

СТРАТЕГИЯ РОСТА

Новоселье по евростандартам

Беларусь намерена строить не только больше, но и лучше

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

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

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

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

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



ФОТО МАКСИМА ПИВАСА

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

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

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

плитка, листовое стекло, кирпич силикатный и блоки из ячеистого бетона, минераловатные плиты, керамзитовой гравий, металлические профили.

Беларусь за ориентир выбрала немецкие стандарты, которые являются одними из самых строгих в Европе. Внедрение евростандартов не только повысит конкурентоспособность отечественных стройматериалов и услуг на внешнем рынке, но и станет стимулом для привлечения в Беларусь зарубежных инвесторов, для использования передовых мировых разработок. Новые нормы нужны и для более тесного взаимодействия на постсоветском пространстве.

«При возведении объектов повышенной сложности, например зданий высотой свыше 100 метров или АЭС, сложных гидротехнических сооружений, есть потребность во взаимодействии специалистов сразу нескольких стран, – объясняют в специализированном институте БелНИИПТИС. – В свою очередь, у Беларуси соседи могут перенимать опыт массового жилищного строительства и благоустройства территорий». То есть игра на строительном поле должна вестись по единым нормам и

АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ

Очередь как следствие успеха

Программа утилизации стимулирует автопром

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

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



ФОТО АНДРЕЯ ХОЛМОВА/ТАСС

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

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

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

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

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

Большой интерес производи-

тели проявляют к сектору автомобилей эконом-класса. Volkswagen в сентябре начинает продажи созданного специально для российского рынка Polo Sedan ценой 10 тыс. евро. О своем желании увеличить долю в бюджетном ценовом сегменте сообщили практически все производители, работающие в России, например Hyundai (Verna), Citroën (модификация С4), которые также планируют представить на рынке свои российские варианты моделей эконом-класса.

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

ЭКА! НОМИКА – УЧИТЬСЯ ИЛИ ЖЕНИТЬСЯ?

Август... Одни молодые люди, несмотря на дым от пожаров, вздохнули облегченно и развлеклись отдыхать. Другие, чуть старше, игнорируют тот же дым и жару, бегают по офисам различных организаций – им не до отдыха.

Первая категория – абитуриенты, нашедшие свои фамилии в списках зачисленных в вузы. Вторая – обладатели новых дипломов о высшем образовании, ищущие работу – и желательно по специальности. О них и поговорим.

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

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

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

В феврале этого года на заседании столичного правительства депутат Мосгордумы Олег Бочаров заявил, что около 95% выпускников «небольших» московских вузов не находят работу по специальности.

«Получается, что пять лет их учебы идут в никуда». (Он подчеркнул, что в эту печальную статистику не попадают МГУ, РГГУ, МГИМО, МГТУ им. Баумана и еще ряд крупных престижных вузов.)

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

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

Борис ПРИМОЧКИН

СТАТИСТИКА

Быстрее, выше, сильнее... дороже

Современный спорт как отрасль экономики

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

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

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

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

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

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



ФОТО ОЛЕГА МАТВЕВИЧА/ТАСС

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Вячеслав АКСЕНОВ

Александр ИЛЬИН