БИЗНЕС дневник

петербургское деловое обозрение

ОКТЯБРЬ 2019 |№ 51|

ИНТЕРПРЕСС

16+

КАК РЕАЛЬНО ЗАЩИТИТЬ БИЗНЕС В ВИРТУАЛЬНОМ ПОЛЕ?

|→| стр. 8

КТО БУДЕТ НОВЫМ ЛИЦОМ ТУРБИЗНЕСА?

|→| стр. 13

ЧТО ЖДАТЬ ГУРМАНУ ОТ ОКРАИН?

|→| стр. 20

СМОТРИМ В БУДУЩЕЕ

ПЕТЕРБУРГ ГОТОВ СТАТЬ ЦИФРОВОЙ СТОЛИЦЕЙ РОССИИ

|→| стр. 4

ПЕТРОЦЕНТР
Информационно-издательский центр
Правительства Санкт-Петербурга

ПОЮЩИЕ МОСТЫ

#филармония под открытым небом

УВАЖАЕМЫЕ ГОСПОДА!

Приглашаем вашу компанию стать ключевым партнером пятого юбилейного сезона звукового шоу «Поющие мосты – 2020».

Мы уверены: поддержка такого красивого, масштабного и резонансного проекта вызовет искреннюю благодарность вашей компании у миллионов жителей и гостей Санкт-Петербурга, повысит узнаваемость и лояльность к бренду на международном уровне.

+7 (812) 346-46-92

СОДЕРЖАНИЕ:

ИНТЕРВЬЮ
ПЕТЕРБУРГ ГОТОВ СТАТЬ ЦИФРОВОЙ СТОЛИЦЕЙ РОССИИ
Председатель Комитета по информатизации и связи Денис Чамара рассказал, какие направления больше всего требуют цифровизации. 4

БИЗНЕС
КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ В ФОРМАТЕ B2B
Если вы считаете слово «кибербезопасность» пустым звуком, то зря. В зоне риска не только государственные корпорации и гиганты рынка, но даже малые предприятия. 6

ПРОБЛЕМА
ПОЧЕМУ «КРОТЫ» ВРЕДНЕЕ ХАКЕРОВ
Кого надо больше опасаться: своих сотрудников или хакеров? 8

ПРОИЗВОДСТВО
ДОГНАТЬ И ПЕРЕГНАТЬ
Что предстоит сделать, чтобы «цифра» чувствовала себя на российских заводах как дома. 11

ТУРИЗМ
ПУТЕВКА В БУДУЩЕЕ
Зачем турбизнесу «человеческое лицо» в век роботизации? 13

ТЕХНОЛОГИИ
БУМАГА – НОВАЯ РОСКОШЬ В ЭПОХУ DIGITAL*
Цифровые технологии совершили настоящий прорыв, выведя типографское дело на новый уровень. 16

HORECA
КЛИЕНТ ПРИХОДИТ ИЗ «ОБЛАКА»
С каким успехом петербургские отельеры и рестораторы внедряют в бизнес всевозможные IT-решения? 18

ОБЗОР РЫНКА
ОБЩЕПИТ НА РАЙОНЕ
Сюжеты гастрономической жизни в Кудрово, Мурино и на Парнасе, где суммарно проживает более 150 тысяч петербуржцев. 20

ОХРАНА
ТРИ САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ СИСТЕМЫ ЗАЩИТЫ ПЕРИМЕТРА
Гарантия безопасности – в совокупности охранных методов. 23

ТРЕНДЫ
КРАФТОВЫЙ ГОРОД
Насколько выгодно варить пиво в Петербурге, и кто преуспел в этом ремесле. 24

ЭПОХА
ОХОТА К ПЕРЕМЕНЕ МЕСТ
Как туризм в России превращался в бизнес. 26

НЕДВИЖИМОСТЬ
ПРИТЯЖЕНИЕ ЗЕМЛИ
Как чувствует себя рынок загородного домостроения? 28

ДОСУГ
ПЬЯНЯЩАЯ ИСТОРИЯ ОДНОГО БОЛОТА
«Купаж» из старых традиций и новых технологий. 30

БЛАГО
КАК СДЕЛАТЬ МИР БЕЗ СЛЕЗ
Благотворительная программа банка ВТБ дает возможность лечить детей самыми современными методами. 32

СОЦИУМ
ПОМОЖЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!
Давайте вместе с фондом «Жить долго и счастливо» поддерживать пожилых людей. 34

*диджитал

афиша событий

8.10

«СЕРТИФИКАЦИЯ»

образовательная программа для предпринимателей

В ходе обучения будут рассмотрены основные вопросы обязательной и добровольной сертификации, в том числе законодательная база и критерии продукции, подлежащей обязательной сертификации.

ЦРПП. ПОЛЮСТРОВСКИЙ ПР., 61

9–10.10

«ПОГОДА. КЛИМАТ. ВОДА / ДИСТАНЦИОННОЕ ЗОНДИРОВАНИЕ ЗЕМЛИ / ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА – 2019»

международный форум и выставка

В рамках форума запланированы международные научные и деловые мероприятия. Выставка является одной из крупнейших в мире в области гидрометеорологии, мониторинга окружающей среды, наблюдений за Землей и зеленой экономики.

9–12.10

«ИНДУСТРИЯ МОДЫ. ОСЕНЬ 2019»

международная выставка легкой и текстильной промышленности

Наиболее значимое событие для представителей модного бизнеса Северо-Запада РФ. В экспозиции примут участие около 300 производителей из России и зарубежных стран.

ЭКСПОФОРУМ. ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

16.10

«БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО»

образовательная программа для представителей малого и среднего бизнеса

Участники мероприятия познакомятся с основами бережливого производства, его инструментами, стандартами, особенностями проектирования и внедрения. Планируется выездное занятие на производственном предприятии с внедренной системой бережливого производства.

ЦРПП. ПОЛЮСТРОВСКИЙ ПР., 61

22–24.10

«МЕДИЦИНСКАЯ ИНДУСТРИЯ»

петербургский международный медико-фармацевтический форум

Основные темы форума: обеспечение практической медицины инновационными технологиями, качественными и безопасными медицинскими изделиями, эффективными лекарственными средствами; создание здоровьесберегающей среды для населения.

ЭКСПОФОРУМ. ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

30–31.10

CITY BUILD RUSSIA 2019

международная строительная выставка

Желание принять участие в работе экспозиции выразили более 250 представителей строительного бизнеса из 10 стран.

КОНГРЕСС-ХОЛЛ «МОСКОВСКИЙ». МОСКОВСКИЙ ПР., 97А

В СВЕТЕ ЦИФРОВОГО ФОРУМА, КОТОРЫЙ НЕДАВНО СОСТОЯЛСЯ В ПЕТЕРБУРГЕ, «**БИЗНЕС ДНЕВНИК**» ПОГОВОРИЛ С ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ КОМИТЕТА ПО ИНФОРМАТИЗАЦИИ И СВЯЗИ. ДЕНИС ЧАМАРА РАССКАЗАЛ, СКОЛЬКО СОГЛАШЕНИЙ ЗАКЛЮЧИЛ ГОРОД И КАКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ БОЛЬШЕ ВСЕГО ТРЕБУЮТ ЦИФРОВИЗАЦИИ.

_ЕКАТЕРИНА ВЕБЕР / _МАКСИМ СЮ

ПЕТЕРБУРГ ГОТОВ СТАТЬ ЦИФРОВОЙ СТОЛИЦЕЙ РОССИИ

«БД»: Какие соглашения, заключенные на Цифровом форуме, Вы считаете самыми важными?

ДЧ: Город заключил девять соглашений, которые помогут развивать его как «умный», открытый и комфортный. Важные, безусловно, все. В сотрудничестве с крупными отечественными и международными компаниями мы совершаем рывок и перестраиваем городское хозяйство для достижения цели, которую мы наметили, – сделать наш город цифровой столицей России.

Так, город подписал значимое соглашение с Ленинградской областью о создании единого информационного пространства «Безопасный регион». Для контроля за ситуацией в населенных пунктах города и области планируется объединить службы 112, а также системы видеонаблюдения и фиксации транспортных правонарушений.

Санкт-Петербург со дня своего основания является городом успешного запуска новых технологий и сегодня готов стать столицей цифровой экономики. Такую амбициозную задачу ставит губернатор, и федеральный центр такое стремление поощряет. Все условия для этого есть, далее предстоит серьезная и кропотливая работа».

Кроме того, среди соглашений, к примеру, многостороннее о подготовке профильных кадров для «цифры», договоренности с компаниями Huawei, «Вымпел-Коммуникации», а также «Центром речевых технологий», АНО «Цифровая экономика».

«БД»: Что это дает городу?

ДЧ: По сути, это дает городу право использовать технологии этих компаний. Нельзя находиться в вакууме. Перед нами стоит задача создания комплексной системы управления городом, которая предусматривает полную автоматизацию и цифровизацию всех сфер жизни.

«БД»: Кто является «двигателем» процесса цифровизации? Наука, бизнес?

ДЧ: На мой взгляд, основная движущая сила, драйвер развития – это бизнес. Предприниматели в Северной столице довольно быстро реагируют на возникающие в обществе запросы.

Но ведущие вузы, я бы сказал, идут в ногу с бизнесом, становятся площадками для создания передовых ИКТ-кластеров. Так что явных лидеров тут нет. И это хорошо. Можно говорить даже, что возникает конкуренция, которая ускоряет развитие технологий.

Образование всегда играет важную роль. Простой пример: все больше и больше школ в Петербурге вводят в расписание занятия по робототехнике. И если для детей это вещь интересная и интуитивно понятная, то для людей старшего поколения это что-то из области футуризма. Но это не футуризм. Это жизнь.

Не зря первый заместитель руководителя Администрации президента РФ Сергей Кириенко на Цифровом форуме сравнил выполнение задач цифрового прорыва по масштабу с атомными и космическими проектами советской эпохи. И, поверьте, это не просто красивые слова. Если не развивать эти технологии, нас ждет стагнация.

«БД»: Какая задача у власти в этом процессе?

ДЧ: Гармонизация процесса в целом, создание комфортной среды для внедрения таких технологий – построение правильной экосистемы. Считаю, что наш город справляется с этой задачей.

«БД»: Какие направления наиболее перспективны с точки зрения внедрения «цифры»?

ДЧ: Больше всего цифровизации требует жилищно-коммунальное хозяйство города. К слову, на Цифровом форуме внимание на этом акцентировал и губернатор Петербурга Александр Дмитриевич Беглов. Эта сфера нуждается в разработке глобальной стратегии острее всего.

«БД»: В большинстве новостроек можно встретить «умный» домофон или «умный» шлагбаум. Есть ли сложности при внедрении таких технологий?

ДЧ: Да, в нашем городе существуют современные кварталы, полностью отвечающие всем требованиям. Однако старый фонд «умными» технологиями пока не охвачен. Здесь поле для деятельности колоссальное.

А так цифровизации подвержены все области нашей жизни в большей или меньшей степени: безопасность, образование, медицина и многие другие сферы.

«БД»: Какие районы города самые «цифровые»?

ДЧ: Самый насыщенный «умными» технологиями – Петроградский район. Сейчас мы переносим его успешный опыт на другие районы, в частности, Центральный и Красногвардейский.

Но как бы там ни было, главный ориентир – это запросы населения. Например, проанализировав обращения жителей Фрунзенского района, мы выяснили, что у них есть потребность в «умных» парадных. И когда началось активное внедрение этих технологий, реакция бизнеса, насколько я знаю, была неоднозначной. Заволновались, конечно, производители домофонов. Но нужно понимать, что первостепенная задача города в этом случае – создание комфортной среды для жителей.

«БД»: Компаниям, которые производят «умные» технологии, сейчас есть чем заняться?

ДЧ: Более чем. Такая продукция, я не сомневаюсь, будет востребована еще очень долгое время. Главное, чтобы она максимально подстраивалась под спрос, модифицировалась, была гибко настраиваемой.

Кстати, «умные» технологии делают более продуктивным и производство. Недаром крупные государственные корпорации уже давно используют системы искусственного интеллекта, которые позволяют планировать деятельность на основе больших данных.

«БД»: Какие сейчас планы у Комитета по информатизации и связи? Что ждать от города в сфере цифровизации в ближайшей перспективе?

ДЧ: Сейчас в Северной столице развивается множество проектов, в основе которых лежат инновационные технологии. Так, мы планируем расширять функционал видеокамер. Ведь современные камеры – это не просто источник видеоизображений, но и устройства мониторинга с широким функционалом. С их помощью можно определять уровень загрязнения атмосферного воздуха, уровень шума, плотность потока транспорта... Все это – востребованные технологии.

Также ведется разработка платформы для взаимодействия с промышленностью, бизнесом, инвесторами. Эти сервисы сделают более понятными вопросы, связанные с имуществом: начиная от аренды помещений, заканчивая их выкупом.

Кроме того, запущены и уже успешно работают сервисы «Единая карта петербуржца» и «Электронный дневник». На финальной стадии находится разработка программ «Цифровой бюджет» и «Цифровой генплан».

По оценкам первого заместителя руководителя Администрации президента РФ Сергея Кириенко, Санкт-Петербург входит в число лидеров в сфере освоения цифровой экономики наряду с Москвой и Казанью.

ДЕНИС ЧАМАРА

В 1998 году окончил Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций имени профессора М. А. Бонч-Бруевича по специальности «Экономика и управление на предприятии связи». Квалификация – экономист-инженер.

В 2000 году начал работу в отделе информационно-аналитического обеспечения Комитета по информатизации и связи.

19 декабря 2016 года был назначен на должность главы Комитета по информатизации и связи.

Является государственным советником Санкт-Петербурга 2 класса.

КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ В ФОРМАТЕ B2B

ЕСЛИ ВЫ СЧИТАЕТЕ СЛОВО «КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ» ПУСТЫМ ЗВУКОМ, ТО ЗРЯ. ТАКАЯ САМОНАДЕЯННОСТЬ МОЖЕТ ПРИВЕСТИ К КАТАСТРОФИЧЕСКИМ ПОСЛЕДСТВИЯМ. В ЗОНЕ РИСКА НЕ ТОЛЬКО ГОСУДАРСТВЕННЫЕ КОРПОРАЦИИ, ГИГАНТЫ РЫНКА, НО ДАЖЕ МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ. КАК ЗАЩИТИТЬ СВОЮ КОМПАНИЮ, РАССКАЗАЛИ В «РОСТЕЛЕКОМЕ».

_ПРЕСС-СЛУЖБА РОСТЕЛЕКОМ / _БОРИС БАУМАН

УМЕНИЕ идти в ногу со временем, применять инновационные IT-решения и оперативно реагировать на угрозы извне – вот залог развития успешной современной компании, уверен директор по работе с корпоративными и государственными сегментами «Ростелеком Северо-Запад» **Тимофей Абраменко**. В качестве примера он приводит ситуацию с канадской телекоммуникационной компанией BlackBerry. Некогда успешное предприятие не смогло ответить на новые вызовы и потерпело крах.

«Компания BlackBerry была гигантом рынка, но не смогла вовремя внести изменения в свою деятельность, – отмечает Тимофей Абраменко. – В частности, страдала скорость доставки информации в “облако”. Между тем именно BlackBerry был одним из родоначальников и создателей отличного корпоративного сервиса... Но не успели перестроиться. И провалились».

Мнимое благополучие

Эксперт подчеркивает: потребности бизнеса меняются очень быстро. И главная задача телекоммуникационных компаний – быть надежным партнером, помогая отвечать на вызовы времени.

Одна из самых опасных угроз для бизнеса сейчас – это хакеры. Причем в зоне риска не только крупные корпорации, но и небольшие компании. То есть все.

Как отмечает директор по развитию бизнеса по информационной безопасности «Ростелеком Северо-Запад» **Алексей Богомолов**, обеспечение кибербезопасности необходимо во всех сферах: банковской, промышленной, энергетической, в государственном секторе...

«Яркий пример – медицина. Чем больше филиалов у клиники, тем выше риск. И тем более прочной должна быть защита, поскольку все филиалы обмениваются информацией через сеть», – поясняет Алексей Богомолов.

«Мне пришло, и я открыл»

Отдельная тема – работа с персоналом. Как отмечает Алексей Богомолов, далеко не все сотрудники компаний знают о том, что нельзя переходить по подозрительным ссылкам и вводить пароль от своей почты на сторонних сайтах. Хотя, казалось бы, это такая мелочь...

«Статистика говорит о том, что на удочку мошенников попадает каждый пятый сотрудник финансово-экономической службы предприятия и каждый четвертый – юридической, – утверждает специалист. – Тревожные показатели. Представьте, что будет, если компания состоит из 500 человек, и каждый четвертый станет оставлять свои данные мошенникам. Рано или поздно хакеры получат доступ ко всей сети! “Инфобез” – это сейчас вопрос номер один для бизнеса. Это вопрос выживаемости».

По словам экспертов, дать отпор мошенникам реально, если правильно выстроить защиту. Так, для бизнеса разработана Единая платформа сервисов кибербезопасности (ЕПСК).

Она включает в себя три сервиса: по защите от сетевых угроз, по защите электронной почты и по защите веб-приложений. Их можно использовать одновременно и по отдельности. Применение платформы обеспечивает защиту информации в круглосуточном режиме. Кроме того, с помощью ЕПСК капитальные затраты на кибербезопасность можно перевести в операционные.

«С ее помощью расходы на информационную безопасность можно прогнозировать, – подчеркивает Алексей Богомолов. – Бизнес видит это и ценит».

Бизнес активно пользуется услугой «ВИРТУАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ОБРАБОТКИ ДАННЫХ».

С ее помощью можно разместить на облачной платформе информационные системы, приложения и веб-сайты.

Высокая безопасность размещения данных подтверждена сертификатами ФСБ, ФСТЭК, PCI DSS и аттестатом облачной платформы.

Не менее важен сервис по управлению навыками информационной безопасности. Он нужен, чтобы сотрудники компаний не переходили по подозрительным ссылкам, умели определять опасные сайты и выбирать безопасные пароли.

«Такое обучение сокращает возникновение нежелательных ситуаций минимум в два раза», – констатирует Алексей Богомолов.

В «Ростелекоме» подчеркивают: развивать эту сферу компания просто так бы не стала.

«С точки зрения ведения бизнеса, разработка сервисов по обеспечению информационной безопасности – это очень перспективное направление, – говорит Тимофей Абраменко. – Прибыль нашей компании в этом сегменте увеличивается в разы, поскольку кибербезопасность становится важнейшей потребностью рынка».

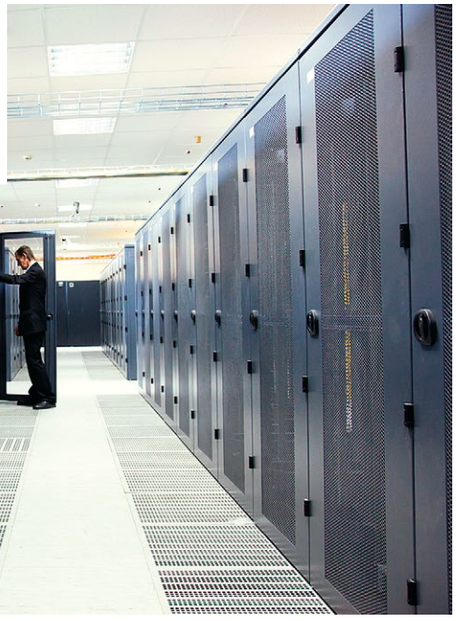
Нужны «белые хакеры»

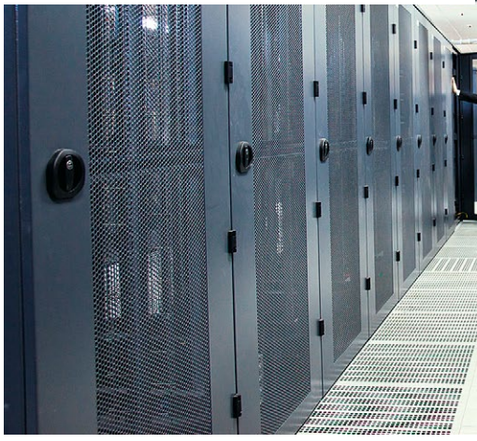
Тимофей Абраменко подчеркивает, что стать киберпреступником в современном мире легче, чем 10 лет назад.

«Набор инструментов для преступлений в киберсфере теперь гораздо доступнее. Если еще некоторое время назад хакерами становились опытные программисты, то теперь взломать сеть или запустить вирус может обычный школьник, случайно прочитавший "вредные советы" в интернете, – сетует эксперт. – Само по себе хакерство превратилось в бизнес. Главная цель у кибермошенников, которые объединяются в группы, одна. Нажива».

При этом Тимофей Абраменко и Алексей Богомолов в один голос утверждают: в России хватит специалистов, чтобы справиться с возникшей угрозой. На каждого киберпреступника найдется свой «белый хакер».

«Мы не боимся хакеров. Ощущаем в себе силы отразить любую кибератаку, готовы к всплескам активности киберпреступников. Каждый год количество специалистов, отвечающих за информационную безопасность, увеличивается в нашей компании, – рассказывает Тимофей Абраменко. – Кадровый голод существует, поэтому мы проводим огромную работу с вузами. Недавно в центре "Сириус" прошли всероссийские соревнования по информационной безопасности "Кибервызов: новый уровень". В них приняли участие 40 лучших студентов со всей России, молодых талантов. Именно в их руках будет обеспечение кибербезопасности в нашей стране!»





Тимофей АБРАМЕНКО

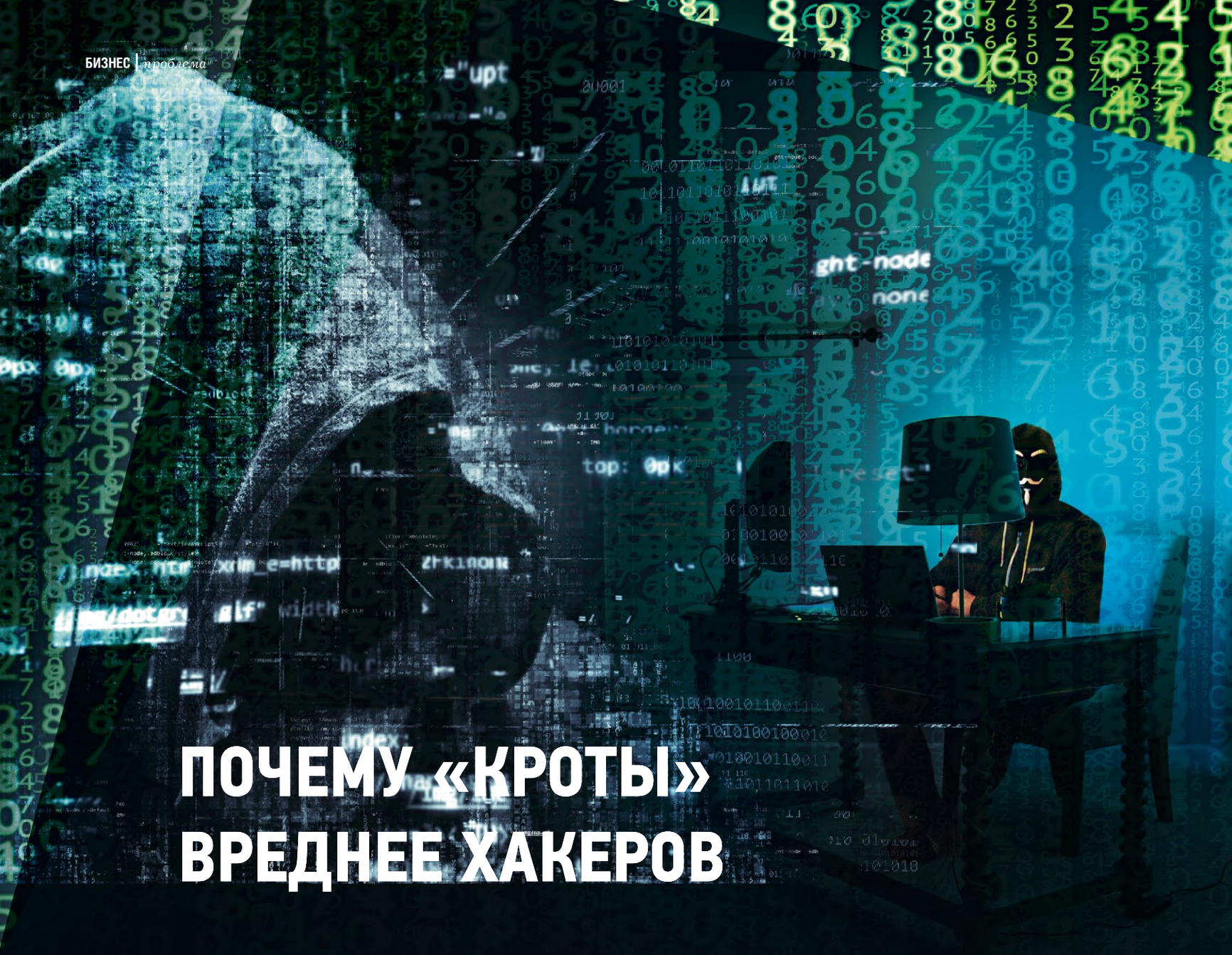
ДИРЕКТОР ПО РАБОТЕ С КОРПОРАТИВНЫМИ И ГОСУДАРСТВЕННЫМИ СЕГМЕНТАМИ «РОСТЕЛЕКОМ СЕВЕРО-ЗАПАД»

«В некоторых компаниях говорят: "Кибербезопасность? У нас и так все хорошо". Так ли это на самом деле? Увы. Мы предлагаем предприятиям проверить, насколько они устойчивы к кибератакам, и проводим мониторинг. Показываем, как работают наши системы (это называется "информационный аудит"). И если вначале было "у нас и так все хорошо", то, увидев реальное положение дел, сотрудники отдела информационной безопасности иногда стесняются показывать итоговый отчет руководству. Такой подход дает возможность выявить слабые места и защитить себя в будущем. Гораздо выгоднее предотвратить угрозу, чем потом ликвидировать ее последствия».

Алексей БОГОМОЛОВ

ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ «РОСТЕЛЕКОМ СЕВЕРО-ЗАПАД»

«Надо понимать, что киберугроза – это уже не страшная сказка. Это реальность. Банковский сектор уже пришел к этому пониманию, онлайн-ритейлеры – тоже. Сейчас убеждаются в этом представители и других направлений».



ПОЧЕМУ «КРОТЫ» ВРЕДНЕЕ ХАКЕРОВ

ВОПРОСАМИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СЕГОДНЯ ИНТЕРЕСУЮТСЯ НЕ ТОЛЬКО АКУЛЫ БИЗНЕСА, НО ДАЖЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ. КОГО НАДО БОЛЬШЕ ОПАСАТЬСЯ: СОБСТВЕННЫХ СОТРУДНИКОВ ИЛИ ХАКЕРОВ? КАК ЗАЩИТИТЬ СВОЕ ДЕЛО В «ЦИФРОВОМ» ПОЛЕ? ОТВЕТЫ – В МАТЕРИАЛЕ КОРРЕСПОНДЕНТА «БД».

_КОЛЛАЖ МАРИНА КАМИНСКАЯ / _ЯКОВ КРАЙНИЙ

СЛАБЫМ звеном в системе информационной безопасности (ИБ) отечественного предпринимательства остается внутренний сотрудник. Но ухо надо держать востро и снаружи: эксперты полагают, что уровень внешней опасности растет, так как желающих стащить из компаний хоть что-нибудь информационно ценное становится все больше.

Статистика Аналитического центра компании InfoWatch свидетельствует: в прошлом году в России было зарегистрировано 270 случаев утечки конфиденциальной информации из компаний и орга-

ЗА ДВА ПОСЛЕДНИХ ГОДА ЧИСЛО СЛУЧАЕВ УТЕЧКИ КОНФИДЕНЦИАЛЬНЫХ ДАННЫХ УВЕЛИЧИЛОСЬ НА

13%

ДО УРОВНЯ В 78% ОТ ВСЕХ ИНЦИДЕНТОВ, ПОВЛЕКШИХ ЗА СОБОЙ КОМПРОМЕТАЦИЮ ИНФОРМАЦИИ ОГРАНИЧЕННОГО ДОСТУПА.

низаций (на 6% больше, чем в 2017-м). Но это только вершина айсберга: авторы исследования признают, что «из-за высокого уровня латентности инцидентов оно охватывает не более 1% случаев предполагаемого совокупного количества утечек». При этом не так страшен внешний «черт», как наличие проблем внутри предприятия, поскольку 90% утечек – результат внутренних нарушений системы ИБ.

Однако самое неприятное состоит в том, что, вопреки мировой тенденции, в России число случаев утечки конфиденциальных данных по вине сотрудников не сокращается, а растет. И главной проблемой в этом направлении остается соблюдение правильного баланса между открытостью современного цифрового бизнеса и сохранением его секретов.

Закрыть нельзя открыть

Специалисты уверены: от того, где в этой фразе ставится запятая, во многом зависит ситуация с ИБ. Причем баланс в системе «открыть-закрыть» бывает настолько хрупким, что лишнее движение как в ту, так и в другую сторону ведет к неминуемым потерям.

«Нужно понимать, что сама функция ИБ, в зависимости от модели и направления бизнеса, может выступать как в качестве драйвера его развития, так и как некий “налог”, который он в любом случае обязан заплатить», – считает директор по кибербезопасности ОВІ Дмитрий Мананников.

Тот факт, что все понимают суть действия системы ИБ по-разному, на практике постоянно находит подтверждение. Например, один из участников панельной дискуссии в рамках II Петербургского цифрового форума рассказал случай, когда в крупной компании, попавшей в сложную ситуацию, служба безопасности потребовала от специалистов, готовых помочь, пройти проверку на полиграфе. «Это вполне можно расценивать как попытку “торможения” бизнеса», – считает Дмитрий Босиков, заместитель генерального директора «ИнфоТеКС». Он констатирует, что специалист, занимающийся разработкой ПО на современном мировом инновационном уровне, «должен иметь возможность делать это 24 часа в сутки в любой точке мира». Правда, у этой открытости есть и оборотная сторона: когда удаленный специалист работает под своим кодом в общей системе, полной уверенности в том, что это именно он, а не кто-то другой, нет.

В этой связи эксперты приходят к однозначному выводу: единых для всех рецептов создания и развития системы ИБ нет. Для каждого конкретного бизнеса нужно создавать индивидуальную систему защиты конфиденциальной информации, способную не мешать ему развиваться и одновременно предупреждать всевозможные утечки данных. И здесь принципиально важными становятся вопросы подготовки нужных кадров (и получения ими необходимых современных компетенций), а также законодательного нормирования «можно» и «нельзя».

> *Во многих странах мы наблюдаем крен в сторону технически более простого административного регулирования безопасности данных через повышение штрафов и ужесточение требований. На фоне этого общемирового тренда регуляторная политика в России по-прежнему выглядит довольно мягкой. На мой взгляд, эти данные должны быть защищены не хуже, чем гостайна».*
>
> **Наталья КАСПЕРСКАЯ, президент ГК InfoWatch**

Сколько стоит ваша тайна?

Оценивая эту проблематику, профессионалы сразу говорят о дефиците персонала: если толкового программиста-разработчика найти сложно, но можно, квалифицированные «безопасники» – вообще «товар» штучный. Отчасти это объясняется тем, что выпускники приходят в компании «сырыми», считает директор по информационной безопасности Ассоциации ФинТех Лев Шумский. Чтобы качество их подготовки соответствовало требованиям работодателей, разрабатывается профессиональный стандарт, который с 1 января 2020 года станет обязательным для госкорпораций.

Но многие профессионалы-практики уверены: на деле наличие разрешительных документов и сотрудника ИБ вовсе не означает сохранность секретов. Аналитика InfoWatch показывает, что наибольший процент умышленных утечек в России приходится на такие отрасли, как банки и финансы (70%), высокие технологии (65,2%), а также промышленность и транспорт (60%). А ведь именно в них системы ИБ традиционно считаются наиболее сильными и компетентными.

Эксперты отмечают, что зачастую «порядок на бумаге» оказывается лишь «ширмой для контролеров». Многие из них уверены: пока уровень штрафов и других наказаний за утечку конфиденциальных данных слишком лоялен и не превышает нескольких десятков тысяч руб., «бумажная» безопасность будет жить.

ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТА

«Обкатка» стандарта и подготовленных с учетом его норм программ обучения через 5–6 лет позволит получать специалистов ИБ того уровня, который действительно необходим.

▸▸▸ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 10

▸▸▸ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 8

«В сфере разработки ПО баланс между закрытостью и открытостью подчас приходится сильно сдвигать в сторону расслабления. И малейшая попытка заставить сотрудников работать только в офисе под пристальным вниманием службы безопасности ведет к тому, что ты становишься неконкурентоспособен».

Дмитрий БОСИКОВ, заместитель генерального директора ОАО «ИнфоТеКС»

«Нам не удалось найти ни одного случая, когда база данных была бы оценена компанией и принята на баланс как нематериальный актив, – говорится в отчете InfoWatch за 2018 год. – Это означает, что за разговорами о ценности данных не стоит реальной оценки актива. А если нет оценки, нет и потенциального ущерба». Увы, ни одна громкая история об утечке данных в России не закончилась отставкой руководства, выплатой многомиллионных компенсаций и существенным падением бумаг публичных обществ. Но как только штрафовать станут по-крупному, на сотни тысяч или миллионы, компании сами начнут принимать жесткие меры по соблюдению ИБ.

По мнению Льва Шумского, чтобы решить этот вопрос не формально, а на принципиальном уровне, нужно объединить усилия государства и бизнеса – как в деле подготовки кадров, так и разработки условий деятельности систем ИБ.

При этом каждый бизнес будет решать проблему качества систем ИБ в зависимости от его масштаба и перспектив, считает Дмитрий Мананников. В пример он привел Сбербанк, который процессу цифровой трансформации (и функционированию системы ИБ в том числе) уделяет первостепенное внимание, особенно кадрам в этой системе. Ощутив нехватку компетентных специалистов, банк начал самостоятельно их готовить. «Возможно, так станут поступать и другие крупные компании», – заметил эксперт.

Тот факт, что не формальному, а реальному соблюдению мировых стандартов ИБ надо уделять много внимания, подтвердил и глава службы ИБ «Байер СНГ» Артем Воробьев. «Их полное соответствие принятым в мире нормам является необходимым требованием ведения бизнеса и самым непосредственным образом сказывается даже на котировке акций предприятия», – отметил он, имея в виду крупные компании международного масштаба.

А вот малый бизнес, скорее всего, в развитии систем ИБ пойдет по несколько другому пути.

«Несмотря на увеличение числа всяческих систем безопасности в автомобиле, средняя скорость его движения постоянно растет. Так и здесь. Не факт, что внедрение систем ИБ означает “торможение” бизнеса: рост числа внутренних ограничений зачастую ведет к увеличению его внешней свободы».

Дмитрий МАНАННИКОВ, директор по кибербезопасности ОВІ

Чужие здесь ходят?

Очевидно, что в малом бизнесе «заводить» не только службу, но даже собственного сотрудника по ИБ порой откровенно невыгодно: стоят его услуги дорого, а функционал слишком узок для работы в компании из десятка человек. Означает ли это, что думать об ИБ в такой фирме вообще не надо? А если есть что охранять, каким образом надо решать проблему?

Большая часть специалистов считает, что в этом случае надо идти по пути аутсорсинга. Ведь если бухгалтерию «малыша» ведет сторонняя организация, профессионально оказывающая такие услуги, то почему бы и сервис в рамках системы ИБ не оказывать другой компании? «Если предприятие готово допустить специалистов со стороны к необходимым им данным и ресурсам, это, скорее всего, будет правильным шагом», – считает Сергей Булович, региональный представитель по СЗФО «Лаборатории Касперского».

Вместе с тем эксперты констатируют, что целостная система оказания услуг в сфере ИБ в формате аутсорсинга в России пока не сформирована. Да, на частном уровне какой-то сторонний «компьютерщик» большую часть малых предприятий всегда курирует. Однако в этом, самом распространенном случае о построении какой-либо эффективной системы ИБ речь не идет: все ограничивается стандартным набором встроенных услуг, который любой мало-мальски грамотный хакер «ломает» на спор.

И здесь снова возникает вопрос доверия к стороннему специалисту и компании: с учетом того, что часть малого бизнеса у нас работает в «серой» (и даже «черной») зоне, далеко не всегда такие предприятия хотят делиться с кем-то информацией, утечка которой может привести к негативным последствиям. А вдруг «сдадут»?

Очевидно, что, как и в случае с гражданами, интерес потенциальных покупателей конфиденциальной информации возникает не ко всем компаниям и организациям. И если данные о «малыше», систематически выигрывающем тендеры на сотни миллионов руб., наверняка будут востребованы, деятельность приюта для бездомных собак, живущего на пожертвования, мало кому интересна.

На самом деле исследователи выяснили, что чаще всего как в России, так и в мире «утекают» персональные данные, вслед за которыми злоумышленников интересуют коммерческая тайна и ноу-хау, платежная информация и гостайна. И если по первому пункту РФ и мир почти на равных, по третьему у нас троекратная разница. Что касается наиболее интересных для злоумышленников отраслей экономики, в 2018 году, по сведениям InfoWatch, самыми привлекательными для них оказались банковские и страховые компании, а также предприятия сферы высоких технологий и промышленности наряду с государственными организациями. Если во многих других секторах экономики утечки носили случайный или непреднамеренный характер, в этом случае более половины были умышленными.

При этом, что бы там ни говорили злоумышленники, цель у них всегда одна: скопировать данные из системы и продать их первому, кто купит.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОКА СЛАБО ПРИЖИВАЮТСЯ НА РОССИЙСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРОИЗВОДСТВАХ – ВО МНОГОМ ИЗ-ЗА ДЕФИЦИТА СПЕЦИАЛИСТОВ, СПОСОБНЫХ РАБОТАТЬ НА СОВРЕМЕННОМ ОБОРУДОВАНИИ. КАК РАСТИТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННИКОВ, А ТАКЖЕ ПОЧЕМУ В РОССИИ ЕЩЕ НЕТ ПРОМЫШЛЕННОГО ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ, ВМЕСТЕ С ЭКСПЕРТАМИ РАЗБИРАЛСЯ КОРРЕСПОНДЕНТ **«БД»**.

ДОГНАТЬ И ПЕРЕГНАТЬ

_ FREEPIK.COM, LENNY KUHNE ON UNSPLASH

_ЮЛИЯ ДЕРЯБИНА

ПО ТЕМПАМ внедрения робототехники российские промышленные предприятия сейчас значительно уступают зарубежным. Согласно отчету Национальной Ассоциации участников рынка робототехники (НАУРР), за прошлый год российские производства были оборудованы 860 роботами. Относительно данных 2017 года количество «умных» машин в промышленном секторе увеличилось на 21%. Для сравнения: всего в мире за прошлый год человеческий труд заменили 384 тысячи единиц техники.

В свою очередь, только в Китае в 2018 году было внедрено 133,2 тысячи промышленных роботов.

Поэтому громкое название панельной дискуссии «Трансформация промышленных предприятий. Роботизация производства. Индустрия 4.0» на втором Петербургском цифровом форуме участники поспешили поправить. **АЛЕКСАНДР ЛОПОТА**, директор – главный конструктор, председатель правления НАУРР в ЦНИИ РТК (Центральный научно-исследовательский и опытно-конструкторский институт робототехники и технической кибернетики), заметил, что большинство предприятий, которые сейчас активно занимаются автоматизацией производственных процессов и роботизацией, относятся к «Индустрии 3.0».

Среди основных факторов, которые тормозят новую техническую революцию на производствах, – отсутствие инфраструктуры, недостаток собственных технологий и нехватка квалифицированных специалистов.

▸▸▸ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 12

“Индустрия 4.0” – высокоадаптивные производственные кастомизированные линии с возможностью взаимодействия как с внешней средой, так и с киберфизическими системами. Получается, что все компании у нас еще не достигли этого уровня. Мы должны вкладываться в то, что даст точки роста в ближайшие 10 лет. Системы интеграции, автоматизации и управления никто из западных стран за нас не сделает. В этом ключе и надо развиваться, здесь у нас есть точки роста: вузы и школы».

Александр ЛОПОТА, директор – главный конструктор, председатель правления НАУРР в ЦНИИ РТК

▸▸▸ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 11

Владимир ДОЖДЕВ,
директор Департамента цифровых технологий Министерства промышленности и торговли РФ

«Прежде всего, каждому предприятию необходимо понять, где оно находится в цепочке от "Индустрии 1.0" до "Индустрии 6.0", уже покорившейся нескольким гигантам рынка. Для этого мы разработали методику оценки уровня цифровизации предприятий в виде матрицы. Ее можно примерить на себя и оценить бизнес-процессы, IT-ландшафт, материально-техническую базу с точки зрения поставленных задач».

Каждый сам по себе

Кейсом удачной автоматизации производства с нуля поделился **НИКОЛАЙ ДМИТРИЕВ**, директор по развитию проектов ООО «НПО "СтарЛайн"». Его компания более 31 года работает на рынке автосигнализаций и устройств телематики, большую часть деятельности посвятила торговле китайскими системами защиты от взлома.

Завод площадью 75 тысяч кв. метров с автоматизированными линиями производства, используя опыт других предприятий, удалось построить в кратчайшие сроки – за три года. На нем разместились производство пресс-форм, металлообработка, литье пластика и изделий из пластмассы, в том числе трехкомпонентного пластика. За смену выпускается 10 тысяч изделий, готовую продукцию закупают в 52 странах мира. На заводе трудятся 900 сотрудников, 600 из которых – разработчики. Кстати, для работы на нероботизированных линиях потребовалось бы более 5 тысяч сотрудников.

Основные трудности у компании возникли из-за разнообразия программного обеспечения на рынке и разобщенности разработчиков. Как правило, поставщики изготавливают программное обеспечение только для одного аппарата и забывают об инфраструктуре.

Николай ДМИТРИЕВ,
директор по развитию проектов ООО «НПО "СтарЛайн"»

«Когда поставишь оборудование, пропишешь технологические процессы, то столкнешься с "зоопарком" IT-решений. Представьте, что вы делаете высокоточное изделие, выращиваете его из металла. Чтобы придать ему конечную форму, нужно 3D-модель передать на фрезерный станок с числовым программным управлением. Выясняется, что одна компания сделала машину, которая выращивает деталь, другая компания – обрабатывающую, и вам нужно организовать на лету между ними обмен данными. Иначе процесс разрывается, и приходится переделывать выходное изделие».

Пятнадцатилетний цикл

По мнению экспертов, внедрение новых технологий в производства не уничтожит рынок труда, а создаст альтернативные рабочие места. Например, роботами придется кому-то управлять, также нужно будет их ремонтировать. В результате изменится набор необходимых для трудоустройства навыков и умений.

На мировом рынке роботизации лидирует автопром.

В 2018 году на его предприятиях было установлено около

166

ТЫСЯЧ РОБОТОВ,

что на

6%

меньше, чем годом ранее.

На российских автоконцернах трудятся всего

378

РОБОТОВ.

В среднем профессиональная подготовка разработчика занимает 15 лет, из которых первые пять уходят на знакомство с рабочим процессом, еще пять – на практическое применение накопленных знаний и оттачивание мастерства, а последние пять – на получение управленческих компетенций, подсчитал Александр Лопота. Когда выпускник вуза приходит на производство, ему нужно два-три года только на адаптацию. При этом некоторые студенты, начавшие профессиональную деятельность параллельно образовательной, успевают пройти все стадии за 10 лет.

В Петербурге функционирует 86 колледжей, в Ленобласти – 20. Однако, по мнению **АЛЕКСАНДРА ГАБИТОВА** (Региональное объединение работодателей «Союз промышленников и предпринимателей Ленинградской области»), без помощи производственников учебные заведения не могут понять, кого и как обучать, какие специалисты нужны предприятиям. В итоге учеба в средне-специальном образовательном учреждении становится лишь продолжением освоения школьной программы, а не началом работы на производстве.

Александр ГАБИТОВ,
президент РСПП ЛО

«Дуальная система образования – выход из кризисного положения. В мировой практике специалист не может пойти учиться в колледж, если он не знает, куда пойдет работать после его окончания. Знай абитуриент во время подачи документов на учебу, куда пойдет затем работать, было бы прекрасно. Общественники выясняют у крупных предприятий, таких как "Водоканал", Тихвинский вагоностроительный завод и т.д., сколько сотрудников через четыре года выйдет на пенсию. Если бы предприятия охотно делились информацией, то мы бы помогли прибавить 75% мест и сделать соответствующий заказ техникумам».

Выйти из матрицы

Способов стимулирования промышленных предприятий к переходу в цифровую эпоху у государства несколько, в том числе присвоение грантов, предоставление займов под 1% годовых компании и другие. В частности, с этого года правительство выделяет прямые субсидии на разработку цифровых промышленных платформ. Итоги отбора первых кандидатов подведут в октябре.

Заметно вырваться вперед можно, только пользуясь всем ассортиментом мер, считает Владимир Дождев, директор Департамента цифровых технологий Министерства промышленности и торговли РФ. На его взгляд, должно пройти время, прежде чем роботизация станет повсеместной.

ПУТЕВКА В БУДУЩЕЕ

_ UNSPLASH, ALEX KNIGHT FROM PEXELS / _ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

ВОПРЕКИ УТВЕРЖДЕНИЯМ СКЕПТИКОВ О ТОМ, ЧТО ЧЕРЕЗ 10 ЛЕТ ПОХОД КЛИЕНТА ЗА ПУТЕВКОЙ В ТУРАГЕНТСТВО СТАНЕТ РЕДКОСТЬЮ, ОПТИМИСТЫ УВЕРЕНЫ: ОФЛАЙН НИКУДА НЕ ДЕНЕТСЯ. ЗАЧЕМ ТУРБИЗНЕСУ «ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ ЛИЦО» В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ?

ЧТОБЫ было понятно, о чем речь, приведем некоторые цифры. По сведениям DATA Insight, в течение последних 8 лет российский рынок eTravel (т.е. продаж туруслуг в электронном, цифровом формате) вырос в объемах в 12 раз, достигнув в 2018 году величины в 850 млрд руб. Он показывает отличную динамику, поскольку в 2017 году прибавил 21%, а в прошлом году – 23%. По мнению генерального директора Level.Travel Дмитрия Малютина, в ближайшие три года каждая четвертая-пятая поездка будет приобретаться удаленно.

Если учесть, что более 90% турбизнеса – малые предприятия, где работает до 10 человек, для них подобная статистика звучит как приговор: если клиент все будет покупать онлайн, на улице окажутся тысячи тех, кто сейчас продает путевки и бронирует другие туруслуги.

Смотрите, кто пришел

Почему туризм уходит в «цифру»? «Главным драйвером роста онлайн продаж являются молодые люди, которые до недавнего времени активно использовали интернет-сервисы для планирования самостоятельных путешествий, – говорит генеральный директор Travelata.ru Алексей Зарецкий. – И хотя предпочтения в плане отдыха у них сменились, выбор способа поиска и оплаты тура остался прежним».

Суть происходящего очевидна: сейчас самыми активными покупателями услуг в сфере туризма становятся представители поколения Z. Люди, родившиеся в эпоху интернета. Те, кто в сети порой общается больше, чем в реальности, и не боится платить кредитной картой. Кто точно знает, чего хочет.

▸▸▸ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 14

▸▸▸ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 13

По этому поводу Паскаль Карон, заместитель директора Global Consulting & Pre-Sales компании «Амадеус», недавно заявил: «Представители этого поколения не хотят смотреть на брошюры, наполненные красивыми фотографиями: они предпочитают видеть фото, сделанные реальными людьми, их сверстниками». А статистика SDS говорит, что 77% таких клиентов никогда не заходили в туристические агентства, а 57% запланировали и организовали поездку на сайтах в интернете. И заманить их в офлайн офис можно только в случае, если в сети они не получат услуг того качества, которое им нужно.

Евгений ДАНИЛОВИЧ, генеральный директор УК «Слетать.Ру»

«Что бы там ни говорили, но, по данным за 2018 год, в режиме онлайн в России было приобретено всего 8% туров. И несмотря на то, что до 85% потенциальных клиентов знакомятся с возможностями организации отдыха в сети, покупать путевку они все равно пока идут в офлайновый агентский офис».

Что может «цифра»

Как выглядит будущее российского туриста? Когда я спросил одного из участников впервые состоявшегося в рамках II Петербургского цифрового форума «круглого стола» о современных технологиях туризма, он словами нарисовал мне картину, от которой захватило дух.

«Прогуливаясь по улице, будущий турист говорит виртуальному помощнику в смартфоне, что "опять хочется в Париж!". Через несколько минут в режиме онлайн у него уже забронированы авиабилеты, отель и трансфер. После этого беспилотный автомобиль везет путешественника в аэропорт, откуда беспилотный же самолет летит с ним в Париж, где все формальности улаживаются в цифровом виде. Там, прогуливаясь по Place de Stalingrad, турист спрашивает смартфон о названии площади – и слушает ее историю...» И хотя сегодня мы говорим про это «фантастика!», специалисты уверены: с учетом скорости, с которой развиваются технологии, не исключено, что послезавтра путевка на отдых будет приобретаться за ужином в процессе общения с виртуальным турагентом, встроенным в телевизор.

Что может «цифра»? Почти все. Выступая на «круглом столе» форума, генеральный директор «Амадеус – информационные технологии» Леонид Мармер назвал 10 ключевых инновационных технологий, которые станут определять будущее туризма. «Еще вчера мы говорили о многих из них как о будущем, а сегодня большая часть применяется уже не в пилотном варианте», – заявил он. Например, технология HoloLens позволяет просматривать внутреннюю часть самолета, чтобы выбрать наиболее подходящее место. Oculus «помещает» вас в гостиничный номер, делая возможной оценку всех его преимуществ до бронирования. А человекоподобный робот, разработанный SoftBank Robotics, способен не только участвовать в разговоре и показывать клиентам фотографии, связанные с местами их отдыха, но уже понимает реакцию людей.

Понятия блокчейн и Big Data, дополненные такими технологиями и процессами, как интернет вещей, «мобилизация» пользователей и цифровая идентификация личности, сделают организацию поездки простой, комфортной и быстрой. В частности, блокчейн годится для отслеживания перемещения багажа при сложных маршрутах: цифровая метка никогда не потеряется. А Big Data персонифицирует предложение: благодаря этим сведениям организатор всегда будет знать, на каком месте в самолете вы любите сидеть, какой отель или блюдо (и по какой цене) предпочитаете. В результате, с учетом общей цифровизации услуг, поставщики смогут выстроить «матрицу» ваших потребностей: пожелав купить тур в Тунис, вы еще только соберетесь сказать «хочу», а «цифра» уже предложит вам то, что обычно вас вполне устраивает.

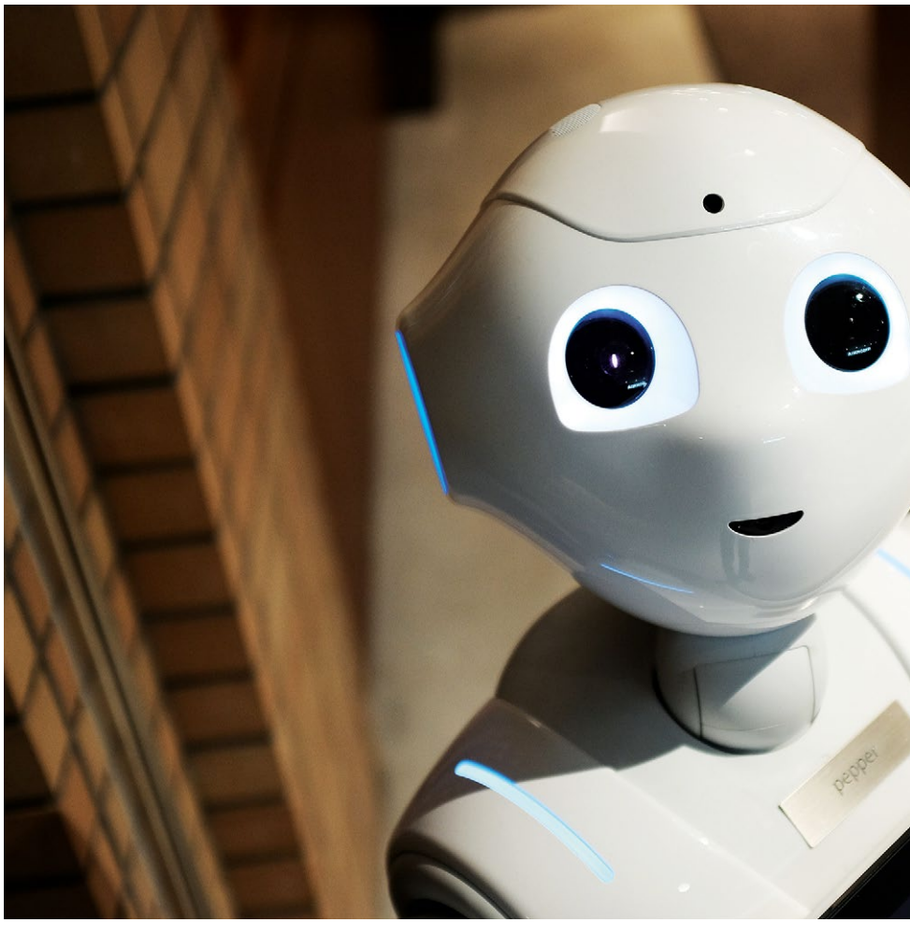
Не случайно эксперты уверены: блокчейн и Big Data наравне с другими цифро-

Есть ли в процессе «оцифровки» туристического бизнеса положительные стороны? Безусловно. «Благодаря применению облачной системы доступа и возможности работать из любой точки мира в компании удалось втрое сократить размеры фонда оплаты труда и вдвое снизить затраты на бизнес-процессы», – заявила во время дискуссии Анисия Евдокимова, генеральный директор туроператора «Фаворит».

По ее словам, благодаря использованию облачных и других современных технологий пакетные туры в Петербург с успехом продает специалист, физически находящийся в... Красноярске. «"Цифра" предоставляет бизнесу возможность стать гораздо более гибким и нанимать на работу сотрудников, которые живут, например, во Владивостоке, что гораздо удобнее для общения с заказчиками в США, – считает эксперт. – Сама реальность заставляет нас использовать передовые технологии, которые вполне доступны при желании это делать». И зачастую применение новых инструментов оказывается делом гораздо более экономически выгодным, чем работа по старинке. Ведь платить менеджеру в Петербурге или Москве надо все же больше, чем в других городах России.

Согласен с этим мнением и основатель проекта Chatme.ai Сергей Шлыков. «Можно привести множество цифр, которые свидетельствуют, что бизнес широко применяет искусственный интеллект потому, что это ему выгодно, – говорит он. – И виртуальный менеджер по туризму не исключение». По оценке Сергея Шлыкова, у такого работника масса преимуществ по сравнению с человеком. Ведь он не болеет. Всегда в хорошем настроении. И не кривится, когда за помощью к нему обращается низкобюджетный клиент...

> *«Виртуальный менеджер по туризму крайне эффективно работает 24 часа в сутки, ничего не забывает, способен быстро обучаться и не знает фразы "не хочу"».*
>
> **Сергей ШЛЫКОВ, основатель проекта Chatme.ai**



Дмитрий АРУТЮНОВ, генеральный директор туроператора «Арт-тур»

«Туризм – бизнес, основанный на эмоциях. От того, кто и как расскажет об отеле или направлении, какие экскурсии, номера и достопримечательности вызовут у клиента самые положительные эмоции, во многом зависит правильный подбор тура и успех предстоящей поездки. А у роботов пока с эмоциями не очень...»

Однако не все так безоблачно. Процесс цифровой трансформации туристического бизнеса тоже имеет «минусы» — особенно для низового (и самого многочисленного) агентского звена. «Если для оператора неважно, кто и как бронирует туры (напрямую или нет), для агента прямое бронирование означает потерю процентов, которые ему платят, — констатирует Николай Мельник из Hottey Tour. — Если к этому добавить расходы на эквайринг, которые "съедают" еще 2% из постоянно снижающегося вознаграждения, доходность агентского бизнеса становится все меньше». «В среднем сейчас агент получает за продажу тура от оператора 7%, и потеря 2% на эквайринг — это достаточно больно», — резюмирует он.

Вместе с тем как этот эксперт, так и многие другие уверены, что самая большая проблема процесса «оцифровки» сферы туризма связана с будущим занятых в ней сейчас людей. Ведь, покупая путевку (или любую другую услугу из сферы туризма) напрямую через интернет, клиент оставляет агента-посредника вне игры.

В ближайшие три года доля онлайн продаж «пакетных» туров на российском рынке может вырасти до

20%

от общего объема их реализации, оцениваемого в

320

МЛРД РУБ.

Но достигнуть даже половины этого объема «пакетный» eTravel сможет не ранее, чем через 8–10 лет.

выми технологиями – это неизбежность. Ведь объем информации в этой сфере, как предполагается, в период до 2025 года увеличится более чем в 10 раз и достигнет 163 зетабайтов – без использования передовых информационных технологий уже никак не обойтись. Однако топ-менеджер Hottey Tour Николай Мельник сразу подчеркивает, что для агентов цифровизация несет как положительные результаты, так и отрицательные.

Леонид МАРМЕР, генеральный директор «Амадеус – информационные технологии»

«В ближайшем будущем мы увидим массовое применение в туризме самых разных новаций, а время, затрачиваемое клиентом на принятие решения в пользу выбора той или иной услуги в режиме онлайн, станет еще более коротким. Если год назад мы говорили, что для этого нужно 9 секунд, сейчас оно сократилось уже до 8. А правильное использование таких инструментов, как Big Data, все чаще позволяет принимать важные маркетинговые решения».

Человеческое не чуждо

Никто не отрицает: три основных критерия цифровизации (релевантность, скорость и интеграция), которые будут определять развитие туризма в дальнейшем, напрямую связаны с использованием передовых технологий. Однако почему тогда исследования Tomas Cook показывают, что две трети из тех, кто изучает возможности своего отпуска в интернете, затем идут к специалисту в турагентство? Более того: часть тех, кто в свое время уже вроде бы «ушел» в онлайн, теперь возвращается в «живой» агентский офис.

«Они по-прежнему ценят разговор лицом к лицу с экспертом по путешествиям, который может помочь им организовать поездку, наилучшим образом соответствующую их потребностям», – делают выводы специалисты. Илья Иткин, генеральный директор PAC GROUP, замечает, что «клиентами операторов по-прежнему являются те, кто в силу разных причин либо не может самостоятельно использовать современные онлайн технологии бронирования туристических услуг, либо не хочет этого делать».

Да и на состоявшемся в рамках II Петербургского цифрового форума «круглом столе» эксперты сошлись во мнении, что говорить о «смерти» туристического офлайна явно преждевременно.

В частности, генеральный директор УК «Слетать.Ру» Евгений Данилович убежден, что «в течение ближайших пяти лет как минимум половина туров все равно будет продаваться в офлайне». «Несмотря на то, что на выбор поездки в этом случае уходит до полутора часов, многие клиенты предпочитают покупать туры именно таким образом, – делает вывод он. – Они уверены, что это является гарантией надежности приобретения». Правда, Евгений Данилович тут же сообщил о разработке в его компании системы, способной по максимуму («до нескольких кликов») упростить процесс реализации тура в режиме онлайн...

Спорить с тем, что в сфере туризма «цифра» со временем будет использоваться все больше, бессмысленно. В нише наиболее дешевых массовых туров, составленных из типичных компонентов-кубиков, она действительно «рулит». И сотрудники, обслуживающие чартерный «пакетный» турбизнес, в первую очередь рискуют быть замененными на виртуальных специалистов. Однако сложные туры по-прежнему будут формироваться с участием компетентного «живого» агента, который не только знает, сколько ночей (и почему) нужно провести в том или ином отеле, но и умеет найти подход к человеку, еще не определившемуся с выбором.

А клиентов, готовых делегировать кому-то (не машине, конечно) всю меру ответственности за тур, у нас еще долго будет предостаточно...

Валентин МИКЛЯЕВ, генеральный директор компании BNOVO

«Современные технологии нужны потому, что они усиливают положительные впечатления гостя или туриста. Клиенты хотят получить услугу здесь и сейчас: если тот или иной сайт не открывается за три секунды, 53% пользователей его закрывают. И профессионалам турбизнеса ничего не остается делать, кроме как правильно использовать этот тренд».

БУМАГА – НОВАЯ РОСКОШЬ В ЭПОХУ DIGITAL*

ДЕВИЗ ТИПОГРАФСКИЙ КОМПЛЕКС

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УСИЛИЛИ ПОЗИЦИИ ТИПОГРАФСКИХ КОМПЛЕКСОВ, ПОЗВОЛИВ ИМ СОЗДАВАТЬ НОВЫЕ ТОВАРЫ И ВЫВОДИТЬ НА РЫНОК САМЫЕ РАЗНООБРАЗНЫЕ ФОРМАТЫ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ. ТЕХНОЛОГИИ ПОМОГЛИ СОВЕРШИТЬ НАСТОЯЩИЙ ПРОРЫВ, ВЫВЕДЯ ТИПОГРАФСКОЕ ДЕЛО НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ.

_ПРЕСС-СЛУЖБА «ДЕВИЗ» / _ФЕДОР РЕЗКИН

ВКЛЮЧИТЕ ВИДЕО

1. Установите приложение GlazzAR** из App Store или Play Market.
2. Наведите камеру смартфона на изображение.
3. Дождитесь окончания загрузки. Изображение должно полностью отображаться на экране.

ДИРЕКТОР петербургской типографии «Девиз» Олег Киселев всегда считал, что развитие цифровых технологий – это скорее плюс, чем минус для полиграфистов. Современные технологии как оказывают влияние на оптимизацию бизнес-процессов, так и помогают находить новые рынки. Экономика подвержена «цифровому тренду», и, как другие сегменты, полиграфия смогла выйти на новый уровень. Реальностью становится то, что еще вчера казалось фантастикой.

Живые картинки

Наглядный пример – взаимодействие цифровых технологий и печати изображений. С помощью специальной программы, установленной на смартфон, фотография оживает и считывается как активная гиперссылка, но уже в гаджете пользователя.

«Это безумно нравится рекламщикам и менеджерам по продажам. Недавно мы посетили представительную фэшн-выставку, и технология произвела настоящий фурор. Для индустрии моды это великолепный инструмент, позволяющий показать модель в динамике, а не только в статичном виде. Это открывает огромные перспективы для всех без исключения отраслей и компаний», – говорит Олег Киселев. И это только часть возможностей: фотография, которая становится своеобразным QR-кодом, способна перенаправлять пользователя как на веб-сайт компании, так и на страницу продаж. Хотя несколько лет назад это было не более чем фрагментом детского фэнтези о Гарри Поттере: фотографии в газете «Ежедневный пророк» из статичных становились фильмами. «Нам показалось это интересным, и мы реализовали это», – рассказывает Олег Киселев.

По его словам, модернизация производства и внедрение цифровых технологий проводились не только для улучшения печати, но и для расширения линейки выпускаемой про-

*ДИДЖИТАЛ
**ГЛАЗАР

Знаете ли вы, что компания Facebook выпускает собственный журнал на бумаге для распространения в бизнес-залах аэропортов и на мероприятиях? Мировая корпорация Google ежемесячно делает сотни тысяч персонализированных почтовых отправлений своим клиентам. Очевидно, мировые гиганты диджитал сами верят в силу печатной информации».

Олег КИСЕЛЕВ, директор петербургской типографии «Девиз»

дукции. Сейчас «Девиз» способен работать в абсолютно эксклюзивных форматах, недоступных другим типографиям.

Точно в цель

Появление цифровых носителей многие поспешили окрестить закатом полиграфии. Время показало поспешность таких выводов. «Доступность информационных технологий привела к росту цифрового шума. Теперь адресат, увидев рекламное сообщение, не читая отправляет его в спам. Чаще за него это делают специальные программы, призванные уберечь пользователя от ненужной информации», – добавляет Олег Киселев. В такой ситуации полиграфисты поняли, что оказались в выигрыше. Оставалось только этим воспользоваться.

«Печатная продукция отличается от других носителей тем, что увеличивает время взаимодействия потребителя с информацией и выводит информацию на новый уровень доверия. Все вместе это вызвало скачок популярности полиграфии как в бизнес-среде, так и у потребителей», – резюмирует генеральный директор типографского комплекса.

Глубинное восприятие

Нейрофизиологи давно изучают поведение людей при использовании цифровых носителей. Ученые пришли к выводу, что человек, получающий информацию с электронного носителя, быстрее испытывает симптомы утомляемости и, как следствие, дефицит понимания и запоминания информации.

Это касается и взаимодействия сообщения с читателем. На рекламное электронное послание реагируют порядка 0,5% получателей, в то время как у бумаги этот показатель – 5,2%.

Рекламщики утверждают: электронное сообщение «живет» ровно столько, сколько требуется для его прочтения. Бумага, попадая в дом, офис, машину респондента, «живет» порядка семи дней и позволяет вовлечь новых пользователей.

Типография в смартфоне

По словам Олега Киселева, мир меняется, и вместе с ним меняется полиграфическая отрасль. Появляются новые направления, в том числе цифровая печать. «Отрасль становится другой. Будущее полиграфии – это тиражи, четко ориентированные на определенную группу по социальному, профессиональному или региональному уровню. Особняком стоит персонификация для любого потребителя, – говорит он. – Люди гораздо лучше воспринимают личные обращения. Обезличенность и массовая рассылка стали синонимом слову “спам”. Другое дело – технология печати персонального обращения к конкретному адресату в рамках одного тиража, и это уже не фантастика».

Высокий уровень доверия к бумаге подтверждают исследования рекламных специалистов.

Если глубина просмотра информации с экрана монитора или гаджета составляет 2–3 страницы, у печатных каталогов этот показатель – 24 страницы!

Дом без книги – человек без души

Книги – еще одно самостоятельное направление, которое продолжает активно развиваться. Безусловно, некоторые предпочитают электронные книги. Однако статистика – упрямая вещь: по данным издателей, в 2017 году оборот книжного рынка составил 75 млрд руб., в 2018 году – почти 80 млрд, на 2019 год прогнозируется 83 млрд руб. Главным драйвером роста теперь выступают продажи через интернет. Таким образом, цифровые технологии изменили каналы сбыта, но не повлияли на спрос.

Личные возможности

Благодаря новым технологиям типографии способны отпечатать даже личный тираж для любого желающего, хотя раньше это было невозможно вообразить. «Для нас важно предоставлять комплекс услуг, быть гибкими в своих предложениях и постоянно совершенствовать свою технологическую базу. Скажем, если раньше мы начинали работу с заказчиком над многостраничными специализированными справочниками и буклетами за полгода, теперь нам достаточно двух недель», – рассказывает Олег Киселев.

Доступность – это когда типографский комплекс становится типографией в смартфоне или на компьютере. Хотя кто-то и сейчас несет заказы в типографии. «Мы внедрили электронный цифровой алгоритм, теперь заказчик может удаленно, используя шаблоны, сконструировать нужный ему продукт. Удаленно оплатить и получить все подтверждающие финансовые документы. Тираж приедет в срок в указанное место или будет распространен среди читателей, указанных заказчиком», – добавляет Олег Киселев. По словам руководителя «Девиза», полиграфисты давно не конкурируют с электронными носителями, а только интегрируют цифровые технологии в свой производственный процесс.

Разумный баланс

Полиграфистам, использующим исключительно традиционные технологии, выживать в условиях современной конкуренции крайне сложно. Хотя офсетная технология по-прежнему доминирует и будет доминировать для печати крупных тиражей с длительным жизненным циклом, цифровая печать заполнит ниши, в которых применять офсет окажется невозможным по экономическим или другим причинам.

Типография – это в первую очередь производство. Однако снабжение, логистика, маркетинг, менеджмент и планирование имеют значительную долю в функционировании общего механизма. Кто уделит должное внимание этим направлениям и интегрируется с цифровыми технологиями, окажется в числе лидеров отрасли. Прошедшая церемония «Предприятие года 2019» только лишний раз доказала это, отметив «Девиз» в партнерской номинации как «Лидера полиграфии СЗФО».

Будущее – почти реальность

Непосредственно полиграфия станет более персонифицированной и адресной, уходя от гиперобъемов к решению локальных задач заказчиков. Как следствие, произойдет сокращение безликих тиражей и увеличение числа заказов – вплоть до одного офлайн экземпляра с учетом анализа личных интересов клиента онлайн.

Разумный баланс офсетных и цифровых технологий печати на одной производственной площадке – это и есть реальность современной успешной типографии. Поиск новых путей возвращения читателя в офлайн – важная социальная миссия печатников, издателей, писателей и журналистов.

«Ведь те, кто читает, всегда будут управлять теми, кто “лайкает” и “свайпает”», – резюмировал Олег Киселев.

РЕКЛАМА

ОБЪЕМ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО РЫНКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В СЕКТОРЕ HORECA ИЗМЕРЯЕТСЯ МИЛЛИАРДАМИ РУБ.

ПО ОЦЕНКЕ ГК «БЕСТЪ», ВСЕГО НА КОНЕЦ 2018 ГОДА В ПЕТЕРБУРГЕ НАСЧИТЫВАЛОСЬ БОЛЕЕ 8,5 ТЫСЯЧ РЕСТОРАНОВ И КАФЕ. В ГОРОДЕ КЛАССИФИЦИРОВАНО (ПОЛУЧИЛИ ЗВЕЗДЫ) СВЫШЕ 1,1 ТЫСЯЧИ ГОСТИНИЦ И ИНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ.

СЕЙЧАС ОНЛАЙН-ИНСТРУМЕНТЫ ОТЕЛЬЕРАМ И РЕСТОРАТОРАМ ПРЕДЛАГАЮТ БОЛЕЕ

100

РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ, А ИСПОЛЬЗУЕТ ИХ ТРЕТЬ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.

БОЛЕЕ АКТИВНОМУ ВНЕДРЕНИЮ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОТЧАСТИ ПРЕПЯТСТВУЕТ НИЗКАЯ ГОТОВНОСТЬ К ИЗМЕНЕНИЯМ, КАК У СОБСТВЕННИКОВ, ТАК И У РЯДОВЫХ СОТРУДНИКОВ.

КЛИЕНТ ПРИХОДИТ ИЗ «ОБЛАКА»

ЦИФРОВАЯ ЭПОХА ДИКТУЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ НОВЫЕ ПРАВИЛА ИГРЫ. ПЕТЕРБУРГСКИЕ РЕСТОРАТОРЫ И ОТЕЛЬЕРЫ В ПОГОНЕ ЗА КЛИЕНТОМ ВНЕДРЯЮТ В БИЗНЕС ВСЕВОЗМОЖНЫЕ IT-РЕШЕНИЯ. КАКИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ НОВШЕСТВА СЕГОДНЯ ПОЯВЛЯЮТСЯ НА РЫНКЕ И КАК ОНИ МОГУТ УПРОСТИТЬ ЖИЗНЬ КЛИЕНТУ, РАЗБИРАЛСЯ КОРРЕСПОНДЕНТ **«БД».**

_FREEPIK.COM
_ЮЛИЯ ЗАМИЛОВА

КАК ЗАЯВИЛ губернатор Петербурга Александр Беглов на Генассамблее Всемирной туристической организации, перед турбизнесом на ближайшие несколько лет стоит задача довести турпоток до 12 млн гостей в год. По предварительным данным, до конца года город посетят свыше 9 млн туристов – в противовес 8,2 млн человек в 2018 году.

Заведения сегмента HoReCa (отели, рестораны и кафе), которых в городе, по разным оценкам, более 10 тысяч, в борьбе за платежеспособных клиентов тестируют «умный» сервис, а также системы управления внутренними бизнес-процессами. Желание клиентов получить «все здесь и сейчас» вынуждает предпринимателей переносить работу в виртуальную реальность. Готовыми IT-решениями уже пользуются около 30–40% ресторанов и гостиниц города.

Диджитал на пользу клиентам

В среднем за три-пять дней путешествия приезжие тратят по 35 тысяч руб. на еду, проживание в гостинице и развлечения, подсчитали в Комитете по туризму Санкт-Петербурга. Чтобы убедить клиента оставить деньги в отеле или заведении общепита, владельцы идут на всевозможные ухищрения, в частности, обзаводятся высокотехнологичными помощниками.

В то же время владельцы бизнеса делают упор на расширении спектра услуг для клиентов. Это не случайно, согласно исследованию крупного мирового поставщика IT-решений для туристической сферы, компании Amadeus: важную роль в эффективности отелей в будущем сыграет «по-настоящему персонализированный сервис».

Здесь и сейчас

Кроме избитых систем лояльности, местным предпринимателям приходится искать новые пути привлечения клиентов и увеличения продаж. По мнению Валентина Микляева, главы петербургской ком-

пании «Биново» (бренд Bnovo), занимающейся разработкой программного обеспечения для гостиничного бизнеса, основной характеристикой любого онлайн-продукта должна стать скорость удовлетворения потребностей посетителя.

Летом фирма вывела на рынок веб-консьержа – онлайн-сервис для сбора отзывов постояльцев, звонков на ресепшн, знакомства гостя с окрестностями с помощью аудиогида, вызова такси и заказа еды прямо в номера из городских заведений. Продуктом воспользовались около 200 отелей, доля петербургских средств размещения – 22%.

Промежуточные результаты использования сервиса показали, что самой востребованной функцией у постояльцев оказалась «оставить отзыв» – 25%. Звонят на стойку информации и включают аудиогид около 11%, а доставку еды в номер запрашивают 13% клиентов. Впоследствии в систему внедрят голосового ассистента, разработанного на базе виртуальной «Алисы» компании «Яндекс». В разговорнике помощника – 650 часто задаваемых постояльцами вопросов администратору.

Аккуратный подход

Григорий Иванов, владелец мини-отеля «15 комнат», среди плюсов такого сервиса отмечает то, что многие гости более открыто делятся своими желаниями с техникой, нежели с персоналом отеля. «С одной стороны, не все гости готовы свободно общаться с живым человеком, высказывать потребности и недовольства. С другой – не всегда сам администратор может внятно описать постояльцу возможности отеля. Из-за этого гостиница упускает продажи. Пока мы наблюдаем за тем, как клиенты с осторожностью пользуются технологиями в нашем малом средстве размещения», – говорит Григорий Иванов.

Подобные технологические новинки в b2b сегменте наиболее востребованы среди отелей категории до трех звезд. Например, службы такси и экскурсоводы отказываются напрямую сотрудничать с несетевыми отелями из-за небольшого охвата аудитории. Также в малых отелях нет ресторанов, ведь за организованные завтраки, обеды и ужины отелям даются дополнительные звезды.

По оценкам участников рынка, ресторан в отеле способен генерировать от 15 до 30% выручки. Гостиницы класса люкс, как правило, развивают свой room service. Также премиальные отели могут приобрести промобота-консьержа от пермской компании Promobot – автономного робота, который выдает пропуска, считывает паспорт постояльца, консультирует и встречает гостей. Производителю удалось внедрить 400 роботов в заведения по всему миру. Установка андроида имеет смысл только в отелях со значительным номерным фондом, предостерегают в компании.

Технический перекус

Несмотря на быстрый рост сегмента доставки еды, в целом доходы россиян сокращаются пятый год подряд. Петербуржцы реже посещают рестораны и оставляют в них меньше денег. Вместо заведений с высокими ценами население охотно идет в рестораны быстрого обслуживания. Поэтому самыми активными пользователями технологий среди заведений общепита считаются именно сети фастфуда.

Так, лидеры рынка – компании McDonald's, Burger King, KFC – в этом году оборудовали почти все свои рестораны в Петербурге терминалами самостоятельного заказа. По данным сервиса 2ГИС, сейчас на территории Петербурга и Ленинградской области у KFC работает 85 точек, у McDonald's – 80 точек, у Burger King – 77 точек. В среднем одно устройство обходится компаниям в сумму около 150 тысяч руб. Электронное меню призвано ускорить процесс получения заказа и его приготовления. Все платежи проходят по безналичному расчету.

Таким образом, цифровизация бизнеса, переводя клиентов в виртуальное пространство, становится конкурентным преимуществом компании.

У нас есть рестораны, в которых практически 100% клиентов пользуются электронными киосками. В остальных как минимум 10% гостей предпочитают их живой очереди. Мы видим перспективы в использовании компьютеров для автоматизации готовки блюд. С помощью технологий можно измерить температуру, провести инвентаризацию ресторана и получить анализ продаж. Аналитика помогает формировать меню в соответствии со вкусами клиентов, а также подстраиваться под их запросы».

Абдалла ХАФЕЗ, генеральный директор ООО «АмРест», управляющий сетями KFC и Pizza Hut в России

РЕСТОРАННЫЙ РЫНОК ГОРОДА ТОЖЕ СТАРАЕТСЯ ИДТИ В НОГУ СО ВРЕМЕНЕМ. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДАЖЕ ЕДЫ, ИЛИ FOODTECH, В ОСНОВНОМ РАЗВИВАЮТСЯ БЛАГОДАРЯ ОНЛАЙН-СЕРВИСАМ ДОСТАВКИ ЕДЫ ИЗ ЗАВЕДЕНИЙ ОБЩЕПИТА.

ЛЬВИНОЙ ДОЛЕЙ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДОСТАВКИ ВЛАДЕЮТ КРУПНЫЕ АГРЕГАТОРЫ: DELIVERY CLUB, ZAKAZAKA И «ЯНДЕКС.ЕДА».

ПО ОЦЕНКЕ TARGET GLOBAL, ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА FOODTECH ДОСТИГАЕТ

1,4

МЛРД ДОЛЛАРОВ.

ДОЛЯ ПЕТЕРБУРГА В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ДОСТАВКИ В 2018 ГОДУ СОСТАВИЛА 15%

В СРЕДНЕМ ПЕТЕРБУРЖЦЫ ЕЖЕДНЕВНО ТРАТЯТ ОКОЛО

50

МЛН РУБ. НА ДОСТАВКУ ЕДЫ ИЗ РЕСТОРАНОВ.

ОБЩЕПИТ НА РАЙОНЕ

НЕ СЕКРЕТ, ЧТО БОЛЬШИНСТВО ИНТЕРЕСНЫХ РЕСТОРАНОВ И БАРОВ ПЕТЕРБУРГА РАСПОЛАГАЕТСЯ В ЦЕНТРЕ. **«БД»** ВЫЯСНИЛ, ЕСТЬ ЛИ ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ ЖИЗНЬ ЗА ЕГО ПРЕДЕЛАМИ, И ИССЛЕДОВАЛ ЖИЛЫЕ «ГЕТТО» НА ГРАНИЦАХ ГОРОДА: В КУДРОВО, МУРИНО И НА ПАРНАСЕ, ГДЕ СУММАРНО ПРОЖИВАЕТ БОЛЕЕ 150 ТЫСЯЧ ПЕТЕРБУРЖЦЕВ.

_ РОМАН ПИМЕНОВ / _ЕКАТЕРИНА ФЕДОРОВА

ЕЩЕ 10–15 лет назад тема открытия ресторанов в спальных районах не была актуальна, но усиление тенденции полицентризма в Петербурге меняет и бизнес-стратегии в сфере общепита, считают эксперты. В основном это связано с тем, что молодые семьи предпочитают проводить время в своих микрорайонах, оставаясь там даже на выходных. Среди прочих причин – транспортные и финансовые ограничения для жителей. Рестораторы, в свою очередь, готовы активно продвигать семейные форматы в новостройках, подчеркивает Ольга Шарыгина, управляющий директор центра развития недвижимости Becar Asset Management.

Плюсы и минусы

В числе плюсов Кудрово брокеры называют большой жилой массив, который обещает рестораторам солидный объем потенциальных посетителей для заведений семейного формата средней ценовой категории. Главными минусами специалисты считают низкую сумму среднего чека и ограниченный спрос.

Многие компании, в том числе сети, ориентированные на доставку и быстрое питание, смотрят в сторону районов массовой застройки. Кроме того, едва ли не треть от общего числа заведений приходится на разномастные пекарни и кофейни. К примеру, «Буше» и Starbucks, которые открылись этим летом.

Несмотря на то, что профиль арендаторов в пригородах гораздо скромнее, чем в Петербурге, в том же Кудрово обосновались как крупные сетевые операторы, вроде «Теремка», «Евразии» или KFC, так и локальные проекты, например, индийский вегетарианский стритфуд «Имбирь» – вторых, впрочем, гораздо меньше.

В перспективе ситуация может несколько измениться, предполагают рестораторы.

Уже сейчас на Кудрово нацелились самые серьезные игроки ресторанного рынка Петербурга. Так, совладельцы Italy Group Тимур Дмитриев и Михаил Соколов ищут здесь новую площадку для открытия третьей точки Italiani – бистро с итальянской кухней. Новое заведение будет крупнее предыдущих и может занять 250–300 кв. метров. Инвестиции в открытие точки составят 15–20 млн руб.

Магнит для общепита

Если взглянуть на карту Кудрово, то выяснится, что рестораторов привлекают площади ТЦ «Мега Дыбенко», где работают почти 30 заведений. В основном они представляют различные ресторанные концепты, у которых не очень получается работать в формате стрит. Также не стоит забывать, что эти рестораны обслуживают не только жителей района, но и массу приезжих, направляющихся, к примеру, в IKEA. Сами арендаторы торгового центра утверждают, что «Мега Дыбенко» продолжит наращивать долю общепита.

Также масса заведений сосредоточена вдоль Европейского проспекта – основного торгового коридора Кудрово. Его ширина составляет около 50 метров от витрины торговой точки с одной стороны до витрины с другой. Тем самым нивелируется направление движения – как пешеходов, так и автомобилей. Другими словами, совершенно неважно, куда и откуда вы идете или едете – если заметили интересующий вас магазин, то достаточно остановиться и перейти дорогу в любом месте, объясняет Владимир Каличава, руководитель департамента услуг для ритейлеров Colliers International.

▸▸▸ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 22

«“Евразия” в Кудрово открылась в прошлом году. Это один из наших наиболее успешных и популярных ресторанов в спальных районах. Кудрово, несомненно, очень перспективный район и уже густонаселенный».

Яна ГОРНАК, руководитель пресс-службы холдинга «Евразия»

ШАВЕРМА В КУДРОВО

В числе самых перспективных локаций для общепита эксперты называют Кудрово, где активно развивается торгово-сервисная инфраструктура. Как следует из данных сервиса 2ГИС, уже открыто около сотни заведений.

На каждый ресторан, кафе или бистро приходится не менее 300 жителей района, если опираться на данные МО «Заневское городское поселение». По неофициальным данным, жителей в Кудрово в три раза больше.

Здесь работает масса предприятий общепита эконом-класса и стритфуд-формата. К примеру, в районе действуют около 20–30 бистро, торгующих шавермой. Чуть реже встречаются бургерные: так, в конце 2018 года в «Мега Дыбенко» открылась бургерная FARШ ресторатора Аркадия Новикова, а еще один проект под названием Totem Burgers начал работу этим летом на Европейском проспекте. Точка рассчитана примерно на 55 посадочных мест.

Другой вопрос, предусмотрено ли проектом КОТ (комплексного освоения территории) достаточное количество подходящих коммерческих площадок.

Чаще всего рестораны занимают первые этажи отдельно стоящих трех-четырехэтажных зданий, соседствуя с торговой галереей.

Под основательные ресторанные проекты свободных помещений в Кудрово почти нет, уверена Ольга Шарыгина.

В связи с тем, что жилье в этом районе строится плотно, все здания высотные, комплексов много, встроенные помещения пользуются большим спросом. По данным «БестЪ. Коммерческая недвижимость», в Кудрово, как и на Парнасе, помещения на первом этаже с отдельным входом сдаются в среднем по 2,2–2,3 тысячи руб. за кв. метр в месяц. Для сравнения: на проспекте Медиков в Петроградском районе это скорее максимальная арендная ставка.

«Я знаю, что “Мега Дыбенко” расширяется: в ближайшие несколько лет появится больше мест для общепита. Нам же понравилось место у входа, оно изолировано от фастфудного фуд-корта, чтобы нас воспринимали как отдельно стоящий ресторан и альтернативу».

Егор КАЧУРА, коммерческий директор сети кафе «На парах»

▸▸▸ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 20

Суши-шопы в Мурино

Примерно та же история в Мурино, где основным торговым коридором является бульвар Менделеева, который интересует подавляющее большинство ритейлеров. Однако, в отличие от Европейского проспекта в Кудрово, специфика бульвара состоит в том, что его сложно перейти в любом месте, а также немного перекрыт обзор витрин на другой стороне, уточняет Владимир Каличава.

В последние годы район активно застраивался, сейчас там проживает около 40 тысяч человек. И хотя эксперты говорят о дефиците социальной инфраструктуры, спрос на коммерческие помещения здесь держится на стабильно высоком уровне.

Ставка на доставку

В общей структуре арендованных помещений на торговых улицах в Новом Девяткино и Мурино доминируют аптеки, магазины товаров для дома, парикмахерские и салоны красоты – преимущественно малый бизнес в формате «у дома». Но общепита минимум. Единственное, что хорошо прижилось в районе, это заведения стритфуда, а также пара десятков кафе и баров. Кроме них, работают пункты доставки, вроде «Суши Смак» и «Суши WOK».

Впрочем, в 2018 году несколько крупных ресторанных групп все же обратили внимание на районы новостроек. Например, ХК «Бронка Групп», в которую входят рестораны премиум-класса Buddha-Bar и Il Lago dei Cigni, занялась развитием в Петербурге сети бургерных «Фаршировка» и открыла первую точку как раз в Мурино. Кроме того, холдинг ReCa открыл на бульваре Менделеева BBQ Beer Restaurant.

Статистика расходов на общепит, среднего чека и других показателей выглядит достаточно пессимистичной. В частности, это мнение отражает ресторатор Алексей Фурсов: он говорит, что ресторанный бизнес все больше тяготеет к эконом-сегменту, люди тратят все меньше денег на общепит, меньше заказывают блюд. С учетом роста себестоимости эта тенденция существенно снижает маржинальность ресторанного бизнеса и обременяет игроков этого рынка дополнительными рисками. Несмотря на это, услугами общепита пользуется большое количество людей, уже выросло целое поколение, для которого ежедневно посещать кафе и рестораны, завтракать, брать готовую еду на вынос – сложившаяся привычка».

Илья АНДРЕЕВ, управляющий партнер Zenith Property Management

В Мурино превалирует стрит-ритейл: вокруг станции метро Девяткино он занимает около 18 тысяч кв. метров, а на торговые центры приходится 11 тысяч кв. метров, подсчитали в Becar Asset Management.

Площадь самых востребованных помещений составляет 50–80 кв. метров, сообщают брокеры.

Ставки в центральных торговых зонах на старте заселения могут составлять в среднем 1,5 тысячи руб. за кв. метр в месяц, но через два-три года могут вырасти до 2,5–3 тысяч руб. за кв. метр.

Как отмечают брокеры, в Мурино есть солидный запас коммерческих помещений для ресторанного бизнеса в западной части до железной дороги. На юго-востоке локации уже хорошо представлены некоторые сети, например, McDonald's, «Токио Сити» и пр. По словам Ольги Шарыгиной, единичные проекты редко выживают в таких кластерах, а сети ищут от 200 до 500 кв. метров для своей потенциальной точки в спальных густонаселенных районах.

Пабы на Парнасе

Принципиальное различие между представленными локациями – в транспортной доступности. Кудрово страдает от отсутствия метро, и это сильно влияет на дополнительный трафик клиентов ресторанов. В Мурино хоть и есть довольно старая станция Девяткино, но оба района одинаково непривлекательны для автомобилистов, потому что наземное транспортное сообщение гарантирует им пробки в часы пик.

То же самое можно сказать и о Парнасе. Правда, метро здесь построили недавно, и вокруг него скоро появится много жилых комплексов с коммерческими помещениями на первых этажах, сообщают брокеры. Как и в Мурино, эти помещения не будут превышать 1,5–2 тысяч кв. метров на один объект.

Важно и то, что торгово-развлекательная инфраструктура рядом с Парнасом уже развита на должном уровне. Относительно недалеко находятся «Гранд Каньон», IKEA и ТРЦ «МЕГА Парнас». Они удовлетворяют, в частности, гастрономические потребности около 70 тысяч местных жителей.

Главная улица на Парнасе, улица Федора Абрамова, шире (около 65 метров), чем Европейский проспект и бульвар Менделеева. Существенно сокращает покупательский оборот то, что магазины расположены преимущественно на одной стороне улицы. Тем не менее большинство точек общепита находится по соседству. Всего на Парнасе работает около 40–50 заведений: в основном кафе-пекарни, семейные рестораны и пабы, которых практически нет в Мурино и Кудрово. Арендные ставки не слишком отличаются от других районов и так же зависят от близости к метро, этажа расположения и конкуренции.

Если нет разницы

В целом эксперты не видят принципиальных различий между условиями для развития ресторанов в Кудрово, Мурино и на Парнасе. Они отмечают, что общепиту сложно работать в этих районах в формате стрит. Исключение составляют сетевые пекарни (такие как «ЦЕХ85» и «Буше») и фастфуд (McDonald's, KFC и пр.). А вот участники ресторанного рынка позитивно оценивают гастрономические перспективы всех трех локаций. Бизнес всегда стремится туда, где либо большие потоки людей, либо высокая плотность населения на ограниченной территории, резюмирует Владимир Каличава.

СЛОЖНО НЕ СОГЛАСИТЬСЯ С ТЕМ, ЧТО ДЛЯ СТАБИЛЬНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ВЫБОР КАЧЕСТВЕННОЙ ОХРАНЫ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНОЙ ИЗ ПЕРВОСТЕПЕННЫХ ЗАДАЧ. ОСОБЕННО ЭТОТ ВОПРОС АКТУАЛЕН ДЛЯ КОМПАНИЙ, ИМЕЮЩИХ В СВОЕМ ПОДЧИНЕНИИ ТЕРРИТОРИИ С БОЛЬШИМ ПОДВЕДОМСТВЕННЫМ ПЕРИМЕТРОМ, ГДЕ ОБЕСПЕЧИТЬ КАЧЕСТВЕННУЮ ЗАЩИТУ ВОЗМОЖНО, ТОЛЬКО ОБРАТИВШИСЬ К УСЛУГАМ ПРОФИЛЬНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ. ЗАЧАСТУЮ ПРИ ПОДБОРЕ ЧАСТНОЙ ОХРАННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЕДИНСТВЕННОЕ, НА ЧТО ОБРАЩАЮТ ВНИМАНИЕ ЗАКАЗЧИКИ, – ВРЕМЯ СУЩЕСТВОВАНИЯ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ, НО САМА ПО СЕБЕ ЭТА ЦИФРА НЕ ВСЕГДА ЯВЛЯЕТСЯ ГАРАНТИЕЙ БЕЗОПАСНОСТИ.

ТРИ САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ СИСТЕМЫ ЗАЩИТЫ ПЕРИМЕТРА

_ ООО «ЧОО "АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ"»

ООО «ЧОО "АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ"»
arsenal-security.com
+7 (931) 987 96 77
Arsenalspboffice@bk.ru

НАДЕЖНАЯ защита может быть обеспечена лишь при совокупности охранных методов, которые определяют частную охранную организацию как профессионального и ответственного игрока на рынке. Существуют отраслевые рейтинги, составленные при учете основных показателей качества, таких как финансовые показатели компании, техническое оснащение, практика работы на разноплановых объектах и т.д. Делая выбор в пользу участников отраслевых рейтингов, вопрос безопасности, как показывает практика, удается решить максимально быстро и эффективно.

Второй год подряд в число лучших компаний негосударственных структур безопасности с уверенностью входит частная охранная организация **«АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»**. Компания осуществляет деятельность в 13 регионах страны на объектах разной сложности и масштаба. Профессиональный подход ЧОО к безопасности проявляется с момента разработки стратегии: специалистами предварительно учитываются расположение, масштаб, климатические условия региона, а также выявляются наиболее уязвимые места. С учетом того, что большинство подведомственных компании **«АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»** территорий обладает большим периметром, там внедряются системы защиты, позволяющие круглосуточно контролировать охраняемую зону. Например, на некоторых объектах **«АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»**, расположенных в Республике Коми, внедрена радиоволновая система защиты. Она хороша тем, что охрана осуществляется при помощи установленных радиоволновых извещателей, срабатывающих на комбинацию внешних факторов проникновения в контролируемую зону: размера объекта и скорости движения.

❖❖❖

Для зон с повышенным риском хищений и необходимостью мобильного реагирования на несанкционированные проникновения на территорию ЧОО использует оптоволоконную систему. Крупнейшие подведомственные объекты с ее применением расположены на острове Сахалин. При таких механических воздействиях, как проникновение через заграждение, демонтаж заграждения или повреждение кабеля, скрытый сигнал передается на пульт охраны. Выезд на объект совершает группа быстрого реагирования. Подразделение сформировано из квалифицированных и физически выносливых бойцов, каждый из которых обладает весомым опытом работы и уже зарекомендовал себя в профессиональной среде. В распоряжении ГБР – автопарк со встроенной спутниковой навигацией, огнестрельное оружие, медицинские средства для оказания скорой помощи при необходимости.

❖❖❖

Если требуется надежная система для охраны помещений, лучшее решение – установка инфракрасных извещателей, обладающих высокой чувствительностью. Они моментально реагируют на пересечение охраняемой зоны, и проникнуть незаметно невозможно. Дополнительные преимущества системы – относительно низкая стоимость и быстрая установка. В основном она применяется в бизнес-центрах и офисных зданиях.

❖❖❖

Использование любых систем защиты наиболее действенно в комплексе с самым эффективным направлением безопасности – физической охраной. В штате **ЧОО «АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»** – более тысячи специалистов, обладающих многолетним опытом и прошедших предварительный строгий отбор. Сотрудники проходят огнестрельную подготовку, имеют хорошие физические данные, а также обладают аналитическим мышлением, психологическими навыками общения в экстремальных ситуациях и способностью мгновенно принимать решения. Систематическое обучение сотрудников гарантирует качественную организацию охраны с применением таких инновационных устройств, как квадрокоптеры и камеры с круглосуточной видео- и аудиофиксацией, имеющие угол обзора 360 градусов. Дополнительно осуществляется регулярное патрулирование.

Для поддержания заинтересованности в сотрудничестве компания стремится соответствовать жестким требованиям и следует курсу постоянного развития. Важно отметить, что основная часть клиентов является постоянными партнерами, что еще раз свидетельствует о высоком уровне профессионализма руководящего звена и всего коллектива.

❖❖❖

Обширная география деятельности, составление и реализация эффективных планов охраны, квалифицированные сотрудники, огромный опыт работы на крупных стратегических объектах, техническое оснащение и стремление быть первым в своем деле заслуженно позволяют считать **«АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»** одной из лучших частных организаций.

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ УСЛУГАМИ ЧОО «АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» – значит сделать выбор в пользу надежной охраны и больше не возвращаться к вопросу о безопасности!

Никита ФИЛИППОВ, совладелец петербургской пивоварни AF Brew

«Молодые крафтовые пивоварни пытаются выйти на рынок в большом количестве, но многие быстро сворачивают бизнес: вроде бы хорошо начали, но неожиданно закрылись. В то же время есть примеры молодых успешных пивоварен, которые варят по 10–20 тонн в месяц на пике возможностей и нашли ценителей своей продукции. Иногда они делают редкие экспериментальные сорта».

КРАФТОВЫЙ ГОРОД

ПЕТЕРБУРГСКАЯ КРАФТ-ИНДУСТРИЯ СТРЕМИТЕЛЬНО РАЗВИВАЕТСЯ, ГОВОРЯТ ПИВОВАРЫ. ПО РАЗНЫМ ОЦЕНКАМ, ДОЛЯ ЭТОГО СЕГМЕНТА В ГОРОДЕ МОЖЕТ ДОСТИГАТЬ 10%, ХОТЯ ПО РОССИИ ЕДВА ЛИ СОСТАВЛЯЕТ 1%. **«БД»** ВЫЯСНИЛ, НАСКОЛЬКО ВЫГОДНО ВАРИТЬ ПИВО В ПЕТЕРБУРГЕ И КТО ПРЕУСПЕЛ В ЭТОМ РЕМЕСЛЕ.

_CLAUDE PICHE ON UNSPLASH / _ЕЛЕНА ИВАНОВА

МЕСТНЫЕ ПИВОВАРЫ так и не сошлись в едином мнении, что же такое «крафт» – большинство участников рынка туманно поясняет, что мини-производства варят пиво небольшими партиями и готовы экспериментировать с рецептами. Гораздо конкретнее определение крафтовых пивоварен звучит в США: считается, что они не могут производить более 6 млн баррелей в год (один американский баррель составляет примерно 119 литров), должны быть независимы от стороннего капитала и находиться недалеко от своих потребителей.

1

Чтобы открыть собственный мини-завод, потребуется от

20–30

МЛН РУБ.

– при условии, что предприятие рассчитывает продавать не меньше 30 тонн пива, подсчитывают предприниматели.

Стартовый капитал пойдет на покупку оборудования, его монтаж, аренду, подготовку помещения и прочее.

Российские представители этой отрасли вспоминают, что первые мини-пивзаводы появились в стране после кризиса 1998 года, когда потребление пива начало стремительно расти. Многие компании так и не достигли успеха. Однако были и исключения: тогда в Петербурге стартовал проект бизнесмена Олега Тинькова – сеть мини-пивоварен «Тинькофф», существовавшая вплоть до 2008 года. Одновременно с этим рынок пива насыщался продукцией транснациональных компаний и достиг своего пика, когда страну захлестнула новая волна крафтового пивоварения – примерно в 2011–2012 гг. Тогда же появилось большинство производителей, кото-

Артем ГОРЕЛОВ, владелец пивоварни Brewmen

«Нельзя сказать, что рынок крафтового пивоварения сильно растет, но новые игроки приходят и попадают в рейтинги биргиков, которые ставят продукту оценки и потом ищут во всех магазинах и городах. Это дорогой продукт, и продавать его в больших объемах трудно. Можно, конечно, оптимизировать его по себестоимости, но конкурировать с транснациональными гигантами все равно не получится».

2

Понадобится:
- **оборудование для производства сусла – варки пива, которое стоит 6–15 млн руб.**
- **танки для ферментации (7–8 млн руб.)**
- **оборудование для упаковки (1,5–10 млн руб.)**

Суммы могут сильно отличаться в зависимости от объема и производителя.

рые теперь считаются лидерами этого сегмента.

Эксперты расходятся во мнениях, оценивая долю производства крафтового пива. По самым оптимистичным данным, она может достигать 8–10%. Среди участников рынка – AF Brew, Paradox Brewery, Knightberg, «Бакунин», Gletcher, Jaws и другие.

Всего в 2018 году было произведено 55,3 млн декалитров пива, что на 4,5% больше, чем годом ранее, сообщили в Петростате. Выросли и продажи напитка в торговых точках – на 7,9%, как следует из данных Росалкогольрегулирования.

Пивовары попали в сети

Несомненно, рынок растет, уверен Никита Филиппов, совладелец петербургской пивоварни AF Brew. Этим летом компания вышла на ежемесячный объем в 100 тонн или 200 тысяч банок, что на 30–35% больше, чем в прошлом году. Основателям удалось добиться позитивных результатов в основном за счет увеличения доли экспорта и выхода в федеральные торговые сети. Компания начала сотрудничать с сетью гипермаркетов «Лента» в Москве в 2018 году. В феврале этого года AF Brew начала поставлять пиво и в петербургские точки. В общей сложности компания отгружает продукцию примерно в 70 гипермаркетов. Кроме того, как сообщил Филиппов, этой осенью пивоварня подпишет договор с сетью магазинов «ВкусВилл». В 2019 году компания ожидает прирост по мощностям в размере около 20%.

Не всякая компания сможет зайти в гипермаркеты, считают пивовары: для этого нужны большие объемы производства и регулярность поставок. Тем не менее еще недавно было практически невозможно представить на полках крупных сетей крафтовое пиво, а теперь это не редкость. К примеру, не так давно на полках «О'КЕЙ» появилась продукция пивоварни Mookhomor Production, которая работает в городе Пушкине. В специализированных магазинах Петербурга и Москвы выбор гораздо шире.

3

Кроме того, нужна документация, без которой начать работу невозможно. Например, важна ДЕКЛАРАЦИЯ СООТВЕТСТВИЯ на производимую продукцию, которая подтверждает, что пивовар варит именно пиво и пить его безопасно.

Получить документ можно в одном из аккредитованных центров по декларированию и сертификации. Также понадобится расчет производственной мощности основного технологического оборудования и многое другое.

Варианты для развития

В целом крафтовые пивоварни, которые работают в Петербурге, да еще на собственных мощностях, можно пересчитать по пальцам, говорят участники рынка. Многие петербургские предприниматели предпочитают развивать производства за пределами города, чтобы минимизировать расходы. Так поступил Артем Горелов, владелец пивоварни Brewmen, которая находится в Новгороде и работает с 2008 года. Сейчас его завод варит 42 тонны пива в месяц или 50 тысяч декалитров в год – с прошлого года этот объем вырос в два раза.

Кроме того, с Гореловым сотрудничают три контрактных пивоварни, которые используют мощности его предприятия в Новгороде – это оптимальный вариант для тех, кто начинает осваивать ремесло пивовара, считает бизнесмен. В этом случае пивоварня может предоставить партнеру оборудованную площадку, трудовые ресурсы и пр., получая определенную сумму с литра сваренной продукции, которая зависит от договоренностей сторон. В некоторых случаях речь идет о 40–50 руб.

Впрочем, так поступают не только начинающие бизнесмены, но и самые заметные представители сегмента крафтового пивоварения, вроде компании «Бакунин», основанной тремя энтузиастами: Александром Романенко, Юрием Митиным и Владимиром Наумкиным. Бизнесмены работают по контракту с уже существующими предприятиями в России и Латвии, а также развивают в Петербурге собственные бары. Годовой оборот их бизнеса превышает 250 млн руб. В 2018 году компания поделилась планами по возможному запуску своего производства: бизнес-партнеры рассматривали площадки в России и Эстонии. Участники пивного рынка объясняют, что производство за рубежом может быть выгоднее – хотя бы потому, что там стоимость сырья меньше зависит от колебаний курса рубля, а кредитная нагрузка на бизнес может быть ниже, чем в России.

4

Однако самое важное в авторском пивоварении – РЕЦЕПТЫ, за разработку которых, как правило, отвечает пивовар-технолог.

Любое пиво состоит из четырех основных ингредиентов: воды, солода, хмеля и дрожжей. Однако иногда крафтовое пиво может удивлять потребителя наличием необычных составляющих – вроде перца чили, цветов, кофе и других.

5

Запустить пивоварню не так сложно, уверены специалисты, а вот на разработку рецептуры, создание и продвижение бренда потребуется не меньше двух лет. Для этого начинающему пивовару полезно участвовать в выставках, чтобы его продукт заметили коллеги и любители пива.

Окупаемость такого бизнеса следует ожидать не раньше, чем через четыре года работы.

В среднем крафтовое пиво в Петербурге стоит около

200

РУБ.

Сюрпризы от законотворцев

Как отмечают представители малых пивоварен, сейчас выйти на рынок пива гораздо сложнее, чем несколько лет назад. В последние годы бизнес все чаще сталкивается с законодательными ограничениями, поэтому многие петербургские производители пива и рестораторы критически оценивают перспективы отрасли. Так, весной стало известно о том, что российские чиновники обяжут малые пивоварни устанавливать счетчики учета готовой продукции. Законопроект требует, чтобы с 1 января 2020 года такое оборудование использовали все производители пива, медовухи, сидра и пуаре, если они выпускают более 25 тысяч дал в год.

Представители малых пивоварен инициативу не оценили, ведь установка счетчиков, по их подсчетам, может потребовать не менее 1 млн руб. на одну линию. Если пивоварня зарабатывает 100 тысяч руб. в месяц, то она закроется – выживут только сильнейшие, констатирует Артем Горелов.

ОХОТА К ПЕРЕМЕНЕ МЕСТ

СОВРЕМЕННОМУ ПЕТЕРБУРЖЦУ СОВЕРШЕННО ЕСТЕСТВЕННОЙ КАЖЕТСЯ МЫСЛЬ КУДА-НИБУДЬ СЪЕЗДИТЬ ОТДОХНУТЬ ИЛИ ПОСМОТРЕТЬ МИР. А ВЕДЬ ЕЩЕ 100 ЛЕТ НАЗАД ТАКАЯ ПОСТАНОВКА ВОПРОСА БЫЛА НЕМЫСЛИМА. ИМЕННО РУБЕЖ XIX И XX ВЕКОВ СТАЛ ПЕРЕЛОМНЫМ ДЛЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ПУТЕШЕСТВИЯХ И ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИЗМА КАК ОТРАСЛИ БИЗНЕСА. ПЕТЕРБУРГ ВОЗГЛАВИЛ ДВИЖЕНИЕ, ИБО И СТОЛИЦА, И «ОКНО В ЕВРОПУ»...

_КОЛЛАЖ МАРИНА КАМИНСКАЯ / _ВСЕВОЛОД ПЕЖЕМСКИЙ

"Путешествие питательно для духа и сердца нашего. Путешествуй, гипохондрик, чтобы исцелиться от своей гипохондрии! Путешествуй, мизантроп, чтобы полюбить человечество! Путешествуй, кто только может!"

Н.М. Карамзин. «Письма русского путешественника»

Петр – турист № 1

Но давайте сначала заглянем в век восемнадцатый. Тогда к нам стали приезжать путешественники, для них в 1779 году был выпущен первый путеводитель по Петербургу. Начали и россияне ездить за границу. В шутку, но первым туристом можно назвать Петра I, отправившегося в 1697–1698 гг. в составе Великого посольства посмотреть мир. И результаты этой «туристической» поездки явно отразились на развитии страны. Следом поехали за границу учиться дворянские дети. Вот где кроются зачатки современного образовательного туризма, хотя в то время это было скорее повинностью. А уже в XIX веке отъезд на учебу за границу становится важнейшей частью художественного образования. Лучшие русские художники, закончив Академию, получали специальную стипендию и отправлялись знакомиться с Европой, прежде всего с Италией.

Было и другое направление туризма, начало которому положил Петр I, – медицинское. Пребывание «на водах» в Карлсбаде (Карловых Варах) принесло страдавшему от хронических заболеваний монарху явное облегчение. Император также искал лечебные воды в России. Даже в Петербурге была найдена целебная болотная вода – Полюстрово (от латинского Palus – болото). Еще при Петре была создана Кунсткамера – музей всевозможных удивительных (природных и сделанных человеком) экспонатов. Она и по сей день остается важным туристическим объектом города.

Ради Бога

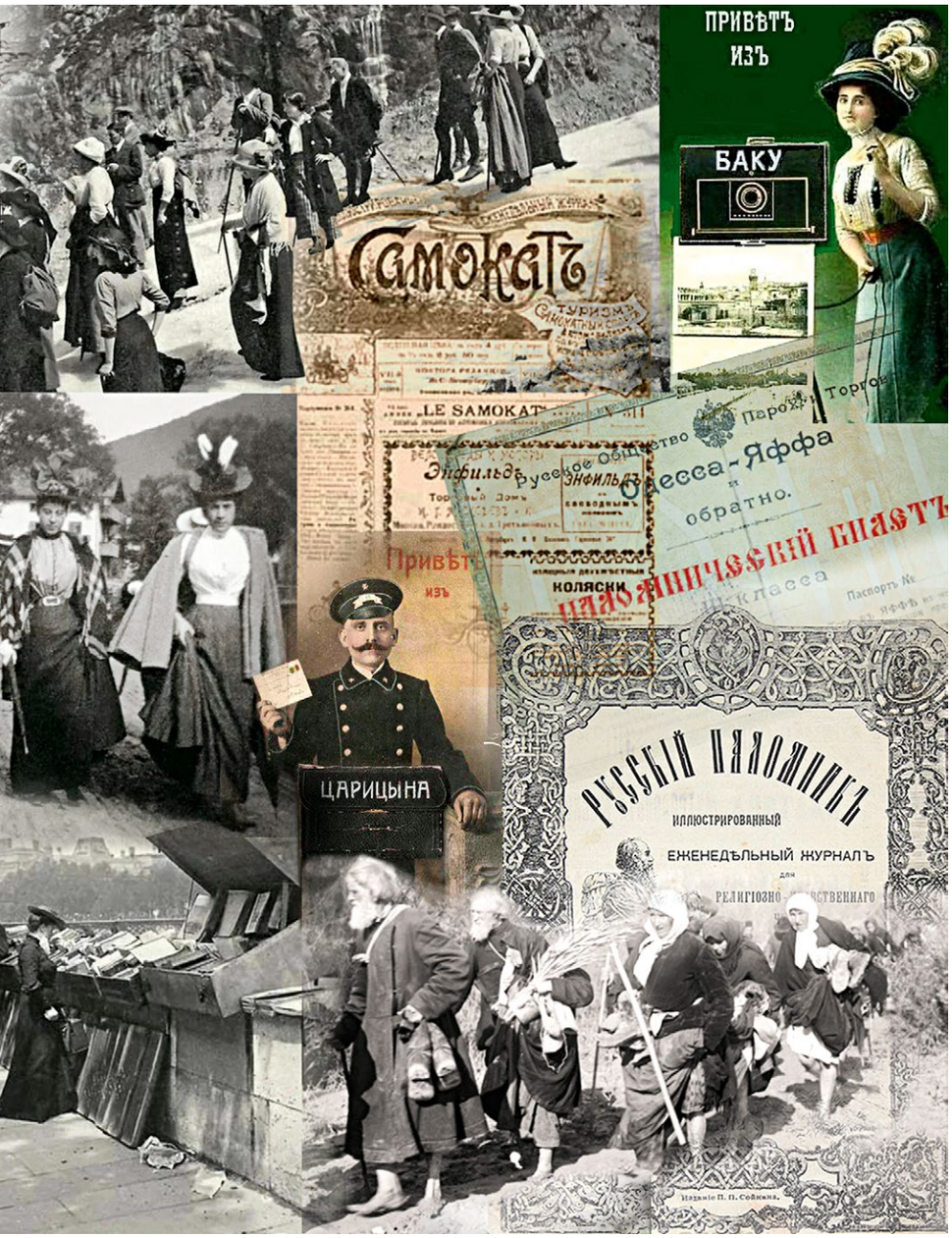
Была в жизни горожан того времени еще одна важная мотивация для путешествий, давшая толчок особому направлению в туризме. Это паломничество. Конечно, человек, отправлявшийся «ко святым местам», имел вполне определенные цели. Но паломничество есть путешествие, и оно рождало инфраструктуру и услуги, схожие с туристическими. А уж во второй половине XIX века, когда люди захотели отправляться в паломничество с комфортом, и вовсе стало превращаться в направление туристического бизнеса. У паломничества было одно важное свойство – в него мог отправиться любой человек, вне зависимости от дохода и сословной принадлежности. Все остальные виды путешествий оставались доступными лишь дворянству (причем наиболее состоятельной его части).

Что касается зарубежных поездок, то для их осуществления необходимо было сперва получить «высочайшее дозволение» – разрешение императора. И это несмотря на то, что выпущенная в 1785 году «Жалованная грамота дворянству» декларировала право каждого дворянина выехать за границу и вернуться в любое время. Передвижение по России также не было свободным: для проезда нужно было иметь особый документ – «подорожную». Все эти ограничения не способствовали появлению свободных путешественников.

Путевка в жизнь

По одной из версий, рождение туристического бизнеса в Империи связано с деятельностью Леопольда Липсона. В 1885 году в Санкт-Петербурге была опубликована небольшая книжка «Первое в России предприятие для общественных путешествий во все страны света Леопольда Липсона». В ней говорилось: «...Выгоды, представляемые различными заграничными конторами для общественных путешествий... достаточно известны, вследствие чего недостаток подобной конторы в России побудил меня к устройству сего предприятия».

Клиентам предлагались проезд, перевозка багажа, размещение в лучших отелях стран, куда организовывалась поездка. Прописывался расход, а также учитывались возможные варианты в случае возникновения сложностей по ходу поездки. Судя по регулярно появлявшейся в различных изданиях рекламе, фирма просуществовала значительное время и была успешным коммерческим предприятием. Предлагалось четыре програм-



мы путешествий: сорок дней в Италии, сорок пять дней на Итальянских озерах, летний отдых в Финляндии и Швеции по двадцать дней. Ну и большой тур через Европу на Восток с посещением Святой земли.

Сколько стоили подобные путешествия? Поездка из Санкт-Петербурга в Италию и обратно через Мюнхен и Вену – 175 руб. За те же деньги можно было посетить Верхнюю Италию. Двадцать дней в Финляндии и Швеции стоили 350 руб. Большое путешествие на Восток с посещением Палестины, Египта и опять же Италии продолжительностью четыре месяца стоило 2,5 тысячи руб. Много это или мало? Скорее много. Такие путешествия были доступны человеку с годовым доходом порядка 7 тысяч руб. Учитель начальной школы получал около 300 руб. в год. Большинству государственных служащих, если они жили только на оклад, эти услуги также были не по карману.

Туризм и революция

Важную роль в развитии туризма в Петербурге и в целом в России сыграли «клубы» – общественные организации, объединявшие путешественников по интересам. Из них особо выделялось общество велосипедистов-туристов (Русский туринг-клуб, впоследствии названный Российское общество туристов). Именно оно выпускало в Петербурге журнал «Самокат» и представляло Россию в международных туристических ассоциациях. Общество подписывало специальные соглашения с хозяевами гостиниц, чтобы его участникам номера предоставлялись с существенной скидкой. Особая история была с экскурсиями. Этим термином скорее обозначали то, что мы сейчас считаем турпоездками: многодневные путешествия, включающие поездки на пароходах и поездах, остановки в гостиницах, организацию питания. Вариантов было много: Русский Север, Финляндия, круиз по Волге, Восточная Россия, Южная Россия, Средняя Азия и путешествия по Крыму и Кавказу с большим разнообразием маршрутов. Самым дорогим был маршрут по Средней Азии. Он был рассчитан на 36 дней, и его стоимость составляла 135 руб. Относительно недорогим можно было считать маршрут по Волге: он стоил 38 руб. за 12 дней. Организаторы экскурсий старались сделать их более демократичными.

Именно такие поездки привлекли пристальное внимание охранительных органов. В связи с тем, что «экскурсия» – сложно отслеживаемое мероприятие, под ее видом революционеры запросто могли провести сходку, партийный съезд. А если речь шла о путешествии в Финляндию или еще дальше, то можно было переправить нужного человека из-за границы или за границу, провезти листовки контрабандой. Особый отдел Департамента полиции проводил расследование в отношении Российского общества туристов. Охранное отделение сообщало в Департамент о проведении экскурсий, «во время коих пропаганда ведется совершенно свободно вследствие отсутствия бдительного надзора полиции».

В январе 1910 года в конторе экскурсионной комиссии Общества туристов были арестованы 11 членов РСДРП, конфискован склад нелегальной литературы, множительная аппаратура того времени, партийная переписка. Существовал и специальный циркуляр, которым предписывалось «губернаторам устанавливать бдительный надзор за участниками организованных упомянутых комиссией экскурсий» внутри России. Так, в мае 1914 года были зафиксированы в Юкках политические митинги рабочих под видом научных экскурсий, а Сампсониевское общество образования и профсоюзы печатников под видом экскурсии в Лахту провели 8 июня 1914 года большой митинг.

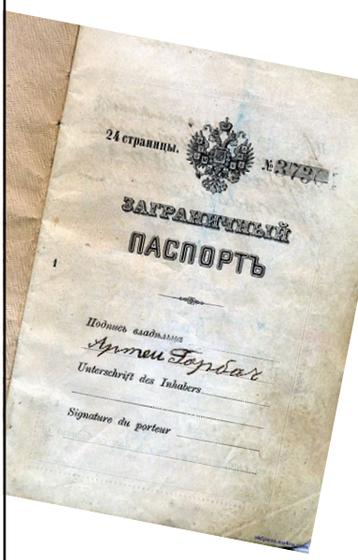
Первая мировая война и революции надолго прервали развитие туризма как бизнеса. Он начал заново формироваться в России уже в конце XX века. Сейчас наш город становится одним из центров мирового туризма, как и в прошлом, привлекая внимание путешественников из разных стран.

КСТАТИ

Для отъезда за границу в конце XIX века петербуржцам необходимо было получить заграничный паспорт, который выдавался в «Иностранном отделении Казанской части на углу Екатерининского проспекта и набережной Екатерингофского канала у Харламова моста в доме Фохта».

Паспорт для привилегированных сословий сроком на шесть месяцев стоил 5 руб., на год – 10 руб.

С купцов и мещан взималась плата по 50 копеек за все время пятилетнего действия паспорта.



ПРИТЯЖЕНИЕ ЗЕМЛИ

ХОТЬ БИЗНЕС И СТРЕМИТСЯ В ЦИФРОВОЙ МИР, НО ЖИТЬ ПО-ПРЕЖНЕМУ СТАРАЕТСЯ В МИРЕ РЕАЛЬНОМ. И ЧАСТО НЕ В ЦЕНТРЕ МЕГАПОЛИСА, А В СОБСТВЕННОМ ДОМЕ НА СВЕЖЕМ ВОЗДУХЕ. ЕЩЕ ПАРУ ЛЕТ НАЗАД РЫНОК ЗАГОРОДНОГО ДОМОСТРОЕНИЯ НАПОМИНАЛ ЛОСКУТНОЕ ОДЕЯЛО, СОТКАННОЕ ИЗ РАЗНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ, КОТОРОЕ КАЖДЫЙ ИЗ ИГРОКОВ СТАРАЛСЯ ПЕРЕТЯНУТЬ НА СЕБЯ. СВЕЖИМИ ВЕСТЯМИ «С ПОЛЕЙ» ДЕЛИТСЯ КОРРЕСПОНДЕНТ **«БД»**.

_ИНТЕРПРЕСС, JORDAN BAUER ON UNSPLASH / _ИГОРЬ ФЕДОРОВ

ЛЮБИТЕЛЯМ загородной жизни в Петербурге и Ленобласти предлагается недвижимость в 350 коттеджных поселках. Это на 34 поселка больше, чем годом ранее. Немаловажная деталь: несколько домов/участков продается в уже обжитых поселках. Это, можно сказать, тяжелое посткризисное наследие загородных застройщиков. Впрочем, и сейчас запускается проектов больше, чем можно продать.

Географическое противостояние

Большая часть коттеджных поселков расположена северней Петербурга. В подавляющем большинстве это земли Ленобласти. В отличие от областных просторов, городская земля на вес золота – этим и объясняется то, что в черте города проекты коттеджных поселков можно пересчитать по пальцам.

Отсутствие активной коттеджной застройки в пределах города можно объяснить еще и дефицитом крупных участков. Поэтому игроки рынка предпочитают на свободной земле затеять этажную застройку, тем самым повышая рентабельность девелоперских проектов.

Нельзя забывать и о финансовой стороне. Если взглянуть на стоимость домов в коттеджных поселках, находящихся в черте города, становится понятно, что она значительно выше цены их аналогов, расположенных где-то за КАДом.

Дефицит коттеджных поселков в городской черте прекрасно компенсируется проектами индивидуального жилищного строительства. Особенно это заметно на Северном направлении. Как правило, каждый такой проект уникален, а его стоимость составляет много десятков миллионов руб.

Точки притяжения

Проект коттеджного поселка может быть реализован практически в любой точке области. Обычно застройщики предпочитают отыскивать места в радиусе 50 км от города, но есть предложения на расстоянии 70, 80 и даже более 100 км.

Покупатели охотней рассматривают варианты, если можно добраться от дома до городской квартиры или работы в течение 40–60 минут. Поэтому успех продаж коттеджей также зависит от развитой дорожной сети. Например, ввод ЗСД и открытие нового участка трассы «Скандинавия» теперь позволяют доехать в Огоньки, Симагино или Первомайское всего за 30 минут, а еще пару лет назад на это мог уйти как минимум час.

Для людей, желающих перебраться на природу, немаловажным фактором является и социальная инфраструктура. Поэтому настоящими точками притяжения коттеджного стро-

> *«Малоэтажные жилые комплексы комбинируют городской комфорт с высоким качеством загородной жизни. Сегодня таких объектов в приграничных с Петербургом локациях много».*
>
> **Алексей МУРАВЬЕВ,**
> **директор по маркетингу ООО УК «Новоселье»**

ЯЗЫКОМ ЦИФР

Руководитель консалтингового центра «Петербургская Недвижимость» **Ольга Трошева** говорит, что активность всех покупателей в первом полугодии возвратилась к показателям 2016–2017 гг. За первые шесть месяцев было продано 2,6 тысячи объектов недвижимости: коттеджей, земельных участков и таунхаусов. Это полностью повторяет ситуацию прошлого года. По словам эксперта, активней всего покупались участки без подряда (87,3% – на пару процентов выше показателя прошлого года). Зато желающих селиться на природе в таунхаусах стало гораздо меньше: купить уже готовый коттедж согласились всего 5,2% покупателей.

«В общей структуре предложения новых коттеджных поселков преобладают предложения на покупку участка без обязательного подряда». **/Ольга ТРОШЕВА/**

Всего же на конец полугодия к продаже предлагалось **1,6 тысячи лотов.**

Если говорить о стоимости участков, наибольшее число сделок совершается в пределах

100

ТЫСЯЧ РУБ. ЗА СОТКУ.

Правда, все больше сделок регистрируется в диапазоне **от 300 до 500 тысяч руб.** Остается добавить, что чаще всего приобретаются участки площадью от 8 до 12 соток, что позволяет опять вспомнить о советских садоводах, которым предлагалось по шесть соток.

Среди всех направлений самыми популярными остаются **Выборгский, Всеволожский** и **Ломоносовский районы**.

Как говорят эксперты, в среднем стоимость домовладения
в эконом-классе оценивается в **4,7 млн руб.,**
комфорт-классе – **8,9 млн руб.,**
бизнес-классе – **19,8 млн руб.,**
а в категории «элита» – **61 млн руб.**

Стоит сказать, что по сравнению с 2018 годом стоимость элитных домовладений выросла сразу на

20,3%

Нужно добавить, что ежемесячные расходы на эконом- и комфорт-класс за городом составят от **5 до 35 тысяч руб.**, обладателям жилья бизнес-класса придется платить **от 15 до 50 тысяч**, а проживание в элитном поселке будет стоить **от 25 до 100 тысяч руб.** ежемесячно.

ительства становятся участки вблизи районных центров. Самый наглядный пример – Всеволожск. Этот район Ленинградской области огромен, и, добираясь до райцентра, можно потратить как 10 минут, так и пару часов. По этой причине в первую очередь скупались огромные участки вокруг Всеволожска, недалеко от которых расположена социальная инфраструктура.

Участок или поселок

Еще недавно ситуация на загородном рынке оставляла желать лучшего.

Директор департамента жилой недвижимости Colliers Int Елизавета Конвей говорит, что спад начался после кризиса 2009 года. Все, кто работал на этом рынке, на себе ощутили последствия снижения покупательской способности. «И сейчас среди многих застройщиков царит неопределенность в отношении будущего, кто-то опустил руки, не видя прибыльности и путей развития бизнеса. Хотя рынок по-прежнему нуждается в загородном жилье», – рассказывает специалист.

Застройщики многих поселков банально стали распродавать земельные наделы, питая надежду заработать на подрядах, при строительстве частных домов, а потом – в качестве управляющей компании. В таких поселках давно утеряна архитектурная концепция, и они постепенно превращаются в подобие некого садоводства, где каждый строит, исходя из своих финансовых возможностей и архитектурных предпочтений. Порой к подобным анклавам застройщик еще добавляет таунхаусы, после чего интерес обеспеченной публики к проекту полностью пропадает.

Однако застройщики, верные принципам классического коттеджного поселка, сумели переждать смутное время и начинают видеть перспективы дальнейшего развития. Правда, для этого потребовались терпение, свободные средства и более серьезный подход к маркетингу, а также до мельчайших деталей проработанная концепция поселка. Ориентироваться стали на удовлетворение потребностей состоятельной публики.

Аналитики Knight Frank St Petersburg отмечают, что сегмент премиальной загородной недвижимости показал лучший результат за последние пять лет. В прошлом году количество коттеджных поселков класса «А» увеличилось на 36%, бизнес-класса – на 11%. Непосредственная покупательская активность возросла в 1,6 раза, за год было реализовано 120 коттеджей высокого ценового класса. А вот в более дешевых сегментах совсем иная ситуация.

Правительственная поддержка

Уже долгое время федеральные власти пытаются оживить рынок загородного строительства. Последняя попытка была предпринята в конце июля 2019 года, когда Минстрой внес на рассмотрение правительства программу развития индивидуального жилищного строительства.

Пока конкретные параметры не уточнялись – известно только, что министерство намерено активизировать работу по ипотечным программам, а также по созданию необходимой инфраструктуры, подразумевающей газо- и водоснабжение, электричество и строительство дорог. Ожидается, что реализация программы начнется в 2020 году.

ЕСЛИ ЗАКАВКАЗЬЕ – РОДИНА ВИНОДЕЛИЯ, ТО ФРАНЦУЗСКИЙ РЕГИОН БОРДО – ЕГО МОЗГ И СЕРДЦЕ. ИМЕННО ЗДЕСЬ ПРОИЗВОДЯТ САМОЕ ВОСТРЕБОВАННОЕ И ДОРОГОЕ В МИРЕ ВИНО, ИСПОЛЬЗУЯ КАК ДРЕВНИЕ, ТАК И... ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.

ПЬЯНЯЩАЯ ИСТОРИЯ ОДНОГО БОЛОТА

_STOCKSNAP, DR_XENO ON VISUALHUNT_/ _АЛЕКСЕЙ ДЕНИСОВ

Берег левый, берег правый...

В XII–XVI веках основным винодельческим регионом Аквитании был Грав, а на месте большинства знаменитых сегодня апелласьонов Бордо раскинулись беспросветные болота. Но все переменилось в XVII столетии, когда за окрестные территории всерьез взялись голландские купцы, которые принялись осушать левый берег Жиронды. Оказалось, что здешние почвы позволяют создавать отличные вина.

Современную винную карту Бордо принято делить на три основные части.

1/ЛЕВЫЙ БЕРЕГ ЖИРОНДЫ. В **Медоке** – высококлассные красные сухие вина Saint-Estèphe (Сент-Эстеф), Pauillac (Пойак), Saint-Julien (Сен-Жюльен) и Margaux (Марго). Все – с доминантой Каберне Совиньона в купаже. Расположенный южнее Медока и города Бордо **регион Грав**, напротив, гордится своими белыми винами. И не только сухими из апелласьона Pessac-Léognan (Пессак-Леоньян), но и восхитительными сладкими из Sauternes (Сотерн) и Barsac (Барсак). Отличительная особенность сотернов заключается в том, что их делают из заизюмленного ботритизированного (то есть подвергшегося воздействию «благородной плесени») винограда. Практически так же, как, скажем, в Токае.

2/ ПРАВЫЙ БЕРЕГ ЖИРОНДЫ (и впадающей в нее Дордони). В окрестностях **Либурна** делают невероятно изысканные красные вина с доминантой сорта Мерло. В особенности – в самых престижных апелласьонах Saint-Émilion (Сент-Эмильон) и Pomerol (Помроль). Два вина из Помроля – Le Pin и Petrus – попеременно бьют рекорды стоимости в мире красных вин (в мире белых вне конкуренции Château d'Yquem с Левого берега).

3/МЕЖДУРЕЧЬЕ (Entre-Deux-Mers, в переводе – «меж двух морей») – треугольник между Дордонью и Гаронной.

Самые интересные и ценные вина делают на первых двух территориях.

Чудо-микс

Практически все бордоские вина – купажированные. То есть винодел создает некую волшебную смесь различных сортов – бленд. И бордоский бленд – прежде всего красный – считается ныне мировым эталоном. В Бордо разрешено использовать ограниченное количество сортов винограда. Основные белые сорта: Совиньон Блан, Семильон и Мускадель.

Исторически основными красными считаются Мерло и Каберне Совиньон. Во много меньших объемах выращиваются Каберне Фран, Пти Вердо, Карменер и Мальбек. Однако летом нынешнего года в связи с глобальным потеплением традиционные сорта стали давать излишне высокий наброд, и к ним были официально добавлены еще четыре «посторонних» сорта: Марселан, Касте, Турига Насьональ и Аринарноа (довольно молодое «дитя» Мерло и Пти Вердо, выведенное в 1956 году). И это почти революция.

Поклонимся великим тем годам

Важнейшее значение для вин Бордо имеет год урожая. Он бывает удачным, когда обходится без сезонных приключений. Неудачным, если было мало солнца или перед сбором урожая прошли сильные дожди. А бывает просто великим. Великих годов случается в среднем по два-три на десятилетие. В нынешнем «квота» уже выбрана: вслед за 2015-м и 2016-м феноменальные результаты продемонстрировал 2018-й.

Из более старых «больших» винтажей сейчас на петербургском рынке все еще можно купить красное бордо 2010, 2009 и 2005 годов. Также к великим годам относятся 2000-й, 1990-й, 1982-й. А самый знаменитый – 1945-й, «винтаж победы», как окрестили его французские виноделы.

Рука Паркера

Вина, произведенные в лучшие годы, как правило, стоят дороже. Но немалую роль в ценообразовании играют и рейтинги. Wine Advocate, Wine Spectator, Bettane & Desseauve и иже с ними. По традиции вина нового урожая следующей весной, еще до официального объявления цен, первыми пробуют винные критики и журналисты, а также крупные виноторговцы. Последние просто мотают информацию на ус, а критики публикуют в СМИ дегустационные заметки и оценки. И на эти оценки смотрит весь мир. Ужасается, восторгается, делает подсчеты и прогнозы... Кстати, именно таким образом сделал себе имя «великий и ужасный» Роберт Паркер. Малоизвестный в ту пору американский адвокат и журналист оказался едва ли не единственным среди коллег, кто напророчил винтажу 1982 года великое будущее. Спустя несколько лет стало ясно, что этот винтаж действительно исключительный, и Паркер обрел мировую славу и колос-

сальное влияние в винных кругах. А его стобалльная шкала, использованная в оценивании вин, стала канонической.

Вино и политика

В Бордо существует несколько классификаций – для винодельческих хозяйств разных субрегионов. Самая старая и знаменитая – Классификация вин Медока и Грава 1855 года. Ее создали по настоянию императора Наполеона III в преддверии Всемирной Парижской выставки. Чиновники Торговой палаты Бордо взяли за основу самый очевидный фактор – экономический. Запросили архивы у винных брокеров, подсчитали количество и стоимость проданных каждым хозяйством вин за последние десятилетия. Дальше выделили лучшие из них в группу Grand Cru Classé. И, наконец, поделили производителей красных вин на пять категорий – Cru (Крю), а белых – на две.

В наивысшую (Premier Cru) среди «красных» тогда вошли всего четыре хозяйства (замка): Haut-Brion (О-Брион, Пессак-Леоньян), Château Margaux (Шато Марго, Марго), Château Latour (Шато Латур, Пойяк) и Château Lafite (Шато Лафит, Пойяк). А среди «белых» категорию Premier Cru Supérieur получило хозяйство Yquem. Они остаются лидерами по ценам и качеству и поныне.

За полтора века классификация менялась всего несколько раз. Самое громкое изменение произошло в 1973 году. Из второй категории в первую было переведено Château Mouton Rothschild (Шато Мутон-Ротшильд), принадлежавшее барону Филиппу Ротшильду. Барон на протяжении 10 лет донимал своими запросами Министерство сельского хозяйства Франции. В конце концов, тогдашний министр Жак Ширак сдался. После этого у будущего президента Франции не возникало проблем с поиском средств на предвыборные кампании.

ЦИФРА ВМЕСТО «ЧУЙКИ»

Большинство ведущих шато в Бордо оборудовано по последнему слову техники: хозяева-миллионеры не жалеют денег на инвестиции. Стальные чаны для винификации с цифровым контролем температуры, вписанные в единую компьютерную систему, – норма жизни!

❖ Каждый такой чан оборудован специальными датчиками; параметры в реальном времени выводятся на экран компьютера, за которым сидит винодел-технолог. Если что вдруг идет не так, система посылает сигнал тревоги, а то и сама реагирует должным образом, отдавая команду охладить (или, наоборот, нагреть) надраенный до блеска стальной цилиндр.

❖ В погребах, где выдерживается драгоценное вино, наличествует система контроля влажности, также заведенная в компьютерную сеть. Есть и крайне важные, с точки зрения здоровья персонала, датчики уровня углекислоты в помещениях. Еще не так давно без них обходились следующим образом: в погребе, где в бочках бродило вино (в результате брожения, как вы знаете, в больших количествах выделяется углекислый газ), на низкую полку ставили зажженную свечу. Когда свеча гасла, это означало: «Опасно! Срочно пора уходить!» Да что там, на самых продвинутых винодельнях Бордо каждый чих бродящего сусла идет «под запись». Чтобы было что анализировать потом: почему в нынешнем году вино получилось именно таким, а не иным.

❖ При оборудовании химических лабораторий для виноделен теперь тоже используют компьютеры, электронные микроскопы и спектральные электронные анализаторы. Вино дотошнейшим образом препарируют на всех стадиях брожения и взросления. Высчитывают летучую кислотность, содержание полифенолов, молочной кислоты и еще много-много других важных параметров. Времена, когда великие вина делались на глазок и «на чуйке», практически канули в Лету. Однако пресловутая «поправка на талант», слава богу, еще работает.

Цель благотворительной программы «МИР БЕЗ СЛЕЗ» – поддержка учреждений детского здравоохранения и повышение качества медицинской помощи детям.

В 2018 году программа «Мир без слез» отметила свой 15-летний юбилей.

За это время была оказана помощь сотням детских больниц в

53

РЕГИОНАХ РОССИИ.

В рамках программы банк напрямую финансирует приобретение медицинского оборудования, лекарств или расходных материалов по выбору медицинского учреждения.

КАК СДЕЛАТЬ МИР БЕЗ СЛЕЗ

ДЕТСКИЙ ГОРОДСКОЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КЛИНИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ВЫСОКИХ МЕДИЦИНСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ ИМЕНИ К.А. РАУХФУСА В РАМКАХ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «МИР БЕЗ СЛЕЗ» ПОЛУЧИЛ ДЕНЕЖНЫЙ СЕРТИФИКАТ НА СУММУ 3 МЛН РУБ. НА ЭТИ СРЕДСТВА БОЛЬНИЦА ПРИОБРЕТЕТ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЭКСТРЕННОЙ ДЕЗИНФЕКЦИИ ВОЗДУХА.

_ПРЕСС-СЛУЖБА ВТБ / _МАРИНА АЛЕКСЕЕВА

«МИР БЕЗ СЛЕЗ» – благотворительная программа банка ВТБ, которая создана для поддержки учреждений детского здравоохранения и повышения качества медицинской помощи детям. За годы ее действия помощь получили сотни детских больниц по всей России.

В их числе и Детский городской клинический центр имени К.А. Раухфуса – многопрофильное медицинское учреждение с полуторавековой историей, осуществляющее медицинский уход за детьми всех возрастов и этапов жизни.

Как рассказала заместитель главного врача по лечебной работе этого медицинского учреждения **Ирина Ильинец**, они участвуют в программе уже третий раз.

«Благодаря прошедшим акциям необходимым оборудованием были оснащены отделения травматологии и хирургии. Были приобретены два операционных стола, оборудованных для проведения высокотехнологических операций», – сообщила она.

Позитивные эмоции

Ирина Ильинец особо отметила тот факт, что в рамках акции «Мир без слез» всегда проходит детский праздник, что благоприятно сказывается на лечебном процессе. *«Позитивные эмоции помогают ребенку выздороветь быстрее. Огромное спасибо ВТБ, они делают мир добрее»*, – уверена врач.

Сотрудники больницы отдельно поблагодарили организаторов за праздничную часть мероприятия, которая прошла

для маленьких пациентов. Популярные герои мультсериала «Маша и Медведь» разыграли интерактивный спектакль для детей. А после представления каждый ребенок получил памятный подарок – сундучок с набором для рисования.

Оборудование защитит от инфекций

Заместитель председателя Комитета по здравоохранению Санкт-Петербурга **Евгений Антипов**, который также принял участие в этой благотворительной акции, сказал: «*Сегодня наша встреча посвящена замечательному событию: больнице передается сертификат на покупку двух приборов – ультрафиолетовых излучателей. Очень важно, чтобы дети, которые лечатся в стационаре, были надежно защищены от инфекций*».

Евгений Антипов рассказал и про оборудование, которое появится в больнице благодаря акции.

«*Благодаря данным приборам в значительно более короткое время будет проводиться кварцевание медицинских помещений с надежным обеззараживающим эффектом. Это позволит увеличить количество операций и других медицинских манипуляций, процедур нуждающимся детям. Повысит качество и доступность медицинской помощи. Хочу сказать спасибо от имени Комитета по здравоохранению сотрудникам банка ВТБ за участие в развитии здравоохранения Санкт-Петербурга*», – подчеркнул он.

30 тысяч операций

Об основных результатах программы «Мир без слез» рассказал вице-президент банка ВТБ **Александр Ерофеев**.

«*На сегодняшний день наша программа существует уже 16 лет. Изначально было решено поддерживать медицинские учреждения: помогая больницам, можно помочь сразу многим детям, нуждающимся в этом*», – поделился он.

В 2019 году в рамках программы «МИР БЕЗ СЛЕЗ» запланировано 25 акций: четыре в московских больницах и 21 мероприятие в регионах.

В этом году банк ВТБ выделил более

75

МЛН РУБ.

на оказание финансовой помощи детским медицинским учреждениям, что почти в два раза больше, чем в 2018 году.

«*Сегодня стало известно, что в клиническом центре имени К.А. Раухфуса благодаря подаренному в 2009 году оборудованию проведено более 30 тысяч операций. Эта впечатляющая цифра – результат, ради которого работает и развивается программа. Кроме того, география проекта постоянно расширяется, до конца 2019 года акции еще пройдут во Владивостоке, Казани, Ставрополе, Пскове, Волгограде и Барнауле*».

Александр ЕРОФЕЕВ, вице-президент банка ВТБ

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ПОМОЩИ ПОЖИЛЫМ ЛЮДЯМ **«ДОЛГО И СЧАСТЛИВО»*** ПРОСИТ О ПОМОЩИ СВОИМ ПОДОПЕЧНЫМ:

ПОМОЖЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!

БЛАГОДАРИМ ЧИТАТЕЛЕЙ «БИЗНЕС ДНЕВНИКА» ЗА ОКАЗАННУЮ ПОМОЩЬ, БЛАГОДАРЯ КОТОРОЙ:

Галине Ивановне Смирновой передан запас дорогостоящего препарата «Форстео» для курсового лечения тяжелого остеопороза. Современное высокоэффективное лекарство поможет ей вернуться к полноценной жизни без боли и переломов. **Надежде Павловне Кошелевой**, **Юрию Георгиевичу Смирнову** и **Нине Николаевне Поповой** переданы современные цифровые слуховые аппараты. Теперь они смогут полноценно общаться, слушать радио и смотреть телевизор.

Наши подопечные от всей души благодарят каждого, кто откликнулся и поддержал их в тяжелый момент.

ПАВЛОВА Глафира Федоровна, 84 года.

НУЖНА ПОМОЩЬ: **мощные многоканальные цифровые слуховые аппараты.**

Стоимость: **99 700 руб.**

Большую часть жизни Глафира Федоровна работала на износ. В крошечной деревне в Вологодской области детей рано приучали к труду. «Во время войны нужно было помогать мамам и бабушкам», – рассказывает пожилая женщина. После школы она поступила в Технологический институт в Ленинграде, но мест в общежитии не было, снимать жилье было не на что. Пришлось уйти на завод и учиться на вечернем. Чтобы подзаработать, шила и вязала на заказ. Несколько лет назад у Глафиры Федоровны стремительно ухудшился слух. Бюджетные слуховые аппараты не помогают: один сильно фонит, другой постоянно ломается. Купить качественные приборы не на что. Из пенсии в 20 тысяч около пяти уходит на оплату соцработника и сиделки, еще пять на ЖКХ, остальное – на лекарства и еду. Супруг умер. Родственники, к сожалению, не поддерживают. Единственная оставшаяся радость – общение с друзьями. Но как общаться, когда не слышишь? Мы очень надеемся, что вы поддержите Глафиру Федоровну в ее желании оставаться на связи с миром.

РОДИОНОВА Елена Григорьевна, 57 лет.

НУЖНА ПОМОЩЬ: **лекарственные препараты для восстановления после инсульта и инфаркта.**

Стоимость: **69 690 руб.**

Последние девять лет Елена Григорьевна ежедневно борется с последствиями инсульта и инфаркта: ищет квалифицированных врачей, занимается тренировкой памяти. После окончания техникума она работала на заводе, потом была учеба в Ленинградском университете, работа в библиотеке Политехнического института. После рождения дочки Елена Григорьевна пошла воспитателем в детский сад. В перестройку стала торговым представителем и промоутером. В 2005 году у нее диагностировали предынсультное состояние, с которым удалось справиться. В 2011 году случился тяжелейший инсульт, а немного позже – инфаркт. Сейчас Елена Григорьевна живет на пенсию в 11 тысяч руб. Вернуться к работе сил и здоровья не хватает. Ежедневные траты на продукты и ЖКХ взяла на себя дочь. Бесплатные лекарства удается получить не всегда, приходится покупать их самостоятельно. Недавно врачи назначили усиленный курс лечения, на который денег у семьи уже нет. Елена Григорьевна очень рассчитывает на помощь неравнодушных людей.

БФ «ДОЛГО И СЧАСТЛИВО» ОТ ВСЕЙ ДУШИ БЛАГОДАРИТ КОРПОРАТИВНЫХ ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ ЗА ПОДДЕРЖКУ ПОДОПЕЧНЫХ ФОНДА:

• АО «АЛАДУШКИН Групп» • ООО «Спасибо!» • Благотворительный фонд «БлагоДаря» • Добро Mail.Ru • ООО «ЭЛКО Технологии СПб» • ООО «ГЕРМЕС» • ООО «Фильтр СПб» • ООО «КЛИКПАРТС» • ООО «ДельтаПром» • ООО «Союз Эксперт» • ООО «ЕВРОПЛАСТ»

ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: • Гафурова Наиля Римовича • Жукова Андрея Вилорьевича • Хашуева Увайса Абдулхакимовича

* **партнер «Бизнес Дневника» – фонд «Жить долго и счастливо» – единственный в Петербурге, который оказывает поддержку исключительно старшему поколению.**

БИЗНЕС ДНЕВНИК
петербургское деловое обозрение

Издание зарегистрировано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Северо-Западному федеральному округу. Свидетельство ПИ № ТУ78-01454 выдано 13 ноября 2013 г.

www.businessdnevnik.ru

ТИРАЖ 10 000 ЭКЗ.
ПЕРИОДИЧНОСТЬ – 1 РАЗ В МЕСЯЦ.
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО.

Учредитель, издатель и распространитель: ОАО «Информационно-издательский центр Правительства Санкт-Петербурга «Петроцентр». Адрес издателя и редакции: 197046, СПб, ул. Чапаева, 11/4, лит. А; тел./факс: +7 (812) 346-46-92. E-mail: reklama@petrocentr.ru

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ
Тел. +7 (812) 346-46-92
reklama@petrocentr.ru

Генеральный директор
и главный редактор: Яковлева Л.В.

Отпечатано в ООО «Типографский комплекс «Девиз»: 195027, СПб, ул. Якорная, д. 10, лит. А, пом. 44. Заказ № ТД-5869

Перепечатка, использование материалов частично или полностью без разрешения редакции запрещены. Точка зрения обозревателей не обязательно совпадает с мнением редакции. Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые лицензии и сертификаты. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях и материалах.

Дата выхода в свет: 07.10.2019

МЕСТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

- В Смольном;
- В органах исполнительной власти Санкт-Петербурга:
  - в комитетах правительства СПб,
  - в администрациях районов СПб;
- В ЗакС Санкт-Петербурга;
- В бизнес-центрах и офисах предприятий;
- В поездах «Сапсан»;
- В аэропорту Пулково: бизнес-авиация;
- В Едином центре предпринимательства (Полюстровский пр., 61);
- В отелях Северной столицы;
- В конгрессно-выставочном центре «Экспофорум»;
- В выставочном центре «Ленэкспо»;
- В ресторанах, медицинских центрах, VIP-такси.

НАС ЧИТАЕТ ВЛАСТЬ • НАС ЧИТАЕТ БИЗНЕС • НАС ЧИТАЕТ ГОРОД

ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!

ДЕЛАЙТЕ СТАВКУ НА ЯРКУЮ РЕКЛАМУ!

+7 (812) 346-46-92

РЕКЛАМА