

# БИЗНЕС ДНЕВНИК

п е т е р б у р г с к о е   д е л о в о е   о б о з р е н и е

ОКТАБРЬ 2018 | № 41 |

ИНТЕРПРЕСС

КАКИЕ  
ФРАНШИЗЫ  
ПОПУЛЯРНЫ  
В РОССИИ?

|→| стр. 8

ЧТО ИЗМЕНИТ  
РЫНОК  
НЕДВИЖИМОСТИ?

|→| стр. 18

КТО ГОТОВ  
ЗАРАБАТЫВАТЬ  
НА ПИРОЖКАХ?

|→| стр. 30

ГДЕ  
«КАДРЯТ»  
КАДРЫ?

КАК ЭФФЕКТИВНО  
ПОДБИРАТЬ ПЕРСОНАЛ? |→| стр. 16

18+





При поддержке Комитета по печати и взаимодействию  
со средствами массовой информации



## ЗВУКОВОЕ ШОУ ПОЮЩИЕ МОСТЫ

### УВАЖАЕМЫЕ ГОСПОДА!

*Приглашаем вашу компанию стать ключевым партнером  
звукового шоу «Поющие мосты – 2019».*

*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.*



**ПЕТРОЦЕНТР**

Информационно-издательский центр  
Правительства Санкт-Петербурга

+7 (812) 346-46-92

РЕКЛАМА

## СОДЕРЖАНИЕ:

СОБЫТИЕ	<b>ЖЕНЩИНЫ, ДОСТОЙНЫЕ ВНИМАНИЯ ПРЕЗИДЕНТА</b> <i>Второй Евразийский женский форум в Петербурге собрал делегатов из 120 стран мира.</i>	4
ГОСУСЛУГИ	<b>УДОБНЕЕ! ПРОЩЕ! БЫСТРЕЕ!</b> <i>Город помогает решить вопросы размещения рекламных вывесок для бизнеса.</i>	6
БИЗНЕС	<b>ПРИКЛЮЧЕНИЯ ФРАНШИЗЫ В РОССИИ</b> <i>Количество франшиз в мире на сегодняшний день впечатляет. Как и кто на этом зарабатывает?</i>	8
ФРАНШИЗА	<b>ЗАРАБОТАТЬ НА ЧУЖОМ УСПЕХЕ</b> <i>Приблизительно 80% всех российских франчайзеров находятся в Москве и Петербурге. Когда бизнес вспоминает о провинции?</i>	12
СТАРТАПЫ	<b>БОИШЬСЯ НАЧАТЬ? ФРАНЧАЙЗЕР В ПОМОЩЬ!</b> <i>Что популярно сегодня среди начинающих предпринимателей?</i>	14
КАДРЫ	<b>НА ОХОТУ ЗА ПЕРСОНАЛОМ</b> <i>Метод подбора кадров зависит от объема потребности предприятия в специалистах.</i>	16
НЕДВИЖИМОСТЬ	<b>ИПОТЕЧНЫМ КРЕДИТАМ ДОБАВЯТ МЕБЛИРОВКИ</b> <i>Игроки строительного рынка обсуждают законопроекты.</i>	18
ТЕХНОЛОГИИ	<b>УМА ПАЛАТЫ</b> <i>Как формируется рынок установки электронных систем в домах.</i>	20
ПЕРСОНА	<b>КАК ВОЙТИ В МОДУ ПОСЛЕ 50</b> <i>Дизайнер Алена Фомина уверена: это именно тот возраст, когда можно и нужно осуществлять свои самые дерзкие мечты.</i>	22
ПЕРСОНА	<b>КОГДА ЗА ДЕЛО БЕРЕТСЯ ПЕТЕРБУРЖЕНКА</b> <i>Ассоциацию «Деловая петербурженка», как и ее бессменного председателя Зою Винниченко, знает, без преувеличения, весь город. Но как она создавала свой бизнес?</i>	24
БИЗНЕС	<b>НАШ ДОРОГОЙ ТЕАТР</b> <i>Театр как предприятие, существующее в конкретных экономических реалиях.</i>	26
ЭПОХА	<b>СОЮЗ УМА И СТАЛИ</b> <i>Н.И. Путилов – первый стальной магнат Российской империи и самая знаковая фигура в отечественной промышленности.</i>	28
ФАСТФУД	<b>ПОДНЯТЬСЯ НА ПИРОЖКАХ</b> <i>Почему специализированных пирожковых в городе не так много.</i>	30
ДОСУГ	<b>(НЕ)ВИННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ</b> <i>Осень. Пора планировать банкеты для бизнес-партнеров!</i>	32
СОЦИУМ	<b>ПОМОГАЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!</b> <i>Давайте вместе с фондом «Жить долго и счастливо» поддерживать пожилых людей.</i>	34

## афиша событий

2–5.10

**ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ГАЗОВЫЙ ФОРУМ (ПМГФ)**

Ведущая площадка для обсуждения актуальных вопросов отрасли и создания платформы для эффективного взаимодействия лидеров газовой индустрии.

2–5.10

**ВЫСТАВКА «OFFSHORE MARINTEC RUSSIA»**

Выставка и конференция посвящены судостроению и разработке высокотехнологичного оборудования для освоения Арктики и континентального шельфа. Участники продемонстрируют потенциал отечественного судостроения, а также представят передовой опыт морского и транспортного строительства.

➔ ЭКСПОФОРУМ, ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

3.10

**МАСТЕР-КЛАСС ИНДУСТРИИ МОДЫ ОТ ЛУИДЖИ ТАСКА**

Продолжение цикла итальянских обучающих практических мастер-классов для дизайнеров, производителей обуви и изделий из кожи.

10.10

**СЕМИНАР-ПРАКТИКУМ****«ОШИБКИ ПРИ ВНЕДРЕНИИ CRM»**

Семинар полезен предпринимателям, руководителям, собственникам бизнеса. Участники узнают о различных ошибках при внедрении CRM-систем в отделе продаж.

➔ ЦРПП, ПОЛЮСТРОВСКИЙ ПР., 61

10–13.10

**ВЫСТАВКА «ИНДУСТРИЯ МОДЫ»**

Значимое событие для представителей модного бизнеса Северо-Запада РФ, единственная отраслевая выставка в регионе. Мероприятие в формате B2B дает возможность представителям fashion-индустрии показать коллекции сезона и отследить направления в развитии бизнеса.

11–12.10

**ВЫСТАВКА «INWETEX – CIS TRAVEL MARKET»**

Ведущая туристская выставка на Северо-Западе России, которая ежегодно собирает более 300 представителей рынка туристических услуг из более чем 30 стран мира. Участие в выставке способствует укреплению деловых и культурных связей предприятий туристической индустрии.

17–19.10

**ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ЗДОРОВЬЯ (ПМФЗ)**

Единая площадка для профессионалов в области здравоохранения, консолидирующая под одним выставочным брендом пять специализированных выставок.

➔ ЭКСПОФОРУМ, ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

до 15.10

Продолжается прием заявок на включение мероприятий в Единый календарь событий Санкт-Петербурга на 2019 год. Заявки подаются в Комитет по развитию туризма на русском и английском языках на следующие адреса электронной почты: [ecalendar.spb@ispb.info](mailto:ecalendar.spb@ispb.info), [info@krt.gov.spb.ru](mailto:info@krt.gov.spb.ru). К заявке необходимо приложить сопроводительное письмо, подписанное уполномоченным лицом. Презентация Единого календаря событий запланирована на ноябрь этого года в рамках Культурного форума.



В Санкт-Петербурге прошел Второй Евразийский женский форум, который стал крупнейшей международной площадкой для обсуждения роли женщин во всех областях современной жизни.

# ЖЕНЩИНЫ, ДОСТОЙНЫЕ ВНИМАНИЯ ПРЕЗИДЕНТА

НА ВТОРОЙ ЕВРАЗИЙСКИЙ ЖЕНСКИЙ ФОРУМ В ПЕТЕРБУРГ ПРИЕХАЛИ ДЕЛЕГАТЫ ИЗ 120 СТРАН МИРА. ЭТО ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКИ, ПРЕДСТАВИТЕЛИ НАУКИ, ДЕЛОВЫХ КРУГОВ, А ТАКЖЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ТАКИХ КАК ЮНИСЕФ, ООН И ВСЕМИРНЫЙ БАНК.

КРЕMLIN.RU, ИНТЕРПРЕСС / МАРИНА АЛЕКСЕЕВА

АКТИВНОЕ участие в форуме председателя Совета Федерации Федерального Собрания РФ Валентины Матвиенко, которая и была основным вдохновителем мероприятия, было ожидаемо, но приезд президента РФ Владимира Путина стал настоящим сюрпризом. А выступление российского лидера, вызвавшее шквал аплодисментов, и последующая фотосессия с ним едва не нарушили все установленные регламенты.

## А ну-ка, девушки!

Форум открыла выставка «Сделано в России: экспорт руками женщин», где свои изделия продемонстрировали женщины-предприниматели со всех уголков страны. Здесь же можно было получить консультации и узнать, как наладить свой бизнес, чтобы продукция была востребована и за рубежом.

Среди представленных экспонатов – оборудование для нанесения порошковых покрытий, лекарства и медицинские услуги, дизайнерская одежда, напитки и мед с экстрактом янтаря, супергидрофобные нанопокртия для одежды и обуви, кондитерские изделия и еще многое другое.

Как отметила генеральный директор Аналитического центра НАФИ Гузелия Имаева, за последнее время индекс женской предпринимательской активности продемонстрировал положительную динамику. И это, по мнению эксперта, свидетельствует об улучшении условий для ведения бизнеса.

«Мы попытались представить выставку тех проектов, которые за три года, прошедших с предыдущего форума, сделали серьезный рывок либо с нуля, либо благодаря поддержке целого ряда институтов, на которые мы тоже повлияли. Поя-

вились специальные продукты поддержки женских проектов», – сказала заместитель главы Совета Федерации Федерального Собрания РФ Галина Карелова.

А министр экономического развития РФ Максим Орешкин отметил, что сегодня в России экономическая активность мужчин составляет 71%, а женщин – 56,6%. То есть реализация потенциала прекрасной половины человечества еще очень далека от своего максимума.

Чтобы улучшить ситуацию, руководство страны планирует и в дальнейшем внедрять меры, направленные на расширение правовых, экономических и социальных возможностей женщин. По словам заместителя главы правительства РФ Татьяны Голиковой, в первую очередь это программа «Демография», на реализацию которой в ближайшие три года из федерального бюджета будет направлено 1,7 трлн руб., а на финансирование материнского капитала – 1 трлн руб. Кроме того, это национальный проект «Образование», который предполагает помощь женщинам в профессиональном росте, а также кадровый проект «Лидеры России», позволяющий выявлять и поддерживать перспективных руководителей со всей страны, в том числе и женщин.

## Долой барьеры

Говорили на сессии и о барьерах, которые мешают развитию женской предпринимательской активности. В их числе – ограниченный доступ к информации, образованию и финансам.

Представительница России в «Женской двадцатке» (W20) Светлана Лукаш считает, что для преодоления этих преград необходимо добиваться равной с мужчинами оплаты труда, равного доступа к цифровой



Сегодня

**50%**

населения нашей планеты – это женщины, из них

**60%**

получили высшее образование, но лишь одна треть занята в экономике.

и финансовой грамотности, а также равного участия в принятии решений.

По словам председателя совета директоров Global Rus Trade Анны Нестеровой, для решения этих проблем планируется собрать информацию о препятствиях, стоящих на пути женщин-предпринимателей, обобщить ее, после чего транслировать опыт решения наиболее сложных проблем на все континенты.

Еще одним барьером, по мнению участниц форума, является недостаточный уровень цифровой грамотности. Анна Нестерова рассказала, что через две не-

«Нет более короткого пути к процветанию, чем расширение возможностей женщин». ВАЛЕНТИНА МАТВИЕНКО

дели стартует социальный проект, нацеленный на девочек и призванный помочь им абсолютно бесплатно получить цифровые навыки. В дальнейшем программу планируется расширить посредством вовлечения в нее женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком, и женщин в возрасте старше 50 лет.



«Мы всегда стараемся давать практические советы по регистрации и размещению на площадках, оптимизации издержек на продвижение онлайн», – сказала Анна Нестерова.

Другая участница дискуссии, основатель и исполнительный директор компании «Женщины на передовой» Слаузи Могами, подчеркнула, что использование онлайн-платформ для коммуникации и других современных технологий поможет установлению деловых контактов и обмену ценным опытом между женщинами.

### Прокачать «мускулы»

А вот по мнению лидера инициативы women@google в странах Центральной и Восточной Европы Евгении Бродской, кроме перечисленных проблем, женщинам-предпринимателям также мешает неуверенность в собственных силах.

«Кто чаще выступает экспертом в вопросах предпринимательства, кто на трибуне и на экране? Когда «на сцене» предпринимательства одни мужчины, женщина приходит к подсознательному выводу: «Я не могу быть в этом успешна», – сокрушается эксперт. И утверждает, что необходимо следить за соблюдением баланса мужчин и женщин в бизнесе. Для этого нужно «выводить женщин из тени»: чаще приглашать их в качестве профильных спикеров для выступлений, чтобы они могли открыто рассказать о формуле своего успеха.

«Мы делаем семинары, на которых женщины «прокачивают мускулы», рассказывая о своих достижениях. Затем бесплатно передаем их как тренинговые программы в корпорации и общественные организации», – рассказывает Евгения Бродская.

Также в рамках форума были рассмотрены вопросы российского франчайзинга, прирост числа предприятий в котором за последние несколько лет составил более 15%. Обсуждались и проблемы участия женщин в развитии сельских территорий и в решении экологических задач.

«Разрыв между юридическим и фактическим равноправием мужчин и женщин постоянно сокращается. Мы ждем от форума предложений по дальнейшему устранению какого-либо неравенства. Правительство города обязательно учтет их в своей практической деятельности», – отметил губернатор Санкт-Петербурга Георгий Полтавченко.

О серьезных мерах поддержки женщин в России, о международной ситуации и задачах, которые надо решать всем вместе, рассказала Валентина Матвиенко.

По ее словам, проблема получения образования для женщин в нашей стране практически решена.

Женщины широко представлены на руководящих должностях в бизнесе и во власти: к примеру,

**20%**

парламентариев в России

составляют представительницы прекрасного пола.

А в Петербурге эта цифра еще выше –

**30%**

Растет и число женских организаций, в России их более 2 тысяч.



*Наша стратегия действий в интересах женщин комплексная и многоплановая».*

Владимир ПУТИН

**РЕЗУЛЬТАТОМ** ТРЕХДНЕВНОЙ РАБОТЫ ВТОРОГО ЕВРАЗИЙСКОГО ЖЕНСКОГО ФОРУМА СТАЛ ИТОВОГО ДОКУМЕНТ, В КОТОРОМ УЧАСТНИЦЫ ОБРАЩАЮТСЯ К ГОСУДАРСТВАМ, МЕЖДУНАРОДНЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ И МИРОВОМУ СООБЩЕСТВУ С ПРИЗЫВОМ РАСШИРЯТЬ ВОЗМОЖНОСТИ ЖЕНЩИН ВО ВСЕХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СОДЕЙСТВОВАТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИХ ПОТЕНЦИАЛА. ТАКЖЕ, УЧИТЫВАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕВРАЗИЙСКОГО ЖЕНСКОГО ФОРУМА КАК АВТОРИТЕТНОЙ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ВОПРОСОВ, ОНИ ПРЕДЛОЖИЛИ СОХРАНИТЬ ТРАДИЦИЮ И ПРОВЕСТИ СЛЕДУЮЩИЙ ФОРУМ ЧЕРЕЗ ТРИ ГОДА, ПЕРЕИМЕНОВАВ ЕГО В **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖЕНСКИЙ КОНГРЕСС**.

# УДОБНЕЕ! ПРОЩЕ! БЫСТРЕЕ!

20 СЕНТЯБРЯ НА КАМЕННООСТРОВСКОМ ПР., 67 ОТКРЫЛСЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЦЕНТР, ПОЗВОЛЯЮЩИЙ БИЗНЕСУ РЕШИТЬ ВСЕ ВОПРОСЫ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ ВЫВЕСОК В КОМФОРТНЫХ УСЛОВИЯХ «ОДНОГО ОКНА», А ЗАЧАСТУЮ И С ПОМОЩЬЮ УДАЛЕННОГО СЕРВИСА.

✎ АНДРЕЙ СЕРГЕЕВ / ✎ ПАВЕЛ ПАШОВ

ЛЮБОЕ предприятие в сфере бизнеса сталкивается с необходимостью привлечения внимания к своему размещению и информирования о деятельности. Действовавший прежде порядок выдачи разрешений на всевозможные таблички и вывески длительное время вызывал нарекания со стороны предпринимателей. Согласование конструкций вынуждало бизнесменов обивать пороги МФЦ с раннего утра. Процедура растягивалась на длительный срок, причем в любой момент можно было ожидать отказа в разрешении по формальным признакам.

На последнем форуме малого и среднего бизнеса осенью 2017 года пожелание по совершенствованию этого процесса даже было включено в резолюцию участников и поддержано губернатором Георгием Полтавченко.

Председатель Комитета по печати и взаимодействию со СМИ Сергей Серезлеев показал вице-губернатору Александру Говорунову и председателю Общественного совета по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга Елене Церетели, как по-новому организованы для предпринимателей документооборот и получение разрешений на установку информационных и рекламных конструкций.

Теперь для заявителей создано удобное пространство, в одном месте можно получить полный набор услуг и консультаций. Центр востребован предпринимателями: ежедневно они подают здесь десятки пакетов документов, а две трети от общего объема заявлений поступают в электронном виде.

В ответ Александр Говорунов поставил задачу сократить до 30 дней срок согласования выдачи разрешений на услуги, предоставляемые Комитетом по печати и взаимодействию со СМИ. Сегодня эта про-

**ЗА 9 МЕСЯЦЕВ  
2018 ГОДА**

отдел госуслуг выдал

**14  
098**

разрешений

на установку (перемещение) рекламно-информационных конструкций.

С начала года проведено

**3 500**

консультаций,

в электронном виде получено

**11  
372**

заявления.



*«Качественное предоставление государственных услуг – приоритетная задача правительства города, которая находится под постоянным контролем губернатора. Все это делается для того, чтобы процесс оказания госуслуг был максимально прозрачным и удобным для петербуржцев».*

**Александр ГОВОРУНОВ,**  
вице-губернатор Санкт-Петербурга

цедура занимает до двух месяцев. Кроме того, вице-губернатор поручил профильному комитету усовершенствовать механизм использования электронной цифровой подписи, что позволит предпринимателям не только подавать, но и получать документы в электронном виде.

Сергей Серезлеев обратил внимание на то, что количество обработанных заявлений по выдаче разрешений на установку объектов для размещения информации в Санкт-Петербурге, поданных в электронном виде, с каждым годом растет. Если в 2016 году было обработано только 214 таких заявлений, то в 2018 году – уже 11 372.

Сегодня в Петербурге установлено более 8 тысяч конструкций, от использования которых городской бюджет получает более 1 млрд руб. в год. Более 8,5 тысяч конструкций, которые не соответствовали установленным требованиям, были за этот же период демонтированы. «Для нашей культурной столицы это была принципиально важная задача, потому что «часток» рекламы для Петербурга недопустим. Это осмысленный систематизированный процесс, который позволяет жить этому виду бизнеса и преображает внешний облик города», – сказал Александр Говорунов.



ЧАСТНАЯ ОХРАННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ЧОО) «АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» ВТОРОЙ ГОД ПОДРЯД ВХОДИТ В РЕЙТИНГ ЛУЧШИХ ПРОФИЛЬНЫХ КОМПАНИЙ СТРАНЫ И ПОСТОЯННО РАСШИРЯЕТ КАК БАЗУ КЛИЕНТОВ, ТАК И ЧИСЛО РЕГИОНОВ СВОЕГО ПРИСУТСТВИЯ. И НЕПРОСТА КЛИЕНТЫ ДОВЕРЯЮТ ЕЙ САМОЕ ЦЕННОЕ: ПРИВЛЕКАЯ НА РАБОТУ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ПРОФЕССИОНАЛОВ, ПРИОБРЕТАЯ ПЕРЕДОВОЕ ОХРАННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И УВЕЛИЧИВАЯ СПЕКТР УСЛУГ, «АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» НИ НА МИНУТУ НЕ ПОЗВОЛЯЕТ УСОМНИТЬСЯ В КАЧЕСТВЕ СВОЕГО СЕРВИСА И ДЕЛАЕТ ВСЕ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ УРОВЕНЬ БЕЗОПАСНОСТИ ОХРАНЯЕМЫХ ИМ ОБЪЕКТОВ ВСЕГДА БЫЛ НА МАКСИМАЛЬНОЙ ВЫСОТЕ.

# БЕЗОПАСНОСТЬ ГАРАНТИРОВАНА,

## ЕСЛИ ЕЕ ОБЕСПЕЧИВАЕТ «АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»

ЧТО собой представляет, где и как работает компания? В настоящее время ее коллектив образуют около тысячи профессионалов сферы частного охранного бизнеса, которые успешно действуют по всей территории России, включая районы Крайнего Севера и приравненные к ним местности. При этом специалисты «АРСЕНАЛА САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» учитывают все малейшие технические, технологические и территориальные нюансы, используя для охраны объектов как новейшее оборудование, так и умело применяемые знания и навыки. Благодаря высокому качеству работы организации «АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» многие клиенты, включая дочерние компании ПАО «Газпром», уже доверили ей охрану крупнейших стратегических объектов в целом ряде регионов страны.

Компания успешно действует в трех основных направлениях, осуществляя личную охрану должностных и частных лиц, охрану имущества и природных ресурсов, а также опасных и ценных грузов при их транспортировке. В каждом из этих направлений «АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» работает профессионально и предпринимает максимум усилий для достижения цели – безусловной защиты объекта охраны. Например, даже в сложных условиях труднодоступной местности используется полный комплекс мер, исключающих несанкционированное проникновение на территорию охраняемого объекта. Он включает в себя такие инструменты защиты, как современное техническое оборудование, стационарные посты с применением пеших и механизированных патрулей, системы мониторинга и видеонаблюдения в круглосуточном режиме, а также группы быстрого ре-



**ООО «ЧОО «Арсенал Санкт-Петербург»»**

[ARSENAL-SECURITY.COM](http://ARSENAL-SECURITY.COM)

**+7 (931) 987 96 77**

[ARSENALSPBOFFICE@BK.RU](mailto:ARSENALSPBOFFICE@BK.RU)

агирования, использующие для передвижения внедорожники.

При разработке охранной стратегии и осуществлении охраны ценных и опасных грузов специалисты «АРСЕНАЛА САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» обязательно учитывают местоположение постов ДПС и станций техобслуживания, места отдыха водителей, наличие заправок и медпунктов, а также заранее анализируют ценность груза, в точности рассчитывая необходимое для стопроцентной защиты число машин и специалистов.

В свою очередь, в элитном подразделении личной охраны компании заняты исключительно лицензи-

рованные специалисты, обладающие большим опытом службы в специальных подразделениях силовых структур. Они уверенно находят баланс между комфортом клиента и необходимостью обеспечить его личную безопасность на высшем уровне в любых сложившихся обстоятельствах, осуществляя непрерывный контроль безопасности и сопровождение заказчика, прогнозирование наличия и уровня угрозы, недопущение ее проявлений и нейтрализацию нападений.

За счет чего же в компании обеспечивается безусловно высокий уровень защиты клиентов, их материальных ценностей и грузов? За счет мно-

гостороннего комплекса мер, в который входит множество составляющих как технического, так и профессионального плана. Как показывают исследования, только треть российских охранных предприятий в настоящее время предоставляет услугу вооруженной охраны. А охрана без оружия, как правило, ассоциируется с низкой эффективностью защиты...

Вооруженные сотрудники компании «АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» задействованы и при перевозке грузов, и в личной охране, и при защите территории объектов. Причем для каждого из этих направлений разрабатывается индивидуальная многоуровневая стратегия обеспечения безопасности клиента и его имущества, которая может сочетать в себе услуги вооруженной охраны и другие профильные сервисы (такие как работа групп быстрого реагирования, организация стационарных постов, пультовая и физическая охрана объектов).

Немаловажно и то, что ЧОО «АРСЕНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» привлекает на работу только опытных высококвалифицированных специалистов, создавая им все необходимые условия для выполнения поставленных задач. Все сотрудники компании (в т.ч. работающие в тяжелых климатических условиях) снабжаются специальной зимней и летней формой, обеспечиваются комфортными условиями во время несения службы, а также современным автопарком и инновационным техническим оборудованием. Что и позволяет им чувствовать себя абсолютно уверенно, обеспечивая клиенту самое высокое качество охранных услуг, – независимо от того, в какой точке страны они находятся и какого рода сервис ими предоставляется.

**ЭКСПЕРТЫ  
ОЦЕНИВАЮТ  
СООТНОШЕНИЕ  
ФРАНШИЗНЫХ  
ПРЕДПРИЯТИЙ  
СЛЕДУЮЩИМ  
ОБРАЗОМ:**

**53% – ФАСТФУД;**

**14% – ГОСТИНИЧНЫЙ  
БИЗНЕС;**

**11% – РЕСТОРАНЫ;**

**8% – УСЛУГИ;**

**6% – РОЗНИЧНАЯ  
ТОРГОВЛЯ.**



## ПРИКЛЮЧЕНИЯ ФРАНШИЗЫ В РОССИИ



**ЧЕТЫРЕ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯ  
ИЗ ПЯТЕРКИ ЛИДЕРОВ (NOKIAN TYRES,  
BASKIN ROBBINS, SUBWAY, CINNABON, KFC)  
ОТНОСЯТСЯ К СФЕРЕ ПИТАНИЯ.**

(по данным РБК)



**ЛИДЕРОМ  
ПО ЧИСЛУ  
«БИЗНЕСОВ  
НА ВЫНОС»  
СЧИТАЕТСЯ  
ФРАНЦИЯ:  
ЗДЕСЬ  
ДЕЙСТВУЮТ  
ОКОЛО**

**11 800  
ФРАНШИЗ.**

КОЛИЧЕСТВО ФРАНШИЗ В МИРЕ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ВПЕЧАТЛЯЕТ: ВСЕМИРНЫЙ СОВЕТ ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ (WFC) ПРОВОДИТ ПОСТОЯННЫЕ ПЕРЕПИСИ, ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПОСЛЕДНЕЙ, ИХ НАСЧИТЫВАЕТСЯ ОКОЛО 1 312 210. В РОССИИ ЗАКЛЮЧИТЬ ТАКОЙ ДОГОВОР МОЖНО ПРИМЕРНО С 1 500 ФИРМАМИ, И ИХ ЧИСЛО ПОСТОЯННО РАСТЕТ. >>> ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 10

## МИРОВАЯ ПРАКТИКА

Лидером в организации этого бизнеса считаются США: именно там, еще в конце XIX века, возникла сама концепция работы от имени бренда. Позднее к этому пришли и в странах Европы.

По информации Европейской Федерации франчайзинга, наиболее развитыми в этом отношении странами считаются Великобритания, Германия, Италия, Франция и Испания. Они же и являются основными «поставщиками франшиз» в другие государства – их доля составляет 70% партнерского бизнеса.

Самой крупной франчайзинговой сетью называют SubWay, которая имеет партнерские филиалы более чем в 112 странах.

В СЕНТЯБРЕ прошла Первая Всероссийская конференция «Франчайзинг в России: драйвер развития экономики территорий», на которую приехали представители 45 регионов страны. Корреспондент «Бизнес Дневника» собрал мнения участников.

### От чего зависит успех?

На заре появления франшиз в России приток клиентов обеспечивала популярность торговой марки. Однако сегодня этот тренд постепенно сходит на нет.

Чтобы открыть приносящее прибыль партнерское предприятие, в первую очередь требуется выяснить емкость рынка и определиться с направлением деятельности. По мнению директора по стратегии Jeffrey's Алексея Каранюка, в настоящее время растут два сегмента франшиз: с большой емкостью рынка и высокой фрагментацией (общественное питание, одежда, ритейл) и тот, где существующие потребности плохо покрываются как бизнесом, так и государством (логистика, образование, в особенности детское, обслуживание пенсионеров, все, что связано с животными, медицинское обслуживание).

### С чего начинается франшиза?

Эксперты рекомендуют после предварительной оценки емкости рынка начать с поиска сильного франчайзера, способно-

го и особенностями менталитета местного населения. Главная трудность в открытии «брендового» предприятия заключается в реальной оценке потребностей населения на фоне уже действующих компаний.

### Особенности национального франчайзинга

Российская ассоциация франчайзинга отмечает, что наиболее развитыми сферами франчайзингового бизнеса в нашей стране являются непродовольственная торговля и организация ресторанов быстрого питания. Подтверждает это и Ирина Литвиненко, руководитель департамента франчайзинга Суши Wok: «Рынок общепита в России по-прежнему привлекателен для инвестирования. Если говорить о трендах в плане интереса к различным направлениям, то стабильно востребованным является сегмент take-away».

А что еще вызывает интерес? «Сфера услуг в целом становится более популярной среди начинающих предпринимателей, в особенности рынок частной меди-

ством, высоким уровнем сервиса, скоростью выполнения исследований».

Остается в тренде и сфера товаров и услуг для детей, в том числе организация досуговых и образовательных центров. «Есть хорошие образовательные франшизы, где продается скорее не право пользования брендом, а программа обучения и технологии, – говорит Сергей Жвакин, управляющий партнер «Шахматной Школы № 1». – Сейчас на подъеме детские развлекательные центры нового формата, без электронных устройств».

Набирает популярность и социальная сфера – благодаря поддержке со стороны фондов и властей субъектов РФ. При этом около 70% франчайзи работают в регионах, хотя изначально лидерами считались Москва и Санкт-Петербург.

### Правовые нормы

До сих пор понятие «франчайзинг» в нормативных актах РФ отсутствует. Вместо него используется термин «коммерческая концессия». «Франчайзинговые договоры» переименовываются судами в договоры коммерческой концессии (ст. 1027 ГК РФ ч. 2 гл. 54 «Коммерческая концессия»), или в лицензионный договор (ст. 1235 ГК



*Если раньше ключевым фактором успеха являлась известность бренда, то сейчас, с «развитием» потребителя, от франчайзера требуется качественная поддержка: обучение персонала, своевременные поставки сырья и оборудования по адекватным ценам и закрытие проблем как с поиском, так и ремонтом помещения. Без этого невозможно дать такой продукт и сервис, которые не уничтожат бизнес-модель франчайзи».*

Алексей КАРАНЮК, директор по стратегии Jeffrey's

Второй по популярности считается McDonald's.

В последнее время в России, как и за рубежом, активно развивается сеть магазинов Fix Price, продающая товары по низкой цене: ее быстрая окупаемость обеспечила стабильный приток новых франчайзи.

го грамотно помочь выстроить производственный процесс. Далее стоит вычислить конкурентов и выявить потребности целевой аудитории.

Начинать работу с партнером следует с составления бизнес-плана. В этом процессе должен обязательно принять участие владелец бренда или его непосредственные представители, ведь важно, чтобы основная стратегия не противоречила политике головной фирмы. В свою очередь, покупателю франшизы тоже не стоит стоять в стороне: ему нужно изучить регион, где будет открыта точка, познакомиться с потребностями рын-

ка, который отличается высокой «кризисоустойчивостью», – рассказывает Дарья Горякина, заместитель генерального директора по коммерции и оперативным вопросам «Лабораторной службы Хеликс». – В текущих экономических условиях, когда покупательская активность в целом снижается, отрасль лабораторной диагностики, в частности, остается одной из немногих, которые продолжают демонстрировать рост. В связи со снижением уровня доступности лабораторных услуг по ОМС в государственных медицинских учреждениях потребители все чаще обращаются в частные лаборатории – за каче-

PIXABAY.COM



РФ ч. 4), или т.н. комплексный договор, включающий в себя различные договоры (лицензионный, служебный, поставки, купли-продажи и т.п.)», – рассказывает Андрей Попов, аналитик компании «Саввэй Россия». Действительно, фирмы, работающие в рамках франшизы, могут заключать три типа соглашений: договор коммерческой концессии, лицензионный договор и договор разового оказания услуг.

При этом наиболее защищены франчайзи, работающие в рамках коммерческой концессии. Такой договор подразумевает регистрацию торгового знака в Роспатенте, что является гарантией ответственности создателя франшизы.

Надежда Рузавина, старший юрист-консульт компании Alta Via, советует

при заключении договора франчайзи убедиться в реальности существования контрагента. Сделать это можно бесплатно, с помощью сервиса <http://egrul.nalog.ru>, а также демоверсии сервиса «Контур-Фокус».

Далее стоит запросить у контрагента копии следующих документов: устава организации, свидетельства о государственной регистрации юридического лица (для ИП – о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя), свидетельства о постановке на налоговый учет, документов, подтверждающих полномочия представителей, справки из инспекции ФНС о своевременной уплате налогов. Подобные меры предосторож-

ности помогут выявить мошенников и избежать краха молодого бизнеса.

Дарья Горякина, заместитель генерального директора по коммерции и оперативным вопросам «Лабораторной службы Хеликс», добавляет: «Важно убедиться, что компания-франчайзер берет на себя обязательство по регистрации контракта коммерческой концессии в Роспатенте. Это гарантирует вам юридическую защиту в случае возникновения конфликтов, которые не удастся решить в процессе переговоров. По данным РАФ, на сегодняшний день в нашей стране лишь 5% франчайзеров регистрируют договоры должным образом. Заинтересованность в регистрации договора проявляют, как правило, надежные франчайзеры, дорожащие своей репутацией».



**Подписывая незарегистрированный договор, вы сильно рискуете остаться без бизнеса, поскольку такой документ не имеет никакой юридической силы, и франшиза в любой момент может быть отозвана».**

Дарья ГОРЯКИНА, заместитель генерального директора по коммерции и оперативным вопросам «Лабораторной службы Хеликс»

**ПО ОЦЕНКАМ ЭКСПЕРТОВ, 5% ПРЕДПРИЯТИЙ, РАБОТАЮЩИХ ПО ПАРТНЕРСКОМУ ДОГОВОРУ, ЗАКРЫВАЮТСЯ УЖЕ В ПЕРВЫЙ ГОД РАБОТЫ**

## КУДА ВЫГОДНЕЕ ВКЛАДЫВАТЬ

**Зачастую международные бренды требуют больших инвестиций, поэтому запустить такой бизнес достаточно сложно.**

**А что есть на рынке отечественного франчайзинга, который также стремительно развивается?**

Согласно рейтингу РБК, самыми популярными франшизами России (по числу заключенных контрактов с партнерами в 2017 году) стали:

- «ДОДО ПИЦЦА» – ресторан быстрого питания;
- «ГЕМОТЕСТ» – лаборатория анализов;
- «БЕГЕМОТ» – детские товары;
- «ЧЕБАРКУЛЬСКАЯ ПТИЦА» – агрохолдинг;
- «220 ВОЛЬТ» – магазин электроинструментов;
- «СИБИРСКАЯ ЗАПРАВКА» – АЗС;
- «ВИЛГУД» – автосервис;
- «ХЕЛИКС» – лаборатория анализов;
- «НАЦИОНАЛЬНЫЙ КРЕДИТ» – микрофинансовая организация;
- «СУШИ ШОП» – магазин продуктов для блюд японской кухни.

Но самая масштабная франчайзинговая сеть России принадлежит компании 1С. Она буквально стоит вне этого рейтинга: только за 2017 год было зарегистрировано

# 698

контрактов.

Такой успех обусловлен популярностью самого продукта.



ПРОСТО ОТКРЫТЬ ФРАНШИЗУ МАЛО, НЕОБХОДИМО ВЫВЕСТИ ЕЕ НА ОКУПАЕМОСТЬ. ИНОГДА ПРОВАЛ ПРОИСХОДИТ ПО ВИНЕ САМОГО ДЕРЖАТЕЛЯ БРЕНДА, НО В БОЛЬШИНСТВЕ СЛУЧАЕВ ПРИЧИНОЙ ЛИКВИДАЦИИ СТАНОВИТСЯ НЕДОСТАТОЧНАЯ ИЗУЧЕННОСТЬ РЫНКА. НАИБОЛЕЕ НЕДОЛГОВЕЧНЫМИ В РОССИИ ОКАЗАЛИСЬ ИМПОРТНЫЕ ФРАНШИЗЫ ПО ПРОДАЖЕ ОДЕЖДЫ (NEW LOOK, RIVER ISLAND, AMERICAN EAGLE). ИЗ-ЗА НЕВЕРНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДОВ ПОКУПАТЕЛЬ НЕ ОЦЕНИЛ ПРЕИМУЩЕСТВ МАРКИ И, СООТВЕТСТВЕННО, НЕ СТАЛ ПЛАТИТЬ ВЫСОКУЮ ЦЕНУ ЗА ТОВАРЫ.

## Петербург для «своих» и...

«В Москве локализована большая часть представительств зарубежных франшиз: Subway, Tom Tailor, Gold's Gym. А в Петербурге базируется в основном бизнес “отечественного производства”, который в процессе развития переходит к франчайзинговой бизнес-модели», – говорит Альберт Хамзин, коммерческий директор бизнес-портала «Бибосс».

Петербург (наравне с Казанью и Новосибирском) становится центром развития отечественного бизнеса по франчайзинговым схемам. К примеру, из 220 магазинов (и точек выдачи) интернет-ритейлера электроинструментов «220 вольт» в Петербурге расположено 66 – остальные раскиданы по регионам России, Белоруссии и Казахстана.



*В нашем рейтинге топ-100 франшиз – более 15 петербургских компаний. Активно развиваются образовательное, туристическое, медицинское направления, рекламный и производственный бизнес, а также аутсорс персонала».*

Альберт ХАМЗИН,  
коммерческий директор бизнес-портала «Бибосс»

# ЗАРАБОТАТЬ НА ЧУЖОМ УСПЕХЕ

ПО ЭКСПЕРТНЫМ ОЦЕНКАМ, ПРИБЛИЗИТЕЛЬНО 80% ВСЕХ РОССИЙСКИХ ФРАНЧАЙЗЕРОВ НАХОДЯТСЯ В МОСКВЕ И ПЕТЕРБУРГЕ. ИМЕННО В КРУПНЫХ ГОРОДАХ СОСРЕДОТОЧЕНЫ И ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ, И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КАДРЫ. ДА И ОБЪЕМ РЫНКА ФОРМИРУЕТ БЛАГОПРИЯТНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ. КОГДА ЖЕ СТАНОВИТСЯ ТЕСНО В СТОЛИЦАХ, БИЗНЕС ВСПОМИНАЕТ О ПРОВИНЦИИ – С ЕЕ ПОТЕНЦИАЛОМ И ОТСУТСТВИЕМ КОНКУРЕНЦИИ.



«Безусловно, франчайзингу в Петербурге есть куда расти: во-первых, это связано с консолидацией рынка, которая в отрасли частной лабораторной диагностики особенно заметна. Потребители все чаще выбирают крупные проверенные бренды, и мелкие игроки уходят с рынка, не выдерживая конкуренции, – комментирует Дарья Горякина, заместитель генерального директора по коммерции и операционным вопросам «Лабораторной службы Хе-

ликс». – Второй фактор – снижение покупательной способности и, наоборот, удорожание текущих статей затрат малого бизнеса, связанное с ростом курса бивалютной корзины. В такой экономической ситуации малому бизнесу сложно держаться на плаву, в то время как крупные игроки могут минимизировать свои затраты за счет “эффекта масштаба”: чем больше, к примеру, исследований выполняет лаборатория, тем ниже их себестоимость».



### ... для «посторонних»

Один из наиболее распространенных рисков франчайзинговых схем – наличие региональных особенностей. Действительно, не то что в разных странах, а в разных городах у жителей и разный менталитет, и разная покупательная способность, и разные потребительские традиции. Собственно, профессионализм франчайзера заключается в том, чтобы создать, с одной стороны, единую схему работы бизнеса, с другой – учесть особенности локальных рынков.

Законы бизнеса жестоки, и те, кто не смог или не захотел этого сделать, вынуждены с рынка уходить. Так, буквально только что из Петербурга ушла сеть магазинов Германа Стерлигова «Хлеб и соль». Причиной стали не публичные скандалы (одиозный предприниматель, наоборот, таким образом делал своим магазинам дополнительную рекламу). Официальный договор расторгли из-за разногла-

сий между франчайзером (держателем франшизы) и франчайзи (ее покупателем и представителем). При этом, по экспертным оценкам, причина была в заоблачных ценах и отсутствии в Петербурге необходимого количества очень богатых покупателей.

Неудачи одних не останавливают других. Сейчас на рынок петербургских барбершопов выходит сеть Black Star, принадлежащая Тимуру Юнусову (рэперу Тимати). Но тут стоит отметить, что выходит она, в отличие от «Хлеба и соли», на уже состоявшийся и раскрученный «чисто петербургский» рынок услуг модных брадобре- хипстеров. Кроме того, параллельно с Петербургом Black Star стартует в 11 крупных городах, включая Берлин, Мюнхен и Милан. Да и сама сеть уже достаточно популярна: по данным агентства РБК, ежегодная выручка бизнес-империи Black Star превышает 1 млрд руб.



А кого-то не останавливают собственные неудачи.

К примеру, второй раз пытаются выйти на петербургский рынок Tutti Frutti Frozen Yogurt. В 2016 году, через год после открытия, сети пришлось закрыть единственное франчайзинговое кафе в Петербурге и отложить планы по открытию 5 новых точек (намеченному на 2017 год). За прошедшее время компания попыталась учесть свои просчеты и различия между торговыми центрами Петербурга и Москвы (под формат которых рассчитана сеть).

В этом году, помимо собственно кафе замороженных йогуртов Tutti Frutti, на берегах Невы сеть планирует открыть бар FreshUP – с соками, смузи и салатами.

Инвестиции в йогурты составят

# 6–8

млн руб.,

а в смузи –

# 1,8

млн руб.

Срок окупаемости – до

# 2,5

лет.

Любопытно, что на этот раз сеть входит в раскрученный сегмент рынка: в Петербурге работает собственная сеть фреш-баров «Ешь Фреш», которая, кстати, тоже развивается по франчайзинговой схеме.

## Бизнес в регионах

«Мы создавали развивающийся центр для своих собственных детей, поэтому делали все от души. И только после того, как убедились в том, что это не только хорошо работает, но и приносит деньги, открыли второй центр. А затем третий и четвертый. В 2009 году на нашем сайте стали появляться вопросы: “Как купить вашу франшизу?” Тогда мы подумали: а почему бы и нет? И начали описывать все бизнес-процессы. Это заняло почти два года, – рассказывает Ольга Лебедева, генеральный директор компании «Крошка Ру». – По итогам 2015 года франшиза наших детских центров вошла в десятку самых успешных российских франшиз. В итоге “Крошка Ру” за 16 лет открыла 54 центра раннего развития для детей 1–7 лет в России и Казахстане».

Такую (или очень похожую) «бизнес-стори» может рассказать подавляющее большинство франчайзеров. При этом регионы, в которые приходит «стандартизированный» бизнес, от этого, как правило, только выигрывают.

«В Петербурге и Ленинградской области открыто 108 диагностических центров “Хеликс”, 92 из них – с франчайзи-партнерами. Отдельно можно отметить тенденцию популяризации франчайзинга в малых городах Северо-Запада. Если ранее лидером развития франшизы был Петербург, то сейчас большой спрос на франшизу в городах с населением до 200 тысяч человек, – поясняет Дарья Горякина. – Мы недавно стали партнером телемедицинского проекта “Онлайн Доктор”, благодаря которому жители удаленных поселений могут получить онлайн-консультацию высококвалифицированных специалистов из столичных клиник. Таким образом, франчайзи из небольших населенных пунктов могут предлагать своим клиентам сервис, запуск которого собственными силами потребовал бы от них значительных вложений, усилий и времени, а для некоторых – с учетом локальных особенностей – был бы в принципе невозможен».

А вот «обратный путь» – создание франчайзинговых схем в регионах и их распространение на города-миллионники – сегодня редкость.

«Сложно развивать франчайзинг в регионах, поскольку для этого требуются профессионалы высочайшего класса (маркетологи, IT-специалисты, обучающие тренеры, аналитики). Это дорогостоящие кадры, которые, набрав достаточно опыта и знаний, устремляются в столицу, – объясняет ситуацию Альберт Хамзин. – Да, есть франшизы родом из Рязани, Ижевска, Саратова, Анапы, Курска и других городов. Но это единичные случаи, которые больше демонстрируют превосходные личные качества владельцев этих компаний, чем общую обстановку в регионе».

# БОИШЬСЯ НАЧАТЬ? ФРАНЧАЙЗЕР В ПОМОЩЬ!

ПРИОБРЕТЕНИЕ ФРАНШИЗЫ – ОДИН ИЗ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ НА СЕГОДНЯ ПУТЕЙ ОТКРЫТИЯ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА СРЕДИ НАЧИНАЮЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ.

 /  АНАСТАСИЯ ЯЛАНСКАЯ

## Плюсы и минусы

С одной стороны, именно для старта в предпринимательстве у франчайзинга есть множество плюсов: франчайзер консультирует франчайзи по вопросам ведения бизнеса, что сводит к минимуму вероятность принятия неправильных решений. Кроме того, франчайзер дает советы по функционированию предприятия, работе с персоналом, даже дизайну – все это позволяет франчайзи быстро вникнуть в суть дела.

Разумеется, есть и минусы. Например, у франчайзи нет свободы действий: это не его личный бизнес, и, покупая франшизу, он обязан строго соблюдать правила, прописанные в договоре. Он не может вносить что-то новое или как-то видоизменять структуру бизнеса.

Но вот вопрос: как же выбрать франшизу и не прогадать? Эксперт по франчайзингу Сергей Животовский советует проверять при покупке, насколько компания-франчайзер

успешна и состоятельна в финансовом плане.

«Перед выбором франшизы нужно прежде всего определиться с выбором отрасли, в которой хотите развиваться. Это могут быть салоны красоты, фитнес-центры, рестораны или что-нибудь еще. После того, как вы определились с видом деятельности, можно приступать к выбору франшизы. Отнестись к этому стоит крайне внимательно: рынок переполнен как крупными, так и мелкими франчайзерами, и не всегда покупка франшизы у первых оправдана – хотя бы потому, что это очень дорого. Сейчас потребители стали приветливее относиться к новым, ранее неизвестным заведениям и компаниям, поэтому можно купить франшизу не вполне популярного, но перспективного бренда», – рекомендует специалист.

Начинающим предпринимателям стоит выбирать франшизу, исходя из сроков окупаемости, объемов вложений и оценки конкурентной среды.



*В идеале – найти такую франшизу, которая будет соответствовать всем параметрам. Рынок все больше стремится к независимости и свободе, и лучше выбирать перспективные интернет-компании, с которыми предприниматель сможет работать в любой точке мира».*

Сергей ЖИВОТОВСКИЙ,  
эксперт по франчайзингу

**В НАСТОЯЩИЙ МОМЕНТ** ПОЯВИЛАСЬ ТЕНДЕНЦИЯ ОТКРЫВАТЬ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ КОМПАНИИ В РЕГИОНАХ, ГДЕ БОЛЬШЕ ШАНСОВ РАСКРУТИТЬСЯ И МЕНЬШЕ КОНКУРЕНЦИИ.



*я приобрела франшизу, которая входит в топ франшиз России. Это федеральная сеть, и за 5 лет работы у них накопилось 250 партнеров по стране и за рубежом.*

Я купила франшизу для открытия студии за 150 тысяч руб. В этот пакет входила лампа для отбеливания, материалы, оборудование, кресло, профессиональное сопровождение специалистов и дентокосметика. В большинстве франшиз есть паушальный взнос и роялти. У W&S этого нет – покупаешь франшизу, и других взносов более не требуется.

Поскольку эта сеть является федеральной, у нее есть все необходимые разрешения и сертификаты, партнеры после прохождения некоторых азгов получают пакет необходимых документов и официальные сертификаты, в том числе СанПиН. Специального медицинского образования для этой деятельности не требуется.

Мы получаем консультацию по использованию системы и применяем ее в работе по утвержденному алгоритму. Менеджеры франчайзера обеспечивают хорошее сопровождение бизнеса, обучают, подкидывают идеи, проводят тренинги, в том числе по продажам. На рекламу в месяц у нас в среднем уходит около 7 тысяч руб. – в основном на социальные сети и листовки. Затраты на аренду помещения площадью 15 кв. метров в месяц составляют 15 тысяч руб. На расходные материалы уходит еще около 11 тысяч руб.

Период окупаемости у каждого разный. У кого-то уходит полгода, у кого-то год. Нужно быть готовым, что придется много работать, вкладывать не только денежные ресурсы, но и свой потенциал: придумывать различные пути продвижения, завлекать клиентов, показывать им, что эта услуга доступна и эффективна, что она абсолютно безопасна для зубов и эмали. За год моей работы у меня еще не было ни одного недовольного клиента.

При средней загруженности студии чистая прибыль в месяц достигает 60 тысяч руб., а при полной загруженности можно зарабатывать и 200 тысяч руб. В целом этот бизнес молодой и интересный, процедура отбеливания зубов набирает обороты, люди о ней все больше узнают и присылают заявки. Большинство моих коллег так же, как и я, совмещают работу на студии с основной работой, одно другому совершенно не мешает.



**Анастасия БЛАГОВА,**  
ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ГК «СЛЕТАТЬ.РУ»:

ли всего несколько заявок. Зная, что «Слетать.ру» принесет нам больше, мы решили вступить в эту сеть. Когда мы покупали франшизу, она еще только появилась, и условия были более лояльные, чем сейчас. Теперь у них появился вступительный взнос (60 тысяч руб.), который платишь за курс в учебном центре, пакет документов и брендированную сувенирную продукцию. Существует и обеспечительный платеж, равный сумме периодического платежа, который является оплатой за последний месяц работы в сети.

От франчайзера к нам прикрепили куратора и аккаунт-менеджера, которые помогают нам по всем возникающим вопросам.

Цена самой франшизы зависит от города. Для Москвы стоимость составляет около 30 тысяч руб. в месяц. Для Московской области – вдвое ниже. Существует система скидок постоянным партнерам при открытии следующих офисов. Затраты на открытие офиса составляют в среднем 350 тысяч руб. На данный момент у меня 7 офисов под франшизой (три в Подольске и два в Москве). Доход зависит от города, профессионализма менеджеров и самого директора. Туризм – это все-таки сезонный вид бизнеса, и стабильный доход обычно приходит через год работы офиса, но это вовсе не значит, что предприниматель не будет зарабатывать первое время.

В данный момент средний чистый доход офиса в Подольске – около 150–200 тысяч руб. в месяц, при этом офису почти 5 лет. Первое время доходы были ниже, приходилось откладывать на зиму «подушку безопасности». Туристический бизнес в целом низкорентабельный. Средняя комиссия с тура, которую зарабатывает агентство, – порядка 7%.

Всегда сложно найти удачное место для офиса, еще и с небольшой арендной ставкой. В Подольске арендная плата нам обходится в сумму около 50 тысяч руб. в месяц. Кроме того, не избежать проблемы с персоналом, потому что грамотных менеджеров по туризму не хватает, приходится обучать их самим.

И хотя франчайзер дает готовую модель для бизнеса, это не значит, что предпринимателю не понадобится изучать тенденции, искать новые виды рекламы. Нужно следить за новостями туристического рынка и помнить, что он сильно зависит от множества обстоятельств. Те, кто мечтает открыть легкий бизнес, просто вложив средства, долго не работают в этой сфере, так как здесь слишком много нюансов. Но кому нравится, остаются в этом бизнесе надолго.

## НЕЛЕГКАЯ ДОЛЯ ТУРИЗМА

*Первоначально я открыла туристическое агентство под названием «Ближе к Солнцу». Сайтом «Слетать.ру» мы пользовались как «поисковиком» для поиска лучших цен у туроператоров. Покупали у них модули и размещались в разделе «Где купить». Вскоре они запустили франшизу в Подольске, где размещалась наша компания, и мы потеряли возможность рекламироваться на их сайте. Внезапно наступило затишье, мы потеряли клиентов.*

Некоторое время мы работали под франшизой TBS (Travel Business Service), но за время работы получи-



**Ксения ВАСИЛЬЕВА,**

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ СЕТИ СТУДИЙ  
КОСМЕТИЧЕСКОГО ЭКСПРЕСС-ОСВЕЩЕНИЯ  
ЗУБОВ WHITE & SMILE:

## КРАСОТА СПАСЕТ СТАРТАП

*Я долго работала в торговле и однажды задумалась о том, что хочу работать сама на себя, уйти из этой отрасли и заниматься тем, что мне будет интересно. И начала исследовать рынок франшиз. Искала то, чего еще нет, чтобы открыть что-то новое. В сентябре 2017 года*



**МЕТОД ПОДБОРА КАДРОВ ЗАВИСИТ  
ОТ ОБЪЕМА ПОТРЕБНОСТИ ВАШЕГО  
ПРЕДПРИЯТИЯ В СПЕЦИАЛИСТАХ.**

ИНТЕРПРЕСС / ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

# НА ОХОТУ ЗА ПЕРСОНАЛОМ

## Вести с рынка

Ситуации на петербургском рынке труда завидуют почти по всей России: вакансий у нас много, а зарплату предлагают достойную. Только вот для работодателей это положение дел не является слишком хорошим, так как квалифицированных специалистов разного уровня приходится искать днем с огнем.

Ахиллесовой пятой рынка труда Северной столицы остается несовпадение спроса и предложения. В доказательство этому директор по продажам УК АНКОР Михаил Алгаре, в частности, приводит данные исследований Randstad, согласно которым соискатели в первую очередь ищут привлекательную зарплату и бонусы, а работодатели в своем рейтинге ставят этот критерий только на шестое место. Карьерному росту кандидаты отводят третье место (работодатели – пятое), а интересную работу первые видят в числе пятерки важнейших критериев, тогда как вторые – только на восьмом месте.

И хотя об общем дефиците рабочих рук говорить не приходится (в среднем на вакансию в Петербурге претендуют 6 соискателей), в отраслевом разрезе и на уровне компаний нехватка специалистов отдельных категорий явно присутствует. HeadHunter Северо-Запад в последние месяцы отмечает значительный рост спроса (на 29% по сравнению с 2017 годом) как на массовый персонал, так и на «узких» специалистов. «Компаниям не хватает инженеров разных специализаций, про-

давцов-консультантов, менеджеров по продажам, продавцов-кассиров, IT-специалистов и ряда других профессионалов», – сообщают представители HeadHunter. В службе занятости подтверждают: осенью 2018 года наиболее дефицитными в Петербурге остаются всевозможные инженеры, врачи и мастера, а среди рабочих чрезвычайным спросом пользуются водители и токари, электрогазосварщики и маляры, а также бетонщики, фрезеровщики и плотники.

Эксперты подчеркивают: сейчас все большее значение приобретает готовность соискателя к переменам. «Мы ищем тех, кто активен и готов развиваться вместе с компанией», – говорит руководитель отдела по подбору персонала компании «Пироговый дворик» Екатерина Ножкина. – Уже через 3 месяца после начала работы на стартовых позициях, если кандидат показывает себя, готовы предложить ему переход на более высокие должности».

А Сергей Малышев, заместитель генерального директора Rabota.ru в Петербурге, констатирует, что одной из наиболее важных тенденций современного рынка труда является совмещение профессий. «Благодаря этому многие работодатели, особенно в малом бизнесе, экономят на расходах, – поясняет он. – Порой такие «многооточники» в компании становятся, по сути, незаменимыми работниками, поскольку способны выполнять множество обязанностей».

«В своей работе мы используем самые разные методы подбора персонала. Ярмарка вакансий, в частности, предоставляет возможность лично поговорить со многими потенциальными сотрудниками, сэкономить время обеих сторон. Да, без визита на предприятие и тестирования навыков соискателей на месте все равно не обойтись, но их первоначальный отбор на ярмарке провести можно. И работодателям, и кандидатам такой формат общения удобен».

**Кристина ИСАКОВА,**  
специалист по подбору персонала группы компаний «Миларин»



## КАДРОВЫЕ АГЕНТСТВА ПЕТЕРБУРГА

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО – БОЛЕЕ

# 200,

ИЗ НИХ КРУПНЫХ – ОКОЛО 40

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ:

ПОДБОР МАССОВОГО ПЕРСОНАЛА – ОКОЛО 70%

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ ПО ОТРАСЛЯМ – ОКОЛО 40%

EXCLUSIVE SEARCH\* – 5-10%

HEADHUNTING\*\* – 5-10%

PRELIMINARING\*\*\* – 10-15%

OUTSTAFFING\*\*\*\* И ДР. КАДРОВЫЕ УСЛУГИ – 5%

ОБЩЕЕ СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО

ТРУДОУСТРАИВАЕМЫХ В ТЕЧЕНИЕ ГОДА –

ДО 20 ТЫС. ЧЕЛОВЕК

\* КАЧЕСТВЕННЫЙ ПОИСК

\*\* ПОИСК КЛЮЧЕВЫХ КАДРОВ

\*\*\* ПРИВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

\*\*\*\* ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНЕШНЕЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

## СЛУЖБА ЗАНЯТОСТИ

ЗА 8 МЕСЯЦЕВ 2018 ГОДА:

→ КОЛИЧЕСТВО РАБОТОДАТЕЛЕЙ, ОБРАТИВШИХСЯ ЗА СОДЕЙСТВИЕМ В ПОДБОРЕ РАБОТНИКОВ – 4 518

→ ЧИСЛО ГРАЖДАН, ОБРАТИВШИХСЯ С ЦЕЛЮ ПОИСКА РАБОТЫ, – 83 195

НАШЛИ РАБОТУ ИЗ ЧИСЛА ОБРАТИВШИХСЯ – 48 147 (57,9%)

ЕЖЕГОДНО:

→ КОЛИЧЕСТВО ПРОВОДИМЫХ ЯРМАРОК ВАКАНСИЙ (ВКЛЮЧАЯ ОБЩЕГОРОДСКИЕ) – СВЫШЕ 30

→ ЧИСЛО РАБОТОДАТЕЛЕЙ – УЧАСТНИКОВ ГОРОДСКИХ ЯРМАРОК – 150-200

→ СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО ПОСЕТИТЕЛЕЙ ГОРОДСКИХ ЯРМАРОК – СВЫШЕ 5 ТЫС. ЧЕЛОВЕК

→ СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ВАКАНСИЙ, НАПРЯМУЮ ПРЕДЛАГАЕМЫХ РАБОТОДАТЕЛЯМИ НА ГОРОДСКИХ ЯРМАРКАХ, – 2-3 ТЫС.

Об объемах спроса и предложения рынка труда Петербурга говорят итоги недавней Общегородской ярмарки в «Ленэкспо»: за несколько часов работы ее посетили почти 5,5 тысяч человек. И понять их желание приехать в Гавань можно: около 150 работодателей предложили там свыше 2,5 тысяч «горячих» свободных мест.

При этом ярмарки вакансий – это не единственный и порой далеко не самый эффективный инструмент решения кадровых проблем предприятия. Эксперты уверены: в каждом конкретном случае надо использовать наиболее подходящий способ подбора.

## «Индпошив» кадров

«Методов подбора персонала существует масса, – говорит эксперт по рынку труда с многолетним опытом руководства рекрутинговыми компаниями Юлия Никитина. – Их выбор во многом определяется объемами и частотой потребности в кадрах, а также уровнем квалификации персонала».

По ее мнению, единого рецепта успеха здесь нет. В отдельных случаях (например, когда крупная компания ощущает постоянную нехватку массового персонала) эффективными могут быть системное сотрудничество с государственной службой занятости и участие в ярмарках вакансий, а также использование такого современного инструмента, как лизинг персонала. «Очень хороший эффект дает работа на постоянной основе с учебными заведениями: это позволяет целевым образом, с учетом нюансов деятельности конкретного предприятия, получать специалистов «под ключ», – уверяет эксперт.

В целом же картина выглядит так: чем меньше объем потребности в кадрах и выше уровень их квалификации и ответственности, тем вероятнее замена усилий собственных кадровиков компании (если они вообще есть) на услуги профильных специалистов. «Работодатели зачастую стараются решать кадровые проблемы, используя собственные ресурсы. И порой это вполне оправдано, поскольку привлекать для найма рядового водителя или бетонщика рекрутинговую компанию подчас не имеет смысла, – отмечает Юлия Никитина. – Однако если речь идет о подборе кадров уровня высококвалифицированного специалиста и тем более топ-менеджера, эту работу лучше доверить профессионалам».

Особенно это касается таких методов подбора персонала, как executive search и headhunting, в рамках которых речь идет о найме или переманивании руководящих сотрудников либо «штучных» специалистов. «Если потребность в подобном работнике ощущает маленькая компания, в которой нет кадрового резерва, это тем более оправдано, – считает эксперт. – Причем доверять подбор таких сотрудников необходимо исключительно специализированным кадровым агентствам, имеющим и опыт, и весь необходимый в этом случае набор возможностей».

## Товар лицом

При этом присутствие на ярмарках вакансий городского уровня многие работодатели по-прежнему считают не-



**Стоимость услуги по подбору персонала: от оклада за вакансию**

**Стоимость кадрового аудита:**

# 2,5–3

тыс. руб./час

**Стоимость кадрового консалтинга:**

# 4–5

тыс. руб./час

**Стоимость независимой оценки квалификации работников:**

# 1–1,5

тыс. руб./чел.

**Стоимость услуги по оценке персонала: от**

# 1,5–2

тыс. руб./чел.

обходимым. Причины – потребность в личном знакомстве с соискателями и возможность привлечь кандидатов, которые неактивны в «онлайне».

«Интернет – Интернетом, но хочется лично убедиться в компетентности претендента, – говорит предприниматель Владимир. – Разговор “живьем” позволяет определить и личностные характеристики кандидата, которые для ряда профессий имеют принципиально важное значение. И если при удаленной беседе можно что-то скрыть, общение с глазу на глаз тут же расставляет все точки над и».

К тому же ярмарки привлекают контингент соискателей, который подчас не в ладу с современными IT-технологиями. Например, работников предпенсионного возраста, коих работодатели особо ценят за опыт и объективную оценку своей рыночной профессиональной стоимости. «Такой инструмент, как ярмарка, особенно хорош для подбора массового персонала среднего и старшего возраста, – отмечают представители бизнеса. – Эти специалисты ищут стабильности и гарантий, более мотивированы к труду – в то время, как молодых в первую очередь интересуют размер оплаты и возможность работать по гибкому графику».

Кроме возможности личных переговоров, на офлайн-ярмарку работодателей привлекает и то, что этот формат позволяет им не только заявить о себе как о перспективном месте работы, но и создать привлекательный образ компании и ее продукции (ведь посетители ярмарки – потенциальные потребители). А благодаря возможности анкетирования на стенде кадровые службы предприятий пополняют свой банк резюме. И даже если подходящей вакансии для специалиста на данный момент нет, при ее появлении будет к кому обратиться.

Ожидания работодателей, рассчитывавших привлечь опытных специалистов низового и среднего персонального звена, не слишком активных в Интернете, на недавней ярмарке вакансий в Гавани вполне оправдались: две трети посетивших ее соискателей оказались в возрасте старше 30 лет. «Для того, чтобы искать работу через Интернет, надо составлять резюме и размещать там, где его могут увидеть. Для меня это чересчур сложно, поскольку больше привык “баранку” грузовика крутить, – честно признался на выходе из павильона водитель Михаил. – А тут пришел, поговорил, прикинул – и вот она, работа: завтра иду устраиваться».

«Желающих занять вакансии хватает, однако выбрать из них стоящих специалистов по-прежнему сложно: амбиций и готовности получить высокую зарплату у кандидатов (особенно у молодежи) в избытке, а вот желания по-настоящему работать и практических навыков многим соискателям недостает. Такой инструмент, как ярмарка, тем и хорош, что позволяет сразу же “просеять” множество кандидатов и выбрать из них наиболее подходящих».

Мария ОБОДНИКОВА, руководитель департамента по работе с персоналом группы компаний «Балтика-транс»

НЕ УСПЕЛИ УТИХНУТЬ СТРАСТИ ПО ИЗМЕНЕНИЮ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ДОЛЕВОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ, КАК ЖИЛИЩНУЮ СФЕРУ УЖЕ ПОДЖИДАЮТ ОЧЕРЕДНЫЕ НОВАЦИИ. РЕЧЬ ИДЕТ О СДАЧЕ НОВЫХ КВАРТИР С ЧАСТИЧНОЙ МЕБЛИРОВКОЙ, А ЗНАЧИТ, И С ЧИСТОВОЙ ОТДЕЛКОЙ.



PIXABAY.COM / ИГОРЬ ФЕДОРОВ

# ИПОТЕЧНЫМ КРЕДИТАМ ДОБАВЯТ МЕБЛИРОВКИ

## ИГРОКИ СТРОИТЕЛЬНОГО РЫНКА ОБСУЖДАЮТ ЗАКОНОПРОЕКТЫ

В НАЧАЛЕ ОКТЯБРЯ правительство РФ должно представить премьер-министру Дмитрию Медведеву предложение по включению в основные критерии для сдаваемого стандартного жилья встроенной деревянной мебели.

Идея сдавать квартиры в новостройках с частичной меблировкой принадлежит непосредственно производителям мебели. Эта мысль была высказана минувшим летом на совещании, посвященном охране, защите лесов и глубокой переработке древесины. Руководитель петербургской мебельной фабрики Александр Шестаков предложил оснащать стандартное жилье мебелью для прихожей, кухни и ванной. Его услышали, и глава правительства дал поручение Минстрою, Минпромторгу и Минэкономразвитию при участии «Дом. РФ» подготовить свои предложения. Положительное решение по данному вопросу автоматически закрывает дискуссию о сдаче квартир без чистовой отделки: в отсутствие таковой сложно установить мебель (вернее, так сделать можно, но кто это купит?).

### Много вопросов

«Достаточно сложно представить ситуацию, когда застройщиков обяжут устанавливать в квартирах пускай даже скромную меблировку. И дело тут не в деньгах, ведь частично или полностью расходы могут быть переложены на плечи покупателя. Возникает очень много технических вопросов. И главный – кто сможет поставить такой объем мебели строителям в масштабах всей страны?» – считает Екатерина Запорожченко, коммерческий директор ГК Docklands Development.

Мнению эксперта вторит исполнительный директор СК «Ойкумена» Роман Мирошников: «Обязать застройщиков продавать квартиры с меблировкой невозможно, в данный момент среди покупателей жилья масс-маркет практически нет спроса на подобный продукт. Большая часть приобретает жилье с чистовой отделкой, но все остальное – выбор обоев, полов, мебели – предпочитает делать самостоятельно».

На условиях анонимности один из застройщиков сказал, что если меблировку заставят делать, повсеместно появятся новые форматы недвижимости – «Масс-маркет+», «Стандарт+» – и прочие ухищрения, чтобы обойти требования. «Если строители начнут устанавливать мебель, единственное, что потребуется от них, – увеличить число мусорных контейнеров, так как после сдачи дома большая часть всего этого убранства окажется на помойке», – резюмировал анонимный собеседник. Иное дело, если строителей обязать сдавать квартиры с чистовой отделкой: тут отвертеться будет сложнее.



*Отделка становится неотъемлемым требованием рынка. Большинство покупателей берут ипотечный кредит и въезжают в готовую квартиру. Тенденции таковы, что застройщики на рынке комфорт-класса и стандартного жилья постепенно будут уходить от предложения без отделки. Более того, растет число проектов, которые предлагают квартиры с мебелью».*

Елена ГУТМАН, начальник управления маркетинга и продаж «БФА-Девелопмент»

**НЕКОТОРЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО ВВЕДЕНИЕ НОВЫХ ТРЕБОВАНИЙ МОЖЕТ ПРОИЗОЙТИ, НО ТОЛЬКО В ОДНОМ СЛУЧАЕ – ЕСЛИ КВАРТИРЫ БУДУТ ПРИОБРЕТАТЬСЯ ДЛЯ ГОСНУЖД. В ЭТОЙ СИТУАЦИИ ТЯЖЕЛО ПРИДЕТСЯ ЗАСТРОЙЩИКАМ, У КОТОРЫХ КВАРТИРОГРАФИЯ НЕ ПРЕДУСМАТРИВАЕТ РАЗЛИЧНЫХ НИШ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ВСТРОЕННОЙ МЕБЕЛИ.**

### Кредитный ресурс

Руководитель консалтингового центра «Петербургская Недвижимость» Ольга Трошева рассказывает, что большая часть покупателей (62%) желает получить квартиры с отделкой. При этом сделать предчистовую отделку хочет лишь пятая часть клиентов (18%). Остальные стремятся купить квартиру и сразу заселиться. Впрочем, среди лиц, считающих себя «мастерами ремонта», желающих приобрести жилье в «черновом варианте» тоже немного – 20%.

Ольга Трошева уточняет, что в пригородной зоне Ленобласти доля квартир, реализуемых с отделкой, несколько ниже, чем в городе – 46%. Правда, за последний год данный показатель вырос на 10% – в основном за счет роста популярности опциональной отделки за дополнительную плату. «В проектах масс-маркет доля квартир с отделкой в объеме спроса растет: 2/3 сделок в границах Петербурга в настоящее время совершается с квартирами с чистовой отделкой, тогда как 5 лет назад их было меньше на 20%», – резюмирует эксперт.

Стоит отметить, что желание приобрести готовое жилье – следствие развития ипотеки.

Великую силу ипотечного кредита упоминает и директор по продажам СК «Главстрой – Санкт-Петербург» Юлия Ружицкая: «Покупатели сегодня все больше ориентированы на отделку, особенно в сегменте массового спроса. У большинства ведущих девелоперов Северной столицы отделка квартир “под ключ” входит в собственный стандарт строительства, а также включена в цену жилья и ипотечный кредит».

### Предложение рождает мысли

Вице-президент Ассоциации риэлторов Санкт-Петербурга и Ленинградской области Александр Гиновкер говорит и о другом факторе, который также влияет на рост популярности готовых квартир. По его словам, отделка от застройщика для клиента выгоднее, так как строительные материалы и услуги девелопер закупает оптом. В связи с этим стоимость отделки получается ниже, чем в случае, когда покупатель занимается ею самостоятельно.

Кроме того, клиент экономит время, которое он бы потратил на проведение ремонта. Этот принцип распространяется и на меблировку квартир. «В последнее время часто предлагается квартира не только с полной чистовой отделкой, но и с мебелью. В некоторых проектах девелоперы предлагают лоты со встроенной бытовой техникой», – добавляет эксперт.

У специалистов пока нет единого мнения по поводу меблировки. Директор по продажам и маркетингу ГК «Ленстройтрест» Ольга Копейкина говорит, что интерес к жилью с полной или частичной меблировкой на рынке присутствует. Однако в большинстве случаев комплектацию мебелью заказывают при покупке готовой или практически готовой квартиры, поскольку за период ожидания строящейся недвижимости предпочтения покупателя по набору и стилю мебели могут поменяться. Исключение составляют квартиры и апартаменты, приобретаемые с целью сдачи в аренду: тут требования к отделке и меблировке минимальны.

В свою очередь, директор по продажам СК «Главстрой – Санкт-Петербург» Юлия Ружицкая добавляет, что наличие минимально необходимого для проживания комплекта мебели характерно для квартир комфорт-класса. По ее словам, базовая комплектация состоит из кухонного гарнитура, обеденного стола со стульями, диван-кроватьи и шкафа. В зависимости от количества комнат и характеристик конкретного проекта комплектация может меняться.

При этом эксперты сходятся в одном. Консолидированное мнение высказал заместитель генерального директора СК «ЛенРусСтрой» Максим Жабин: «Нельзя разделять стоимость отделки и стоимость квадратного метра жилья, потому что сейчас в большинстве осуществляемых проектов эта стоимость уже заложена в цену “квадрата”».

Таким образом, оснащение новостройки еще одной опцией либо повысит стоимость квадратного метра, либо заставит строителей вновь уменьшать маржу своего бизнеса. А скорей всего, и то, и другое одновременно.

### ПРЕДЛОЖЕНИЕ, % ОТ КВАРТИР (НА 01.07.2018):

	С ОТДЕЛКОЙ (В ТОМ ЧИСЛЕ С МЕБЕЛЬЮ)	С ПРЕДЧИСТОВОЙ ОТДЕЛКОЙ (В ТОМ ЧИСЛЕ «БЕЛОЙ»)	БЕЗ ОТДЕЛКИ (С ЧЕРНОВОЙ)
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	48% (2%)	27%	25%
ПРИГОРОД	33% (4%)	27%	40%
В СРЕДНЕМ	43% (3%)	27%	30%

ИСТОЧНИК: «ПЕТЕРБУРГСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»



# УМА ПАЛАТЫ

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ РАЗРАБАТЫВАЮТСЯ СТАНДАРТЫ «УМНЫХ ДОМОВ», ПОЗВОЛЯЮЩИЕ ИНТЕГРИРОВАТЬ ИХ В СИСТЕМЫ «УМНЫХ КВАРТАЛОВ» И «УМНЫХ ГОРОДОВ». ТАК, В ПЕТЕРБУРГЕ ГОД НАЗАД СТАРТОВАЛА РЕГИОНАЛЬНАЯ ГОСПРОГРАММА «УМНЫЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ». ПРОЕКТНЫЙ ОФИС ПРОГРАММЫ РАБОТАЕТ НА ВАСИЛЬЕВСКОМ ОСТРОВЕ, НА ПЛОЩАДКЕ ИНСТИТУТА ДИЗАЙНА И УРБАНИСТИКИ УНИВЕРСИТЕТА ИТМО.

КАК ОБУЧИТЬ жилище «уму-разуму», чтобы можно было управлять им с мобильного устройства, а часть хозяйственных забот поручить автоматике? Эти опции пока не доступны всем в полной мере, но достаточно развиты, чтобы говорить о формировании рынка установки электронных систем в домах.

## Портрет потребителя

Кто сегодня приобретает для своих жилищ системы, наделяющие дома «умом»? «Как правило, это состоятельные люди, желающие установить самую современную электронику, либо потребители с достатком средним или чуть выше, реализующие что-то интересное у себя в доме или квартире, – говорит Роман Полоцкий,

руководитель проектов компании «Умный Дом». – Сейчас у нас самый популярный товар – контроллер, позволяющий собрать полноценную систему за вполне умеренный бюджет. В среднем стоимость установки составляет от 60 до 120 тысяч руб. за небольшую квартиру или загородный дом».



*Большинство наших клиентов, заказывающих системы автоматизации “умный дом”, – это бизнесмены и руководители высшего звена. Можно условно выделить два типа заказчиков. Первые пришли к идее установить “умный дом” со стороны технологий. Они интересуются развитием техники и хотят, чтобы их жилье было оснащено современными системами, при этом часто их работа связана с рынком IT. Заказчики второго типа приходят к постройке “умного дома” со стороны дизайна: начав формирование проекта, приходят к пониманию, что система, которая упрощит управление светом, климатом и прочими устройствами, будет им необходима. Нередко предложение установить “умный дом” исходит от дизайнеров интерьеров».*

Дарья СЕМЕНОВА, директор по развитию ООО «Интеллиджер»

Сегодня доля горожан, которые пользуются системой «умный дом», составляет примерно

**10%**

от тех, кто делает ремонт и может позволить себе серьезные вложения.

По оценкам независимых экспертов, среднему потребителю, устанавливающему современную систему автоматизации в квартире или загородном доме, доходы позволяют эксплуатировать машину дороже

**5**

млн руб.



ственные датчики и контроллеры предлагает АО «Авангард», вот уже несколько лет как запущен пилотный проект «интеллектуального и безопасного» квартала «Полюстрово-3б».

Ближайшим конкурентом импортных установок эксперты называют московскую разработку «Овен», стоимость которой составляет несколько десятков тысяч руб. Как часто бывает у нас, это плод своеобразной «конверсии»: с помощью программного обеспечения промышленное устройство было приспособлено для гражданского использования.

### Оценочная статистика

«Объем рынка назвать очень сложно. Системы домашней автоматизации «умный

дом» – это дорогой продукт премиум-сегмента, и статистику собрать практически невозможно. В Петербурге спрос на такие продукты есть, и по сравнению с прошедшими 5–10 годами он заметно вырос», – считает Дарья Семенова.

Не стоит забывать, что рынок «домашней» автоматики – это не только «умные дома», но и автоматизированный мониторинг счетчиков энергоносителей в многоквартирных зданиях и кварталах, системы «умного» освещения в подъездах, контроль доступа и видеофиксации. Отдельной статистики по регионам компании не предоставляют, но известно, что в этой сфере лидирует Москва с областью. Петербург и Ленобласть – на втором месте.

**Потребители, не имеющие больших доходов, могут обратиться к высоким технологиям с помощью нехитрых решений, предлагаемых мобильными операторами. Интерес последних – в продаже и обслуживании сим-карт, внедренных в «умные» системы.**

**К примеру, доступны комплекты из контроллера, датчика движения, дыма и протечки стоимостью всего**

# 10–20

тысяч руб.

**По итогам года число сим-карт, подключенных к «умным» устройствам, в России составило 15 млн штук.**

**Цена обслуживания «умных» тарифов стартует от 300 руб. в месяц, в зависимости от числа подключенных устройств.**

**«Умные» приспособления прекрасно работают и через широкополосный Интернет – пользователи недорогих систем могут выпасть из общей статистики проданных сим-карт.**



*Сейчас, наверное, в каждой десятой квартире что-нибудь да установлено. Хотя бы контроль протечки воды или общее отключение электроэнергии. Интерес к подобным системам ежегодно растет примерно на 15%: от электрокарнизов и встроенных аудиосистем до полноценной домашней автоматики».*

Роман ПОЛОЦКИЙ, руководитель проектов компании «Умный Дом»

### Умное оборудование

В первом приближении рынок систем автоматики и отдельных элементов для них (датчиков движения и задымления, видеокамер и т.д.) выглядит достаточно хаотично. Так, у заказчиков пользуется спросом оборудование от европейских и американских производителей, лидирующих на рынке домашней автоматизации. Это профессиональные электронные установки, позволяющие управлять множеством опций «умного дома».

При этом имеются и отечественные разработки. Например, в Петербурге соб-



### Рынок в ожидании госстандарта

Государственные программы активно поддерживают отечественные производители датчиков, контроллеров и другого оборудования для «умных» домов, кварталов и городов. Понятно, что для интеграции отдельных «квартирных» систем на уровне города и квартала действительно необходимы стандарты – как по оборудованию, так и по программному обеспечению. Отсутствие их, помимо всего прочего, тормозит развитие рынка: часть потенциальных пользователей «умных домов» предпочитает подождать до лучших времен, чтобы не заниматься переустановкой систем. Кроме того, любое высокотехнологичное оборудование со временем дешевеет и становится массовым, и это для многих тоже повод немного подождать.

• МУЗЫКАЛЬНЫЕ И ЭКСКУРСИОННЫЕ КРУИЗЫ

• МЕТЕОРЫ В ПРИГОРОДЫ «PETERHOF EXPRESS»

Билеты со скидкой:

# BoatTrip.ru

ИП Кузнецов Андрей Петрович ИНН 780400593066 Санкт-Петербург, Восточная, 36-48 Свидетельство № 304780432800167

Центральная пристань  
«Спуск со львами»  
Адмиралтейская наб., 2

Причал «Музей Фаберже»  
Реки Фонтанки наб., 21

+7 (812) 426-17-17



КРУИЗЫ ASTRA MARINE -

ВСЕ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ

И НИ ГРАММА УСТАЛОСТИ!

РЕКЛАМА



ALYONA FOMINA / МАРИНА АЛЕКСЕЕВА

## КАК ВОЙТИ В МОДУ ПОСЛЕ 50

*Свой бизнес петербургский дизайнер Алена Фомина создала в 53 года. Она уверена: это именно тот возраст, когда можно и нужно осуществлять свои самые дерзкие мечты.*

Как и большинство женщин, дизайном и модой Алена интересовалась всегда. Создавала дизайн интерьеров, занималась флористикой... Много лет посвятила выставочной деятельности, организовывала различные экспозиции.

А однажды задумалась: зачем все время продвигать чужие работы, когда можно показывать свои? И стала искать направление, которое было бы интересно как ей самой, так и другим. Остановилась на одежде, ведь шить она умела и любила еще с детства.

«Мода – это то, чем я дышу, что мне интересно больше всего. Так почему бы не сделать это главным делом в жизни?» – подумала Алена и... создала свой бренд.

Правда, получилось это не сразу. Ей не хватало знаний. И Алена вновь стала учиться: закончила несколько профильных курсов, много читала, посещала лекции, семинары, выставки, про-



*Никто не будет жить вечно, горизонт уже виден. Поэтому не нужно ничего бояться. Когда, как не в этом возрасте, заниматься тем, что ты любишь? Надо просто позволить себе быть счастливой».*

Алена ФОМИНА

ходила онлайн обучение. Помогло и полученное ранее экономическое образование. К 2012 году у нее уже был свой бренд OrangirAF и два сайта, созданных самостоятельно, плюс интернет-магазин.

И вот в 53 года, в 2013 году, Алена Фомина создала свою первую коллекцию бохо-нарядов «Путь к себе» и показала ее в рамках SPb Design Week – Международной недели дизайна. Это событие стало для Алены триумфальным вхождением в любимый мир моды. С тех пор было много показов на разных подиумах и мероприятиях. И теперь создание новых коллекций, примерки с моделями, фотосессии, дефиле – часть ее жизни.

«Я терпеливо искала свое направление, думала, куда мне двигаться дальше, пока не пришла к выводу – буду заниматься экомодой», – вспоминает дизайнер.

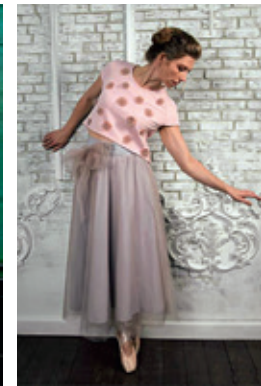
Она говорит, что экология для нее – это вовсе не модная тенденция, а образ жизни. Алена не носит

натуральный мех, сортирует мусор и сдает опасные бытовые отходы исключительно в экомобиль. Несколько лет назад она занялась йогой и, как признается сама, благодаря этому, а также общению с моделями даже похудела.

«Меня очень волнует мусорный остров в Мировом океане. Я не покупаю продукты с ГМО и пропагандирую экологию отношений, речи и мысли», – говорит дизайнер.

Все наряды в ее коллекциях созданы из натуральных и переработанных материалов: хлопка, шелка, вискозы, экокожи и полиэстера (последний, как известно, изготавливают из переработанного пластика).

Алена считает, что старое название бренда уже себя исчерпало и пришло время дать ему новое имя – Alyona Fomina. По словам дизайнера, это больше соответствует ее представлению о творчестве, движении вперед и той миссии, которую она несет людям.



В мае 2018 года Алена Фомина вступила в Санкт-Петербургскую Палату Текстиля и Моды, где оказывают мощную поддержку самостоятельным брендам. Она продолжает обучаться и на этой площадке, посещая семинары и мастер-классы.

В основном Алена создает коллекции нарядной повседневной одежды с элементами изысканности для женщин любого возраста и реализует их через Интернет, иногда выполняя отдельные заказы. Недавно она выпустила коллекцию для дам после пяти-

десяти, которая в октябре будет демонстрироваться на «Подииуме зрелой красоты».

«Участие в “Подииуме зрелой красоты”, – говорит Алена, – еще одна чудесная возможность поделиться с миром радостью и оптимизмом. Больше красоты, больше улыбок, больше счастливых людей!»

«Я просто творю. И хочу, чтобы такие женщины чувствовали себя на миллион долларов, чтобы они были счастливы», – так определяет она свое кредо.



# АФИША ДК ИМ. ЛЕНСОВЕТА

октябрь

<b>5/10</b> 19:00	<b>ИГРОКИ</b> спектакль	16+	<b>20/10</b> 19:00	<b>ЭРИК СЕРРА (ERIC SERRA)</b> концерт	12+
<b>6/10</b> 12:00	<b>ТАЙНА ТРЕТЬЕЙ ПЛАНЕТЫ</b> мюзикл	6+	<b>21/10</b> 19:00	<b>МЛАДЕНЕЦ НАПРОКАТ</b> спектакль	12+
<b>7/10</b> 20:00	<b>МАКС РААБЕ (MAX RAABE)</b> концерт	6+	<b>24/10</b> 19:00	<b>АБЕЛЬ КОЖЕНЕВСКИЙ</b> в сопровождении оркестра CAGMO концерт	12+
<b>10/10</b> 19:00	<b>АХ АСТАХОВА</b> концерт при участии Миши Мищенко	16+	<b>25/10</b> 19:00	<b>ПЕСНИ НАШЕГО ВЕКА</b> <i>20 ЛЕТ. НОВОЕ И ЛУЧШЕЕ</i> концерт	16+
<b>12/10</b> 19:00	<b>ЛОВУШКА ДЛЯ МУЖА</b> спектакль	12+	<b>26/10</b> 19:00	<b>АЛЕКСАНДР МАРШАЛ</b> <i>60 – ПОЛЕТ НОРМАЛЬНЫЙ</i> концерт	12+
<b>13/10</b> 19:00	<b>НЕ ТОРОПИТЕСЬ ПРОЩАТЬСЯ</b> спектакль	16+	<b>27/10</b> 12:00 /16:00	<b>МЯУГЛИ</b> спектакль театра кошек ЮРИЯ КУКЛАЧЁВА	0+
<b>14/10</b> 19:00	<b>ВСЕ МУЖЧИНЫ ДЕЛАЮТ ЭТО</b> спектакль-комедия	16+	<b>28/10</b> 19:00	<b>ТЫ БУДЕШЬ МОЙ</b> спектакль	16+
<b>17/10</b> 19:00	<b>31 ИЮНЯ</b> мюзикл	12+	<b>31/10</b> 19:00	<b>ЩЕЛКУНЧИК</b> балет Л. ЯКОБСОНА	0+

РЕКЛАМА

ДК им. Ленсовета, Каменноостровский пр., 42

# КОГДА ЗА ДЕЛО БЕРЕТСЯ ПЕТЕРБУРЖЕНКА

*Ассоциацию «Деловая петербурженка», как и ее бессменного председателя Зою Винниченко, знает, без преувеличения, весь город. Но как она создавала свой бизнес? И что может посоветовать дамам в возрасте за 50? Корреспондент «БД» побеседовал с известной предпринимательницей.*



Свое первое предприятие Зоя Винниченко создала еще в 1994 году. Конечно, кто-то возразит, что тогда, мол, сделать это было проще: и время было другое, и конкуренции меньше. Однако сама Зоя Петровна так не считает и напоминает, что большинство предприятий стояло, люди не получали зарплату, а город называли «бандитским Петербургом».

«В то время я занималась организацией выставок. Но работала на договоре, поэтому хотелось чего-то более стабильного. Решила пойти в бизнес и организовать собственное производство», – вспоминает она.

Поначалу дело двигалось туго. Но сейчас Зоя Винниченко не без гордости сообщает: «В моей компании работает до 15 человек, и в подчинении у меня одни мужчины. Мы продаем и ремонтируем профессиональные инструменты для строительной и судостроительной отраслей уже 24 года».

Понятно, что такой богатый опыт не мог остаться невостребованным, да и энергия, присущая Зое Петровне, требовала дополнительного выхода. И она стала одним из инициаторов создания Ассоциации «Деловая петербурженка», которая сейчас является ведущим сообществом бизнесвумен.

«Каждый, кто вступает в Ассоциацию, проходит экспертизу. На предприятие выезжают эксперты, изучают, как поставлена работа, достойную ли зарплату выплачивают сотрудникам. Кроме того, мы обязательно интересуемся, зачем человеку это надо и что он может дать Ассоциации», – объясняет Зоя Винниченко.

Сейчас, по ее словам, они начали проект «50+» и вышли с ним на президентский грант.

«Сегодня очень трудное экономическое время. И если у женщины не получается в той отрасли, где она работает, я говорю: “Давайте расширим уже существующие возможности или попробуем себя в чем-нибудь другом”. Только так вы сможете закрепиться на рынке», – советует председатель «Деловой петербурженки», которая уверена: это очень нужный, важный и перспективный проект.

Она вспоминает, как лет 20 назад в Ассоциацию приходили женщины с

СЕГОДНЯ В АССОЦИАЦИИ СОСТОИТ ОКОЛО **600 ПРЕДПРИЯТИЙ** РАЗЛИЧНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ И ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ, НА КОТОРЫХ СОЗДАНО **12 ТЫСЯЧ РАБОЧИХ МЕСТ.**

ПРЕДСТАВЛЕНЫ САМЫЕ РАЗНЫЕ СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ: СВАРОЧНОЕ ПРОИЗВОДСТВО (ДАЖЕ АССОЦИАЦИЮ СВАРОЧНИКОВ ВОЗГЛАВЛЯЕТ ДАМА), ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, ТЕХНИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ОБЩЕПИТ, МОДА...

ЕСТЬ И СФЕРА УСЛУГ, В ТОМ ЧИСЛЕ ВЕСЬМА ВОСТРЕБОВАННЫХ – КОНСАЛТИНГОВЫХ.

ОКОЛО ДВУХ ЛЕТ НАЗАД В АССОЦИАЦИЮ СТАЛИ ПРИНИМАТЬ ЗАЯВКИ НЕ ТОЛЬКО ОТ ООО, НО И ОТ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬНИЦ.

просьбой помочь им найти работу.

«Помню, как одна женщина мне заявила: я, мол, всю жизнь была старшим научным сотрудником в таком-то институте. Когда же я попросила ее рассказать, чем конкретно она занималась, объяснить не смогла. Говорю: “Шарф вязали у батареи?” Всегда надо подчеркивать свой профессиональный уровень», – отмечает Зоя Петровна.

Она считает, что если у женщины есть, к примеру, ветеринарное образование, а она пришла в Ассоциацию для того, чтобы ей помогли стать флористом, это не совсем правильно.

«Может быть, стоит подумать и открыть ветеринарную клинику. И вот тут мы обязательно расскажем, поможем. У нас каждую неделю проходят семинары, есть специалисты и даже свой совет старейшин, готовых поделиться знаниями. Приходите, и “Деловая петербурженка” поддержит вас», – призывает Зоя Винниченко.

*«Меня всегда интересовала тема гендерной политики, имиджа и равноправия женщин. И вот уже 20 лет мы помогаем петербурженкам в создании и продвижении своего дела».*

Зоя ВИННИЧЕНКО



# Серия «Neon Drive» \*\*

TM Expert Complete создана для молодых людей и девушек в возрасте 14-23 лет (поколение Z).



Если вы оптимистичны, жизнерадостны и любознательны...

Если вы предпочитаете неформальный стиль общения...

Если вы ведете активный образ жизни...,

...стремитесь к самореализации,

... и цените комфорт.

Если вы готовы платить за качество и удобство, но не переплачивать, то вам понравится яркая и заряжающая энергией коллекция "Neon Drive".

Выполненные в ярких насыщенных неоновых сочетаниях изделия "Neon Drive" поднимут настроение и утолят жажду самовыражения. Каждый продукт помимо решения стандартных задач обладает дополнительной ценностью – полезными свойствами или оригинальным внешним видом. Все товары серии выполнены из высококачественных материалов – обеспечивают надежность, безопасность и удовольствие от использования. Весь ассортимент выполнен в едином стиле, можно собрать целую коллекцию! В коллекции представлены только самые востребованные канцелярские товары и товары для хранения документов.

## Тетради



## Ручки



## Конверты на кнопке



## Плановики



## Папки на резинке



## Папки с механизмами и каталоги



## Папки-уголоки



\*\* Неон Драйв реклама



2019 ГОД УКАЗОМ ПРЕЗИДЕНТА ОБЪЯВЛЕН В РОССИИ ГОДОМ ТЕАТРА. ОДНАКО ТЕАТР – ЭТО НЕ ТОЛЬКО ТВОРЧЕСКИЕ УСИЛИЯ ТРУППЫ, ЭТО РАБОТА ВСЕГО КОЛЛЕКТИВА ПРЕДПРИЯТИЯ, СУЩЕСТВУЮЩЕГО В КОНКРЕТНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ. «БИЗНЕС ДНЕВНИК» ОТКРЫВАЕТ РУБРИКУ, В КОТОРОЙ ПРЕДЛАГАЕТ СВОЙ ВЗГЛЯД НА ТЕАТР КАК НА ДЕЙСТВУЮЩЕЕ ПРЕДПРИЯТИЕ. МЫ НАЧИНАЕМ ЦИКЛ МАТЕРИАЛОМ ОБ ЭКОНОМИКЕ КЛАССИЧЕСКОГО ТЕАТРА – РЕПЕРТУАРНОГО.



## НАШ ДОРОГОЙ ТЕАТР

ИНТЕРПРЕСС, BDT.SPB.RU,

ИРИНА ИВАНОВА

### «Нет» лишнему билету

Сотрудники государственных репертуарных театров основную зарплату получают из бюджета, она обеспечивается в виде субсидий, которые получает учреждение культуры. Но театральная зарплата, как правило, небольшая, и, учитывая многочасовую занятость в театре всех без исключения, одной этой зарплатой сыт не будешь. Важной составляющей дохода для сотрудников является премия. Ее театр и выплачивает из заработанных на продаже билетов средств.

Особенно важным для Большого Драматического Театра им. Г.А. Товстогова станет сезон 2018–2019 гг., ведь он юбилейный – сотый. Театр сегодня – это два здания и три сцены: историческое здание на набережной Фонтанки с основной и малой сценами и Каменно-островский театр с его камерными залом и сценой. Самая затратная из них с точки зрения постановки – основная сцена, она же и самая доходная, поскольку именно сюда приходит большая часть зрителей.

Определяя стоимость билета на свои спектакли, БДТ ориентируется на зрительский спрос. Мы помним, как у дверей Таганки, Современника, БДТ и других наиболее востребованных публикой театров всегда кто-нибудь продавал «лишние» билеты. Современное руководство театров пришло к выводу: если цена билета будет слишком низкой, а спектакль окажется популярным, то заработают на нем спекулянты. Взвешенная и продуманная ценовая политика позволила театрам избавиться от перекупщиков.

В среднем билет в БДТ стоит **1 300 руб.**

Самый дорогой спектакль театра – это «АЛИСА», который идет во втором здании БДТ на Каменном острове. Цена самых доступных билетов на него начинается с **3 500 руб.**

Но дорогой он не только потому, что зрительских мест там немного (спектакль Андрея Могучего сделан таким образом, что зритель сидит практически в кругу исполнителей главных ролей).

«АЛИСА» – лауреат Высшей театральной премии Санкт-Петербурга «Золотой софит» (2014) в номинациях «Лучший спектакль» и «Лучшая женская роль» (Алиса Фрейдлих).

А также лауреат Российской Национальной театральной премии «Золотая Маска» (2015) в номинациях «Лучшая работа художника» и «Лучшая роль второго плана» (народный артист России Геннадий Богачёв).

Спектакль идет дважды в месяц и остается очень востребованным зрителями.

На момент подготовки материала все билеты на три ближайших представления до середины ноября были проданы.



**Татьяна АРХИПОВА**

ДИРЕКТОР БДТ  
ИМЕНИ  
Г.А. ТОВСТОНОГОВА

«Почему так важен каждый билет, который покупает зритель? По сути дела, это зарплата артистов, зарплата художественно-постановочной части и вклад в дальнейшее развитие театра, в новые постановки. Чтобы зритель мог наслаждаться постановкой на уровне современных мировых стандартов, производство спектаклей все время усложняется: нужны более дорогая техника, свет, звук, появляется видео – все это приводит к увеличению обслуживающего персонала. В большинстве сфер экономики растет производительность труда, т.е. меньшее количество людей может производить большее количество товаров. В театральной отрасли это не работает. Я бы сказала, что имеет место обратный процесс».

### Благодаря попечителям

БДТ планирует выпустить в юбилейном сезоне 8 премьер. Дело нешуточное, учитывая сложность театрального процесса и стоимость постановки. В среднем новый спектакль, по словам директора театра, обходится в 8 млн руб., но бывают сценические решения и за 15–20 млн.

БДТ им. Товстоногова – театр федерального подчинения, но и у городских театров, которые получают финансирование из бюджета Санкт-Петербурга, запросы не скромнее. Среднюю стоимость постановки в Театре имени Лен-



**Валерий ГРАДКОВСКИЙ**

ДИРЕКТОР ТЕАТРА  
ИМЕНИ ЛЕНСОВЕТА

«С одной стороны, билет все-таки должен давать возможность зрителю посетить спектакль. С другой, дешевый билет обесценивает само по себе это посещение. Средняя стоимость билета в Театр имени Ленсовета – 900 руб.»



**Виктор МИНКОВ**

ДИРЕКТОР  
И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ  
РУКОВОДИТЕЛЬ  
ТЕАТРА «ПРИЮТ  
КОМЕДИАНТА».

«В зале театра 180 мест, и билеты стоят в среднем 1 600 руб. Под небольшую сцену, как у нас, сложно делать декорации. А костюмы одинаково стоят и в большом, и в небольшом театре».

дит к менее дорогостоящему техническому решению. Что касается БДТ, то театру помогает новый Фонд друзей, возглавляемый попечительским советом. Зачем театру помощь в выпуске спектаклей, это понятно, но вот зачем попечителям и партнерам тратить деньги на новые театральные постановки?

У директора БДТ есть ответ: «Пусть мои слова прозвучат высокопарно, но это проявление некой внутренней потребности. Те, кто помогает нам, любят театр, им нравится то, что происходит в театре, они смотрят все спектакли. И это не вопрос каких-то политических решений (такое иногда тоже бывает). Это вопрос личного художественного выбора».

А вот Театр имени Ленсовета, как правило, обходится без спонсоров. «У нас нет ни попечительского совета, ни фонда при театре, – рассказал Валерий Градковский. – Честно говоря, были намерения их создать. Даже попытки сделать это были, и мы привлекали спонсоров как-то разово. Но в основном полагаемся на себя и на Комитет по культуре».

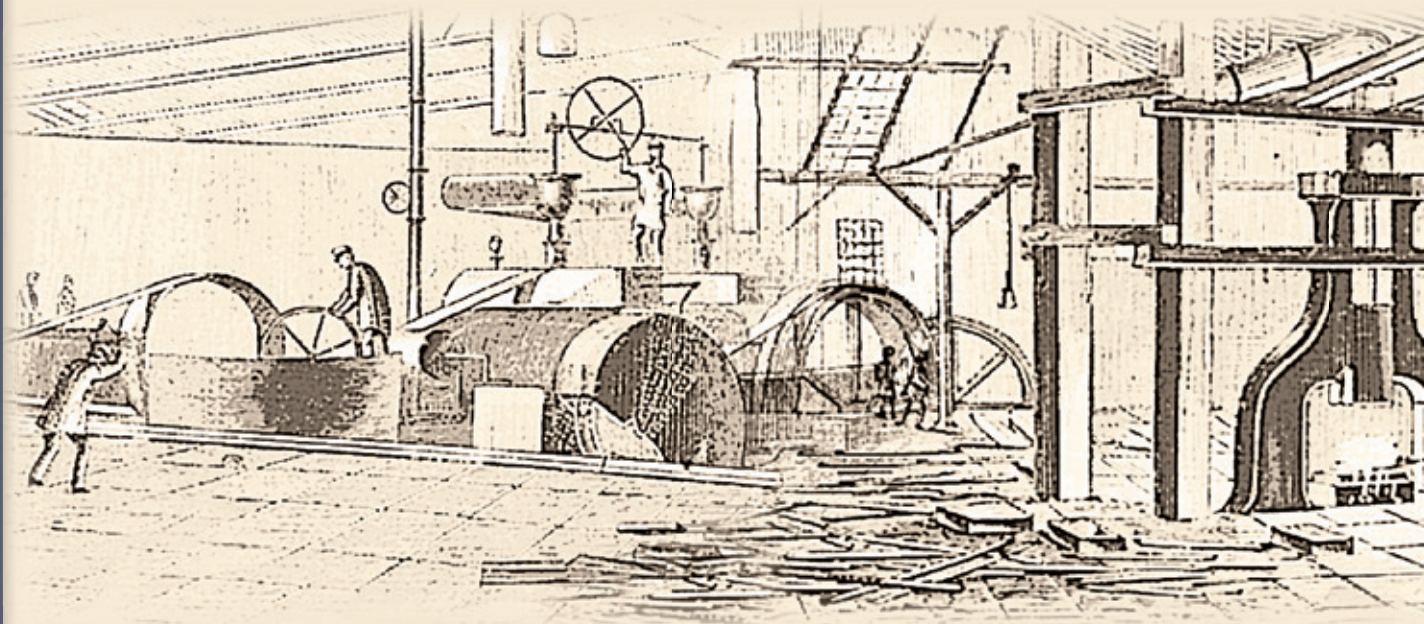
Совсем другой подход к решению финансовых проблем у Виктора Минкова: «Бюджет обеспечивает одну постановку в сезон, а у нас их 5. Конечно, этих средств для выпуска новых спектаклей недостаточно. Поэтому мы привлекаем дополнительные средства, получаем помощь от друзей театра, которые отключаются на мои просьбы и под конкретных режиссеров, под конкретные постановки и конкретных артистов выделяют нам финансирование».

### В рамках традиционного показа

Сегодня в репертуаре БДТ – более 30 спектаклей: 15 идут на основной сцене, 12 – на малой, еще 7 – на второй (Каменноостровской). Спектакли дают с определенной периодичностью, по одному или два раза в месяц, на афише каждый день значатся разные названия. Обычный рядовой зритель, как правило, считает, что именно это делает театр репертуарным. Татьяна Архипова готова поспорить: «Это всего лишь формат показа спектаклей. Репертуарный театр – это театр, в котором есть постоянная труппа. А репертуар можно показывать и другим образом. Наша предпоследняя премьера – “Три толстяка”, невероятно технологически сложные две постановки: два эпизода, следовательно, два отдельных спектакля. Они требуют каскадерского участия, довольно серьезного монтажа. Эффективнее было бы, конечно, показывать их длительными сериями, но для России такая схема показа спектаклей непривычна. Мы долго анализировали этот вопрос и пока остаемся в рамках традиционного формата».




# СОЮЗ УМА И СТАЛИ



**«ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ  
МОЖЕТ СДЕЛАТЬ  
НЕВОЗМОЖНОЕ» –  
С ТАКОЙ ХАРАКТЕРИ-  
СТИКОЙ ВОШЕЛ  
В ИСТОРИЮ НИКОЛАЙ  
ИВАНОВИЧ ПУТИЛОВ,  
ПЕРВЫЙ СТАЛЬНОЙ  
МАГНАТ РОССИЙСКОЙ  
ИМПЕРИИ  
И, ПОЖАЛУЙ, САМАЯ  
ЗНАКОВАЯ ФИГУРА  
В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ.**

 КОЛЛАЖ МАРИНА КАМИНСКАЯ

 ВЛАДИМИР ХОЗИКОВ

## Сирота новгородская

То, что из Николая Путилова вырастет символ русского капитализма, предсказать было едва ли возможно: мальчик родился в семье не просто бедных, а нищих дворян из Новгородской губернии. Его отец, офицер, ставший инвалидом в Отечественную войну 1812 года, рано умер, и родственники фактически избавились от мальчика, пристроив его на содержание в Морской кадетский корпус.

Там юный Путилов запомнился в основном выдающимися успехами в изучении наук, особенно математики, за которые после выпуска был назначен преподавать астрономию и навигацию в гардемаринских классах.

Однако преподавательская карьера Путилова не заладилась: напряженная работа вкупе со скверным петербургским климатом подорвали его здоровье. Он принял решение оставить столичную службу и добился перевода на юг. Переезд дал желаемый результат, и через несколько лет Путилов смог вернуться в Петербург.

Здесь безупречная служба позволила ему занять довольно скромную, но более перспективную должность – чиновника по особым поручениям при Корабельном департаменте. Это назначение стало судьбоносным.

## Флот из ниоткуда

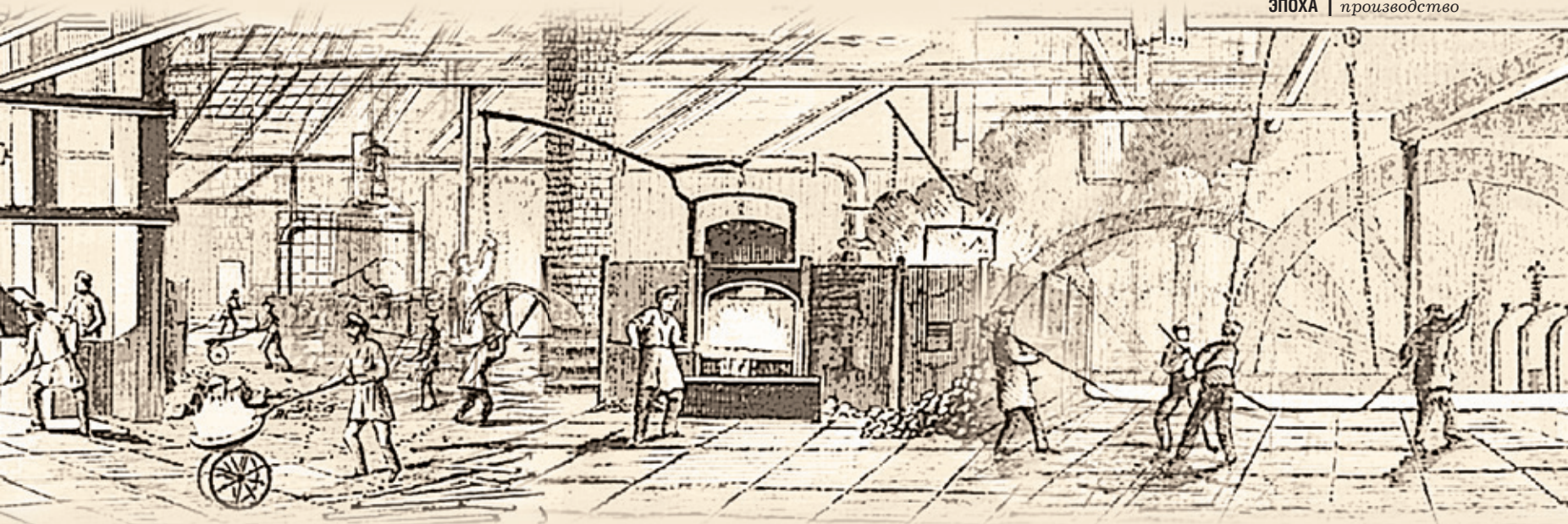
Крымскую войну, случившуюся под занавес царствования Николая I, знают в основном по обороне Севастополя. Про то, что англо-французская эскадра не дошла всего несколько миль до устья Невы, сегодня вспомнят немногие. А тогда адмиралы и генералы лихорадочно просчитывали шансы отстоять Петербург на случай, если противник все-таки решится пойти на штурм кронштадтских фортов. Крепость была одной из мощнейших в Европе, сотни орудий встретили бы врага шквалом огня и железа, залив был густо усеян «адскими машинами» – минами но-

вейшей конструкции, и все же уверенности в победе не было. Особенно когда из Лондона пришли сведения, что для атаки крепости неприятель использует флотилию небольших, а значит, куда менее уязвимых для огня обороняющихся канонерских лодок.

Для схватки с непрошеными гостями требовались такие же маленькие проворные корабли, вот только простые расчеты показали: чтобы построить их, менее чем за полгода надо изготовить три десятка паровых машин – больше, чем было сделано для русского флота за два предыдущих десятилетия.

Браться в таких условиях за решение задачи государственной важности никто из опытных людей не решался. И тут один из руководителей Морского министерства неожиданно назвал фамилию Путилова. Узнав о предлагаемом поручении, Путилов запросил чертеж паровой машины и несколько дней на размышление, после чего заявил, что готов принять дело – при условии, что ему никто не будет мешать и требовать постоянной отчетности. Получив согласие, он буквально исчез из поля зрения начальства: все знали, что Путилов где-то есть, его видели буквально по всему Петербургу, но долгое время никто не мог понять, что он на самом деле задумал.

Выход, придуманный Путиловым для «неразрешимой» ситуации, сегодня покажется очевидным, но для середины позапрошлого века он был по-настоящему революционным. Если прежде заказ на корабельные машины полностью отдавался одному предприятию, то Путилов «разделил» двигатель на самые мелкие детали и раздал заказы куда только можно – от придворного экипажного заведения до крошечных кузниц, в обычное время выпускавших разве что гвозди и могильные ограды. Риск, причем огромный, был в том, что никто не имел права на ошибку: все детали при сборке должны были подойти одна к другой с первого



раза, и Путилов несколько месяцев буквально прожил в экипаже, разъезжая по городу, контролируя и проверяя работу.

Расчет оправдался – менее чем через полгода у Кронштадта появилась новая канонерская флотилия с путиловскими машинами. А дальше случилось и вовсе невероятное: вражеский флот все-таки попытался атаковать крепость, но, едва завидев на горизонте дымы пошедших в контратаку русских лодок, неприятельские корабли ретировались, сделав для сохранения лица лишь несколько выстрелов с безопасного расстояния.

Как известно, Россия проиграла Крымскую войну. Но для Путилова это было время личной победы.

### Из пушки по конкурентам

Явно почуяв вкус к крупному предпринимательству, Путилов вышел в отставку. Теперь можно было развернуться по-настоящему: начиналась крупная модернизация русской металлургии, кораблестроения, производства машин, артиллерии и еще много чего, в чем нуждалась отставшая от передовых держав империя.

Деньги сулили государственные заказы. После постройки канонерской флотилии у Путилова была превосходная репутация в высших кругах, а с управлявшим Морским министерством Николаем Карловичем Краббе он и вовсе находился в более чем доверительных отношениях.

Стальная «империя» Путилова началась с трех небольших заводов на финской территории, где он организовал производство железа из чугуна. Адмиралтейство признало, что качество путиловского железа выше английского, доселе поставлявшегося для кораблей русского флота.

### Рельс, который не лопнул

В наше время Путилова наверняка окрестили бы «кризис-менеджером»: эффективнее всего он действовал именно тогда, когда всем остальным положение каза-

лось безнадежным. Так было во времена Крымской войны, так случилось и в 1867 году, когда российские железные дороги неожиданно оказались на грани краха.

В декабре того года ударили сильнейшие морозы, от которых начали лопаться импортные рельсы: своих Россия тогда не производила. Купить новые за границей проблемой не было, но те же самые холода надежно сковали льдом все водные пути, так что быстро доставить груз не было никакой возможности.

Путилов заинтересовался производством рельсов годом ранее, начав с выбора лучшего сорта металла. Нужный результат получился не сразу, зато akurat к кризису поспел. Великий князь Константин свел заводчика с министром путей сообщения Павлом Петровичем Мельниковым.

«Я завалю Россию русскими рельсами», – заявил Путилов и приступил к делу в своей излюбленной манере. Требовался новый огромный завод, а крайний срок был, как говорится, «вчера» – ситуация для нашего героя вполне привычная.

Цеха строили ударными методами: на цементный фундамент ставили каркас из старых рельсов и обшивали его досками и толем. Зато первый рельс был выпущен уже через 18 дней.

Для тех, кто не верил, что русский рельс может быть лучше иностранного, Путилов устроил наглядную акцию. В присутствии комиссии, которую возглавил министр путей сообщения, выбранный наугад путиловский рельс горизонтально уложили на две подставки, а затем нанесли по нему мощный удар чугунной «бабой» весом в 32 пуда. Рельс лишь слегка погнулся. После на его место положили английский, «бабу» подняли на вдвое меньшую высоту... удар – и кусок заморской стали раскололся надвое.

### Канал и вечность

Путилов делал рельсы и винтовки, конки и снаряды, каркасы для зданий и паровые

### ОЧЕРЕДНЫМ ПОДАРОМ СУДЬБЫ ПУТИЛОВУ СТАЛА ВСТРЕЧА С ПОЛКОВНИКОМ ПАВЛОМ ОБУХОВЫМ.

ЭТОТ ОФИЦЕР, ИНЖЕНЕР И БОЛЬШОЙ ЭНТУЗИАСТ СВОЕГО ДЕЛА, ИЗОБРЕЛ ВЫСОКОПРОЧНУЮ СТАЛЬ, КОТОРАЯ ПО КАЧЕСТВУ ПРЕВОСХОДИЛА И АНГЛИЙСКУЮ, И ДАЖЕ НЕМЕЦКУЮ КРУПНОВСКУЮ. С ПРОЕКТОМ КРУПНОГО ПРОИЗВОДСТВА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СТАЛЬНЫХ ОРУДИЙ ОН ОБИВАЛ ПОРОГИ ВЫСОКИХ КАБИНЕТОВ, НО УСПЕХА НЕ ИМЕЛ.

ЗНАКОМСТВО С ПУТИЛОВЫМ ПОМОГЛО ОТКРЫТЬ НУЖНУЮ ДВЕРЬ, И ПОД ПАТРОНАЖЕМ МОРСКОГО МИНИСТЕРСТВА ПОЯВИЛОСЬ ЧАСТНОЕ «ТОВАРИЩЕСТВО ОБУХОВСКОГО СТАЛЕЛИТЕЙНОГО ЗАВОДА».

ЗА НЕСКОЛЬКО ЛЕТ ЭНЕРГИЧНЫЕ КАПИТАЛИСТЫ НАЛАДИЛИ ПРОИЗВОДСТВО И ПОЧТИ В 5 РАЗ СОКРАТИЛИ ИМПОРТ СТАЛЬНЫХ ПУШЕК.

машины, он теснил на российском рынке знаменитые мировые компании и, казалось, все время хотел только одного – сделать еще больше.

Именно неумная страсть к предпринимательству в итоге и погубила Путилова. К полувековому юбилею он успел сколотить достаточно капиталов. Но спокойная жизнь была скучна неистовому промышленнику. Он задумывает грандиозный проект – построить в Петербурге настоящий морской порт и прорыть для этого канал от Кронштадта.

Финский залив предательски мелок, и крупные торговые суда до столицы империи доходить не могли. Прибывающие морем товары приходилось сгружать в Кронштадте и на барках перевозить к Неве. Нечего и говорить, что промысел этот был весьма прибыльным. Понимал ли Путилов, сколько интересов затронет его грандиозный план, мы не знаем, но взял он за дело, как всегда, энергично.

Снова на помощь пришло Морское министерство, обещавшее выделить половину требуемой суммы из бюджета. Заручившись договоренностями, Путилов принялся за дело, и тут мощнейший удар нанесли враги, которых к тому моменту накопилось достаточно. Недруги добились того, что обещанных денег Путилов не получил, а для строительства в одиночку даже путиловских капиталов было недостаточно. Вчерашний миллионер все больше залезал в долги, контрольный пакет акций знаменитого завода отошел в казну. Трудно даже представить, чем все могло закончиться, если бы 18 апреля 1880 года предприниматель не скончался от сердечного приступа в съемной квартире на Большой Коюшенной, 9 – как оказалось, вкладывая все средства в дело, он даже собственным жильем не обзавелся.

Задуманный Путиловым Морской канал был достроен через несколько лет после его смерти и благополучно используется по сей день.

# ПОДНЯТЬСЯ НА ПИРОЖКАХ

КАКОГО ТОЛЬКО ФАСТФУДА НЕТ СЕГОДНЯ В ПЕТЕРБУРГЕ: И БУРГЕРЫ, И ПИЦЦА, И ФАЛАФЕЛИ, И СУШИ, И БЕЛОРУССКИЕ ДРАНИКИ, И БУРЯТСКИЕ БУУЗЫ, И ДАЖЕ СЕРБСКАЯ ПЛЕСКАВИЦА. НО ТРАДИЦИОННЫЙ ПЕТЕРБУРГСКО-ЛЕНИНГРАДСКИЙ ФАСТФУД – ЭТО ВСЕ-ТАКИ ПИРОЖКИ. И С НИМИ СИТУАЦИЯ СЛОЖИЛАСЬ ДВОЙСТВЕННАЯ. С ОДНОЙ СТОРОНЫ, ПИРОЖКИ И ПИРОГИ НА РЫНКЕ ПРИСУТСТВУЮТ, С ДРУГОЙ – СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПИРОЖКОВЫХ В НАШЕМ ГОРОДЕ НЕ ТАК УЖ И МНОГО.



PIXABAY.COM / БОРИС НИКОНОВ

## Моноформат или гранд-кафе?

Многие считают пирожки в большей степени не петербургским, а ленинградским фастфудом. Возможно, это было следствием отсутствия достойной альтернативы, но пирожковые раньше были повсюду. Продавали пирожки и с «ящичков на колесиках» с электроподогревом. Ностальгические нотки многие нынешние пирожковые используют даже в интерьере, а в названии одной из них присутствует знакомая аббревиатура «СССР».

В Ленинграде самыми известными и популярными в народе пирожковыми были «Минутка» на Невском и «Колобок» на Чернышевского, а также безымянные – на углу Невского и Садовой, Белинского и Литейного. Особой популярностью пользовалась пирожковая с неофициальным народным названием «Три ступеньки вниз», в том числе и потому, что рядом, на «три ступеньки вверх», располагалось Управление общественного питания, то есть контролирующая организация.

«Перспективы этого сегмента рынка в нашем городе понять трудно, – считает ресторатор Леонид Гарбар, – но чисто пирожковых, где предлагают только пирожки, практически нет. Моноформат остался разве что в пельменных. А когда все вместе – и пельмени, и сосиски, и пирожки – это получается или гранд-кафе, или столовая». Тем не менее мэтр объявил

СЕГОДНЯ ВСЕВОЗМОЖНУЮ ВЫПЕЧКУ, ВКЛЮЧАЯ ПИРОЖКИ, ПРЕДЛАГАЮТ НЕ ТОЛЬКО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ СЕТИ, ВРОДЕ «ПИРОГОВОГО ДВОРИКА» И «ШТОЛЛЕ», НО И РАЗНОГО РОДА БУЛОЧНЫЕ, МИНИ-ПЕКАРНИ, СТОЛОВЫЕ, КАФЕ И ДАЖЕ ОБЫЧНЫЕ МАГАЗИНЫ. А ПОСКОЛЬКУ, УТВЕРЖДАЮТ СПЕЦИАЛИСТЫ, РЫНОК ПЕРЕНАСЫЩЕН, В БЛИЖАЙШИЕ ГОД-ДВА НА НЕМ БУДЕТ ВЫСОКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ. И ВЫЖИВУТ ТЕ, КТО НАШЕЛ ПРАВИЛЬНЫЙ ФОРМАТ, ОТКРЫЛ СВОИ ТОРГОВЫЕ ТОЧКИ В УДОБНОМ МЕСТЕ И ВООБЩЕ СМОГ УГОДИТЬ КЛИЕНТАМ.

## КОНКУРЕНТНЫЙ РЫНОК

ПО ИНФОРМАЦИИ КОМИТЕТА ПО РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА, ПО СОСТОЯНИЮ НА 2017 ГОД В ГОРОДЕ РАБОТАЛО

**7 500**

КАФЕ И РЕСТОРАНОВ  
(ВКЛЮЧАЯ ФАСТФУД),

ПРИ ЭТОМ В 2016 ГОДУ ИХ ЧИСЛО ВЫРОСЛО НА

**9%**

НА ТЫСЯЧУ ЖИТЕЛЕЙ ПЕТЕРБУРГА ПРИХОДИТСЯ

**86,6**

ПОСАДОЧНЫХ МЕСТА  
В ЗАВЕДЕНИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.

ПО ЭКСПЕРТНЫМ ОЦЕНКАМ, ДОЛЯ ФАСТФУДА ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА ОБЩЕПИТА СОСТАВЛЯЕТ СЕГОДНЯ

**10–12%**

ОБЩИЙ ОБОРОТ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ПЕТЕРБУРГЕ – ОКОЛО

**70**

МЛРД РУБ.

СОГЛАСНО ДАННЫМ СЕРВИСА АВТОМАТИЗАЦИИ РЕСТОРАНОВ R\_KEEPER, НА ПЕТЕРБУРГ ПРИХОДИТСЯ ПОРЯДКА

**19%**

ВСЕХ ЗАВЕДЕНИЙ ОБЩЕПИТА ГОРОДОВ-МИЛЛИОННИКОВ РОССИИ (НА МОСКВУ – 37%).



о создании собственной сети пирожковых, которые планируется открывать вблизи от станций метро. Возможно, расчет сделан именно на ностальгию, ведь еще два года назад в интервью «Бизнес Дневнику» ресторатор сетовал, что «пирожковые очень жалко». Первое заведение новой сети открылось у Московского вокзала. В ассортименте – все та же «классика»: жареные пирожки с мясом, повидлом, рубленным яйцом и луком, картошкой и селедкой, белыми... Сами пирожки – чуть меньше по размеру, чем классические, «из советского детства», за счет уменьшения количества теста.

Почти полное отсутствие в городе «чистых пирожковых» и позволяет мэтру говорить об отсутствии конкуренции в этом сегменте. Ближайший конкурент находится в начале улицы Восстания, но там, помимо пирожков, предлагается полный ассортимент супов, горячих блюд и десертов, а значит, это заведение работает в другом секторе рынка. А будет ли востребован потребителем моноформат, покажет время.

Совсем другой спрос – в новых районах. Трафик посетителей смещен там к началу и концу рабочего дня, а значит, покупать пирожки будут в основном или перед, или после работы. Возможно, име-

ли бы успех заведения выходного дня, хотя в этом случае, скорее, нужен немного другой формат – ближе к недорогому ресторану. Леонид Гарбар считает, что проверить это можно только одним способом: рискнуть деньгами и открыть в «спальнике» пирожковую – фактически для «разведки боем», изучения потребительского спроса. Подводить итоги работы своего первого заведения, полагает он, еще рано: «Пока спрос несколько странный. В сентябре внезапно начался спад, до этого был рост. У вокзала – самый разнообразный трафик. Это и туристы, и петербуржцы – своеобразный Лиговский Вавилон».

### Рецепт из прошлого

Из многочисленных пирожковых советского периода в нашем городе сохранилась в первозданном виде, пожалуй, лишь «Хозяюшка» на Московском проспекте, открытая в 1956 году. По-видимому, в истории этого заведения сыграл не последнюю роль «человеческий фактор», а точнее, его директор, Валерия Николаевна Романова, возглавляющая «Хозяюшку» с 1983 года. Ей уже 80 лет, но она по-прежнему на работе, и от ее советов по ведению бизнеса веет жизненным опытом и мудростью человека, который всю жизнь кормил людей. Причем именно пирожками.

«Сегодня открылось много разных сетей: новое поколение стремится зарабатывать деньги. Но на хлебе и пирожках не заработаешь сказочных прибылей. Мы печем пирожки по рецептуре 1954 года – только мука, дрожжи, яйцо и вода, и никаких добавок и ароматизаторов. Сегодня кого-то обманул, завтра кого-то обманул, а послезавтра никто не придет – вот и весь секрет».

Валерия Николаевна РОМАНОВА, директор пирожковой «Хозяюшка»

Что ж, совет хорошо и честно работать хорош всегда, но не стоит забывать, что свой формат пирожковая, работающая вот уже 65 лет, оттачивала десятилетиями. И за это время успела приобрести популярность без излишних вложений в рекламу и найти круг постоянных клиентов, которые знают эти пирожки уже в прямом смысле слова поколениями.

Пример «Хозяюшки» заставляет задуматься о том, может ли выжить на рынке одиночное (например, семейное), а не сетевое предприятие в современных услови-

ях перенасыщенного рынка. Эксперты считают, что выжить – может, если будет соблюдать необходимые стандарты как в изготовлении пирожков, так и в обслуживании гостей. Но для этого необходимо, чтобы кто-то «поставил» в семейной пирожковой технологию и алгоритм работы. Леонид Гарбар уверен, что обычной семье в принципе не «потянуть» аренду в перспективных местах, особенно на старте. Поэтому нужно, чтобы малому и в первую очередь семейному бизнесу были предоставлены льготы и другая помощь от государства.

В Петербурге, по мнению экспертов, популярна этническая кухня.

На первом месте по количеству – заведения русской кухни,

1 386

проектов,

на втором – итальянской,

611

проектов,

на третьем – японской,

467

проектов,

на четвертом – американской,

436

проектов.

(по данным R\_Keiper)

### Ассортимент – расширить или сузить?

Но льготы семейному бизнесу – это в лучшем случае завтрашний день, а пока вернемся на наш рынок. Итак, в погоне за клиентом одни расширяют ассортимент далеко за «пирожковый» формат, предлагая не только бульоны и супы, но и основные блюда, а также десерты, всевозможные напитки и т. д. Другие, наоборот, стараются его максимально сузить. Пирожки, так пирожки. Идите за солянкой или шашлыком к конкурентам, а к нам придете за пирожками, никуда не денетесь.

На рынке нет готовых рецептов, никто не может точно сказать, что понравится гостям и что «выстрелит» в одном кафе и никогда – в другом. Но некоторые универсальные рекомендации все же имеются. К примеру, пирожковая «Колобок» сегодня позиционирует себя как быстро – с соответствующим максимально широким ассортиментом. Но тем не менее там сохранился почти аутентичный «пирожковый угол», где любители могут найти легендарные сосиски в тесте и пирожки с целым яйцом.

Точно так же невозможно заранее узнать, какая выпечка останется экзотической, а какая будет принята как «своя». Так, большинство потребителей даже не задумывается, что традиционный российский беляш изначально имел башкирско-татарское происхождение (с незначительной модернизацией рецепта под фастфуд), в то время как хычины и хачапури десятилетиями остаются «кавказской экзотикой».

Специалисты говорят, что сегодняшняя перенасыщенность петербургского рынка выпечкой – показатель кризисных времен и низкого платежеспособного спроса (вспомним, что знаменитые французские багеты покорили рынки Европы в голодные годы после Второй мировой войны). Ведь значительных вложений выпечка не требует. Если в течение дня клиенты успели все съесть, легко испечь заново: тесто и начинку хранят, как правило, в замороженном виде, а на излишки в конце дня объявляют распродажу.



# (НЕ)ВИННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

ИНТЕРПРЕСС, PIXABAY.COM / АЛЕКСЕЙ ДЕНИСОВ

*Наступает пора больших праздничных гастрономических мероприятий. До Нового года уже рукой подать – пора планировать банкеты для бизнес-партнеров. Да и текущие бизнес-встречи «в неформальной обстановке» никто не отменял. Какими же напитками сопроводить данные события?*

КАК ИЗВЕСТНО, винное сопровождение любой серьезной трапезы условно делится на три части: аперитив (начало), основные напитки, диджестив (завершение). Так обстоит дело и с тесным дружеским застольем, и с банкетом на несколько сотен персон.

И первый вопрос, который обычно задает себе человек, ответственный за винный лист мероприятия, звучит так: «Какую сумму я готов потратить?» Вопрос стоит остро, на самом деле. Решишь сэкономить – гости скажут, что ты жмот, и уйдут недовольными. Выберешь «гулять на все» – изумятся, поблагодарят, но мысленно покрутят пальцем у виска. Так что, пожалуй, нужна золотая середина.

Второй важный момент – кто будет формировать подборку напитков. Взяться за это самому, в меру своего разума, или довериться профессиональному сомелье, который работает в заведении, облюбованном для банкета? Логичнее, конечно, выбрать второй вариант. Но если мероприятие серьезное, лучше проконсультироваться со сторонним специалистом.

## На разогреве

Если первая серия вопросов благополучно решена, а бюджет позволяет развернуться по полной, настает следующий этап – подбор вин. И самое главное в любом банкете – это аперитив. Именно с него начинается праздник, словно театр с пресловутой вешалки. И дело даже не в цене предлагаемых напитков, а в том, какую задачу ставит перед собой организатор. В какие-то моменты будет уместно просекко или ничем ему не уступающая крымская «Балаклава». Углекислый газ способствует более быстрому всасыванию алкоголя в кровь, и настроение поднимается стремительно.

Стоит подключить и фантазию. Особенно если у ресторатора есть сильный бармен и хороший вкус. Тогда можно предложить в качестве аперитива классические коктейли или интересные вариации на них. Например, серию вариаций всем известного «Кира». Или, что еще интереснее (если, скажем, намечается гла-

мурная вечеринка), сделать серию фруктово-игристых напитков: «Кир рояль» (с черной смородиной), «Беллини» (с персиком), «Россини» (с клубникой), «Мимоза» (с апельсиновым соком), «Кир дюшес» (с грушей). Красивый выбор... Интересный вариант – миксы крымских игристых вин с крымскими же нефилтрованными соками.

Еще одна стильная история – коктейль Bloody Mary. Лучшего мужского аперитива, как утверждают специалисты, до сих пор не придумано. А если чуть усложнить рецепт – положив в стакан палочку сельдерея для помешивания, добавив урчестерский соус, табаско и лайм – получится идеальный старт для долгого застолья.

Рассчитывать лучше, исходя из соотношения один-два бокала игристого на человека. Прелюдия к пиршеству может занять около получаса, и людям лучше не скучать с пустыми бокалами.



**Если нужно гарантированно создать всем собравшимся хорошее настроение, самый правильный выбор – это настоящее шампанское. Гость сразу поймет, насколько высоко его ценят.**







## ПРАВИЛА ХОРОШЕГО ТОНА

*Эксперт по протоколу Иван Арцишевский рекомендует придерживаться следующих правил.*

- Вино пьют понемногу, маленькими глотками (исключение – шампанское, его можно выпить сразу). Бокал держат за ножку кончиками большого, указательного и среднего пальцев, мизинец не оттопыривают – это проявление дурных манер. Перед тем, как пригубить вино, следует промокнуть губы салфеткой, чтобы на краю бокала не оставалось жирного пятна. Серьезное нарушение этикета – держать в одной руке вилку, в другой бокал. Чтобы выпить, вилку следует положить на тарелку.
- Если вы не хотите пить, просто вежливо откажитесь, без объяснения причины. Нельзя переворачивать бокал, закрывать его рукой или салфеткой.
- Речи и тосты можно произносить, когда налито шампанское, и в самом начале приема, через 10–15 минут. Первым речь или тост произносит хозяин, а затем гость, в честь которого устроен прием. Мужчина, к которому обращен тост, остается сидеть за столом и не пьет вместе с другими. После окончания речи он поднимается, благодарит за добрые слова в его честь и предлагает выпить за говорившего. Если тост адресован женщине, то она может просто улыбнуться с благодарностью и поднять бокал, пригубив его, как бы говоря: «Я пью за вас».
- Тост произносят только с бокалом шампанского, вина или крепкого алкогольного напитка в руке. С коктейлем, ликером, водой, соком, горячим напитком говорить тост не принято. Тост должен быть кратким и не банальным. К категории нежелательных банальных изречений относится, например, призыв выпить «за прекрасных дам».
- На официальных приемах чокаться не принято, а на неофициальных можно чокнуться с теми, кто сидит рядом. Остальным же слегка кланяются, подняя в их направлении руку с бокалом. Чокаясь, обычно смотрят в глаза друг другу, держа бокал (рюмку) за ножку или его нижнюю часть, и мягко прикасаются верхним краем к бокалу партнера. При этом мужчина всегда держит свой бокал ниже бокала дамы.

## Главный удар

Теперь – об основной части банкета. Для нее, как правило, выбирают тихие вина – белые и красные, под рыбные и мясные блюда соответственно. Лучше особенно не мудрить и выбрать по одному наименованию того и другого. Впрочем, если публика соберется придирчивая, есть смысл выстроить подборку из вин разного стиля – от простого к сложному. Можно под каждую перемену блюд предусмотреть отдельное вино, но это уже высший пилотаж.

На этих напитках лучше сильно не экономить: вина за две-три сотни рублей – не самый лучший вариант для создания праздничного настроения у гостей. А вот

в ценовой категории 400–600 рублей интересные варианты уже встречаются (чтобы определиться с ними, лучше привлечь грамотного винного консультанта). Это и «бюджетное», но хорошо сделанное чилийское вино, и качественные образцы отечественного виноделия, и «жаркие» и честные вина Риохи и юга Италии. «Гламурные» варианты вроде «голубого вина» (на деле являющегося винным коктейлем с красителями и подсластителями) хороши только для девичьих вечеринок. Серьезная публика, пришедшая как следует потрапезничать, подобных «изысков» не поймет.



**Количество алкоголя определяют обычно, исходя из одной бутылки сухого вина на персону.**



## Гранд-финал

Завершать банкет полагается дижестивом. Часть организаторов ограничивается чаем или кофе, но другие не ищут легких путей. Гостям в таком случае выносят коньяк или виски. А если автор винной карты в своем деле дока, можно увидеть на столах и портвейны со сладкими хересами.

В качестве реального примера – винная часть банкета в честь дня рождения президента одной крупной госкомпании. Подборку сделали со вкусом: шампанское на аперитив, по два красных и белых вина для основной трапезы – Volnay, Châteauneuf-du-Pape, Chablis и русское вино от Павла Швеца. Ну и дорогой коньяк под завершение мероприятия...

Присмотримся внимательно к Нобелевскому банкету. Здесь шампанское начинают разливать по бокалам лишь тогда, когда все гости рассядутся за невероятно длинными столами. Шведскую королевскую чету, без которой церемония не начинается, ожидают на трезвую голову. Именно шампанское поднимают в ходе первого тоста – за Его Королевское Величество. К основному блюду (если оно мясное) подают либо хорошее бордо, либо (реже) не менее интересное тосканское вино. К десерту (а это всегда фирменное мороженое) – сотерн. На дижестив – коньяк (от шведской винодельческой семьи) и шведский ликер (на основе рома, цитрусов и специй). Нужно ли говорить, что гости покидают мероприятие в идеальном настроении?



**Пренебрегать хорошим дижестивом, пожалуй, не следует. Ведь, как говорил Штирлиц, запоминается последнее.**

# ПОМОГАЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!

ПАРТНЕР «БИЗНЕС ДНЕВНИКА» – ФОНД «ЖИТЬ ДОЛГО И СЧАСТЛИВО» – ЕДИНСТВЕННЫЙ В ПЕТЕРБУРГЕ, КОТОРЫЙ ОКАЗЫВАЕТ ПОДДЕРЖКУ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО СТАРШЕМУ ПОКОЛЕНИЮ.

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

**Анатолию Владимировичу ВДОВИНУ** передан годовой запас жизненно необходимых лекарств для лечения серьезных сердечно-сосудистых заболеваний.

**Наталии Алексеевне ДОБАШИНОЙ** передан дорогостоящий препарат «Ферматрон» для устранения боли в тазобедренных суставах.

Средства на оплату дорогостоящих лекарств для **Алексея Алексеевича ИВАНОВА** собраны в полном объеме,

счет на препараты оплачен. В ближайшее время они будут переданы подопечному.

**Татьяне Михайловне КИСЕЛЕВОЙ** переданы портативный кислородный концентратор и препарат для лечения хронической обструктивной болезни легких.

Сбор средств на оплату портативного кислородного концентратора для **Анны Николаевны ГРАЧЕВОЙ** продолжается.

**БФ «Долго и счастливо» от всей души благодарит корпоративных жертвователей за поддержку подопечных фонда:**

- АО «АЛАДУШКИН Групп»
- ООО «БОЛЛФИЛТЕР РУССЛАНД»
- Благотворительный фонд «БлагоДаря»
- ООО «Спасибо!»
- АО «Полиметалл»
- ООО «ПСМ»
- ООО «ПЕРВАЯ АВТОГРУЗОВАЯ КОМПАНИЯ»
- ООО «ТРЕСТ КХМ-ПС»
- ООО «Стройконтроль-с»
- Индивидуальных предпринимателей: **Симонова Александра Степановича Ларину Анну Ефимовну Малофеева Сергея Святославовича Грудцыну Елизавету Алексеевну**

## 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 Людмила Яковлева  
 Выпускающий редактор номера Павел Пашнов  
 Коммерческий директор Алексей Турченко  
 Дизайнер Марина Каминская

Отпечатано в ООО «Типографский комплекс «Девиз»:  
 195027, СПб, ул. Якорная, д. 10, лит. А, пом. 44. Заная № ТД-5564

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.  
 Номер подписан в печать 28.09.2018

## 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 (Полустровский 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**

## Благотворительный фонд помощи пожилым людям «Долго и счастливо» просит о помощи своим подопечным



**КРЫЛОВА**  
**Татьяна Васильевна, 66 лет.**  
 Нужна помощь: **дорогостоящие лекарственные препараты для лечения варикозной болезни вен и трофических язв нижних конечностей.**

Стоимость: **115 160 руб.**



**ТРЕГУБОВА**  
**Татьяна Вячеславовна, 84 года.**  
 Нужна помощь: **лекарственный препарат «Фортео» для лечения тяжелого остеопороза, осложненного множественными компрессионными переломами.**

Стоимость: **249 500 руб.**

Жизнь Татьяны Васильевны до переломных 90-х годов складывалась гладко. Закончив школу, она поступила сначала в техникум, а затем – на вечернее отделение в «Корабелку». Параллельно работала в радиотехническом НИИ, потом почти двадцать лет – на Балтийском заводе. Последнее место работы Татьяны Крыловой – ларек с кефиром и молоком, где она серьезно подорвала здоровье. Выздороветь удалось, но препараты вызвали множество осложнений. Пожилая петербурженка получает пенсию чуть больше 13 тысяч руб., 8 тысяч тратит на лекарства, а остаток – на квартплату. На еду остается 2–3 тысячи. Говорит, что очень выручают акции в магазинах и старые запасы муки. Особенно беспокоят ноги: варикозная болезнь вен, отеки и язвы, невозможность выйти на улицу. Для курсового лечения Татьяна Васильевна нуждается в дорогостоящих лекарствах, которые не получить бесплатно: они не входят в список льготных препаратов.

Татьяне Вячеславовне 84 года. Вирусолог, кандидат медицинских наук, большую часть жизни она разрабатывала вакцины от кори и гриппа в Ленинградском институте им. Пастера. Кроме того, она отвечала за чистоту крови на крупнейшем донорском пункте города. Татьяна Вячеславовна пришлось уйти с любимой работы, когда тяжело заболел супруг и ему потребовалась помощь. Долгие годы нелегкого ухода за мужем привели к обострению остеопороза и многочисленным компрессионным переломам позвоночника. Аккуратно расходуя пенсию в 20 тысяч руб., она справлялась с лечением до недавнего времени, но, к сожалению, состояние ухудшилось. Болезнь стала стремительно прогрессировать, появились постоянные боли. Сейчас одна надежда – на современный высокоэффективный препарат «Фортео». Однако получить его от государства практически невозможно: квоты на город выделяются в минимальных количествах. Самой купить дорогостоящее лекарство петербурженке не на что, а помочь ей некому.

# BILLBOARD POST

---

**408-88-00**

**РЕКЛАМА НА БИЛБОРДАХ**

РЕКЛАМА

# СЕГМЕНТ

Производитель плёнки и листов  
из полипропилена

## ОСНОВА ЛЮБОЙ УПАКОВКИ

Предлагаем вам неориентированную полипропиленовую плёнку собственного производства.

- Толщина плёнки от 25 до 1000 мкм.
- Изготовлена из экологически чистого полипропилена.
- Превосходная основа для производства любой упаковки.
- Подходит для последующей печати - флексографии или шелкографии.



### Дополнительные параметры:

#### Рукавный экструдер

25-70 мкм

- Ширина - от 204 мм до 570 мм;
- Производство полотна, рукава, полу-рукава (клапан любой величины);
- Только прозрачная пленка;
- Активация для печати;
- Срок исполнения заказа – 7-14 дней;
- Минимальный объем - от 200 кг.

#### Плоскощелевой экструдер

100-1000 мкм

- Ширина - от 400 мм;
- Производство полотна или листов толщиной от 100 до 250 мкм;
- Производство листов – от 250 мкм;
- Любой цвет или краситель по желанию заказчика;
- Активация для печати;
- Срок исполнения заказа – 14-30 дней;
- Минимальный объем - от 200 кг.