСПЕЧАТЬ» (красный)

Подписной индекс на журналы «Эксперт» + «Эксперт-Урал» — 72550

на территории Свердловской, Челябинской, Курганской, Оренбургской, Тюменской областей, Пермского края, республик Башкирия, Удмуртия, Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого АО.



Выпуск издания осуществлен при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям



Содержание

ПОВЕСТКА ДНЯ / 4

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ / 8

ТЕМА НЕДЕЛИ

НЕ ПРОЕЗЖАЙТЕ МИМО / 10

Грузоперевозчики слабо вовлечены в реализацию нацпроектов и предлагают решения — к выгоде транспортной отрасли и экономики в целом

РУССКИЙ БИЗНЕС

МЕТАЛЛОБАЗА НА ПЕРЕУЧЕТЕ ВНУТРЕННИХ ЦЕННОСТЕЙ / 15

Надежд на внушительный рост потребления проката в этом году нет. В условиях ужесточения конкуренции и укрупнения рынка стратегии металлотрейдеров базируются на повышении эффективности бизнес-процессов, развитии дополнительных сервисов и автоматизации

ЗАКОНЫ ЭФФЕКТИВНОЙ РЕКЛАМЫ / 18



Рекламный рынок зажат между сокращением бюджетов, требованиями эффективности и народным негодованием. В этих условиях традиционным каналам придется уходить в диджитал, а брендам определяться, кто их аудитория

ОБЩЕСТВО

СТИМУЛИРОВАТЬ НЕЛЬЗЯ ОГРАНИЧИВАТЬ / 22

При грамотной государственной политике бизнес может стать новым источником повышения качества жизни

РЕЙТИНГ БАНКОВ / ИТОГИ 2019 ГОДА

КРАЙНЯЯ БИТВА ЧЕКИСТОВ С МАСОНАМИ / 26



Окончания банковского кризиса ожидать не приходится. В отсутствие экономического подъема, роста доходов населения и инвестиционного спроса можно говорить лишь о том, насколько банки могут приспособиться к экономической среде

ПОЗИЦИЯ / 30

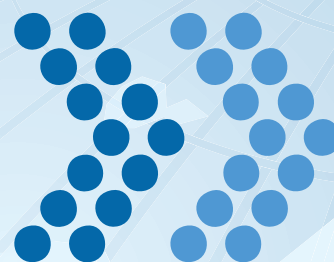
В БЛИЖАЙШИХ НОМЕРАХ:

ЦОД: ЗАМЕДЛЕНИЕ МИГРАЦИИ В ОБЛАКО

КОГДА ЖИЛЬЕ СТАНЕТ УМНЫМ

ПРОЕКТ 20 + 20: КОНТУРЫ БУДУЩЕЙ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ МИРА

Центр поддержки экспорта Свердловской области объявляет конкурс



Организаторы:



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСП
РОСЭКСИМБАНК



Оператор



Информационный партнёр



Партнёры проекта:



TURKISH AIRLINES



Анкета-заявка на участие:



ЭКСПОРТЁР ГОДА Свердловской области

Цель конкурса — выявить региональных чемпионов экспортной деятельности и продвигать лучший опыт международного сотрудничества.

Заявки регионального конкурса автоматически принимают участие во Всероссийской премии в области международной кооперации и экспорта «Экспортёр года». Преимуществом Премии является признание достижений экспортёров на государственном уровне.

Номинации:

- Экспортёр года в сфере промышленности
- Экспортёр года в сфере агропромышленного комплекса
- Экспортёр года в сфере услуг
- Экспортёр года в сфере высоких технологий
- Трейдер года (для торговых домов)
- Прорыв года (для начинающих экспортёров)

Уникальный комплект призов для победителей номинаций:

- Сертификат на участие в международном выставочно-ярмарочном мероприятии на территории либо за пределами РФ в 2021 году с индивидуальным стендом
- Интервью победителей в журнале «Эксперт-Урал»
- Сертификат на обучение английскому языку
- Специальный приз от компании «Турецкие авиалинии»
- Скидка 10% на авиаперевозки по миру
- Сертификат на регистрацию товарного знака на территории РФ

Срок приёма электронных заявок **до 23 марта** 2020 года.

Контакты:

Сбор анкет — аналитический центр «Эксперт»

Татьяна Печёнкина

тел./факс: (343) 345-03-42 (78), +7-922-296-34-76, pechenkina@acexpert.ru

Центр поддержки экспорта Свердловской области

Черёмина Наталья, тел. +7 (343) 288-77-85 (доб. 610), export@sofp.ru

Подробности на сайте — www.sofp.ru

Главная | Хочу быть экспортёром | Экспортёр года

КОРОТКО

Крупнейшая в Европе

солнечная электростанция запущена в Башкирии ГК «Хевел». Бурзянская СЭС суммарной мощностью 10 МВт оснащена системой накопления электроэнергии общей емкостью 8 МВт•ч. Новая генерация обеспечит бесперебойное электроснабжение Бурзянского района, а в случае аварийного отключения или ремонта на линии электропередачи сможет работать в автономном режиме до шести часов. «Это уникальный не только для России, но и для Европы проект — промышленные накопители такой емкости в сопряженной работе с солнечной генерацией используются впервые. Мы обеспечиваем 80% резервирование мощности генерации и одновременно решаем проблему надежности электроснабжения конкретного района», — рассказал генеральный директор ГК «Хевел» **Игорь Шахрай**. Компания построила в Башкирии четыре станции (суммарный объем инвестиций — около 5 млрд рублей) и планирует запустить еще столько же совокупной установленной мощностью 100 МВт.



Бурзянская СЭС полностью автоматизирована и рассчитана на работу как параллельно с сетью, так и в автономном режиме

Первый в России

региональный закон о раздельном сборе отходов принят в Челябинской области. Пилотными городами, где уже реализуется система раздельного сбора отходов, стали Копейск и Южноуральск. Как отметили в региональном министерстве экологии, благодаря экспериментальным площадкам, можно определить систему логистики, затраты, механизмы стимулирования и прочие факторы для наиболее комфортного перехода всего региона на

раздельный сбор мусора. На местах сбора твердых коммунальных отходов устанавливаются контейнеры двух цветов: красные — для неорганических отходов, зеленые — для смешанных. Региональный оператор доставляет отходы на сортировку, после чего часть вторсырья направляется на переработку. Половину из накапливаемого вторсырья составляет пластик.

3,5 млрд рублей

инвестирует в пермский актив компания «Уралхим» — одна из крупнейших на рынке азотных и фосфорных удобрений в России и СНГ. Филиал корпорации — «Азот» (Березники) направит средства на развитие производства и получение новых нишевых продуктов. «В 2019 году выполнена большая работа в рамках проведения ремонтов и обновления фондов. Бюджет составил 2,8 млрд рублей. В этом году компания увеличила эту сумму до 3,5 млрд рублей», — сообщил директор филиала «Азот» АО ОХК «Уралхим» **Андрей Семенюк**. Приоритетные проекты — модернизация поверхностного вакуумного конденсатора агрегата аммиака № 2 (236,7 млн рублей), запуск мембранной установки выделения водорода из продувочных газов (258,1 млн рублей). Их внедрение позволит снизить себестоимость получаемого возвратного продукта.

«Уралхим» располагает мощностями для производства более 3 млн тонн аммиака, 3 млн тонн аммиачной селитры и ее производных, 1,2 млн тонн карбамида и 1 млн тонн фосфорных и сложных удобрений в год. Занимает первое место в России по производству аммиачной селитры, второе — по выпуску аммиака.

Кудымкар обрел главу

Конкурс на пост главы Кудымкара прошел в третий раз: предыдущие два были признаны несостоявшимися — ни один из кандидатов не смог набрать нужного количества голосов. Третья попытка стала успешной: 14 из 15 депутатов гордумы отдали голоса за **Наталью Стоянову**, которая до избрания занимала должность заместителя главы администрации — начальника управления организационного обеспечения и бухгалтерского учета. До сих пор город возглавлял **Иван Мехоношин**, отказавшийся от участия в конкурсе.

На 2,5 млн долларов

поставит в Узбекистан бурильные и колонковые трубы Кушвинский трубный завод (КТЗ, Свердловская область). Сопровождение сделки осуществляет региональный Центр поддержки экспорта (подразделение Свердловского областного фонда под-

держки предпринимательства). «Экспортно ориентированные компании — одна из приоритетных групп фонда. В 2019 году благодаря участию центра поддержки 90 компаний заключили экспортные контракты на сумму более 9 млн долларов. В арсенале центра — целый комплекс инструментов поддержки: бизнес-миссии за рубеж, приемы иностранных делегаций, участие компаний в международных выставках, помощь в сертификации и патентовании, в переводе сайтов и презентационных материалов», — рассказал заместитель директора СОФПП **Валерий Пиличев**. По словам коммерческого директора КТЗ **Евгения Муравьева**, специалисты центра помогли разобраться со всеми юридическими аспектами, консультируют по налоговому вопросу при экспорте в Казахстан, «вместе прорабатываем возможных партнеров из других стран, хотим расширить географию за счет Туркмении».

Кушвинский трубный завод производит колонковые и бурильные трубы, в том числе геологоразведочные, а также насосно-компрессорные муфты к ним. Экспортную историю ведет с 2017 года, поставляя продукцию в Казахстан, Узбекистан и Азербайджан.

Цифровые краски

В Арамиле Свердловской области запущен в эксплуатацию завод по производству лакокрасочных материалов и металлических порошков. Инвестор — научно-производственный холдинг «ВМП» — вложил в предприятие 1 млрд рублей. Производственная мощность — 2 тыс. тонн порошков и 15 тыс. тонн лакокрасочной продукции в год. Создано 93 рабочих места. «Завод изначально строился как высокопроизводительный комплекс с высокой степенью автоматизации. Производством управляет главный компьютер. Реализована сложная система управления техническими параметрами оборудования. Запущено шесть производственных и две фасовочные линии. Благодаря цифровизации, во всей производственной цепочке исключены влияние человеческого фактора, контакт людей с вредными химическими компонентами», — рассказал президент холдинга ВМП **Михаил Вахрушев**.



Продукция ВМП востребована в нефтегазовой, химической, металлургической, военно-промышленной отраслях, энергетике, мостостроении и гражданском строительстве

Актуальная информация для принятия решений



Крупнейшие рейтинги и исследования в 2020 году в журналах «Эксперт» и «Эксперт-Урал»:

- **16 марта**
Банковское обозрение. Итоги 2019 года (проект журнала «Эксперт»)
- **23 марта**
Рейтинг оценочных компаний Урала и Западной Сибири: итоги 2019 года
- **6 апреля**
Рейтинг лизинговых компаний Урала и Западной Сибири: итоги 2019 года
- **27 апреля**
Рейтинг крупнейших экспортеров Урала и Западной Сибири: итоги 2019 года
Рейтинг научной продуктивности вузов России (проект журнала «Эксперт»)
- **11 мая**
Рейтинг аудиторских компаний Урала и Западной Сибири: итоги 2019 года
- **18 мая**
Рейтинг консалтинговых компаний Урала и Западной Сибири: итоги 2019 года
- **1 июня**
Рейтинг ОЭЗ и промышленных парков РФ (проект журнала «Эксперт»)
- **22 июня**
Рейтинг юридических компаний
Рейтинг банков Урала и Западной Сибири: итоги первого квартала 2020 года
- **13 июля**
Рейтинг страховых компаний Урала и Западной Сибири: итоги первого полугодия 2020 года
- **17 августа**
Рейтинг жилых застройщиков Урала и Западной Сибири: итоги 2019 года
- **14 сентября**
Рейтинг банков Урала и Западной Сибири: итоги первого полугодия 2020 года
- **28 сентября**
Рейтинг крупнейших экспортеров России топ-200 (проект журнала «Эксперт»)
- **12 октября**
Рейтинг предпринимательских университетов и бизнес-школ (проект журнала «Эксперт»)
- **26 октября**
Рейтинг крупнейших компаний топ-400 Урала и Западной Сибири: итоги 2019 года
- **2 ноября**
Рейтинг крупнейших компаний АПК России (проект журнала «Эксперт»)
- **7 декабря**
Рейтинг банков Урала и Западной Сибири: итоги трех кварталов 2020 года

Аналитический центр «Эксперт»:
проведение исследований и организация деловых мероприятий

Московский офис:
Москва, ул. Правды, д. 24
(новый газетный корпус), 6-й этаж
Тел./факс: 8 800 222-40-01

Уральский офис:
Екатеринбург, ул. Малышева, 105, офис 608
Тел./факс: (343) 345-03-42 (72, 78)

Северо-Западный офис:
191119, Санкт-Петербург,
Лермонтовский проспект, 43/1

Тюменский офис:
625002, Тюмень, ул. Циолковского, 13
Тел.: 8-800-222-40-01

Федеральные министры о сотворчестве и софинансировании



Ольга Любимова оценила возможности конгресс-центра «Екатеринбург-Экспо», где на прошлой неделе состоялся специальный показ лучших фрагментов серии «Метаморфозы» Центра театра и кино под руководством Никиты Михалкова. «Метаморфозы» — спектакли-конструкторы, своеобразные литературно-сценические коллажи, созданные по произведениям Чехова и Бунина. Екатеринбургские гастроли прошли по инициативе и при поддержке уральского предпринимателя и мецената Андрея Симановского

В конце февраля — начале марта в Курган, Пермь и Екатеринбург состоялись визиты федеральных чиновников. Глава правительства РФ **Михаил Мишустин** утвердил индивидуальную программу ускоренного социально-экономического развития Курганской области на 2020 — 2024 годы. Регион стал одним из десяти субъектов РФ, которым федеральный кабмин поручил разработать такой документ. В течение пяти лет Зауралье получит 5 млрд рублей из федерального бюджета. Средства направят, во-первых, на создание и развитие инфраструктуры промышленных парков, во-вторых, на поддержку предпринимателей: будет увеличен фонд льготных займов для промышленников и малого бизнеса. Кроме того, на эти деньги построят дороги и коммунальные сети для новой жилой застройки. Основная цель разработки документа — «вывести регионы из негативно-го социально-экономического развития, из «зоны бедности», а также создавать новые точки роста», — заявил Михаил Мишустин. Вместе с премьером в Курган прилетели первый заместитель **Антон Силуанов**, зампред правительства **Марат Хуснуллин**, главы Минэкономразвития **Максим Решетников** и Минздрава **Михаил Мурашко**.

В Перми побывал министр обороны РФ **Сергей Шойгу**. Он проверил исполнение контрактов гособоронзаказа предприятиями ОПК.

Министр культуры РФ **Ольга Любимова** посетила Екатеринбург. Ей представили проект нового концертного зала Свердловской филармонии. Напомним,

архитектурно-художественная концепция создана бюро Zaha Hadid Architects. Комплекс будет состоять из четырех залов: два — в историческом здании, еще два акустических зала общей вместимостью до 2 тыс. мест — построены рядом. Залы, фойе, площадь перед филармонией и преобразенный сад Вайнера будут взаимосвязаны. «В городе есть филармония, которой стоит гордиться всей стране. И мы знаем, что огромное количество виртуальных залов присоединяется, чтобы наслаждаться музыкой, которая звучит с вашей сцены. Вам не привыкать к таким невероятным и современным проектам, это часть истории вашего города», — сообщила глава федерального ведомства.

Еще одним проектом, представленным министру, стал Свердловский государственный дворец народного творчества (работает с 1981 года). Планируется, что после реновации преобразится его облик, в работу

будут внедрены современные технологии. Глава Минкульта отметила, что при реализации проекта стоит внимательно прислушиваться к мнению жителей, создать своеобразный «живой чат» с горожанами, для которых и предполагается провести все изменения. «Если мы говорим о первом проекте — академической площадке высочайшего уровня, где возможна и приветствуется некая высокохудожественная помпезность, то в такого рода мероприятиях, как реновация Дворца народного творчества, важно, чтобы это было совместное — в самом лучшем смысле этого слова — сотворчество [со зрителями]», — подчеркнула Ольга Любимова. Оба проекта планируется реализовать к 300-летию города — до конца 2023 года.

Федеральный министр также посетила Екатеринбургский театр оперы и балета, Уральскую консерваторию, осмотрела строительную площадку фондохранилища культурно-просветительского центра «Эрмитаж — Урал», где будут располагаться реставрационные мастерские, классы для проведения лекций и встреч. Во время визита обсуждалась финансовая поддержка проекта за счет федерального бюджета — на оснащение центра оборудованием необходимо около 200 млн рублей. Как отметил директор Екатеринбургского музея изобразительных искусств **Никита Корытин**, уже составлен трехлетний экспозиционный план. Открытие запланировано на ноябрь 2020 года.

— Это памятник, и замечательно, что будут сохранены старые лестницы, а посетителям представится возможность подняться по ним и узнать историю того, как здесь люди работали, какие отношения их связывали с Эрмитажем, какие до сих пор тесные связи, считает Ольга Любимова. — Сохранилось огромное количество хроники, огромное количество историй и судеб людей, которые хранили эту уникальную коллекцию. Ни один, даже самый маленький экспонат, не был утерян в ходе тяжелейших условий транспортировки и передачи. Конечно, мы должны следить за стройкой, чтобы объект был открыт в сроки. ■

УрФУ поднялся в мировом предметном рейтинге

По данным опубликованного 3 марта исследования британского агентства QS World University Rankings by Subject 2020, Уральский федеральный университет показал рост по всем областям мирового предметного рейтинга и вошел в число российских лидеров по инженерным, естественным и гуманитарным наукам, сообщает пресс-служба УрФУ.

УрФУ ранжирован в четырех из пяти широких предметных областей по 12 предметам, в общей сложности оценки полу-

чены по 35 предметам. Он вошел в пятерку российских лидеров по философии и археологии, в топ-7 в социальных науках и менеджменте, в топ-10 — по естественным наукам и топ-11 — по инженерным и технологическим. Наибольших успехов добился в философии и археологии — третий в стране, в мире занимает места 101 — 150 и 151 — 200 соответственно. Кроме того, вошел в десятку лучших российских университетов по лингвистике (251 — 300 в мире).

Вуз в топе в области изучения бизнеса и менеджмента (6-е место в России, 401

— 450 в мире), экономики и эконометрии (10, 451 — 500). В естественнонаучной сфере он на 6-м месте в России и в группе 201 — 250 в мире по математике, вошел также в рейтинги по материаловедению (7, 301 — 350), химии (7, 401 — 450), физике и астрономии (14, 401 — 450). Среди инженерных направлений отмечены механика, авионика и машиностроение (10, 351 — 400), электротехника и электроника (9, 401 — 450), компьютерные науки и информационные системы (12, 551 — 600).

Таким образом, по итогам исследования, УрФУ находится на 274-м месте в мире по гуманитарным дисциплинам, на 361-м — в об-

ласти социальных наук и менеджмента, на 377-м — инженерных наук и технологий, 386-м — естественных наук. Везде, отмечают эксперты, продемонстрирован рост.

По словам председателя Наблюдательного совета УрФУ **Дмитрия Пумпянского**, университет многому научился за годы участия в программе «5 — 100»:

— Это позволило и руководству вуза, и членам Набсовета лучше понять наши сильные и слабые стороны, приоритеты развития, определить перспективы в научной и образовательной деятельности. Ощутимые результаты отмечаются в росте авторитета научных школ УрФУ в стране и мире,

увеличении числа талантливых абитуриентов и лидирующих в своих сферах исследователей из других стран, появлении новых возможностей для наших студентов и ученых. Все это в итоге отражается на позициях вуза в мировых рейтингах — в частности в рейтинге QS. Мы ставим перед собой задачу участия в новом этапе программы «5 — 100», в программе — «Цифровой университет», в других инициативах, направленных на реализацию нацпроекта «Наука». Кроме того, УрФУ выбран базовым университетом для амбициозного проекта — создания Уральского научно-образовательного центра мирового уровня.

Минстрой представил первый индекс IQ городов

«**IQ городов**» позволит определить базовый уровень цифровизации городского хозяйства и эффективность решений. Индекс разработан Минстроем РФ совместно с МГУ им. Ломоносова в рамках ведомственного проекта «Умный город», который реализуется в рамках нацпроектов «Жилье и городская среда» и «Цифровая экономика».

«IQ городов» рассчитывается по десяти направлениям (городское управление, умное ЖКХ, инновации для городской среды, умный городской транспорт, интеллектуальные системы общественной и экологической безопасности, туризм и сервис, интеллектуальные системы социальных услуг, экономическое состояние и инвестиционный климат, инфраструктура сетей связи) и содержит 47 показателей. В индексе отражены результаты цифровизации городского хозяйства 191 города.

— При первом подсчете «IQ городов»



ПРЕСС-ЦЕНТР АДМИНИСТРАЦИИ УОУ

В прошлом году в Уфе, вошедшей в топ-5 «IQ городов», установили больше сотни умных остановок. Павильоны оснащены электронным табло прибытия общественного транспорта, бесплатным Wi-Fi, USB-портами, светодиодным освещением и «тревожной кнопкой»

определен базовый уровень цифровизации городского хозяйства по состоянию на 2018 год. Показатель, который мы получим в этом году, покажет эффективность мероприятий, которые реализовали города в 2019 году по ведомственному проекту «Умный город», — уточнил глава Мин-

строя **Владимир Якушев**. — «IQ городов» позволит ежегодно оценивать уровень цифровизации городского хозяйства и эффективность внедрения решений «Умного города», выявлять перспективные направления их дальнейшего развития. То есть по сути, важным показателем эффективности будет не само значение индекса, а величина изменений от года к году.

Принятая методика расчета индекса предполагает деление городов на четыре группы по численности населения по аналогии расчета индекса качества городской среды: крупнейшие города (от 1 миллиона) — их 15; крупные (250 тыс. человек — 1 млн) — 63 города; большие (100 — 150 тыс. человек) — 93, а также 20 городов с населением менее 100 тыс. человек — административные центры, участвующие в проекте «Умный город», а также муниципалитеты-участники пилотных проектов.

Методика утверждена приказом Минстроя России, подходы к ее определению обсуждались с экспертным сообществом, представителями регионов и муниципалитетов, участвующих в проекте. После апробирования и доработки «IQ городов» он будет синхронизирован с индексом качества городской среды. Сам индекс для каждого города равен сумме по десяти показателям (субиндексам). При нормировании применялась шкала от 1 до 12.

Результаты оценки хода и эффективности цифровой трансформации городского хозяйства РФ (IQ городов) по итогам 2018 года

Место	Город	Интегральный индекс	Место	Город	Интегральный индекс
Крупнейшие города (от 1 млн чел.)					
1	Москва	81,19	...45	Нефтеюганск	31,42
... 4	Уфа	42,05	...49	Березники	29,42
5	Пермь	39,77	50	Ноябрьск	28,85
... 14	Челябинск	21,05	...59	Новый Уренгой	26
15	Екатеринбург	17,35	...63	Орск	24,47
Крупные города (250 тыс. — 1 млн чел.)					
1	Химки	66,32	...65	Нефтекамск	24,13
... 3	Тюмень	58,31	...67	Октябрьский	23,5
... 9	Оренбург	43,22	...70	Миасс	21,76
... 14	Нижний Тагил	41,19	...78	Каменск-Уральский	19,67
... 19	Сургут	40,18	...81	Копейск	17,88
... 21	Стерлитамак	39,58	...84	Первоуральск	16,29
... 31	Ижевск	33	...92	Салават	10,5
... 37	Нижневартовск	30,8	Административные центры (менее 100 тыс. чел.) и пилотные муниципальные образования, на территории которых планируется внедрение умных технологий		
... 54	Магнитогорск	24,75	1	Дубна	72,48
... 60	Курган	21,38	... 6	Ханты-Мансийск	37,88
Большие города (100 — 250 тыс чел.)					
1	Реутов	71,35	... 12	Чайковский	26,42
... 39	Златоуст	33,13	... 14	Соликамск	23,53
			... 16	Сатка	21,11
			... 19	Снежинск	13,79

Источник: Минстрой РФ

УРАЛЬСКИЙ ТРАНСФОРМАЦИЯ

ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ ДЛЯ ПАРТНЕРА УРФУ

Уральский федеральный университет (УрФУ) в настоящее время внедряет проект по цифровизации взаимодействия с партнерами вуза. Новый сервис призван решить две ключевые задачи. Во-первых, давно существующую проблему упорядочения взаимодействия разных институтов и подразделений вуза с партнерами. Часто разные подразделения взаимодействуют с одним и тем же партнером, но по разным темам и в разное время, что создает определенные трудности. С другой стороны, партнерам бывает трудно разобраться в структуре университета и понять, какое из подразделений за что именно отвечает, чем в первую очередь занимается.

— Через личный кабинет партнера будут упорядочены коммуникации — сколько их, с кем и с какой целью они выстраиваются, — объясняет заместитель начальника управления стратегического развития и маркетинга УрФУ **Анна Зорина**. — Это поможет облегчить взаимодействие организаций и ведомств с вузом. Соответственно, и заключение договоров и соглашений станет проще.



УрФУ активно реализует проект «Цифровой университет»

Второй задачей, на решение которой направлена работа нового сервиса, является необходимость встроить партнеров в образовательный процесс.

— Один из ключевых поводов для взаимодействия с партнерами — подготовка выпускников для работодателей. С помощью личного кабинета мы даем партне-

рам возможность наблюдать за образовательным процессом, поставлять новые знания, следить за работой над проектами. Таким образом, способствуем росту качества подготовки будущих специалистов, — отмечает Анна Зорина.

Впрочем, спектр возможностей нового сервиса не ограничивается двумя ключе-

ЭЛЕКТРОННЫЕ ЦЕННИКИ: ТЕПЕРЬ И ОТ РОСТЕХА

Концерн «Радиоэлектронные технологии» (КРЭТ) госкорпорации Ростех разработал электронные графические ценники (ЭЦ) для магазинов и супермаркетов. Устройство позволит автоматически обновлять стоимость и описание товара на прилавке при внесении изменений в базу данных.

— Российская разработка дешевле зарубежных аналогов и превосходит их по функционалу, — сообщил исполнительный директор Ростеха **Олег Евтушенко**.

— Цифровая система значительно сокращает объем ручного труда, очень удобна, эффективна для ритейлеров и окупается в среднем за несколько месяцев.

Новое решение исключит возможность несовпадения цены в торговом зале и на кассе, а также избавит персонал магазинов от необходимости замены ценников вручную. В разработке используется энергоэффективная технология электронных чернил, за счет которой информация на элек-



Пока технологии с использованием электронных ценников весьма дороги для торговых сетей

тронных ценниках хорошо видна при любом освещении. Ценники полностью интегрированы с существующими решениями и базами данных на основе 1С и не требуют разработки дополнительного программного обеспечения.

Разработку ведет Рязанский приборный завод, входящий в концерн «Радиоэлектронные технологии».

— Несмотря на то, что серийное производство электронных ценников еще не запущено, мы уже получили ряд заказов



«Принимая утром душ, наши конкуренты думают о том, как обойти того или иного соперника. Мы же в душе думаем об инновациях, которые сделают жизнь клиента лучше».

Джеффри (Джефф) Престон Безос (род. в 1964 г.), американский предприниматель, основатель интернет-компании Amazon.com и аэрокосмической компании Blue Origin

выми задачами. Когда партнер выступает как работодатель, через личный кабинет он может быстро, легко и удобно познакомиться с множеством выпускников, увидеть «цифровой след» и достижения в образовательном процессе каждого. Но важно отметить, что работодатель должен участвовать в проектном обучении и видеть в первую очередь результаты тех студентов, которые вовлечены в проекты. Через личный кабинет он сможет получить доступ к результатам обучения ребят и самое главное — повлиять на эти результаты.

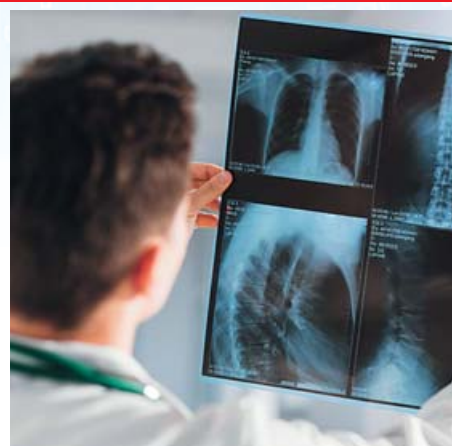
Что дальше?

В будущем в УрФУ планируется не только развивать сервис проектного обучения, но и создать сервисы практик, стажировок, программ дополнительного образования, научные сервисы, а также проводить совместные мероприятия с партнерами. Любой партнер может попасть в число пользователей, зарегистрировавшись и указав свои данные. Центр развития партнерских отношений, со своей стороны, будет модерировать процесс регистрации, знакомиться с компаниями, сопровождать и поддерживать их деятельность в университете.

ВРАЧУ ПОМОЖЕТ РОБОТ-АССИСТЕНТ

Роботизированный ассистент врача по обработке медицинских изображений, созданный московским стартапом «Третье мнение», включен АНО «Цифровая экономика» в базу эффективных кейсов для развития цифровой экономики в субъектах РФ. Это платформа, основанная на обработке медицинских изображений с помощью алгоритмов машинного обучения, которая помогает врачам быстрее и точнее ставить диагноз. Сервис способен в режиме онлайн распознавать оцифрованные рентгенограммы грудной клетки, снимки клеток крови и костного мозга, снимки глазного дна, ортопантограммы, маммограммы. Сегодня он уже используется более чем в 30 медучреждениях России, в том числе в Москве, Краснодарском крае, Чечне, Ингушетии. Возможна интеграция решения с центральными архивами медицинских изображений и региональными медицинскими информационными системами.

Сегодня во многих российских регионах имеется острый дефицит специалистов, способных выдавать квалифициро-



Роботизированный ассистент врача возьмет на себя рутинную работу по анализу медицинских изображений

ванное заключение на основании анализа медицинских изображений, прежде всего в медицинских организациях малочисленных населенных пунктов. Между тем роботизированный ассистент врача на 60% снижает нагрузку врача, автоматизируя рутинные процессы анализа медицинских изображений и подготовки стандартизированных описаний. Сервис за секунды определяет патологические состояния на снимке, маркирует их и генерирует предварительное описание. Средняя точность распознавания патологических клеток составляет 87%, патологических клеток при анализе крови и костного мозга — 35%. При этом время постановки диагноза сокращается на 40%, время ожидания заключения — до одного дня. Как следствие, эффективность лечения повышается на 30%.

от торговых сетей, — отметил первый заместитель генерального директора КРЭТ **Владимир Зверев**. — Опытная партия

новых изделий будет передана в магазины одного из крупнейших российских ритейлеров уже в ближайшее время.

Давно не инновация

Электронные ценники были узаконены в РФ еще в 2016 году постановлением правительства. Документом указывается, что все они должны быть единообразны. Это требование означает, что предпринимателям придется делать однозначный выбор между бумажной или электронной системой ценников в каждой торговой точке.

Для управления ЭЦ магазину нужно приобрести специализированное оборудование и ПО. Его стоимость начинается от нескольких тысяч долларов для небольших магазинов и до сотен тысяч долларов для гипермаркетов. Сами ценники, как правило, стоят в пределах 7 — 30 долларов за штуку. Помимо монтажа электронного оборудования потребуются реконструировать полки магазинов, установив на них специальные планки для крепления ценников. При внедрении системы также нужно совместить товаро-учетную базу онлайн-кассы с базой управляющего сервера, чтобы цена товара мгновенно изменялась во всех устройствах сразу.

От стоимости электронных ценников зависит и их функционал. В базовом варианте ЭЦ принимает сигналы от радиостанции, изменяя отображаемые на дисплее сведения. Существуют ценники, которые способны к двустороннему обмену с сервером. Они могут проводить самодиагностику и сигнализировать о низком заряде батареи или других технических неисправностях. NFC-модули ценников могут взаимодействовать со смартфонами проходящих людей, передавая на них информацию об индивидуальных ценах в рамках программ лояльности. Таким образом, ЭЦ являются не просто технической изюминкой, а мощным маркетинговым инструментом для повышения эффективности продаж.

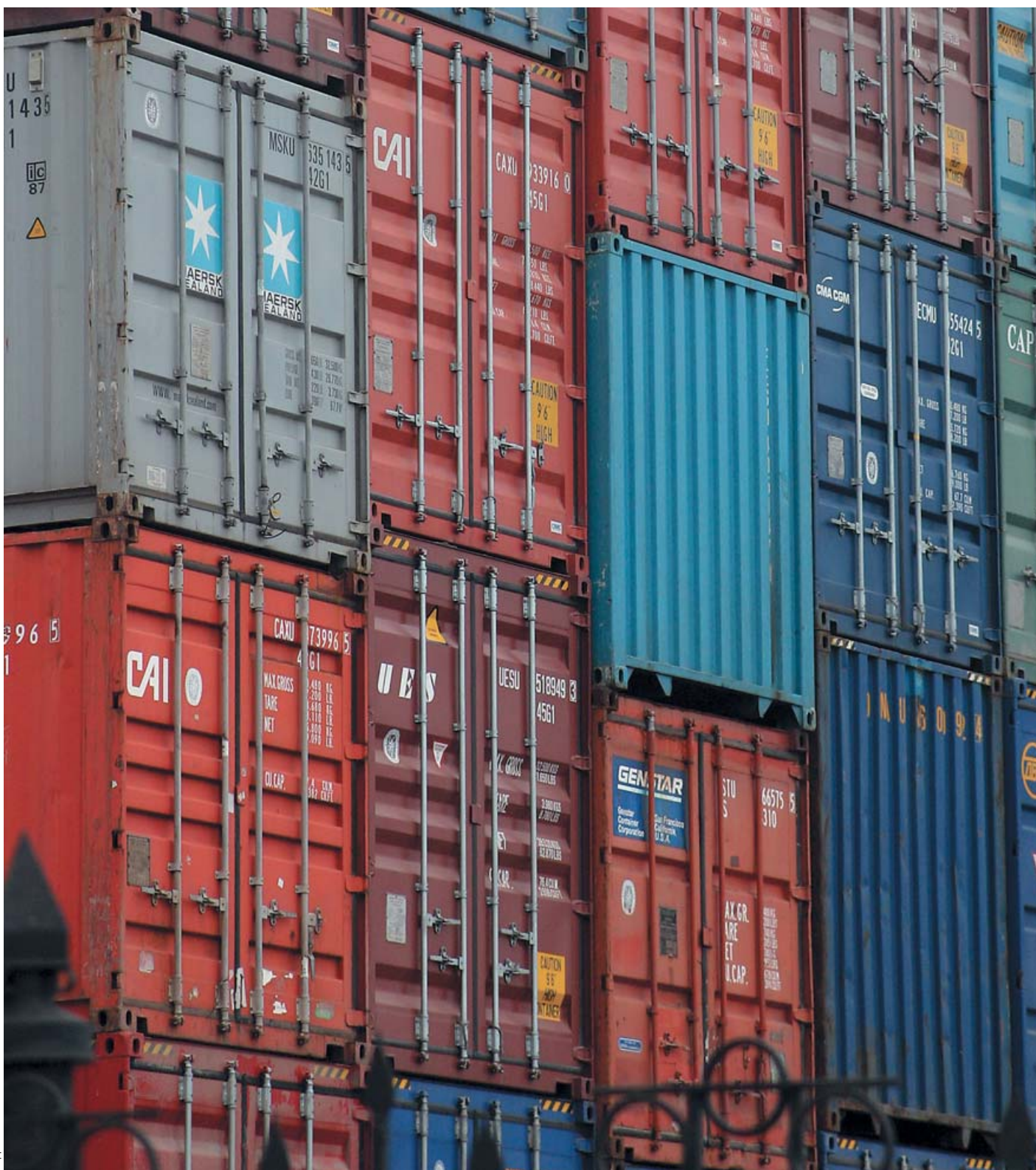
Цена вопроса

«Наш продукт стоит от 150 тыс. рублей в год за одно рабочее место. Мы работаем по подписной модели — она удобна для заказчиков и понятна инвесторам. Если больница хочет, чтобы продуктом пользовался только онколог, они покупают лицензию только на него. Но если регион нам скажет, что ему нужно 100 лицензий, мы пойдем навстречу и организуем индивидуальный пакет», — комментирует CEO стартапа «Третье мнение» **Анна Мещерякова**.

Павел Кобер

Не проезжайте мимо

Грузоперевозчики слабо вовлечены в реализацию нацпроектов и предлагают решения — к выгоде транспортной отрасли и экономики в целом



Как определить, что национальные проекты, о старте которых объявлено уже больше года назад, начали оказывать влияние на экономическое развитие страны? Можно изучить отчеты Минфина, Счетной палаты, региональных правительств о размерах выделенных/полученных средств. Второй вариант — опросить представителей транспортной отрасли. Журнал «Эксперт-Урал» провел 28 февраля круглый стол по грузоперевозкам в Уральском регионе и выяснил самочувствие транспортников.

Придите и координируйте

Напрямую или косвенно грузоперевозчики должны быть вовлечены в большинство нацпроектов, в том числе как адресаты различных форм господдержки (многие транспортные компании являются представителями малого и среднего бизнеса, экспортерами услуг и пр.). Проблема номер один — на уровне субъектов РФ в транспортной сфере отсутствует властный координирующий орган, который отслеживал бы исполнение национальных проектов на территориях.

— Возьмем нацпроект «Международная кооперация и экспорт». Компетенций как таковых в отношении реализации этого проекта у Минтранса Свердловской области нет. Аналогичная ситуация и в других уральских субъектах РФ. Нет ответственных профильных ведомств, — констатирует руководитель филиала по УрФО Ассоциации международных автомобильных перевозчиков **Александр Салаутин**. — Отсюда возникает очень много проблем — к кому может обратиться за

поддержкой предприятие, осуществляющее международные перевозки? В конце прошлого года мы направили губернатору Свердловской области ряд предложений, в том числе о том, чтобы определить областной Минтранс координатором в этой части выполнения национальных проектов. Ответ пока не получили. В Свердловской области по итогам прошлого года рост автомобильных перевозок экспортных и импортных грузов составил всего 0,8%. Если показатель экспорта в валютном выражении увеличивается, то объемы перевозок не растут. Поэтому говорить о том, что нацпроект «Международная кооперация и экспорт» на Урале в приоритете, невозможно. Считаем, что необходимы конкретные программы по каждому проекту и степень участия органов региональной власти в транспортной сфере.

— По статистическим данным, в Свердловской области нет ухудшения показателей по грузоперевозкам. На Свердловской железной дороге растет погрузка, хотя сократились объемы транзита. По автомобильным перевозкам тоже наблюдается небольшой рост, — включается в разговор заместитель министра транспорта и дорожного хозяйства Свердловской области **Дмитрий Бруснянин**.

Как рассказал замминистра, ведомство участвует как минимум в трех нацпроектах: «Безопасные и качественные автомобильные дороги» (БКАД) — основной, за который оно отвечает; «Экология» (федеральный проект «Чистый воздух» — по Нижнему Тагилу), а также «Международная кооперация и экспорт» (большие объемы в экспорте транспортных услуг дают в основном авиаторы, которые оказывают

услуги в аэропорту Кольцово иностранным авиаперевозчикам). Особенность БКАД в том, что этот нацпроект не просто ставит задачи отремонтировать определенное количество километров дорог. Важно достичь ряда ключевых показателей. Например, к 2024 году доля автодорог регионального значения в нормативном состоянии должна составлять не менее 51,7% (сейчас этот показатель 50,3%). К концу 2020 года в министерстве планируют достичь 50,5%. Конкретно по Екатеринбургской и Тагильской агломерациям к 2024 году в нормативном состоянии должно быть 85% дорог (сегодня — 66,2%), и для этого предусмотрено вложение значительных средств, подчеркивает замминистра. Среди других ключевых показателей — снижение количества мест концентрации дорожно-транспортных происшествий на дорожной сети и сокращение доли автодорог, работающих в режиме перегрузки. Выполнение этих показателей как раз должно дать эффект для транспортников. Также чиновники рассчитывают на то, что помимо дорожной сети будет развиваться сеть газовых заправок.

— Поскольку в нацпроектах четко поставлены задачи по сохранению и приведению сети в нормативное состояние, развивается сеть пунктов весового и габаритного контроля. То есть за перегрузом будет вестись очень жесткий контроль, в том числе на сети автомобильных дорог регионального назначения. Здесь очень большую работу проводит СвЖД, чтобы определенные грузы переключать с автомобильного на железнодорожный транспорт. Мы эту работу приветствуем, — говорит Дмитрий Бруснянин.



Цифровые решения как залог эффективности в транспортном хозяйстве

Транспортно-логистические затраты составляют значительную долю в структуре себестоимости производства. Информационные продукты в области мониторинга транспорта и аналитики бизнес-процессов способны повысить эффективность транспортного комплекса, доказывает

Евгений Беглов, директор компании «Omnicomm-Урал» (дилер крупнейшего российского производителя систем мониторинга транспорта и контроля расхода топлива ГЛОНАСС/GPS, имеет три авторизованных сервисных центра)

— Основная составляющая затрат логистического предприятия — это ГСМ. Только контроль за расходами топлива дает экономию до 30%, общее снижение пробега за счет установки систем мониторинга транспорта экономит еще до 15%.

Приведу недавний пример из нашей практики. Транспортное предприятие в Челябинской области не могло справиться в срок с выполнением заказа по рекультивации озера. Не помогли ни увеличение единиц транспорта, ни расширение штата. Мы провели анализ, установили оборудование

и программу мониторинга — и это дало экономию топлива в размере 500 тыс. рублей ежемесячно. Кроме того, поменяли мотивационные составляющие сотрудников, в итоге отпала необходимость в наличии второй смены — затраты сократились еще на 500 тыс. рублей. Столько же предприятие сэкономило на содержании штата обслуживающего персонала. Общий эффект снижения издержек составил 1,5 млн рублей в месяц.

А самое важное, используя наши знания и консалтинг, мы совместно повысили эффективность

собственно работ по рекультивации и вышли в плановый график производства работ. В итоге компания не только в срок выполнила заказ, но и получила новый заказ на 2 млрд рублей.

Таким образом, на рынке решения есть, но польза будет, если реализованы они в комплексе и заточены под конкретные потребности клиента. Базовый функционал программы Omnicomm-онлайн, например, включает набор оборудования, которое внесено в реестр средств измерений как сертифицированное измерительное устройство. Важно, что данные, полученные с этих навигационных приборов, принимаются во всех органах власти.

Спрос на информационные продукты в области мониторинга транспорта и аналитики бизнес-процессов сегодня растет: в этом году мы планируем увеличить продажи вдвое. Для этого работаем над качественными параметрами сервиса: добиваемся установки оборудования в кратчайшие сроки и развиваем дополнительные услуги. Используя накопленный колоссальный опыт по увеличению эффективности работы автопредприятий в различных отраслях экономики, мы делаем бизнес нашего клиента лучше.



Ждем новых скоростей

Для высокодоходных сегментов железнодорожных грузоперевозок необходимо разработать специальные продукты с определенной скоростью и качеством доставки, считает вице-президент холдинга «Стратег» **Николай Тушин**

— Одна из целей Комплексного плана модернизации и расширения магистральной инфраструктуры — достижение средней скорости доставки коммерческих грузов по железной дороге 440 км в сутки. По контейнерным перевозкам установлена планка 1300 км в сутки. Я не сомневаюсь, что эти задачи будут выполнены. По прошлому году скорость доставки достигла почти 400 км в сутки (для сравнения — уставная норма в автотранспорте 600 км). Но мы оперируем средними цифрами. Копнем глубже. Половина отправок по железной дороге — это маршрутные отправки, горно-металлургические грузы (уголь, руда). У них и скорость выше 600 км в сутки. Для этого сегмента разработан специальный продукт — доставка по расписанию. Угольщики получают гарантированный оборот вагонов, собственникам вагонов эти перевозки также экономически выгодны. А какова рентабельность таких перевозок для РЖД?

Другая половина грузов перевозится со скоростью 200 км в сутки. Это проблема наших уральских предприятий, которые не попадают ни в угольщики, ни в металлурги. Нужны ли эти оставшиеся грузы железной дороге? Вопрос остается открытым. Но 16% грузов приносят 50% выручки. Да, мы видим, что железная дорога настраивается на клиента, однако такую организацию за день не перестроишь, процесс идет очень медленно. Пока в этом сегменте основным продуктом железной дороги является вытолкнутый с по-

грузки вагон. Производственники к этому привыкли. А хотелось бы, чтобы и для наших предприятий был предложен какой-то конечный продукт — доставка с определенной скоростью и определенным качеством.

Есть положительный пример пассажирского бизнес-блока РЖД, раньше столкнувшегося с убытками, с оттоком пассажиров. Здесь перестроились, ушли от традиционной трамвайной схемы организации перевозок, когда поезд идет, и на каждой станции входят и выходят. Появились продукты по конкретным направлениям: «дневной экспресс», «ночной экспресс» и т.д. Как следствие, объем пассажирских перевозок растет. Очень хочется такого же подхода и от грузового бизнес-блока.

Как транспортная компания мы хотим получить определенные дивиденды от национальных проектов, воспользоваться какими-то преференциями. Но с чем мы столкнулись? К примеру, чтобы попасть в нацпроект «Международная кооперация и экспорт», нам надо сначала пройти программу по повышению производительности труда. Участие в ней бесплатно и очень полезно, но она рассчитана в основном на крупные предприятия. То есть значительная часть транспортных компаний отсекается. Важно снизить порог для участия бизнеса в этой программе, ведь это не только связано с повышением производительности труда, но и является необходимой ступенькой для получения поддержки в наращивании экспорта услуг.

Вместе с тем грузоперевозчики просят комплектовать пункты автоматического весогабаритного контроля электронными табло переменной информации (эти устройства работают в связке с датчиками весовых нагрузок). Просьба вполне понятная: должны быть созданы условия для устранения выявленных нарушений (если в процессе транспортировки груз сместился, водителю надо остановиться и привести в соответствие осевые нагрузки — обеспечить безопасность). Хотя Минтранс России своим приказом исключил требование по оснащению таких пунктов электронными табло, отдельные регионы (Нижегородская, Калининградская области, Коми и многие другие) все-таки этими табло оснащают. В Свердловской области этот вопрос пока не решен.

— Пока неясно, как будут проходить автоматизированный весовой контроль контейнеровозы, — добавляет генеральный директор ООО «Автоколонна 1212» (Екатеринбург) **Ирина Шведова**. — Позитив в том, что перевозчики объединились, создана рабочая группа при комите-

те по транспорту Свердловского областного союза промышленников и предпринимателей. На этой рабочей группе мы обсуждаем проблемы контейнерных перевозок, изменения в федеральное законодательство, в частности, чтобы контейнеры признать неделимым грузом. Потому что специальное разрешение сегодня получить невозможно, а ведь контейнерные перевозки нужны и автомобилистам, и железной дороге.

Раздвигая границы

Перевозчики рассказали и о других важных вопросах, которые вроде бы должны решаться в рамках отдельных нацпроектов, но этого не происходит. Так, сегодня нет системы подготовки водителей категории Е для автотранспортных предприятий. Найти водителя-профессионала, который мог бы управлять современным грузовиком, очень сложно.

Другой пример касается не заработавшего в отдельных регионах механизма поддержки экспортеров. В прошлом году правительство РФ ввело коэффициент

1,05 (то есть 5%) для компенсации затрат на отгрузку продукции за рубеж при использовании российского транспортного средства. По заявлению региональных чиновников, в Свердловскую область денег на эти цели не поступало. А ведь это может помочь не только предприятиям-экспортерам, но и нашим транспортным компаниям успешнее конкурировать в собственном регионе с иностранными автоперевозчиками, доля которых сегодня составляет уже более половины от всех объемов международных грузоперевозок.

В сфере международных перевозок работу транспортным компаниям в последнее время стремится значительно облегчить таможня. Президентом России была поставлена задача сократить сроки таможенного оформления при сохранении уровня таможенного контроля. Таможенники пошли путем внедрения различных электронных механизмов взаимодействия с участниками ВЭД.

— В настоящий момент все декларирование у нас в электронном виде, в том числе и то, что касается перевозчиков (транзитные декларации также переведены в цифру), — доложил первый заместитель начальника Уральского таможенного управления **Алексей Фролов**. — В прошлом году были реализованы два больших проекта: внедрены авторегистрация и автовыпуск как при основном таможенном оформлении, так и при оформлении процедуры транзита. На сегодняшний день порядка 70% электронных транзитных деклараций проходят авторегистрацию. Из них около 10% проходят автовыпуск. Чтобы было понятно, норматив на проверку транзитной декларации установлен четыре часа. При автоматическом выпуске счет идет уже на минуты.

В рамках Федеральной таможенной службы создана возможность для каждого участника внешнеэкономической деятельности, а также организаций, оказывающих услуги в таможенной сфере, открыть на сайте личный кабинет. Через него можно взаимодействовать с таможенными органами в электронном виде: предоставлять и получать информацию (например, о состоянии своих счетов, которые есть в таможенных органах), заказывать справки о вывозе товара, причем эта информация в дальнейшем может использоваться и налоговыми органами.

— Российскими железными дорогами реализуется, с моей точки зрения, замечательный проект по переходу на электронные железнодорожные накладные. Здесь мы оказываем всемерную поддержку, потому что тоже в этом заинтересованы, — подчеркнул Алексей Фролов. — Благодаря электронному документообороту мы не только уходим от бумаги, но и существенно сокращаем сроки. Таможенным кодексом установлено, что то-

вар должен быть выпущен не позднее следующего дня после подачи декларации, а за прошлый год у нас средний срок выпуска по экспортным декларациям составил 43 минуты, по импортным декларациям — полтора часа.

Представители автотранспортных компаний поддерживают цифровизацию отрасли грузоперевозок, подчеркивая, что переход на электронные транзитные декларации, применение процедуры автоматической регистрации и автоматического выпуска существенно облегчили жизнь международным грузоперевозчикам. Но у них свои расчеты, и пока не настолько радужные, как у таможенников.

— Считается, что водитель автотранспортного средства при выполнении всех норм режимов труда и отдыха проезжает примерно 650 — 700 км в сутки, — приводит доводы руководитель филиала компании «ТРАСКО» в Екатеринбурге **Максим Игнатов**. — Давайте обратимся к элементарным вычислениям: средний пробег нашего автопарка за месяц составляет 12 тыс. км. Делим эту величину на количество дней в месяце и получаем средний ежесуточный пробег автомобиля в 400 км. Это значит, что мы теряем много времени при прохождении государственной границы и таможенного контроля либо в пунктах отправления, либо в пунктах назначения. При ускорении сроков оформления автомобиля на пограничных переходах мы готовы снизить свои тарифы примерно на 10%. Уверены, что это позитивно воспримут все наши заказчики, поскольку сегодня пребывание машины на пограничном переходе в конечном счете оплачивает потребитель услуг.

Насколько оперативно можно решать проблемы международных грузоперевозчиков, показывает пример работы таможенных органов КНР. Естественно, ситуация с распространением в Поднебесной коронавируса COVID-19 в значительной степени осложнила работу транспортных компаний по обе стороны российско-китайской границы. Китайские фабрики не работали около месяца, грузы для перевозки не производились и, как следствие, транспортникам фактически нечего было перевозить. При этом таможенные органы китайской Маньчжурии (основной пограничный переход между КНР и РФ, с российской стороны — Забайкальск) подтвердили готовность ускорить процесс оформления грузов, следующих на территорию нашей страны. Грузоперевозчики рассчитывают, что аналогичные меры по ускорению таможенного оформления транспортных средств и минимизации простоя на пограничных переходах будут приняты и российскими таможенниками, иначе грузопоток все равно будет тормозиться — в Забайкальске.



Коронавирус тормозит грузопоток

Китайские грузоотправители и грузоперевозчики пока не работают в полноценном режиме, рассказывает и.о. руководителя подразделения DB Schenker в Екатеринбурге **Елена Мезенцева**

— Коронавирус оказал влияние на грузопоток. Все еще не восстановлен объем перевозок после празднования Нового года в Китае. Сейчас, в начале марта, ситуация начинает несколько стабилизироваться. Некоторые грузоотправители выходят на связь, потом опять приостанавливают работу. Ряд территорий в Китае открывается для транспортного сообщения, потом снова закрывается. Есть задержки не только с грузоперевозками прямого сообщения, но и с доставкой небольших сборных грузов.

На данный момент наши местные грузополучатели находятся в ожидании. Точного ответа

на вопрос, когда регулярное транспортное сообщение будет восстановлено в полном объеме, пока нет.

Несмотря на сложившуюся ситуацию, логистическая инфраструктура DB Schenker в России и регионе полностью готова к чрезвычайным ситуациям. Разработанные транспортные решения и маршруты позволяют справляться даже с самыми сложными проблемами при доставке. Не так давно мы осуществили доставку двух крупных партий срочных грузов из Москвы в Китай, и обе партии были доставлены в место назначения в течение нескольких дней.



«Точки роста» погрузки

Доставка грузов точно в срок и развитие цифровых технологий способны обеспечить дополнительный рост объемов перевозок, убежден заместитель начальника Южно-Уральского территориального центра фирменного транспортного обслуживания (ТЦФТО) **Андрей Нахк**

— Основная цель, которую Южно-Уральский ТЦФТО ставил перед собой в 2019 году, — обеспечить дополнительный рост объемов перевозок. По итогам года дополнительно на железнодорожный транспорт привлечено более 2 млн тонн грузов. Для этого мы провели анализ ситуации на рынке, определили «точки роста» погрузки и предложили клиентам подходящие решения.

Например, клиенту было важно получить прогнозируемый подход вагонов с цветными металлами на припортовые станции без задержек в пути следования. Мы разработали проект по перевозке груза в составе контейнерного поезда по расписанию на припортовые станции Октябрьской и Северо-Кавказской железных дорог. Суть проекта — в гарантированной отправке со станции Кыштым и прибытии груза на станцию назначения точно в срок. Поезда следуют без переработки на сортировочных станциях. Сегодня 97% продукции клиента отправляется в данных ускоренных поездах.

В планах на 2020 год — расширить центры продаж услуг в Челябинске и Оренбурге. Напомним, сотрудники центров предоставляют пол-

ный комплекс транспортно-логистических услуг, от базовой перевозки до сложных решений уровня 3 — 4 PL.

Информацию о наших сервисах можно найти на портале транспортных услуг ЮУЖД (cargorzd.ru), в социальных сетях Вконтакте, Инстаграм и Фейсбук. В рамках развития цифровых технологий в 2019 году стало возможным получать информационные услуги и сервисы через портал «Личный кабинет клиента ОАО «РЖД» в сфере грузовых перевозок» и мобильное приложение «РЖД Груз». Грузоотправители, грузополучатели и собственники подвижного состава могут отследить дислокацию вагонов, их техническое состояние, историю операций и данные о пограничных переходах. Появилась возможность получить информацию о нахождении подвижного состава на территории стран СНГ. В декабре 2019 года в «Личном кабинете» реализована функция для работы с суточным клиентским планом погрузки (СКПП). Сервис реализован на компьютере, планшете и мобильном телефоне, обеспечивает клиентом доступ к информации в любое время суток.

Поезд ускоряется

На железной дороге сокращение сроков таможенного оформления грузов ведется более успешно, поскольку процесс централизован в масштабах территориальных филиалов РЖД.

— На данный момент в цифровизации экспорта, оформления электронных железнодорожных накладных мы находим-

ся на финишной прямой: с применением электронно-цифровой подписи оформляются уже 86% экспортных документов. Соответственно отметки таможенных органов также подгружаются автоматически, — сообщил заместитель по таможенной деятельности начальника Свердловского территориального центра фирменного транспортного обслуживания (ТЦФТО)



К выгоде лизингополучателя

«Балтийский лизинг» готов предложить автотранспортным компаниям операционную аренду техники, а также специальные программы по отдельным маркам грузовиков, сообщила директор екатеринбургского филиала компании **Лариса Гартвич**

— Автотранспорт является ключевым сегментом для ООО «Балтийский лизинг», по итогам 2019 года доля этого вида имущества в структуре бизнеса составила 64%. Если говорить о предметах лизинга, то грузовой транспорт показал двузначный рост — его доля за год увеличилась на 22%.

Существует ряд факторов, сдерживающих динамику. Один из основных — недостаточная осведомленность предпринимателей о возможных опциях и различных программах лизинга как инструмента финансирования. Сказывается и менталитет российских бизнесменов: в нашей стране предпочитают быть собственником имущества, а не брать его в пользование. Такой продукт, как операционная аренда, не новый для «Балтийского лизинга» и уже не новинка для рынка, хотя к нему все еще присматриваются. Суть продукта в том, что лизингополучатель (арендатор) обеспечивается не только автомобилем, но и набором

дополнительных услуг: от регистрации и страхования автомобиля до полного сервисного обслуживания, включая телеметрию с широким спектром опций, замену любых деталей износа, организацию моек автомобиля и парковок. В отличие от финансового лизинга, при заключении договора не требуется авансовый платеж.

«Балтийский лизинг» сотрудничает с сотнями поставщиков и дилеров, поэтому имеет широкую линейку спецпредложений. Так, в сегменте грузовых авто на сегодня действует программа на автомобили КамАЗ: для лизингополучателей снижен размер авансового платежа и предусмотрена субсидия от производителя. До 31 марта 2020 года продлено действие спецпредложения на грузовики Fuso Canter. Всего в нашей линейке более 40 программ, которые работают не только в сегменте автотранспорта.

РЖД Юрий Мехрюков. — По сути, клиент взаимодействует с таможенной и с нами как с перевозчиком в одном окне в удаленном виде непосредственно со своего рабочего места. Совсем недавно мы встречались с руководством металлургических предприятий Нижнетагильской агломерации и в ближайшее время совместно начнем процесс перехода на цифру. Думаю, что до конца этого года мы на 100% перейдем на электронные цифровые накладные в части экспорта.

Что касается импорта, то процедуру таможенного транзита с применением электронного документооборота Свердловский ТЦФТО проводит примерно по 70% транзитных деклараций. По большому счету здесь остаются нерешенные вопросы по завершению транзита на крупных контейнерных терминалах. Там своя специфика — подъездные пути. Терминалы находятся на некотором удалении от станции назначения, соответственно возникают технические вопросы по времени передачи таких уведомлений. Но эти вопросы также решаются, например, на терминалах «Трансконтейнера» в ноябре прошлого года начали завершать таможенный транзит в электронном виде. К концу текущего года планируется и это направление закрыть на 100%.

Серьезные изменения происходят на железной дороге и в отношении внутринациональных грузоперевозок.

— По итогам 2019 года погрузка на Свердловской железной дороге выросла к уровню предыдущего года на 0,5% и со-

Таможенники
китайской
Манчжурии
готовы
ускорить
процесс
оформления
грузов,
очередь — за
российским
Забайкальском

ставила 140,8 млн тонн. Это рекордный показатель за последние 27 лет. Наибольший прирост в прошлом году достигнут по строительным грузам. Данный грузопоток в том числе был возвращен с альтернативных видов транспорта. Например, это карьерные грузы, которые перевозились автомобилями с нарушением осевых нагрузок. В части дополнительных услуг у нас реализуются сервисы ускоренной доставки — это перевозка составов по расписанию, по аналогии со следованием пассажирского поезда. Кроме того, мы объединяем повагонные и групповые отправки и пропускаем их в ускоренном режиме на определенных участках тоже по расписанию в рамках механизма «грузовой экспресс», — перечисляет новшества заместитель по транспортному обслуживанию начальника Свердловского ТЦФТО **Максим Вяткин.** — С нашими грузоотправителями мы договариваемся о предоставлении тарифных преференций на гарантированные объемы перевозок. Данный инструмент также хорошо себя зарекомендовал. Этим сервисом активно пользуются отправители трубной продукции, черной и цветной металлургии.

Определенным прорывом для железной дороги должен стать запуск контейнерных перевозок — с комбинированием при доставке груза автомобильного и железнодорожного видов транспорта. Стоимость контейнерных перевозок приравнена к стоимости контейнерных. И сейчас совместно с дочерней Федеральной грузовой компанией железнодорожники ведут переговоры с автотранспортной компанией «Лорри» (Екатеринбург) по организации тестовой контейнерной перевозки с Урала в Москву. Рассчитывают реализовать проект в этом году и в перспективе организовать регулярный контейнерный маршрут на Москву со сроком доставки груза от терминала до терминала около 50 часов. Для участия в этом сервисе будут приглашены все желающие автоперевозчики, интерес с их стороны есть.

Задача железнодорожников на текущий год — побить прошлогодний рекорд погрузки. Достичь этого планируют в том числе за счет завоза грузов на строительство и ремонт объектов в рамках нацпроекта «Безопасные и качественные дороги». Они готовы предложить свои терминальные мощности с сопутствующими услугами погрузки, выгрузки, хранения строительных грузов. Вообще связка железной дороги с автоперевозчиками в последние годы показывает успешные примеры обоюдного взаимодействия. Но это не отменяет необходимость координации развития транспортной отрасли со стороны профильных госорганов.

Ирина Перечнева

Металлобаза на переучете внутренних ценностей

Надежд на внушительный рост потребления проката в этом году нет. В условиях ужесточения конкуренции и укрупнения рынка стратегии металлотрейдеров базируются на повышении эффективности бизнес-процессов, развитии дополнительных сервисов и автоматизации

Почти весь 2019 год на мировом рынке стали наблюдался спад, в определенные периоды цены на стальную продукцию на некоторых региональных рынках показывали минимум с 2016 года. Хотя завершился прошлый год ростом. Так охарактеризовал внешнюю конъюнктуру на конференции «Региональная металлоторговля России» руководитель отдела аналитики ИИС «Металлоснабжение и сбыт» **Виктор Тарнавский**. Однако закрепить этот тренд не получится.

Вирус и стагнация

Рынок металлов одним из первых отреагировал на эпидемию в Китае: в этой стране накапливаются излишки стальной продукции, и местные компании активно предлагают ее на экспорт по сниженным ценам. Если китайскую экономику не удастся запустить буквально сейчас, прогнозирует эксперт, проблемы будут множиться. Некоторые предприятия уже приостанавливают работу из-за нехватки комплектующих.

Но торможение Поднебесной — не единственный фактор давления на рынок стальной продукции. «Общая ценовая тенденция в последние два года направлена в сторону понижения, — констатирует Виктор Тарнавский. — Это вызвано стагнацией спроса в западных странах, протекционизмом, который усиливает давление на остающихся открытыми рынках, кроме того, продолжается ввод в строй новых мощностей в таких странах, как Иран, Вьетнам, Алжир, в перспективе — Бангладеш, Индонезия, Филиппины».

В прошлом году существенное влияние на рынок оказали экономические неурядицы в Турции и Индии. В начале текущего года ситуация там улучшилась, но восстановление не будет быстрым. Металлургические компании этих стран по-прежнему нацелены на расширение экспорта и создание конкуренции российским.

Основа для переориентации части поставок на внутренний рынок есть: по словам заместителя генерального директора по продажам Абинского электрометаллургического завода **Игоря Дорожкина**, в 2019 году потребление арматуры выросло на 13% — почти на 1 млн тонн в год. Однако в 2020-м компания не ожидает такого подъема. Да, есть определенные надежды на поддержку спроса

на прокат строительного назначения за счет реализации национальных проектов. Однако общее потребление арматуры, по мнению Игоря Дорожкина, существенно не изменится: «Это связано в том числе и с превышением предложения над спросом. Ввод в эксплуатацию нового завода «Тула-Сталь» мощностью 1,8 млн тонн в прошлом году привел к тому, что мощности по производству арматуры в России превысили потребности почти в два раза. В Центральном ФО фактически начались ценовые войны».

Непросто складывается ситуация и в сегменте труб. По словам главы дирекции по продажам ТМК **Евгения Кравченко**, в 2019 году объем потребления труб в России (без ТБД) чуть превысил 8 млн тонн, что на 1% меньше, чем годом ранее. В этом году ТМК ожидает сохранения спроса на стальные трубы — без учета ТБД, потребление которых может уменьшиться на 15%. В нефтегазовом сегменте компания ждет небольшого роста вследствие увеличения добычи нефти и газа: «ТМК рассчитывает на расширение потребления труб в России благодаря реализации национальных проектов и видит возможности для роста за счет импортозамещения китайских труб». В то же время усиление протекционизма в США и ЕС и эпидемия в Китае создают риски для рынка, считает Игорь Кравченко.

Директор по развитию бизнеса и консалтинговой практики Metals&Mining Intelligence **Илья Коломеец** смотрит на возможности внутреннего рынка более пессимистично. По его оценке, среднегодовое потребление труб строительного и конструкционного назначения в ближайшие три года снизится на 5 — 10% до 3,2 тыс. тонн, линейных труб — на 3 — 5% до 2 тыс. тонн, нарезных труб нефтегазового сортамента — на 5 — 10% до 2,5 тыс. тонн.

— Существует неопределенность со сценариями реализации энергетической стратегии и программой развития Восточного направления трубопроводов, возможно потенциальное снижение спроса на трубы конструкционного качества. Во всех сегментах рынка труб изменится модель конкуренции, — уверен Илья Коломеец.

Эскроу давит на прокат

Металлоторговые компании при формировании планов прежде всего учитывают тенденции развития строительного сектора как

основного потребителя. Но и здесь прогнозы неоднозначны. «Российская экономика находится в стабильном состоянии, но с низкими темпами роста, которые в 2020 году составят около 2%, — говорит старший аналитик Центра экономического прогнозирования «Газпромбанка» **Кирилл Кононов**. — Национальные проекты предусматривают умеренный рост государственных инвестиций в инфраструктуру».

Определенные надежды игроки рынка возлагали на смену персонального состава правительства и оживления жилищного и инфраструктурного строительства. «Но пока основная ставка делается на стимулирование ипотечного кредитования за счет снижения ставок и расшивки узких административных мест. Бесплатно раздавать жилье, создавая искусственный спрос, российские власти точно не собираются», — констатирует Кирилл Кононов.

Меры, принимаемые государством, скорее всего, позволят лишь смягчить последствия перехода жилищного строительства на новый механизм финансирования. Пока переход к эскроу-счетах приводит к сокращению новых заявок на строительство, следовательно, к сжатию потребления металлопродукции.

По оценкам начальника управления маркетинга Магнитогорского металлургического комбината **Дениса Черненко**, видимое потребление металлопроката в этом году увеличится незначительно и составит около 47,5 млн тонн против 47 млн тонн по итогам 2019 года.

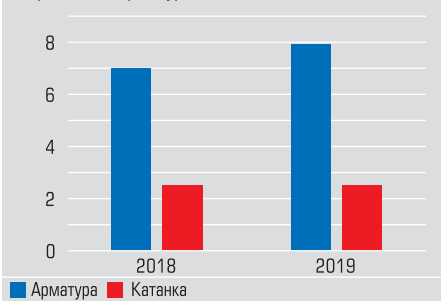
Генеральный директор компании «Метинвест Евразия» **Евгения Кузенко** ожидает в этом году падения спроса в жилищном строительстве и умеренного роста его в промышленности и инфраструктурном строительстве. Снижение спроса на сортовой прокат компания прогнозирует минимум на 1,5%.

Выход внутри

Конкуренция на рынке металлоторговли усиливается между как независимыми игроками, так и торговыми домами металлургических комбинатов. Все это приводит к усилению процессов консолидации, считает директор по продажам «А Групп» **Анатолий Плотников**. По его оценкам, в 2019 году совокупная доля десяти крупнейших металлотрейдеров достигла 84,6%, это на 4,4 п.п. больше, чем годом ранее.

Потребление арматуры выросло на 13% — до 7,9 млн тонн

Потребление арматуры и катанки в РФ, млн тонн



Источник: ИА «Металл Эксперт»

В этой ситуации игроки рынка делают акцент на развитие новых видов деятельности: «В нашей компании в последние годы происходит уменьшение среднего чека, при этом одновременно растет среднее количество товарных позиций при выполнении одного заказа. Собственно металлоторговый бизнес становится менее рентабельным, поэтому все более важную роль играют сервисные услуги», — говорит Анатолий Плотников. Следуя этой стратегии, компания открыла в Московской области новый складской комплекс «Толбино», на его площадях сформирован широкий перечень услуг по металлообработке. Второй сектор — производство металлоконструкций.

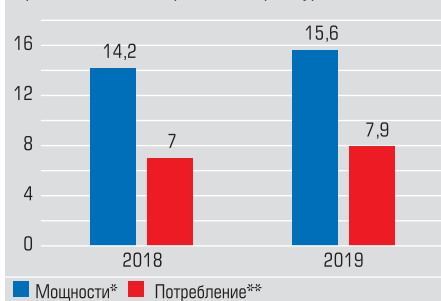
— Мы видим консолидацию рынка металлоторговли за счет снижения большого количества мелких игроков, — соглашается с оценкой тренда генеральный директор «Ариэль Металл» **Вадим Брайнис**.

По его оценкам, сейчас 16% трейдеров владеют 80% рынка, а 39% трейдеров держат 95%: «При этом для независимых трейдеров серьезным вызовом является уход мелких строителей, падение объемов строительства вкупе с усилением позиций торговых домов комбинатов». По мнению Вадима Брайниса, задачи металлотрейдера сегодня фокусируются на поддержке прибыльности бизнеса, оптимизации основных бизнес-процессов и сокращении издержек: «Стратегией развития металлотрейдинга сейчас является географическое расширение бизнеса, создание передовой логистики и ИТ-инфраструктуры».

На непрерывное снижение маржинальности металлотрейда указывает и генеральный директор воронежской ГК «Протэк» **Лев Полянский**: «В регионы приходит торговые дома металлургических компаний, сбытовая политика которых зачастую основывается на максимальном ускорении оборотов за счет снижения цен». Поэтому торговым компаниям приходится искать другие способы заработка. ГК «Протэк» делает ставку на создание розничных металлоцентров в шаговой для потребителя доступности и мощных логистических комплексов: «Мы предлагаем клиенту помимо проката и труб товары аналогичной направленности, в част-

Появился новый игрок — Тула-Сталь с мощностью 1,8 млн тонн в год

Производство и потребление арматуры, млн тонн



Источники: * АЗМЗ, ** ИА «Металл Эксперт»

ности стройматериалы». Кроме того, региональный трейдер может поддержать бизнес за счет металлообработки, приближения поставок к клиентам благодаря созданию небольших распределительных складов, а особое внимание стоит уделять развитию каналов продаж через интернет, что позволит привлечь партнеров из других регионов, уверен Лев Полянский.

Генеральный директор самарской компании «Металл-Маркет» **Игорь Жиганов** предлагает компенсировать спад оптовых продаж независимых дистрибьюторов за счет развития розничного направления, предоставления услуг по мелкой металлообработке и совершенствования бизнес-процессов: «Мы уделяем особое внимание отношению с поставщиками, придерживаемся принципа 100-процентной финансовой дисциплины. Благодаря этому наша компания имеет хорошую кредитную историю и может рассчитывать на увеличение товарных кредитов и более выгодные условия поставки». Интернет-канал Игорь Жиганов также относит к разряду приоритетных: «Развиваем веб-сайт и проводим тщательный анализ его эффективности. За счет этого у нас постоянно растет посещаемость».

Руководитель управления маркетинга компании «Брок-Инвест-Сервис» **Ирина Андреева** также полагает, что акцент стратегии металлоторговой компании должен смещаться в сторону качества сервиса: «Современный клиент становится более требовательным. Он хочет приобретать прокат быстро и удобно, поэтому мы приняли новую маркетинговую концепцию, ее основные элементы — гибкий менеджмент, максимальная оперативность принятия решений, открытость к новшествам, выстраивание диалога с покупателем, создание для него максимально комфортного режима». В компании внедрена сквозная аналитика (продукт — клиент — отрасль), благодаря которой можно точнее оценивать потребности и подбирать сортамент металлоторговли под конкретных заказчиков, используются технологии постпродажного обслуживания и индивидуализированного сервиса.

Особое внимание дистрибьюторам, по всей видимости, предстоит уделить вопросам внедрения, развития и совершенствования

Доля импорта в металлопотреблении снижается уже три года

Российский рынок металлопроката



Источник: ИА «Металл Эксперт»

ния электронного документооборота (ЭДО) между продавцами и покупателями металлопродукции. Многие металлургические комбинаты внедряют в практику ЭДО, в том числе с использованием роботизации. К примеру, в НЛМК на электронный документооборот переведено 100% внутригрупповых операций, а также 45% исходящей и 18% входящей документации от внешних контрагентов.

Актуальность автоматизации бизнес-процессов в отрасли увеличивается еще и с нарастающей активностью в этом направлении крупнейших производителей. Почти все комбинаты сейчас используют цифровые технологии. К примеру, по словам Дениса Черненко, ММК внедряет инструменты системы Индустрии 4.0 с целью повышения точности и оперативности выполнения ряда рутинных повторяющихся процессов: «Мы ведем мониторинг в интернете актуальных рыночных цен и условий на металлопродукцию и заключаемых МТР, практикуем ежедневное формирование и рассылку оперативного отчета «Акцепт-отгрузка» в разрезе подразделений, проводим мониторинг на сайтах компаний интернет-рекрутмента региональных рынков труда и первичный подбор кандидатов, формирование прогноза продаж на три месяца».

— Мы много внимания уделяем цифровизации, — рассказывает и руководитель направления продуктовый маркетинг НЛМК **Илья Беляков**. — Основные проекты, которые сейчас реализуем: личный кабинет клиента, где можно полностью отследить свой заказ, и онлайн-платформа продаж. В 2019 году через nlmk.shop продали 76,5 тонны арматуры. Активно развиваем площадку, постепенно подключая наших партнеров, создавая аналог маркетплейса стального проката, с помощью которого покупатель получает нужную ему продукцию с максимально близкого склада. Кроме того, в компании автоматизирован процесс автомобильной отгрузки с предприятий, это сокращает время нахождения машины под погрузкой.

Все это в конечном итоге позволяет снизить себестоимость услуги для конечного потребителя. Независимым дистрибьюторам, чтобы оставаться в конкурентном поле с торговыми домами, придется интенсивно инвестировать в автоматизацию. ■

БЫТЬ БЛИЖЕ К КЛИЕНТУ

Узкая специализация, поддержка качества сервисных услуг и автоматизация бизнес-процессов. Придерживаясь этих принципов, «Торговый дом М-К» уверенно держит свою долю на рынке дистрибуции проката цветных металлов. Об основных элементах стратегии компании рассказывает директор Валентина Ильина.

— *Какие факторы оказывали влияние на рынок дистрибуции проката цветных металлов в целом и вашей компании в частности в 2019 году?*

— Основным фактором считаем рост конкуренции между поставщиками. Так как металлопродукция в своем роде сырьевой товар, конкуренция возможна только двумя факторами: цена и отсрочка платежа. Активная конкуренция как со стороны трейдеров, так и производителей приводит к снижению рентабельности и росту дебиторской задолженности.

— *Как вы оцениваете характер конкурентной среды на рынке?*

— Конкуренция высокая и усугубляется стремлением производителей напрямую работать с конечным потребителем.

— *Какова сейчас должна быть стратегия успешной металлоторговой компании?*

— Минимизация складских позиций, поиск рентабельных направлений в металлоторговле. Автоматизация бизнес-процессов. Предоставле-

ние качественных сервисных услуг. Сокращение сроков исполнения заказа от начальной стадии производства до поставки продукции конечному потребителю, увеличение скорости движения оборотных средств. Более узкая специализация, необходимо сосредоточить деятельность на специальных направлениях, отдельных технологических операциях или видах выпускаемой продукции.

— *Какие элементы автоматизации бизнес-процессов и внедрения цифровых технологий сейчас актуальны для рынка дистрибуции, какие решения уже внедрены в вашей компании или рассматриваются для реализации, какой эффект они дают?*

— В основном внедрение цифровых технологий сейчас у конкурентов в стадии разработки. На рынке сложился определенный вектор развития в сторону автоматизации, к развитию интернет-магазинов. Все больше появляется примеров интернет-рекламы. Пока сложно сказать, какая из моделей окажется самой эффек-

тивной, но определенно цифровым технологиям придется уделять больше внимания. Планируем произвести модернизацию существующего сайта и разместить контекстную рекламу.

— *Какие факторы сдерживают, по вашему мнению, развитие рынка?*

— Рынок в стагнации, идет снижение спроса на продукцию. Растет процент контрагентов, работающих только с отсрочкой платежа. Рост дебиторской задолженности и падение спроса не позволяют инвестировать в развитие.

Большая налоговая нагрузка и давление со стороны налоговых органов также не способствуют развитию рынка.

— *Ваш прогноз динамики продаж в целом на рынке в этом году и вашей компании в частности?*

— При существующей экономической ситуации динамика продаж не изменится. Задача компании — увеличение продаж за счет поиска новых контрагентов, введения в ассортимент новых товарных позиций, становиться ближе к клиенту, предлагая взаимовыгодные решения, и четкое исполнение взятых на себя обязательств. Развитие импортозамещения также будет способствовать наполнению рынка качественными товарами отечественного производства, соответствующими мировым стандартам и не уступающими импортным аналогам.

«ТОРГОВЫЙ ДОМ М-К»

Лидер по поставке
всей гаммы цветных металлов,
литейных сплавов, проката,
чистых металлов

НОМЕР ОДИН
1
НА УРАЛЕ

тел. (3439) 36-01-10
www.m-k.ru td@m-k.ru факс (3439) 36-00-68

КОМПЛЕКТАЦИЯ И ОТГРУЗКА ОПТОМ И В РОЗНИЦУ
СО СКЛАДА В КАМЕНСКЕ-УРАЛЬСКОМ

Сергей Ермак

Законы эффективной рекламы

Рекламный рынок зажат между сокращением бюджетов, требованиями эффективности и народным негодованием. В этих условиях традиционным каналам придется уходить в диджитал, а брендам определяться, кто их аудитория



АНДРЕЙ ПОРУБОВ

Непрекращающиеся скандалы — примерно в таком состоянии находится рекламный рынок в последний год. Агентства и раньше выпускали провокационные ролики, а компании публиковали в соцсетях неоднозначные картинки, но большого резонанса ни те, ни другие не вызывали. В 2019-м что-то изменилось. И вот уже в сторону Альфа-Банка несутся обвинения в сексуальной объективации (за мем, где парень, идущий с девушкой в зеленом, ассоциируемой со Сбербанком, заглядывается на особу в красном). Reebok закапывают безусловно за бездарную, но не такую уж чудовищную адаптацию мировой кампании, посвященной силе женщин. Остракизму подвергается даже безобидный, казалось бы, постер Levi's, на котором за руки держится пара с разным цветом кожи.

Все это происходит на фоне сокращения рекламных бюджетов и растущих требований к эффективности сообщений. Момент сложный: выделяться однозначно надо, но желательно так, чтобы ничья тонкая душевная организация не порушилась. Сделать это почти невозможно, полагает глава уральского отделения Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), директор по развитию группы Deltaplan Алексей Парфун.

Зеркальное сжатие

— Алексей, осенью АКАР протоколировал: по итогам первого полугодия 2019-го традиционный рекламный рынок всех крупнейших городов Урала заметно съезжился. В Екатеринбурге — на 11% к аналогичному периоду 2018-го, в Перми — разом на 31%, в Уфе и Челябинске — на 7%. В то же время, например, Казань продемонстрировала 20-процентный прирост, Ростов-на-Дону и Нижний Новгород оказались в плюсе на 2%. Что с нами не так?

— Ответ очень прост. Рекламный рынок является зеркалом экономики. И когда в последней все грустно, почему в первом должно быть как-то иначе.

— На Казань, видимо, это правило не распространяется.

— Если внимательно проанализировать цифры, то мы увидим, что Казань, Ростов-на-Дону и Нижний Новгород вышли в плюс исключительно благодаря наружке. В столице Татарстана, например, бюджеты в этом сегменте увеличились на 77%. Есть подозрение, что основными причинами такого роста стали ослабление гаек после чемпионата мира по футболу и разница в сроках проведения конкурсов на установку конструкций.

— В конце 2019-го АКАР-Урал опубликовал и еще одно исследование, в котором пересчитал число игроков реклам-

ного рынка Екатеринбурга. За год оно уменьшилось на 20% со 107 до 85. Выходит, что поголовье компаний сокращается даже быстрее, чем бюджеты.

— Вряд ли я кому-то открою Америку, но на тесных рекламных рынках жизнеспособными являются только две группы предприятий. Первая — это крупные холдинги с серьезной экспертизой и классным клиентским сервисом. Вторая — узкоспециализированные предприятия, делающие нишевый высококачественный продукт. Остальные — те, кто перекладывал бумажки, вел бизнес, основанный на личных связях, сидел на одном клиенте — постепенно умирают или продаются конкурентам. Надо понимать, что за несколько кризисных лет заказчики очень хорошо научились считать деньги. И они не готовы спускать в никуда даже небольшие бюджеты.

В целом я склонен оценивать факт сокращения числа игроков как позитивный. Рынок очищается, становится более цивилизованным и сегментированным. Да, я сочувствую тем, кто потерял бизнес. Но клиент от этого в конечном счете только выиграл.

— В прошлом году на рекламном рынке велось много разговоров о саморегулировании. Ожидалось, что на Урале СРО будет создана в октябре — ноябре. Но в итоге так ничего и не случилось. Не договорились?

— Процесс идет. Но очень медленно и болезненно. «Пилоты» по созданию СРО запущены в Питере и Нижнем Новгороде. Однако говорить о каких-либо результатах этой деятельности пока не приходится. Ключевая проблема состоит в том, что власти хотели бы под флагом саморегулирования объединить всех участников рынка — и рекламные агентства, и владельцев носителей, и каналы, и радиостанции. А это слишком разные сущности с подчас диаметрально противоположными интересами. Загнать их под одну крышу — задача почти нереализуемая.

Не ясно и то, должна ли в России появиться единая СРО (как того хочет, например, ФАС), или стоит разрешить игрокам рынка самим определять границы и состав организаций. С точки зрения государства одну структуру куда проще контролировать. Но есть риск, что она превратится в неповоротливую машину, тормозящую развитие рынка.

— В мире рекламные СРО работают и вполне успешно.

— Да. Но только в тех странах, где нет ведомств и законов, регулирующих рекламную деятельность. Там СРО — орган, разрабатывающий правила игры и следящий за тем, чтобы все их придерживались. В России исторически сложилась другая модель. И менять ее — примерно то же самое, что резко перейти с право- на левостороннее движение.

Участники рынка открыты. Они готовы к диалогу. Беда в том, что хотят они разного.

Могучая сеть

— А что с интернетом, который АКАР из года в год не анализирует? Деньги, утекающие от традиционных медиа, теперь оседают в сети?

— Интернет-реклама однозначно растет. Но насколько динамично — большой вопрос. Крупнейшие игроки этого рынка (вроде Яндекс, Google, Mail.ru, Facebook) цифрами по России (и тем более по отдельным ее регионам) практически не делятся. Косвенно о росте digital говорят результаты входящего в группу Deltaplan агентства DeltaClick. За последние три года оно выросло в 2,5 раза — и в людях, и в деньгах. Тем не менее большинство экспертов сходится на том, что увеличение вложений в сеть не перекрыло сокращения доходов традиционных медиа.

— В какие онлайн-инструменты рекламодатели сегодня вкладываются охотнее всего?

— Главный идол ныне — лидогенерация (лид — клиент, проявивший интерес к услугам компании через заполнение анкеты, заявку на участие в каком-либо мероприятии, запрос на обратный звонок и т.д. — *Ред.*). Популярность этого инструмента объясняется довольно просто: ты платишь не за абстрактную аудиторию, а



Алексей Парфун: «Удержать крутого креативщика в регионах очень сложно. В Москве больше денег, возможностей для развития, круче клиенты, но главное — там сформирована среда для творчества»

за конкретного человека. Вроде бы все хорошо и правильно. Но на самом деле это бомба замедленного действия.

Повальное увлечение лидгенком привело к тому, что у людей перестало формироваться знание бренда. Сегодня ты написал «налетай — подешевело», получил тысячи звонков, неплохо заработал, а завтра твой конкурент перекупит аудиторию, сформирует еще более привлекательное предложение, и ты обанкротишься. Почему? Потому что никто не вспомнит, как твой магазин назывался.

Безусловно, есть бизнесы, которым узнаваемость бренда только вредит. Например, букмекерские конторы или микрофинансовые организации. Но для остальных она — элемент добавленной стоимости.

Еще один инструмент, переживающий бум, — инфлюенс-маркетинг (речь о нативной и не слишком рекламе в популярных блогах. — *Ред.*). По итогам 2019-го он по доходам почти наверняка обогнал радио (точно сказать сложно, потому что существенная часть договоренностей находится в серой зоне). И, я уверен, его потенциал далеко не исчерпан.

На что бы я еще обратил внимание, так это на игровой маркетинг. Еще недавно в России о нем говорили только узкие специалисты. А сегодня стримы некоторых геймеров собирают аудиторию, которая кабельным вещателям и не снилась (а чемпионат мира по Dota 2 обгоняет по популярности чуть ли не все шоу Первого канала). Для рекламодателей, ориентированных на 15 — 30-летних, это одно из наиболее перспективных направлений.

— Перераспределение бюджетов, очевидно, будет продолжаться. Телевизор, пресса, радио и наружка обречены?

— На этот вопрос нет однозначного ответа. Бумага, по всей видимости, существенно сожмется в следующие пять-семь лет. Чуть лучше остальных будет чувствовать себя глянец. Причина — в особенности его аудитории, которой важны кинестетические ощущения и для которой обладание журналом является ценностью.

Но есть и позитивный момент — мы видим успешные кейсы трансформации подхода печатных СМИ и концентрации их на контенте, доставляемом посредством digital-инструментов. «Комсомольская правда», журнал Maxim и многие другие делают это весьма успешно, не теряя идентичности и по сути не переставая быть тем, что мы называем словом «пресса».

С радио на обозримом горизонте с точки зрения доли рынка не произойдет практически ничего. К концу 2019-го она и так сжалась до минимума. Но и здесь мы будем наблюдать расширение логики существования — подкасты, единые мобильные приложения, в которых ты можешь слушать эфир в удобном формате, и прочие современные способы дистрибуции контента все активнее будут приходить в этот канал.

С телевизором сложнее. Да, существенная часть контента переключается в сеть. Здесь никто иллюзий не испытывает (на этом фоне закапывание госденег в цифровое ТВ с двумя эфирными мультиплексами выглядит, мягко говоря, странно). Но процесс этот стремительным точно не будет. По моим ощущениям, рекламные бюджеты в этом

сегменте достигнут минимума лет через 20 — 30. Причины две. Первая и самая главная — телевизор по-прежнему очень плохо смотрят. Признаваться в этом сегодня считается моветоном. Но статистику не обманешь. Мы видим, что Малахова и Соловьева продолжают смотреть миллионы.

Вторая причина — наличие востребованного информационного продукта, который в интернете почти не приживается. Яркие примеры — спортивные трансляции и новости. Ни один эксперимент по переносу их в онлайн большим успехом не увенчался.

Самая позитивная ситуация, на мой взгляд, в следующие несколько лет сложится в секторе наружной рекламы. До 2018-го это был абсолютно дикий рынок. В некоторых городах до 80% поверхностей устанавливались и сдавались в аренду нелегально. В то время как другие медиа и шага в сторону не могли сделать, чуть что — штраф.

Но в последние годы власти всерьез задумались о том, как выглядит вверенная им территория. Прогрессивные чиновники пытаются повысить качество среды, внедряют стандарты общественных пространств, разрабатывают дизайн-коды. Катализатором этого процесса стал чемпионат мира по футболу. В крупных, а затем и небольших городах начались чистки, которые однозначно положительно сказались на сегменте наружной рекламы, сделали его прозрачным и предсказуемым. А за наведением порядка обычно следует рост.

Еще один фактор, гарантирующий outdoor-сегменту относительно светлое будущее, — быстрое развитие новых форматов. Лет пять-семь назад лучшее, что агентства могли предложить заказчику для повышения узнаваемости бренда или продукта, — нарастить число щитов 3 на 6: давайте поставим их не пять, а пятьдесят, тогда у человека начнет рябить в глазах, и он точно купит то, что мы ему предложим.

К 2020-му российская наружка перестала быть примитивной. Медиафасады, лайтбоксы, интерактивные экраны, различные форматы триггерных коммуникаций. Недалек тот день, когда рекламное сообщение будет гнаться за тобой по городу, меняясь в зависимости от времени суток и твоего настроения.

Единственное, что сегодня тормозит outdoor, — отсутствие общепризнанного измерителя эффективности. В интернете, на ТВ и радио такие инструменты есть. Гиганты индустрии бьются, пытаются прийти к единой «валюте». Но пока согласия нет.

— В мире, где разработаны сотни сервисов, отслеживающих перемещение и поведение людей, где сотовые операторы за смешные деньги предоставляют геолокационные данные, до сих пор не появился способ оценки эффективности наружки?

— С помощью геолокации мы достаточ-

Что бы ты более-менее яркого ни сделал, обязательно кто-то возмутится

но точно можем определить, сколько человек прошло или будет проходить мимо щита или экрана. Но кто эти люди, попадают ли они в целевую аудиторию, считают ли они рекламное сообщение? Сотовые операторы делать репрезентативные выборки и камеры следить за взглядом пока не научились. Потому эффективность наружки остается величиной, основанной на ряде допущений, специальных исследований и субъективном мнении заказчиков.

Главное слово на букву «М»

— От инструментов и каналов перейдем непосредственно к продукту. Я не могу отделаться от ощущения, что реклама с каждым годом становится все беззубее, скучнее и банальнее. Всякий креатив разбивается, как мне кажется, о две преграды — эффективность и гипертолерантность.

— Сначала про эффективность. Есть такое расхожее выражение «рейтинги убили телевидение». Смысл в том, что погоны за массовой аудиторией, вкус которой в среднем довольно низок, резко снизили качество ТВ-контента. Поборники высокого искусства в рекламе, ностальгирующие по роликам банка «Империал», придерживаются похожего мнения. Мол, креатив оказался погребен под горой финансовых и аудиторных метрик. Но это не так.

В середине 90-х конкуренция была минимальна, уровень информационного шума — низок. И потому трюки с черепами и Татлером работали. Но каков там был инсайт? В чем заключалось рекламное сообщение? Это было просто кино.

Современный человек ежедневно сталкивается с 4 — 5 тыс. рекламных сообщений. Он задерживает внимание максимум на десять секунд. Потому реклама стала более прагматичной. Мы понимаем, кто наша аудитория, кому, когда и что мы должны показывать. Компания, отказавшаяся от математического маркетинга, 90% бюджета будет тратить впустую.

Я бы очень хотел жить в идеальном мире, где меня бы окружала исключительно реклама уровня «Каннских львов». Но побудила бы она меня покупать тот или иной товар — не уверен. Опять-таки это не означает, что все рекламные сообщения должны сводиться к табличкам «Купи шифер» или «Пакля 65-65-65».

Сегодня красота и эффективность не антагонистические понятия, они слились в одно целое. Компании разрабатывают креативное сообщение, запускают его. А потом со всех сторон измеряют — увеличилась ли узнаваемость бренда, снизилась ли стоимость лида, изменился ли CTR (click-through rate, соотношение количества кликов к количеству показов рекламы. — Ред.). Если ничего не происходит — сменили креатив. И снова к цифрам.

А теперь более сложный вопрос — о толерантности. Да, рекламщикам с каждым годом становится все сложнее. Чуть оступился, чуть дерзнул — и ты тут же становишься сексистом, расистом, ненавистником полных или худых людей, гей-пропагандистом или оскорбителем веры. Что бы ты более-менее яркого ни сделал, обязательно кто-то возмутится. И очень важно, чтобы бренды осознали: это совершенно нормально. Надо перестать пытаться нравиться всем и извиняться за все подряд. Правильный путь — выбрать нишу и работать на нее, не обращая особого внимания на остальных.

Единственное, что стоит учитывать при создании креатива, — национальные особенности региона. Это надо делать исходя из чисто прагматических соображений: если ты не попадешь в ментальность, то ничего не продашь. Глупо садиться на лицо тому, кто это не оценит.

27 апреля

**Все об экспортной
деятельности
уральского бизнеса:**

- Рейтинг-100 крупнейших компаний-экспортеров Урала и Западной Сибири
- Субрейтинг несырьевого экспорта
- Основные тренды развития экспорта

**Уральский
экспорт**

100

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ В ПРОЕКТЕ!

По вопросам размещения рекламы: **Сергей Рамзин**, ramzin@expertural.com
Тел.: (343) 345-03-42, 72, 78
www.acexpert.ru

Артем Коваленко

Стимулировать нельзя ограничивать

При грамотной государственной политике бизнес может стать новым источником повышения качества жизни



Участники круглого стола обсудили, как экономически стимулировать бизнес производить продукцию, ориентированную на снижение риска для потребителя

Стремление человека к расширению ассортимента разнообразных благ ограничивается только возможностями технологического развития. Достижения научно-технического прогресса каждый год эти границы раздвигают. То, что несколько лет казалось немалым, становится «в порядке вещей». И удивительное дело: в полном соответствии с пирамидой Маслоу все больше потребителей включают в число важных для себя что-то из разряда высоких материй. Например, такой критерий, как «этичность» продукта. Разве не этот запрос в основе роста популярности растительных заменителей мяса и рыбы?

Производители ищут новые решения для упаковки товаров; входит в употребление маркировка, с тем чтобы для населения был более очевиден состав того или иного продукта. Поэтапно ужесточается регулирование продажи и потребления табачной продукции, алкоголя, энергетиков и т.п. Ответственные производители стремятся снизить

воздействие на окружающую среду и здоровье людей. Как результат, сфера производства продуктов массового потребления становится все более инновационной.

Чтобы разобраться в этих тенденциях, «Э-У» пригласил на круглый стол «Как повысить качество жизни с помощью инноваций: риск-ориентированный подход к законодательному регулированию потребительского рынка» представителей законодательной власти, институтов поддержки бизнеса, общественных организаций, руководителей предприятий из разных отраслей перерабатывающей и пищевой промышленности.

Запрос на здоровое потребление...

Специально для этого мероприятия «Э-У» вместе с Южно-Уральским госуниверситетом (Челябинск) провели опрос населения, чтобы понять, как меняется мнение потребителей о тех или иных продуктах. Так, более 84% респондентов считают некоторые продукты опасными для здоровья.

По их мнению, риски создают продукты, содержащие трансжиры и тропические масла (65%), гормоны и антибиотики (59%), ГМО (37,5%), усилители вкуса (35,5%) и т.д.

— Есть тренд, свидетельствующий о стремлении потребителей, особенно молодого поколения, к постоянному улучшению качества жизни, снижению вреда здоровью, — говорит профессор РАО, заведующая кафедрой общей и прикладной психологии факультета социальной психологии Гуманитарного университета **Ольга Зотова**. — И этот тренд развивается. О здоровье начинают думать и те, кому за 40. В большей степени это касается жителей мегаполисов, лучше информированных о правильном питании, продуктах, которые позитивно влияют на их организм.

Специалисты Роскачества также констатируют рост популярности так называемой здоровой продукции — органических и «зеленых» продуктов. Их потребление стало частью здорового образа жизни. Государственные структуры активно с этим работают. Так, 1 января в России вступил в си-

лу закон «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ», который устанавливает требования к производству органической продукции, в том числе запреты на применение агрохимикатов, пестицидов, антибиотиков, стимуляторов роста и откорма животных, генно-, инженерномодифицированных и трансгенных организмов, гидропонного метода выращивания растений. Утверждены шесть первых национальных стандартов на «зеленую» продукцию. Разработаны три стандарта в отношении альтернативной курению никотинсодержащей продукции, на которую активно переходят курильщики. Главный стимул такого переключения — снижение вреда здоровью. В сжатые сроки принят запрет на оборот в стране сухого алкоголя, что доказывает: действия законодателей могут быть оперативными.

На базе Роскачества созданы Центр компетенций в области органической продукции и проектный технический комитет (ПТК 708) по стандартизации «Экологически чистая сельскохозяйственная продукция, сырье и продовольствие». Заместитель руководителя Роскачества **Елена Саратовцева**, курирующая эти направления, считает, что утвержденные стандарты — большой шаг в направлении сокращения негативного влияния производства и потребления на окружающую среду, климат, природные ресурсы и здоровье человека.

При этом несложно увидеть, что запрос на здоровое потребление не реализовал и половины потенциала. Декабрьский опрос Росстата показал, что более 50% россиян предрасположены к лишнему весу. Характеристикам нормы соответствуют лишь 34% мужчин и 38,1% женщин. Число тех, кто имеет одно или несколько заболеваний, связанных с питанием, составило 42,3%. Кстати, впервые исследование такого рода проводилось в строгом соответствии с международной методологией, а также с руководством общеевропейского диетологического исследования «EU Menu». Так что и российские социологи осознали новые подходы в этой сфере и необходимость в качественно новом инструментарии.

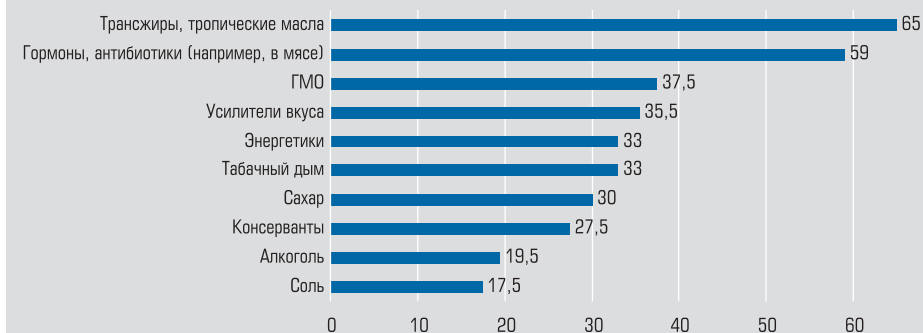
Право знать

Одну из ключевых причин проблем с рационом питания раскрыл генеральный директор Медицинского центра «Шанс» **Андрей Ершов**:

— Нужно внимательно относиться к составу продуктов. Неправильное питание повышает риски хронических заболеваний. Смертность от сахарного диабета, болезней сердечно-сосудистой системы, онкологических заболеваний имеет высокий уровень. Потребление рафинированных продуктов питания и продуктов питания, подвергаемых интенсивной технологической обработке, обуславливают широкое распростра-

Результаты опроса «Основные продукты потребления и риски для здоровья. Мнение потребителей»

Какие продукты или их составляющие создают риски для здоровья, %



Источник: Данные опроса «Э-У» и ЮУрГУ

Есть тренд,
свидетельствующий
о стремлении
потребителей,
особенно молодого
поколения,
к постоянному
улучшению
качества жизни,
снижению вреда
для здоровья

нение дефицита витаминов и минеральных веществ. Немалая доля того, что у нас называется молочными продуктами, ими не является. К сожалению, значительная часть производителей изготавливает молочные продукты из нормализованного или восстановленного молока, которое производят из сухого молока и воды, а жиры могут быть как растительного, так и животного происхождения.

Как же выбрать на полке продукт с действительно полезным содержанием? Насколько мы объективны в критериях своего выбора? Ведь нередки и обратные ситуации, когда вполне вкусный и полезный

продукт представляют настоящим пугалом.

— Мы столкнулись с формированием негативного отношения к традиционным продуктам питания, — констатирует управляющий «Свердловским хлебомакаронным комбинатом (СМАК) **Владислав Фуфаров**. — На потребителей обрушилась волна информационного мусора. Почему вдруг обычное молоко по своим полезным свойствам стало уступать молоку из растительных субстанций? Корпорации выводят на рынок новые продукты, которые под напором рекламной кампании вытесняют с полок традиционные. Производители традиционных молока, хлеба, мяса в одиночку не могут отстаивать свою продукцию. Им надо объединяться, чтобы изменить ситуацию. Так, Союз предприятий молочной промышленности Свердловской области подготовил социальный ролик, а региональное правительство помогло его разместить на телеканалах. Такие шаги необходимы, чтобы потребители получали достоверную информацию.

— Они и сейчас ее получают, когда выбирают товар, — возражает уполномоченный по защите прав предпринимателей в Свердловской области **Елена Артюх**. — Производители обязаны указывать, с применением натурального молока или заменителями молочного жира произведены их продукты. Сейчас это жестко контролирует Роспотребнадзор: как должны быть разложены продукты, каким должен быть размер шрифта, чтобы все могли прочитать информацию о содержании ингредиентов. У покупателя есть выбор: он может купить более или менее качественный продукт, выбирая между полезными свойствами и сроком хранения. Все остальное — вопросы маркетинга и ответственности корпораций.

— Мы должны быть уверены, что человек получает объективную информацию. В этом случае его выбор будет осознанным. А когда этот выбор формируется под влиянием рекламы, по сути, ему навязывают мнение, — подчеркивает депутат Государственной думы **Андрей Ветлужских**. — Есть определенный дефицит качественных исследований, которые помогут понять потребителю, как на его организм влияют те



Управляющий по корпоративным вопросам региона компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России Анна Бушлякова: «Донесение результатов серьезных научных исследований до широких слоев общества — это и есть одна из форм реализации права потребителя на достоверную информацию»

или иные продукты и пищевые добавки.

С Андреем Ветлужских солидарен заместитель директора Свердловского областного фонда поддержки предпринимателей **Валерий Пиличев**:

— Исследования необходимы, потому что иногда информации о составе продуктов недостаточно. Например, в составе продукта питания мы можем не увидеть консервант нитрит натрия, но не потому, что его там нет. Некоторые производители добавляют в продукцию сок сельдерея, сам по себе сельдерей отлично впитывает нитраты, которые потом остаются в его соке. В составе же указывается только сок сельдерея.

Управляющий по корпоративным вопросам региона компании «Филип Моррис Интернэшнл» (ФМИ) в России **Анна Бушлякова** заявила о том, что компания последовательно трансформирует свой бизнес в сторону бездымных продуктов с пониженным риском, поэтому вкладывает существенные ресурсы на проведение исследований и раскрытие их результатов. Результаты исследований показывают, что уровни вредных веществ в табачном паре, образующемся при использовании электронной системы нагревания табака, снижены в среднем на 90 — 95% по сравнению с дымом сигареты. Ученые ФМИ уже провели 18 доклинических и десять клинических исследований, которые в совокупности подтверждают пониженные риски бездымной продукции для здоровья в сравнении с курением сигарет. В целом в мире проведено более 135 независимых исследований, в большинстве случаев подтверждающих результаты собственных исследований компании.

— Донесение результатов серьезных научных исследований до широких слоев общества — это и есть одна из форм реализации права потребителя на достоверную информацию. Особенно, если задачу проведения таких исследований в интересах потре-

бителя ставит государство, а проводятся они авторитетными научными организациями. Международный обмен научными данными также дает ощутимый эффект, — сказала Анна Бушлякова.

Например, государственные структуры США в отношении электрической системы нагревания табака IQOS именно так и действовали — проверили исследования, проведенные компанией-производителем. В Соединенных Штатах управление по надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов (Food and Drug Administration, FDA) тщательно рассмотрело заявку ФМИ и в итоге разрешило продажу системы нагревания IQOS с формулировкой: «Соответствует целям общественного здравоохранения». В России ряд научных учреждений пришел к схожим выводам, но от выражения официального мнения российское правительство пока воздержалось.

В целом участники круглого стола согласились, что действующая в России и странах Евразийского экономического союза система технического регулирования может справляться с возложенными на нее функциями защиты потребителей с точки зрения качества и безопасности продукта. Этой системы, при условии ее регулярного совершенствования, достаточно. Фокус усилий на улучшение должен быть направлен на обеспечение потребителя достоверной информацией.

...и эффективное регулирование

В арсенале государства есть не только ограничительные и запретительные меры — это регулирование обращения продукции, лицензирование, профилактика, дифференцированное налогообложение и т.д. Какую политику избрать регулятору? Как экономически стимулировать бизнес производить продукцию, ориентированную на снижение ри-

ска для потребителя, инвестировать в разработки инноваций с более низким риском для здоровья?

По мнению экспертов, замещение «вредных» товаров альтернативными будет происходить за счет естественных налоговых инструментов, повышения рентабельности производства менее канцерогенной продукции, ценовой доступности для потребителя. «Умные» меры уже доказали эффективность во многих странах мира, в самых разных отраслях и товарных группах: от автомобилей до фармакологии и никотинсодержащей продукции.

Елена Артюх предложила поддерживать производителей, ориентированных на качество:

— Сейчас они без всяких компенсаций получают лишь увеличение издержек. Мы наблюдаем очередную волну маркировки и всего, что с ней связано, требования растут, в том числе ограничительного характера. Вероятно, они помогут справиться с фальсификатом, но неизбежно приведут к удорожанию продуктов. Может быть, государство пойдет на снижение налогов, чтобы бизнес не повышал стоимость товаров?

В продолжение темы, начатой Еленой Артюх, председатель свердловского отделения «Опоры России» **Илья Тыщенко** раскрыл одну из существенных затрат «белого» бизнеса:

— До 2011 года страховые взносы с ФОТ составляли для субъектов малого предпринимательства 14%. Львиная доля заработных плат перестала быть «серой». Когда налоговая нагрузка выросла до 34%, половина зарплат ушла в конверты, потому что ни одна разумная экономика не может мгновенно увеличить издержки в 2,8 раза. Соответственно рухнула собираемость по НДС в муниципальные бюджеты. До сих пор, спустя девять лет, из конвертов зарплата вывести не удастся. У предпринимателя должна быть экономическая мотивация. Регуляторика должна быть разумной. Она в том числе должна способствовать тому, чтобы компании повышали качество продукции.

Недооценка последствий является слабостью стороной законотворческого процесса. Руководитель комитета СРО «Деловой России» по оценке регулирующего воздействия **Алексей Головченко** на протяжении последних лет помогает бизнесу участвовать в процедурах оценки регулирующего воздействия (ОРВ):

— Разработчики законов не дают бизнесу достаточно времени, чтобы подготовиться к введению новых правил, — делится он опытом. — В Европе, перед тем как внедрить новый закон, его несколько лет обсуждают, проводят исследования, прогнозируют, как он отразится на деятельности предприятий. В России за пару месяцев и разработают, и запустят в жизнь. На практике количество трудностей, которые возникают у предпри-

нимателей при введении новых ограничений, оказывается значительно больше, чем планировали законодатели. Введение цифровой маркировки для табачной продукции это наглядно показывает.

— В закон о торговле несколько раз внесли изменения. Мы встречались с депутатами Госдумы, чтобы рассказать, что поправки привели к негативным последствиям как для поставщиков продукции, так и для торговых сетей. При каждом серьезном воздействии бизнесу нужен определенный реабилитационный период, — продолжает Алексей Головченко. — Несколько лет назад в Свердловской области хотели внедрить новое регулирование в сфере алкоголя. Тогда нам удалось отстоять легальный бизнес, которому хотели запретить торговать пивом. Цель регулятора понятна — сократить объемы потребления алкоголя. Но прежде чем вводить ограничения, посмотрите на ситуацию внимательнее: серый рынок процветает, новые правила только усугубили бы ситуацию. Люди бы не перестали пить, просто возросла бы доля потребления нелегального алкоголя.

Аналогичный пример из сферы регулирования табачной продукции привел директор аналитической группы «Интро-Н» **Дмитрий Чудиновских**:

— Как только ставка акцизов на сигареты в России стала опережать ставки в соседних странах, прежде всего участниках ЕАЭС, в 1,5 и более раз, в регионах России резко возрос оборот дешевого контрафакта и контрабанды табачных изделий. Особенно это заметно там, где уровень доходов невысок. Как следствие, поставленные цели в сфере здравоохранения не реализуются, происходит недобор поступлений в бюджет, население раздражено ростом цен.

И российский опыт, и опыт других стран показывает, что ошибки с размером налогообложения приводят к результатам, противоположным задуманным.

— Хорошо, что данная проблема осознана на межгосударственном уровне. Советом Евразийской экономической комиссии ведется последовательная работа по гармонизации акцизной политики государств-участников. Аналогичным образом, кстати, совет ЕЭК решил поступить в отношении электронных сигарет и другой никотинсодержащей продукции. В Единый перечень продукции будут внесены обязательные требования к этому виду товара, что позволит устранить с рынка продукцию, содержащую опасные для здоровья ингредиенты, — заключил Дмитрий Чудиновских.

Тренды, выявленные участниками круглого стола в отношении продуктовых рынков, ярко проявились на табачном рынке и тесно связанном с ним рынке никотинсодержащей продукции. Ранее консервативная отрасль превратилась в объект приложения сил для передовых научных изысканий и техноло-



Депутат Госдумы Андрей Ветлужских (в центре): «Регулятор должен поддерживать доступные технологии, которые способствуют росту качества жизни»

гических трансформаций. Так, по словам Анны Бушляковой, «Филип Моррис Интернэшнл» вошла в топ-45 держателей патентов в Европе. В компании функционируют крупные научные центры.

— Благодаря научным разработкам и новым технологиям не только появился бездымный продукт, кардинально снижающий вредное воздействие на организм человека на пути к полному отказу курения, — комментирует Анна Бушлякова. — По сути, мы превратились в совершенно другой бизнес — наукоемкую высокотехнологическую компанию, которая вывела на рынок 52 стран менее вредную альтернативную продукцию.

Тем не менее взгляды на переход потребителей с сигарет на альтернативные курению продукты в Государственной думе существенно разнятся. В декабре прошлого года был принят в первом чтении законопроект, приравнивавший электронные сигареты и другие никотинсодержащие продукты к сигаретам с точки зрения ограничений на потребление, продажу и рекламу. Свои замечания к проекту были предложены Комитетом ГД по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству: это возможность разделения специально выделенных мест для курения и потребления никотинсодержащей продукции, обеспечение права потребителей на получение достоверной информации о потребительских свойствах никотинсодержащих продуктов, правилах их эксплуатации и влиянии на здоровье по сравнению с табачными изделиями.

— Дискуссия идет постоянно, — подтверждает член комитета Госдумы по экономической политике Андрей Ветлужских. — Приходится балансировать между интересами разных групп людей, ведь у каждой из них есть свои представления о качестве жизни, свои права, которые должны быть

удовлетворены. Безусловно, это вопрос грамотного регулирования.

Елена Артюх настроена сместить водораздел еще дальше, аккумулируя в своих тезисах доводы других участников:

— Любые запретительные решения в сфере предпринимательства должны быть гораздо более взвешенными, чем запретительные решения в отношении других сфер, потому что это всегда инвестиции, рабочие места, налоги. А табачная и алкогольная отрасли, например, отчисляют серьезные суммы в бюджет. Регулирование должно быть последовательным, логичным с серьезными переходными и тестовыми периодами, чтобы понять, работают новые предложения или нет.

— Регулятор также должен поддерживать новые доступные технологии, которые способствуют росту качества жизни, — соглашается с участниками круглого стола Андрей Ветлужских. — Есть отличные примеры, когда развитые страны делятся своими технологиями с менее развитыми государствами, чтобы способствовать решению глобальных задач, — борьбе с голодом, болезнями и т.п. Есть не такие масштабные примеры, но по значимости им не уступающие: инновации помогают сохранить жизни и здоровье работникам разных производств. Появились датчики на спецодежде, которые позволяют определять загазованность атмосферы, обогреваемая обувь, каски с прозрачным козырьком, не закрывающим обзор и т.д. Государство должно такие технологии поддерживать, чтобы они были доступнее и дешевле.

На смену ограничительно-запретительному подходу должен прийти подход риск-ориентированный, который уже применяется в контрольно-надзорной деятельности, но пока не распространяется на рынок потребительских товаров и услуг, резюмировали участники стола.

Сергей Селянин

Крайняя битва чекистов с масонами*

Окончания банковского кризиса ожидать не приходится. В отсутствие экономического подъема, роста доходов населения и инвестиционного спроса можно говорить лишь о том, насколько банки могут приспособиться к экономической среде

П

рошлый год не привнес в банковскую сферу радикальных перемен, но все же отметим значимые тенденции.

Generation «П»

Регулятор отозвал всего 28 лицензий, и это минимум с предкризисного 2013 года (всего за время кризиса банкротами стали 450 банков, 47% от их числа на середину 2013 года). Произошло 11 слияний (юридически оформлены более ранние приобретения, всего с 2013 года зарегистрировано 70 слияний). Четыре банка сдали лицензию добровольно (с 2013 года — 21). Из отозванных самый крупный занимал 132-е место по величине активов, еще два входили во вторую сотню. Это тоже своеобразный рекорд — ранее банкротились более крупные банки.

Низкая инфляция стимулирует банки переводить операции в рубли, в настоящее время доля валюты в банковских активах достигла минимума — 18%. Несколько лет кредитование населения значительно опережало корпоративное, результат — самая высокая доля задолженности граждан: более трети в общем кредитном портфеле.

Продолжается сокращение офисной сети банков: в прошлом году она сжалась на 940 единиц, и это минимум с 2014 года (в последние годы число точек уменьшалось на 2 — 3 тысячи за год). Закончил оптимизацию сети Сбербанк: за последнее полугодие она не изменилась, а с 2013 года сократилась на 4,6 тыс. офисов.

Доля убыточных банков достигла минимума с 2015 года — 16%, среди первой сотни — всего 7%. Впрочем, нормальной такая доля считаться не может: в 2011 — 2012 годах она составляла 5%.

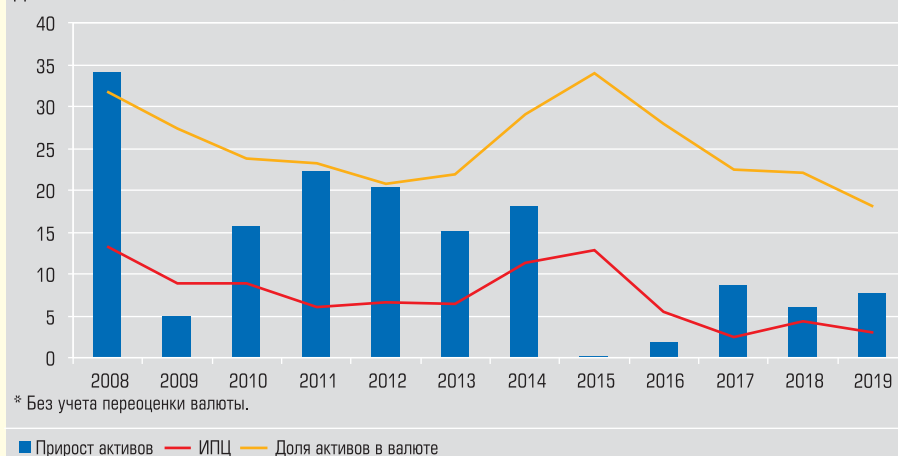
Среди уральских банков убыток показали всего два: у «Нейвы» формальный убыток связан с требованием ЦБ произвести отрицательную переоценку банковского офиса, а «Ермак» создал резервы под ссуды (подробнее см. «Адаптация», «Э-У» № 49 от 09.12.19).

Числа

Банковские активы за год увеличились

Последние два года рост активов чуть выше инфляции, доля валюты достигла минимума

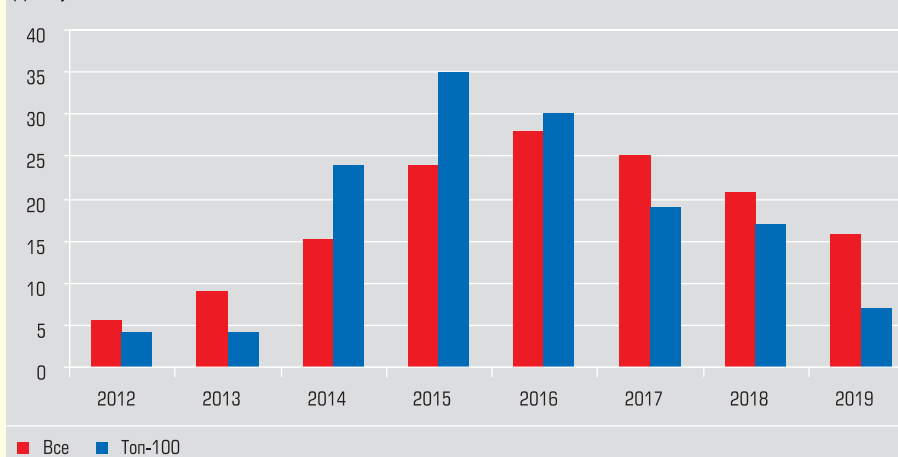
Динамика активов банковской системы*, %



Источник: АЦ «Эксперт»

Доля убыточных банков сокращается, но до 2013 года еще далеко

Доля убыточных банков, %



Источник: АЦ «Эксперт»

почти на 8% (здесь и далее влияние переоценки валюты исключено), такая же динамика сохранялась предыдущие два года. Рублевые активы выросли на 11%, валютные сократились на 4%, и это также тенденция последних нескольких лет.

Главный индикатор для банковской системы — корпоративный кредитный портфель — вырос всего на 3,3% (рублевый — плюс 6%, валютный — минус 5%). Это худший показатель за последние три года. Впрочем, надо учитывать, что на

банковский госсектор (это по меньшей мере 34 банка, включая санируемые и банки госкорпораций) приходится свыше 80% корпоративного портфеля, портфели средних и малых банков выросли на 5%. Более высокими темпами росли портфели кредитов ИП — 11%, причем за счет малых, средних банков и Сбера.

В отраслевом разрезе существенно больший рост показывают «легкие» сектора экономики (торговля, услуги, сельское хозяйство, пищевая промышленность, строительство) — 7%. У «тяжелых» (добыча и промпроизводство, энергетика, транс-

* В заголовках использованы названия книг Виктора Пелевина.

Самостоятельные банки Урала по убыванию активов на 01.01.20

Место по активам			Банк	Город	Активы		Кредиты предприятиям ²		в т.ч. кредиты ИП ²		Кредиты физлицам ²		Ценные бумаги	
На Урале	В РФ на 01.01.20	В РФ на 01.01.19 ³			На 01.01.20, млн руб.	Измене- ние за год, % ¹	На 01.01.20, млн руб.	Измене- ние за год, % ¹	На 01.01.20, млн руб.	Измене- ние за год, % ¹	На 01.01.20, млн руб.	Измене- ние за год, % ¹	На 01.01.20, млн руб.	Измене- ние за год, % ¹
1	32	39	СУРГУТНЕФТЕГАЗБАНК	Сургут	303 671	25	11 806	-28	25	-58	28 134	-2	177 312	15
2	38	37	УБРИР	Екатеринбург	269 741	-1	51 018	-17	654	-7	24 620	43	20 921	-48
3	50	51	ЗАПСИБКОМБАНК	Тюмень	153 433	15	26 636	-2	639	-14	60 566	17	16 186	-27
4	67	64	ВУЗ-БАНК	Екатеринбург	104 353	5	23 549	143	124	-47	4 974	19	12 631	-52
5	69	62	СКБ-БАНК	Екатеринбург	99 450	-11	3 824	-9	19	-79	20 017	-46	33 411	52
6	75	80	МЕТКОМБАНК	Каменск-Уральский	77 758	15	22 458	6	0	0	1 720	69	31 455	30
7	92	96	ЧЕЛИНДБАНК	Челябинск	59 977	11	16 411	-2	2 059	-2	12 702	4	16 469	7
8	93	97	ЧЕЛЯБИНВЕСТБАНК	Челябинск	58 822	12	16 054	7	627	40	4 979	16	21 434	9
9	111	112	КОЛЬЦО УРАЛА	Екатеринбург	41 278	3	6 054	5	66	-45	4 772	34	16 546	1
10	114	114	БЫСТРОБАНК	Ижевск	40 242	5	34	-96	14	-53	19 495	-6	12 044	20
11	122	123	КРЕДИТ УРАЛ БАНК	Магнитогорск	35 576	9	4 783	22	104	-24	10 872	14	10 093	10
12	128	127	УРАЛ ФД	Пермь	29 997	12	6 381	-7	986	-11	7 802	6	4 216	-8
13	165	169	ФОРШТАДТ	Оренбург	16 874	9	4 260	-3	155	8	3 955	6	5 323	21
14	175	155	БАНК ОРЕНБУРГ	Оренбург	14 246	-21	2 536	-16	444	136	3 838	-33	3 284	0
15	180	181	ИЖКОМБАНК	Ижевск	13 587	10	4 152	-5	304	-39	1 810	2	24	-97
16	182	179	НИКО-БАНК	Оренбург	13 470	7	4 304	23	304	156	3 329	10	3 078	-14
17	183	173	ПРОМТРАНСБАНК	Уфа	13 007	-10	1 138	-32	156	99	3 264	3	6 986	-13
18	185	186	СНЕЖИНСКИЙ	Снежинск	12 819	11	2 252	-17	63	1	1 462	-17	5 713	126
19	194	187	ЕКАТЕРИНБУРГ	Екатеринбург	11 401	1	857	39	0	0	4 226	6	1 324	34
20	203	211	УГЛЕМЕТБАНК	Челябинск	9 776	23	1 107	10	22	44	870	4	3 295	10
21	208	205	НЕЙВА	Екатеринбург	8 707	4	0	-100	0	0	858	-10	3 411	175
22	236	253	СТРОЙЛЕСБАНК	Тюмень	6 348	35	2 752	23	295	-8	287	4	0	0
23	276	263	УРАЛПРОМБАНК	Челябинск	3 753	-5	624	-20	61	-20	329	47	783	3
24	284	308	КЕТОВСКИЙ	Курган	3 365	31	1 666	30	355	80	57	-26	0	0
25	286	282	УРАЛФИНАНС	Екатеринбург	3 338	-1	2	-79	0	-100	40	1	373	-65
26	289	316	ПЕРВОУРАЛЬСКБАНК	Первоуральск	3 324	37	1 145	46	332	344	450	74	5	3
27	302	293	ЕРМАК	Нижневартовск	2 977	-6	324	-55	86	-9	132	20	0	0
28	323	310	ПЕРМЬ	Пермь	2 369	-6	775	32	88	-10	153	12	0	0
29	326	318	ПРИОБЬЕ	Нижневартовск	2 303	-4	672	-17	49	-6	39	-42	0	0
30	344	352	ПРОИНВЕСТБАНК	Пермь	1 774	12	892	32	97	125	142	26	33	-17
31	363	359	ПОЧТОБАНК	Пермь	1 501	1	417	-21	16	-41	314	19	0	0
32	365	364	КУРГАН	Курган	1 398	0	669	30	297	19	27	-5	0	0
33	419	409	ДРУЖБА	Тюмень	578	-10	141	-46	7	-90	31	-32	2	5

¹ Без учета переоценки валюты.² Без просроченной задолженности.³ Место пересчитано с учетом последующих отзывов лицензий и слияний.

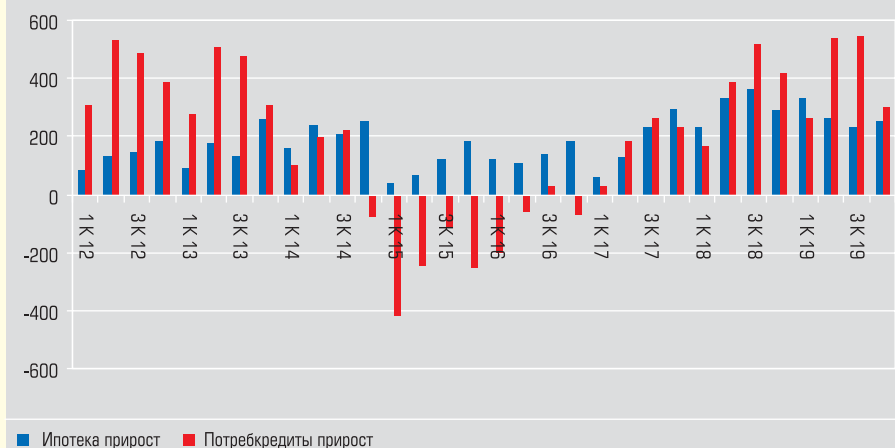
порт) — 0,5%. Тенденция обозначилась год назад. Можно констатировать, что государство перестало инвестировать в экономику, а частный бизнес потихоньку начал предъявлять спрос на новые кредиты.

Сократился прирост кредитов населению, как ипотечных, так и потребительских, впрочем, темпы по-прежнему двузначные (19%) и значительно выше, чем у корпоративных кредитов.

В 2019-м зафиксирован наименьший за три года прирост средств корпоративных клиентов в банках (всего 5%, то есть чуть выше инфляции), банки нарастили привлечение средств граждан (11%), при этом срочные депозиты увеличились лишь на 7%, а 22% показали остатки на счетах. Карты перетягивают на себя денежный оборот.

Динамика кредитов населению стабилизировалась

Месячный прирост кредитов физлицам, млрд руб.



Источник: АЦ «Эксперт»

Капитал и прибыль банков Урала на 01.01.20

Место по активам на Урале	Банк	Капитал		Прибыль		Структура операционного дохода, %			
		На 01.01.20, млн руб.	Прирост за год, %	За 2019 год	За 2018 год	Процентная маржа	Чистый комиссионный	От операций на финансовых рынках	Прочие доходы
1	СУРГУТНЕФТЕГАЗБАНК	12 678	12,2	4 332	2 150	63	11	7	18
2	УБРИР	18 774	-21,3	557	756	25	31	2	42
3	ЗАПСИБКОМБАНК	17 382	8,6	3 260	2 339	63	25	1	11
4	ВУЗ-БАНК	-5 029	-17,5	2 945	-3 538	13	7	40	40
5	СКБ-БАНК	7 946	-62,1	1 902	1 502	55	15	4	26
6	МЕТКОМБАНК	18 893	2,3	1 722	1 913	49	3	31	17
7	ЧЕЛИНДБАНК	9 308	6,5	1 123	1 040	64	22	3	11
8	ЧЕЛЯБИНВЕСТБАНК	8 240	1,9	1 685	1 216	55	37	3	4
9	КОЛЬЦО УРАЛА	5 774	-5,7	1 014	1 117	58	28	6	8
10	БЫСТРОБАНК	3 952	-2,0	1 043	1 588	75	8	3	15
11	КРЕДИТ УРАЛ БАНК	5 470	6,4	653	540	76	15	8	1
12	УРАЛ ФД	2 801	-6,7	279	181	56	26	1	16
13	ФОРШТАДТ	3 280	6,6	393	252	62	8	3	28
14	БАНК ОРЕНБУРГ	2 650	-22,9	197	-98	69	10	1	21
15	ИЖКОМБАНК	1 366	-1,4	283	251	58	37	2	3
16	НИКО-БАНК	1 879	5,2	194	136	64	10	13	13
17	ПРОМТРАНСБАНК	715	1,6	196	128	43	3	47	7
18	СНЕЖИНСКИЙ	1 679	6,8	450	373	37	8	3	52
19	ЕКАТЕРИНБУРГ	1 284	1,1	260	212	85	11	-4	7
20	УГЛЕМЕТБАНК	1 441	13,4	234	78	47	30	19	4
21	НЕЙВА	549	-33,0	-78	207	31	34	33	2
22	СТРОЙЛЕСБАНК	1 240	-4,1	210	140	82	10	4	3
23	УРАЛПРОМБАНК	1 075	3,4	21	13	75	18	-1	8
24	КЕТОВСКИЙ	506	12,4	126	83	60	15	22	2
25	УРАЛФИНАНС	547	19,1	120	85	67	3	22	8
26	ПЕРВОУРАЛЬСКИЙ БАНК	453	3,4	39	33	40	16	2	42
27	ЕРМАК	758	-11,6	-84	16	61	50	-16	4
28	ПЕРМЬ	540	-3,6	19	19	70	22	5	3
29	ПРИОБЬЕ	390	-2,6	11	28	80	20	-2	2
30	ПРОИНВЕСТБАНК	318	1,4	19	-12	50	39	2	9
31	ПОЧТОВЫЙ БАНК	381	-0,8	17	29	54	51	-6	2
32	КУРГАН	466	1,0	52	37	72	27	0	1
33	ДРУЖБА	358	0,8	39	8	22	8	0	70

Вложения в ценные бумаги показали всего плюс 3,5%. Это самая низкая динамика с 2015 года, впрочем, преимущественно за счет госбанков. У частных, как крупных, так и средних и малых, инвестиции в ценные бумаги по-прежнему успешно конкурируют с корпоративными кредитами. В рейтинге уральских банков вложения в ценные бумаги превышают корпоративные кредитные портфели.

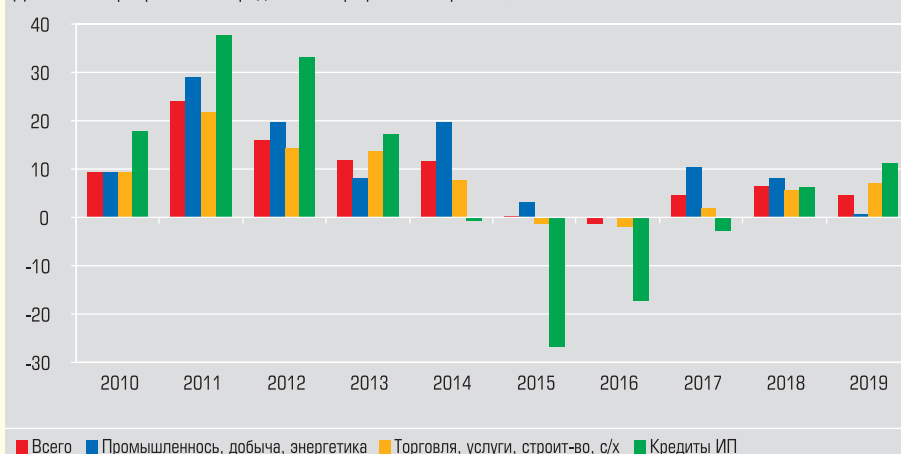
Чапаев и пустота

Финансовое состояние и конкурентные преимущества банка больше отражают показатели доходов и расходов, нежели активов и пассивов. Главная задача — стабильная генерация прибыли.

Курс Банка России на снижение инфляции и процентных ставок принес плоды: процентная маржа (разница между процентными доходами и расходами) в целом по системе не выросла (ранее был рост), а у госбанков и saniруемых вовсе сократилась. Зато на 18% увеличился чистый комиссионный доход в целом по системе, правда, все «сливки» достаются государ-

Корпоративный портфель по-прежнему растет медленно, но произошли отраслевые изменения

Динамика корпоративного кредитного портфеля по отраслям, %



Источник: АЦ «Эксперт» по данным Банка России

ственным и крупным частным банкам. У малых и средних региональных сокращение на 5% (среди уральских — у 25 из 33).

Мы не стали включать этот показатель в таблицу. Вместо этого включили структуру операционного дохода — она пока-

зывает, насколько банк диверсифицирует источники дохода. Последний пункт (прочие доходы) желательно, чтобы был минимален, в него попадают нерегулярные поступления, а также доходы неизвестного происхождения, которые, воз-

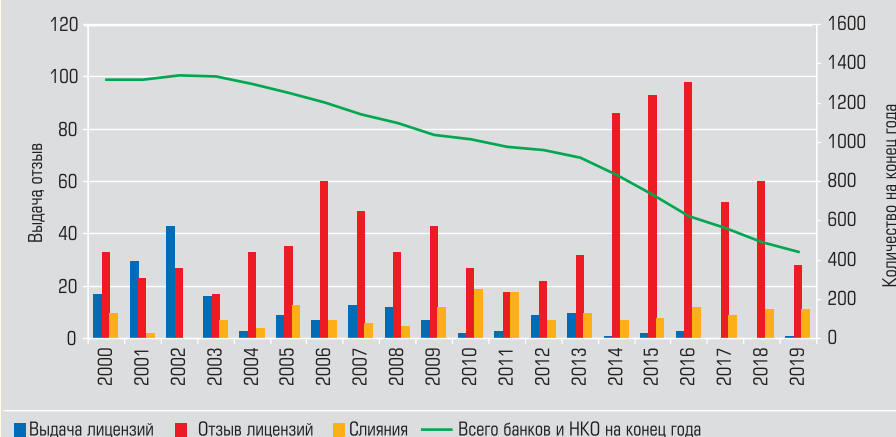
Обязательства банков Урала на 01.01.20

Место по активам на Урале	Банк	Счета юрлиц		Депозиты юрлиц		Счета физлиц		Срочные вклады физлиц		Доля средств физлиц, %	Доля счетов, %
		На 01.01.20, млн руб.	Изменение за год, %*	На 01.01.20, млн руб.	Изменение за год, %*	На 01.01.20, млн руб.	Изменение за год, %*	На 01.01.20, млн руб.	Изменение за год, %*		
1	СУРГУТНЕФТЕГАЗБАНК	15 025	112	217 313	23	7 285	18	37 120	20	13	8
2	УБРИР	15 021	3	24 436	5	12 982	-5	153 831	5	75	14
3	ЗАПСИБКОМБАНК	9 054	25	32 552	22	9 961	5	70 459	10	58	16
4	ВУЗ-БАНК	682	-33	661	-29	402	40	16 271	13	90	6
5	СКБ-БАНК	5 969	-25	5 982	7	6 148	0	54 243	1	75	17
6	МЕТКОМБАНК	14 948	-9	6 632	14	8 568	258	8 575	-14	22	61
7	ЧЕЛИНДБАНК	5 364	-2	5 456	24	3 677	3	28 756	9	66	21
8	ЧЕЛЯБИНВЕСТБАНК	7 549	6	4 957	12	4 373	14	23 465	16	58	30
9	КОЛЬЦО УРАЛА	4 328	23	6 489	-1	3 663	4	16 576	9	53	26
10	БЫСТРОБАНК	1 643	-1	109	-59	1 127	20	24 347	5	89	10
11	КРЕДИТ УРАЛ БАНК	3 555	14	576	43	6 700	12	15 103	6	58	40
12	УРАЛ ФД	2 180	11	3 119	30	1 673	-5	14 208	7	67	18
13	ФОРШТАДТ	810	49	1 936	16	386	-11	6 600	3	68	12
14	БАНК ОРЕНБУРГ	1 389	-1	434	32	1 894	7	4 939	-43	57	38
15	ИЖКОМБАНК	1 939	1	815	21	1 824	-8	6 166	10	57	35
16	НИКО-БАНК	1 155	-30	673	-13	527	33	7 591	11	76	17
17	ПРОМТРАНСБАНК	212	-11	26	-79	160	-26	5 837	-1	94	6
18	СНЕЖИНСКИЙ	1 391	12	594	-30	586	-4	5 108	7	67	26
19	ЕКАТЕРИНБУРГ	965	1	1 464	-9	3 280	-1	3 248	6	36	47
20	УГЛЕМЕТБАНК	1 086	46	1 195	134	1 518	5	3 210	3	46	37
21	НЕЙВА	2 327	-12	985	-11	1 242	0	3 172	45	41	46
22	СТРОЙЛЕСБАНК	341	39	655	169	111	12	2 092	49	65	14
23	УРАЛПРОМБАНК	514	24	20	2	230	-13	1 352	-18	64	35
24	КЕТОВСКИЙ	369	5	225	55	12	-61	1 284	27	68	20
25	УРАЛФИНАНС	1 867	-11	92	77	55	4	686	0	25	71
26	ПЕРВОУРАЛЬСКИЙ БАНК	301	46	320	137	31	-10	1 937	32	75	13
27	ЕРМАК	873	2	29	28	132	-5	565	-34	35	63
28	ПЕРМЬ	738	-9	168	11	66	-13	666	-8	41	49
29	ПРИОБЬЕ	413	-6	50	400	147	13	908	-14	60	37
30	ПРОИНВЕСТБАНК	246	-2	268	24	34	-11	757	21	58	21
31	ПОЧТОБАНК	200	11	17	772	17	19	729	-4	76	23
32	КУРГАН	267	1	5	-83	9	-38	422	23	60	39
33	ДРУЖБА	60	-26	0	-100	4	-1	55	11	46	54

* Без учета переоценки валюты.

Число банков уменьшается не только из-за отзыва лицензий, но и вследствие слияний

Выдача и отзыв банковских лицензий, ед.



Источник: АЦ «Эксперт» по данным Банка России

можно, должны сальдироваться с расходами (издержки несовершенства отчетности по РСБУ).

У 40% банков сократился капитал — это следствие не столько убытков, сколько возросших требований регулятора (как

утверждают банки, не всегда обоснованных) — доначислить резервы, произвести переоценку.

Можно констатировать, что в банковской системе сформировались три большие группы банков: универсальные —

крупные организации, работающие на всех рынках; розничные — также крупные, работающие в сфере высокодоходного потребительского кредитования; корпоративные — малые и средние банки, работающие преимущественно с юрлицами (от населения привлекающие лишь срочные вклады).

Обязательным атрибутом универсального банка являются развитые информационные технологии, которые требуют высоких затрат. Корпоративные банки выигрывают за счет индивидуального подхода к клиенту, в том числе в кредитовании и комплаенсе, который основан зачастую на личных связях, чего не могут позволить себе крупные банки.

В этой системе координат судьба региональных лидеров (тяготеющих к универсальности, но вряд ли способных на большой дистанции конкурировать с крупными универсальными организациями) под вопросом. Скорее всего, они будут куплены крупными игроками. Что уже и происходит, преимущественно за счет поглощения со стороны госбанков.

Новая демографическая политика вредна для демографии

Демография упала Telegram-канал комментирует демографические меры, предложенные президентом в послании Федеральному Собранию

<...> Перенос маткапитала со второго на первого ребенка даст краткосрочный рост числа рождений первенцев в ближайшие годы, но это будут исключительно те дети, которые и без маткапитала были бы рождены в обозримые годы, а значит, к росту итоговой (когортной) рождаемости в поколениях это не приведет. <...> В целом предложенное изменение системы маткапитала — это тотальная демотивация семей к рождению второго и последующих детей.

Элементарные демографические расчеты показывают, что устойчивое воспроизводство населения в развитой стране возможно лишь при большой доле семей с тремя и более детьми. Необходима политика снижения барьеров для рождения третьего ребенка. Однако <...> предлагаемая политика приведет к возвращению в 1990-е годы — к преобладающей однодетной семье.

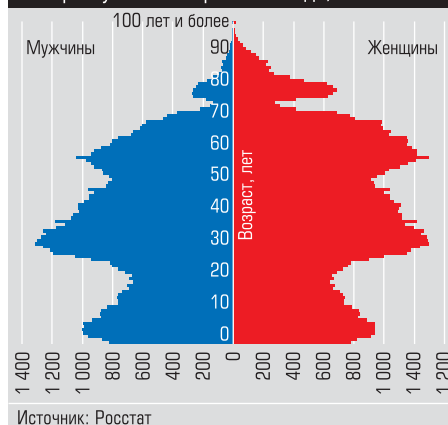
На картинке вы видите половозрастную пирамиду населения России на 1 января 2019 года. Слева М — мужчины, справа Ж — женщины. Снизу вверх — возраст живущих россиян от 0 до 100 лет. Соответственно, один горизонтально лежащий столбик — все ныне живущие мужчины или женщины России соответствующего возраста. <...> Форма нашей «пирамиды» напоминает скорее елку. Поэтому мы решили назвать это поиском даров демографического просвещения в ветвях половозрастной елочки.

<...> Наша история начинается на самой верхушке елочки. <...> Ветви старше 82-х лет как-то уж больно стремительно укорачиваются, быстрее, чем это могло бы объясняться простым вымиранием от старости. Выглядят они так, будто на верхушку нашей елочки со страшным напором насаживали сияющую красную звезду и в процессе обломали большую часть верхних веточек. И не зря нам так кажется, ведь Советский Союз въезжал в индустриальную эпоху по костям родителей этого поколения, изничтоженных коллективизацией, голодом, ГУЛАГом и другими сталинскими преступлениями. Отсюда и заметный даже спустя 80 — 85 лет недород. Вторая выбоина — люди 73 — 76 лет, т.е. 1942 — 1945 годов рождения. Вот это и есть та самая демографическая яма войны, которую даже многие люди, сведущие в демографии, по ошибке считают матерью всех последующих демографических ям в России. <...> Третья «яма» начинается примерно на поколениях с 1960 года рождения и стремительно достигает дна в когорте рожденных в 1968 году. Затем медленно выползает на максимальные числа рождений в 1980-х годах. Тут, казалось бы, эффект войны очевиден. И он тут есть, но он не один. Именно в 1960-е годы в России произошло падение

интенсивности рождаемости. Суммарный коэффициент рождаемости (СКР — число детей, рожденных в среднем одной женщиной в пересчете на весь фертильный период жизни) все 1950-е колебался на уровне 2,7 — 2,9, а в 1960-х стремительно упал с 2,6 до 2 и далее колебался на уровнях 1,9 — 2,2 аж до 1990 года. <...> Причиной падения СКР в 1960-х было преимущественно завершение демографического перехода российского общества от высокой рождаемости и смертности первой половины XX века к низкой рождаемости и смертности (именно тогда прекратилось расширенное воспроизводство российского населения), характерным для всех развитых обществ, т.е. оно было нормальным, закономерным и неизбежным. Четвертая проплешина российской демографической елки весьма глубока, но рекордная она не по глубине, а по продолжительности — с 1992 до середины 2000-х. <...> Генезис ее сложен. <...> Некоторый вклад внесло сокращение числа потенциальных матерей, рожденных в «низкие» годы с 1965 по 1975-й. Но основным фактором стало снижение интенсивности рождаемости. В 1990-е СКР упал примерно с двух до почти одного ребенка на женщину. Мы предлагаем считать причинами такого падения следующее: — экономические факторы: затяжное массовое обнищание вынуждало откладывать рождение желанных детей на неопределенное будущее; компенсационное падение после 1980-х, когда масштабные меры поддержки рождаемости спровоцировали женщин перенести рождение на более ранний срок (изменение календаря рождений). Таким образом, к 1990-м те женщины, которые могли бы родить, уже отгрохали своих детей заранее, в 1980-х;

— изменение модели рождаемости, в частности возрастного профиля рождаемости. После появления эффективной доступной контрацепции, на Западе средний возраст рождения первого ребенка начал расти и сейчас он в районе ± 30 лет (в России около 26). В СССР контрацепция была либо недоступна, либо низкого качества, либо одновременно. В результате у нас сформировалась и законсервировалась уродливая модель рождаемости и ее контроля — раннее рождение первого ребенка, очень маленький интервал между рождениями, массовые аборты вместо контрацепции. В 1990-е в Россию пришли нормальные контрацептивы и нормальная культура рождаемости. В результате возраст рождения первенца стал стремительно расти, т.к. разумные эмансипированные женщины предпочитают рожать тогда, когда го-

Численность населения России по полу и возрасту на 1 января 2019 года, тыс. чел.



товы и хотят ребенка, а не выходить замуж «по залету». В результате женщины около 30 лет и старше в России в 1990-е уже отгрохали свое (в свои 20+ лет), а молодые девушки (18 — 25 лет), которые давали львиную долю рождений в советской России, стали массово откладывать рождение первого ребенка, переходя на цивилизованную модель рождаемости. <...> Таким образом, в демографической яме 1990-х эхо чего бы то ни было (демографическая волна) занимает весьма скромное место, а все остальное — сокращение интенсивности рождаемости по ряду очень разных причин.

О последней яме — нынешней. <...> Вклад падения рождаемости во время ВОВ в эту яму микроскопический. Вернее будет винить яму проклятых 1990-х годов. <...> Однако же сокращение числа потенциальных матерей (из-за ямы 1990-х) при неизменности СКР должно было привести к гораздо меньшему сокращению числа рождений, чем мы наблюдаем. А все дело опять, как и в 1960-х и 1990-х, в падении интенсивности рождаемости. СКР упал с 1,8 детей на женщину в 2015 году до 1,5 в 2019 году. Причем упала рождаемость первенцев и вторых детей. Значительный вклад в это падение, как мы полагаем, внесли падение доходов и общая нестабильность жизни последних лет. Но есть еще и глобальный тренд — почти во всех развитых странах падает рождаемость преимущественно первенцев, и Россия тут не исключение. <...> О причинах можно гадать, но мы подозреваем сочетание культурно-ценностных изменений в новых молодых поколениях и массового ухудшения здоровья развитого человечества в старших трудоспособных возрастах. Молодые поколения, вероятно, хорошо осознают, что начать родительскую карьеру можно и в районе 40 годиков без особого ущерба для качества жизни, а рожать в 25 лет это как-то по-бумерски.

Рождение же второго ребенка в России желанно семьями, но труднореализуемо без внешней помощи. Постоянные игры с (не)продлением материнского капитала безжалостно теребят календарь рождений вторых детей в семьях все последние годы.

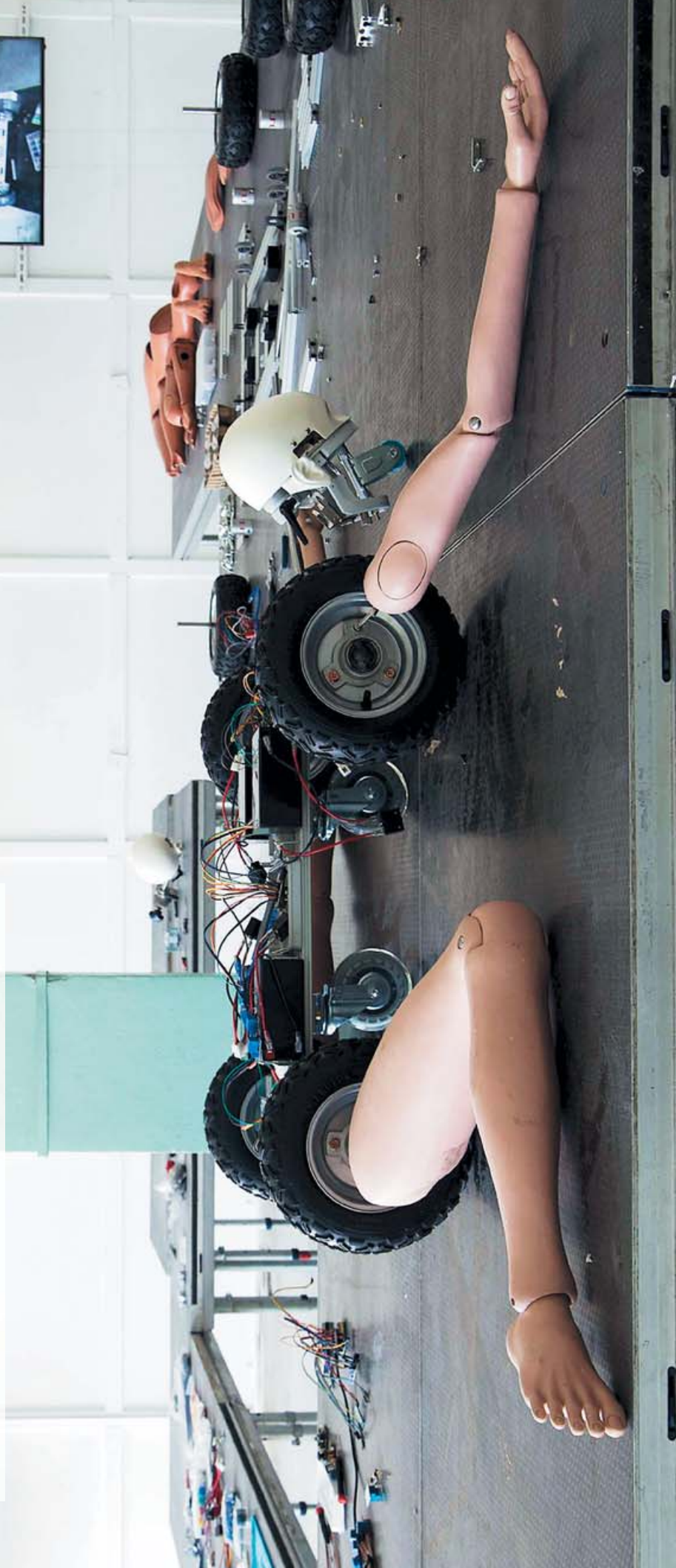
Фото недели

Пятая Уральская биеннале современного искусства названа лучшей выставкой года по версии The Art Newspaper Russia. Премия учреждена в 2012 году издателем газеты, ее миссия — выразить признательность представителям художественного сообщества за достижения и продвижение искусства за рубежом. Впервые выставкой года признан проект, появившийся в Свердловской области.

Напомним, темой пятой Уральской биеннале стало «Бессмертие». В выставке приняли участие более 70 художников из двадцати с лишним стран.

Организаторы премии отметили новаторскую интерпретацию вечной темы и ударную работу с производственными объектами. «Благодаря профессионализму команды, экспериментальному формату проекта и выбору актуальной темы удалось притянуть в регион глобальный мир, выстроить диалог со зрителем и привлечь горожан в создание масштабного международного проекта», — сообщается на странице уральской биеннале в Facebook.

Премию комиссару биеннале Алисе Прудниковой вручил историк искусств и куратор Жан-Юбер Мартен. Куратор выставки Шаоюй Вэн на церемонии приехать не смогла: ей запретили въезд в Россию из-за коронавируса, потому что она гражданка Китая. Не помогли и ее заверения в том, что она давно живет и работает в США.





A STAR ALLIANCE MEMBER 

TURKISH AIRLINES

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ НА БОРТ

Вас ждут освежающие напитки и превосходный сервис.



Продукты и услуги могут варьироваться в зависимости от типа судна и продолжительности полета.