

БИРЖА ТОРГОВ



ДЕПАРТАМЕНТ
ГОРОДА МОСКВЫ
ПО КОНКУРЕНТНОЙ
ПОЛИТИКЕ



investmoscow.ru
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОРТАЛ ГОРОДА МОСКВЫ



ПОРТАЛ
ПОСТАВЩИКОВ

Сканируйте QR-коды, чтобы попасть на инвестпортал и портал поставщиков Москвы

ИСТОРИЯ УСПЕХА



Сегодня
принтеры
капризны, как
младенцы»,
— Тихон Назаров



ХОББИ. Бизнес-проект Тихона Назарова вырос из увлечения моделированием. Сегодня он научился свое хобби и виртуализировать, и монетизировать. Фото: Юрий Гушан

УЧИТЬСЯ, ПЕЧАТАТЬ И ЕЩЕ РАЗ УЧИТЬСЯ

Как московский школьник научился успешно зарабатывать на своем 3D-увлечении

РЫНОК КОФЕЕН ПРИОБОДРИЛСЯ

■ Столичные заведения готовы к новым форматам

АЛЕНА БУЛАВКА
ABULAVKA@MBGAZETA.RU

За последние семь лет кофе в России стали пить вдвое больше — сегодня на душу населения приходится около 1,7 кг продукта в год. И рынок кофе остается одним из самых интересных для стартаперов. Во многом — из-за низкого порога входа: вложения в точку формата «кофе с собой» (to go) составляют 2 млн рублей, а в полноценную кофейню с посадочными местами — от 10 млн рублей. Законодатели кофейной моды столицы — владельцы и топ-менеджеры сетевых и монопроектов — во время конкурент-клуба «Кофейни столицы: аромат кофе и конкуренции» поделились секретами успеха с молодыми предпринимателями, только присматривающимися к рынку.

ГДЕ ОТКРЫВАТЬ КОФЕЙНЮ

«Три слагаемых успеха будущей кофейни — локация, локация и еще раз локация. Поэтому мы грамотно выбираем место для открытия заведения», — говорит Сергей Лапчевский, генеральный продюсер Bus Station project, основатель и совладелец Lapchevsky coffee. Кстати, он в кофейном бизнесе более 20 лет и отмечает, что любые форматы заведения, будь то микро или мини-заведение, имеют право на существование и будут востребованы. Просто такие заведения больше остальных зависят от трафика — им важно встать в правильной локации и «попасть» в свою целевую аудиторию.

В нашем, российском кафе в среднем за день, по данным Михаила Субботина, руководителя проекта PIR-COFFEE, покупают 190 чашек. Самый популярный напиток — капучино — 62 процента от общего объема продаж кофе. На втором месте — двойной капучино (11,2 процента), далее идут латте (9,8 процента), раф-кофе (5,1 процента), американо (4,7 процента), кофе в джезве (1,9 процента). Остальная доля — за авторскими напитками.

«Для успешного масштабирования бизнеса — открытия сети кофеен — необходимо выработать стандарты кофейни и научиться управлять недвижимостью. Поэтому нужно внимательно изучать договоры аренды и выстраивать грамотные отношения с арендодате-



Михаил
Субботин
PIR-COFFEE



Анастасия
Мещерякова
«Кофе пью»



Алексей
Каранюк
Jeffreys



Сергей
Лапчевский
Lapchevsky coffee



Мария
Райлян
West 4



Илья
Комаров
Roaster Coffee



Эльбек
Газиев
«Шоколадница»



Евгений
Ларионов
Coffee and the City



ВЫБОР. Самый ходовой напиток в Москве — капучино. Кофе в джезве завершает топ-5 спроса в кофейнях.

лем», — уверен Евгений Ларионов, управляющий партнер сети мини-кофеен Coffee and the City.

Алексей Каранюк, основатель сети кофеен Jeffreys, отмечает: «С поиском места в Москве проблем нет. Столичный рынок аренды за последние три года «обелился» — ставки вменяемые, рантье чаще всего добросовестные, не выгоняют из помещений. Наоборот, предлагают долгосрочные договоры».

КАКОЙ ФОРМАТ ВЫБРАТЬ

Сегодня в Москве востребованы разнообразные форматы кофеен, однако конкуренцию пока выигрывают сетевые заведения. А богатый выбор бодрящего напитка практически в любом заведении не позволяет «выстреливать» только за счет одной концепции. Кроме того, более востребованными, по мнению Сергея Лапчевского, становятся заведения с посадкой гостей. А Михаил Субботин добавляет,

БОЛЕЕ
2100
КОФЕЕН РАБОТАЮТ
В МОСКВЕ

что от формата кофейни зависит выбор площадей. Для заведения to go подходит точка площадью до 12 кв. м. Стрит-формату (кофе и снеки) нужно не больше 50 кв. м, а кафе с кухней и посадочными местами требует площади от 100 «квадратов».

Именно поэтому другой профессионал рынка Сергей Лапчевский советует внимательно изучать договоры аренды и выстраивать грамотные отношения с арендодателем. «Предложений на рынке недвижимости достаточно, но скорость подбора

площадей зависит от формата заведения», — добавляет Анастасия Мещерякова, генеральный директор и совладелец «Кофе пью». Основатель кофейни Cezve Coffee Марина Хюппенен рассказала, что при выборе помещений руководствуется несколькими принципами: «Первый этаж, первая линия, либо вторая линия по удаленности от метро, но первая пешеходная линия, большие окна, площадь до 100 «квадратов». Сейчас подали заявку на участие в аукционе за право размещения павильона в одном из городских парков».

ГДЕ ИСКАТЬ ПЕРСОНАЛ И КАК ЕГО МОТИВИРОВАТЬ

Средний возраст бариста в России, согласно исследованию компании PIR-COFFEE, — 23 года, это 23% бариста России. Самая молодежная и, кстати, малочисленная категория — 19 лет (1,5 процента). Из 30-50-летних толь-

Марина ХЮППЕНЕН,
основатель Cezve Coffee:



«При выборе помещений руководствуемся несколькими принципами — первый этаж, первая линия, либо вторая линия по удаленности от метро, но первая пешеходная линия, большие окна, площадь до 100 «квадратов». Сейчас подали заявку на участие в аукционе за право размещения павильона в одном из городских парков».

55 %

занимает кофейный напиток в структуре российской розничной торговли горячими напитками.

ТРЕНДЫ РЫНКА КОФЕЕН

■ **Рост конкуренции**
рынок кофеен далек от насыщения и развивается в разных форматах

■ **Рост культуры потребления кофе**
за семь лет уровень потребления кофе на душу населения вырос в два раза

■ **Доступные цены**
кофейни готовы уходить в более дешевый ценовой сегмент

■ **Локацию диктует формат**

■ **На одной волне с клиентом**
бариста выходят из-за барной стойки и общаются с гостями

ко 2,6% бариста в стране. Эльбек Газиев, глава кофейного департамента ГК «Шоколадница», отмечает, что главная мотивация для молодых сотрудников — общение, тусовка. «Деньги стоят, как ни странно, на втором месте», — говорит Эльбек. — Поэтому мы стали проводить конкурсы среди бариста, отправлять их на обучающие курсы, фестивали и выставки». По словам Марины Хюппенен, самые ценные сотрудники пришли к ней в возрасте 40 лет. Мария Райлян, генеральный директор и соучредитель West 4, уверена, что мотивированные сотрудники — это преимущество любого заведения. «Бариста выходят из-за барной стойки — это тренд. Потому что от приветливости и лояльности персонала выручка зависит напрямую. Конкуренция на рынке кофеен будет расти. В монопроектах выигрывают те, кто предлагают многокомпонентный продукт — вкус, атмосфера, развлечение». Но рост конкуренции ее не пугает: «Выросло поколение, которое уже привыкло сидеть в кофейне с друзьями или брать кофе с собой. Поэтому рынок продолжит расти».

«Если у вас нет площадки...»

■ Как грамотная аренда помогает малому бизнесу развиваться

Город, никаких частных

▶ Площадь, место и цена — критерии, по которым «Мещерское и Ко» подбирает помещения для бизнеса. В Москве у нее уже есть пара площадок, а для аренды третьей решила принять участие в городских аукционах. Итог: объект площадью 50 кв. м на Амурской, 56. Директор фирмы Эдуард Гусейнов решил работать с городом, избегая сотрудничества с частниками.



«Для нас принципиально арендовать помещение у города. Во-первых, частные собственники договор аренды заключают на короткие сроки. И они, как правило, не предоставляют права выкупа. А городское имущество по истечении определенного срока можно выкупить», — подчеркивает хозяин.

Задумавшись о расширении биз-

неса, компания воспользовалась Инвестиционным порталом Москвы. «Нам нужна была определенная площадь и конкретный район. В аукционе участвовали три компании. И наши конкуренты сильно подняли цену. Она выросла с 225 тыс. до 680 тыс. рублей. Для нас эта сумма оказалась неожиданной, но мы верили в победу, нам было нужно именно это помещение».

Сейчас компания занимается подводкой санузлов и водоснабжения. Затем намерена привлечь дизайнеров и оборудовать его под офис. «Эти торги, конечно, значительно расширили наш бизнес. Мы и дальше собираемся участвовать в городских аукционах — это длительный срок и стабильная цена аренды. Ведь самое главное в нашем деле — правильное планирование», — уверен бизнесмен.

«Городское имущество по истечении определенного срока можно выкупить, и мы в этом заинтересованы», — Эдуард ГУСЕЙНОВ

Когда аукционы не в новинку

Татьяна ЕФИМОВА,
«Агентство недвижимости Ефимовой»

▶ Бизнес-леди Татьяна Ефимова начала свой бизнес на рынке вторичного сырья, но теперь планирует освоить и другие сегменты. Для этого хозяйка «Агентства недвижимости Ефимовой» в очередной раз приняла участие в городском аукционе. «Аукционы для меня не в новинку, но, конечно, лучше работать с городом, а не с частниками. Во-первых, дешевле, во-вторых, можно выкупить помещение. Консультации мне были не нужны, потому что вся необходимая информация есть на сайте, там все понятно и прозрачно. Я была уверена, когда шла на торги, что все получится. За победу боролись несколько участников и цена лота выросла довольно прилично: со 136 тысяч до 912 тысяч рублей. А вообще я и дальше планирую участвовать в городских аукционах», — рассказала Ефимова.



Что касается арендованного на аукционе помещения, то Татьяна пока не определилась с его назначением. Скорее всего, там будет ветеринарная клиника или салон красоты, а, возможно, мини-гостиница, хостел или офис. «Речь идет о большом помещении. Опять-таки, надо согласовать с МЧС, что из перечисленного там можно сделать. Я думаю, что в ближайшие полгода помещение не будет приносить прибыль. Но если есть целеустремленность, то все будет хорошо», — уверена женщина.

Цель для дружного коллектива

Игорь БАСОВ, ООО «Корал Групп»

▶ Все больше предпринимателей, развивающих бизнес в столице, хотят приобрести или арендовать недвижимость не у частных лиц, а напрямую у города через аукцион. Именно таким способом ООО «Корал Групп», специализирующееся на строительстве, нашло нужное помещение. Директор компании Игорь Басов выиграл уже второй лот на объекты под офис.



«Во-первых, мне очень понравилось помещение, выставленное на аукцион, во-вторых, напрямую надежнее. Мы не так давно существуем, поэтому рисковать не хотелось. У меня главным критерием было расширение бизнеса. Плюс территориальная составляющая — мы рядом снимаем офис. Надеюсь, что и дальше будем расширяться. Тем более, у нас уже есть опыт торгов», — рассказывает Игорь Николаевич.

Басов подчеркивает, что хотелось получить именно это помещение, поэтому боролся за него по максимуму. Сейчас компания только планирует обустроить пространство. «У нас и задумки есть, и к знакомым дизайнерам обращались. А вообще, секрет успешного бизнеса — в желании работать, иметь цель и добиваться ее вместе с дружным коллективом», — размышляет руководитель «Корал Групп».

Как принять участие в городских торгах

1 шаг

Подобрал подходящий объект на Инвестиционном портале города Москвы (investmoscow.ru)



2 шаг

Завел на портале личный кабинет и записался на просмотр объекта



3 шаг

Перевел задаток (реквизиты, сроки и порядок перечисления задатка указаны в лотовой документации)



4 шаг

Подал заявку (состав, сроки и порядок подачи заявки указаны в лотовой документации)



5 шаг

Принял участие в электронных торгах



6 шаг

Победил в аукционе, предложив максимальную цену за объект



7 шаг

Подписал договор (проект договора, а также информация о сроках и порядке его подписания входят в состав лотовой документации)



БОЛЕЕ 19 ТЫСЯЧ ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

investmoscow.ru

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОРТАЛ ГОРОДА МОСКВЫ



+7 (499)-652-60-25

Больше объектов для вашего бизнеса на Инвестиционном портале Москвы
investmoscow.ru

БИЗНЕСМЕН ТРЕТЬ

■ Как
московский
школьник
научился
зарабатывать
на своих
увлечениях

СЕРГЕЙ ЛЕБЕДЕВ
SLEBEDEV@MBGAZETA.RU

Тихону Назарову — десять лет, и свой миллион он еще не заработал. Пока не заработал. Но это для него вполне реальная перспектива. Причем, уже в ближайшее время: и года не прошло, как он запустил собственный бизнес — печать объемных моделей, часть из которых реализует через свой же онлайн-магазин. На одних заказах, полученных за это время, он скопил на личный 3D-принтер.

Скопил, к слову, работая на арендованной технике. А первые свои модели вообще печатал у друзей отца. Дебютировал он символично: не какой-то игрушкой, а клипсой для денег — ее же Тихон сумел первой и продать за 100 рублей. Сегодня, к слову, это один из ходовых товаров из его довольно уже внушительного ассортимента.

ОТ ИГРУШЕК «ЛЕГО» ДО ЧЕМПИОНСКИХ КУБКОВ

«Я долгое время увлекался конструктором «Лего» — у меня четыре ящика различных деталей, собирал из них модели. Решил, что их можно продавать. Но продавать было жалко, ведь собирать было интересно, но трудно. И второй такой модели у меня больше не будет... И тогда я попал на выставку 3D-печати в технопарке «Калибр», где понял, что смогу печатать 3D-модели самостоятельно», — рассказывает юный бизнесмен.

— Сначала мы учились в Лиге роботов, — начинает свою версию отец Тихона, Павел Назаров. — Где встретили Елизавету Каширину, основательницу школы делового мышления «Кидстарт». Решили попробовать»

— Читала лекцию о пользе предпринимательства для детей, — подхватывает Елизавета Каширина. — Рассказывала о международных практиках



СЕМЬЯ. Павел Назаров во всем находит общий язык со своим сыном Тихоном, однако на выборе его увлечений и тем более будущего не настаивает.

предпринимательства, собственной методике развития делового интеллекта. Дети в современном цифровом мире хотят созидать и быть полезными: создавать роботов, кожаные браслеты, открыть сервис для грызунов или игровую. На занятиях провожу тесты на определение типов интеллекта. Даю персональные рекомендации по развитию талантов ребенка. После этого ко мне подошел Павел и сказал, что им с сыном было бы интересно это попробовать.

— Я просто вспомнил о своей проблеме: даже к окончанию школы я не знал, чем мне заниматься дальше, и не хочу, чтобы при сегодняшних возможностях Тихон столкнулся с такой же проблемой. Я хочу, чтобы у его занятий была и творческая составляющая, и де-

ловая, — говорит папа Тихона.

Проект «Собирайкин» появился через год занятий в «Кидстарте». За это время Тихон научился считать бюджет, узнал, что такое деньги. Через три месяца после начала обучения — распределять свое время и составлять приоритеты.

Магазин в Инстаграме @sobiraikin открылся в январе 2018-го. И это до сих пор его основной канал продаж. А вот заказчики из ВКонтакте и Фейсбука приходят крайне редко.

Магазин работает просто: Тихон мониторит сеть и распечатывает понравившиеся модели больше из интереса. Удачные формы выкладывает в Инстаграм: кому понравится — покупайте! Доступная, вдвое ниже рыночной, цена. Стоимость модели он высчитывает из своих трат на пластик — катушка стоит 1100 руб. Тихон продает грамм за 15 руб. — купил специально кухонные весы для взвешивания моделей. К слову, в профессиональной студии стоимость грамма стартует от 30 рублей. А цены в «Собирайкине» по карману даже школьникам. Но, тут же замечает бизнесмен, в его школе торговать запрещено. Хотя о его стартапе знают многие, и некоторые ему откровенно подражая, пытаются также открывать свои бизнесы.

Кто у него покупает? В основном, говорит Назаров-младший, неизвестные ему люди. Кому-то нужна подставка под мобильный, раз из Великого Новгорода попросили сделать череп-светильник —

КТО У НЕГО ПОКУПАЕТ?

В основном, говорит Назаров-младший, неизвестные ему люди. Кому-то нужна подставка под мобильный, раз из Великого Новгорода попросили сделать череп-светильник —

пришлось дополнительно заказывать светодиоды. Летом технополис «Москва» заказывал у Тихона кубок для победителя благотворительного чемпионата по мини-футболу. Он не только распечатал его, сделав памятную надпись, но и раскрасил затем вручную «под золото». Как-то пришел сосед — тот приобрел старый «мерседес» 80-х годов, а у него оказалась потеряна заглушка для фары. Тихон нашел изображение модели в каталоге и распечатал ее для раритетного авто. А свой первый корпоративный заказ — 135 медалей для фитнес-клуба из... Казахстана, он печатал пару недель, чтобы успеть в срок: они были нужны к финалу соревнований. Потом еще всей семьей привязывали ленточки...

ЕГО КЛАССА



Фото: Юрий ГУШАН

УЧИТЬСЯ, ПЕЧАТАТЬ И ЕЩЕ РАЗ УЧИТЬСЯ

Печатаю, Тихон учится — так, делая на заказ фигурку Грута из «Стражей галактики», ему пришлось изрядно постараться, имея дело с пластиком, на 40 процентов состоящим из дерева. Материал оказался очень капризным и сложным в работе. Но чтобы основательно разобраться в тонкостях моделирования и 3D-печати, записался на курсы. «Нагрузка у него немалая, — замечает Назаров-старший. — Помимо моделирования и бизнес-школы, есть занятия английским и плавание». Но Тихон этому только рад: «Я все успеваю — на «Собирайкина» в день я трачу час-два, по вечерам, когда сделаны все уроки. Обычно в это время при-

думываю посты о своих моделях для соцсетей и выкладываю их». Правда, признается он, на игры теперь у него нет времени. Ради «Собирайкина» он отказался от видеоигр и аниме: с одной стороны, детство вроде уходит, с другой — растет ответственность: заработанными деньгами он делится с родителями. «К тому же на видеоиграх не разбогатеешь!», — добавляет юный бизнесмен. Бухгалтерия проекта складывается из четырех частей: одну он тратит на безделушки, вторая идет на покупку пластика для печати, третья — родителям, а что остается, кладет в банк — для этого у него есть персональная карточка. Подзаработав денег, Тихон собирается купить более мощный 3D-принтер. К тому времени, надеется он, появятся и более совершенные модели. «Сегодня принтеры капризны, как младенцы», — замечает Тихон. Ему, кстати, есть с чем сравнивать — его сестренке исполнилось три года. Когда она подрастет, то он поможет ей сделать свой проект «Собирайкина».

А пока Тихон одержим идеей разобрать коптер и вставить его двигатель в танк. Танк он напечатает на принтере. О том, насколько это реально — поедет ли бронетехника с такой начинкой, они до сих пор спорят с отцом.

Печать 3D-моделей — не единственная идея. К прошлому летнему сезону Павел и Тихон придумали и выпустили творческий набор — серию авторских футболок с черно-белым логотипом «Собирайкина». Роспись рисунка акриловыми красками. Свобода и творчество в комплекте. «Мы бываем на выставках, посвященных 3D-принтингу. Тихон постоянно загорается новой идеей: печать шоколадом, выжигание моделей», — говорит Павел. — И если в будущем Тихону станет интересно что-то еще — не буду настаивать, чтобы он занимался только принтингом. Почему бы не попробовать что-то новое? Тем более, что «зарабатывать» у нас — не ключевое слово. Главное — делать что-то полезное, чтобы это вызывало...»

— Улыбку! — перебивает мальчуган. Сам он думает в будущем сделать полноценный интернет-магазин. А после школы... тоже заниматься бизнесом!

«Магазин печати 3D-моделей на заказ «Собирайкин» — развитие пространственного мышления, обучение деловым навыкам. Детский стартап — семейное дело. Сплачивает родителей, приносит дополнительный доход. Ребенок чувствует собственную полезность, растет над собой», — заключает Елизавета Каширина.



Сегодня принтеры капризны, как младенцы», — Тихон Назаров



Я не хочу, чтобы Тихон столкнулся с той же проблемой, что и я — после школы я не знал, чем мне заниматься», — рассказывает менеджер Павел Назаров.

В ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ — СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЬИ

«Деловые субботы с экономическим уклоном» — это цикл занятий для детей и их родителей, на которых они могут больше узнать о том, как известные бизнесмены добились успеха: с чего начинали и как развивали свои проекты, какие знания помогли им в работе, а чему пришлось учиться заново. О том, как лучше всего организовать свое дело в условиях большого города — какие возможности дает мегаполис и какие сервисы предлагает, как грамотно найти помещение и наладить отношения со всеми службами.

Здесь в игровом формате научат разбираться в мире финансов и ориентироваться в различных сферах экономики. Помогут

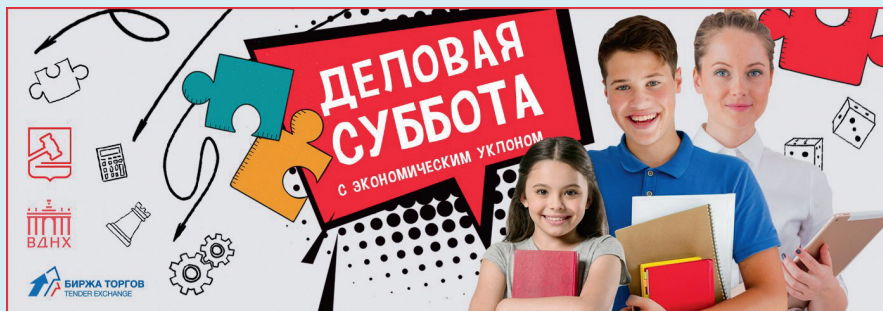
понять, что такое настоящая конкуренция и работа в команде. Любой желающий сможет развить свои предпринимательские навыки и навыки выступлений. А в целом — весело и с пользой проведет время с семьей в инновационном павильоне ВДНХ «Умный город»!

Организатор «Деловых суббот с экономическим уклоном» — Департамент города Москвы по конкурентной политике.

Место проведения — «Умный город», павильон № 461, ВДНХ.

На все мероприятия вход свободный, но необходима регистрация.

Подробности — на сайте <http://mos-tender.com/business-saturday>



Советы по развитию экономической грамотности у ребенка

от преподавателя проекта «Деловая суббота», основателя школы делового мышления для детей «Кидстарт» Елизаветы Кашириной:

ВОЗРАСТ 3-6 ЛЕТ. Время накоплений. Копилка-сейф превратит накопления в увлекательную игру. Две банки «копить» и «тратить» помогут освоить тактику доходов и расходов.

ВОЗРАСТ 5-8 ЛЕТ. Учимся зарабатывать делами.

Расскажите ребенку о профессиях юриста, кондитера, дизайнера. Объясните, за какую работу люди получают оплату. Придумайте 1-2 дела, которые ребенок выполнит за небольшую плату. Положите заработанное в копилку.

ВОЗРАСТ 6-10 ЛЕТ. Тратим деньги на необходимое.

Дайте небольшую сумму на покупку продуктов из списка. Объясните разницу между дорогими и дешевыми товарами. Попросите выбрать в магазине небольшой подарок для друга или родственника.

ВОЗРАСТ 7-11 ЛЕТ. Что такое выгода? Узнайте, какие вещи ребенок хотел бы купить. Набор «Лего» станет целью накоплений. Гироскутер поставит родителей в тупик. Предложите оплатить одну покупку, а самому накопить на вторую.

ВОЗРАСТ 11-13 ЛЕТ. Считаем бюджет. Помогите ребенку организовать праздник. Подготовьте список необходимых покупок. Спросите, что ребенок хотел бы в него добавить. Объясните, как принять правильное решение, купив подарки, исходя из бюджета.

ВОЗРАСТ 14-17 ЛЕТ. Как правильно инвестировать накопленное?

Расскажите ребенку о важности образования. Объясните, как оно поможет заработать деньги в будущем. Покажите примеры разных образовательных программ и курсов. Объясните разницу в стоимости. Покажите собственный пример в накоплениях. Расскажите о разных счетах и накопительных программах. Поговорите о профессиях, возможности персонального роста.



Роман БУНЯКОВ,
владелец пекарни «Главхлеб» и совладелец
кулинарии «Роголики»:

«Чувствуйте своего потребителя — если вы разместились в жилом районе, работайте допоздна и ждите своего клиента с работы. Если «стоите» вблизи офисов — встречайте его рано утром горячим хлебом и напитками».

Дарья ДАРЖАНИЯ,
пекарня «Литовский хлеб»:

«Все те, кто занимаются производством ремесленного хлеба, — не конкуренты, а коллеги. Все мы пока ищем своего потребителя».

КВОРУМ. Конкурент-клуб собрал практически всех ведущих игроков ремесленного хлеба в Москве.

ВСЕ ИЗ ОДНОГО ТЕСТА

■ Росту рынка ремесленного хлеба способствуют вкус, качество и... собственный ритейл

ЛАРИСА БАХМАЦКАЯ
LBANMATSKAYA@MBGAZETA.RU

Производители настоящего ремесленного хлеба — владельцы и управляющие столичных пекарен — обсудили тенденции рынка и поделились советами по управлению бизнесом в рамках нового конкурент-клуба, который организовал Департамент города Москвы по конкурентной политике.

ВОЗВРАЩЕНИЕ СТАРИННЫХ РЕЦЕПТОВ

Ремесленный хлеб — непривычное для слуха понятие. Но объясняется оно очень просто, вот производится — сложно. Это мелкое ручное производство, основанное на личном мастерстве работника. Изначально пекарное дело всегда считалось ремеслом, но с ростом промышленного хлебопечения эти понятия и вкус были, казалось, безвозвратно утрачены. Причины — в длительном сроке годности хлеба, в который добавляют консерванты, а также в его массовом выпуске, из-за чего многие процессы механизированы. Итогом этого стал так называемый «социальный кирпич», который вошел в привычку и рацион у многих москвичей.

Все это время свой статус ремесленный хлеб сохранял в Италии, Франции, Германии, Америке. А в России спрос на качественную выпечку вернулся сравнительно недавно. И сегодня мастеров-пекарей можно сосчитать по пальцам. Роман Буняков, владелец пекарни «Главхлеб» и совладелец кулинарии «Ро-

голик» на Никольской, уверен, что пока даже речи о конкуренции в этом сегменте нет. «У нас очень мало пекарен именно ремесленного хлеба. Зато много мини-пекарен, которые готовят из замороженного продукта, — у них конкуренция серьезная».

Хозяйка «Олиного хлеба» Ольга Киселева много лет работает food-журналистом и однажды сама захотела стать частью гастрономического бизнеса. С этого момента началась ее «хлебная история» — в ее компании всего три человека и готовят они дома небольшими объемами. «Идеи никакой не было, но я всегда хотела готовить. Прослушала курс лекций у одного шеф-повара, накупила книг, — вспоминает Ольга. — Чтобы научиться печь хлеб, у меня ушло полгода. Сегодня я делаю хлеб для шести заведений и не трачусь на его доставку — все заказчики приходят за ним сами. Есть еще и покупатели, которые постоянно заказывают через соцсети хлеб к ужину. Я годами жила на кухне без права на отпуск или больничный. А теперь взяла себе помощников».

При этом Киселева уверена, что без своей точки продажи развиваться невозможно. Поэтому кафе-пекарня или кондитерская — логичный шаг развития любого пекарского проекта. А ведь сегодня, по ее словам, хлеб из пекарни приобретает все большую популярность — москвичи готовы ехать за ним даже в другой район города и купить его за достаточную сумму. «В моем случае хорошо работает именно «сарафанное радио», потому что хорошо налажены внутрен-

ние коммуникации с коллегами по цеху. Рекламу в социальных сетях никогда не давала — здесь всем важно наблюдать за неподдельными историями, все ищут искренности, а не пиара с заученными фразами. Поэтому, например, веду Instagram сама — пишу о «хлебных» открытиях, делюсь мыслями», — рассказывает хозяйка «Олиного хлеба». И конкуренции, уверена она, на этом рынке действительно нет — потому что он только еще формируется.

Представитель компании «Батон» Даниил Никитин также считает, что хорошая реклама, и экономия приходят от социальных сетей, в том числе Instagram. «Такая форма продажи существует и активно применяется, — объясняет пекарь. — Интернет-продажи дают

совсем другую норму прибыли. Хотя сегодня у города есть места с дешевой арендой. Кстати, у нас есть опыт работы с городом — открывали киоски «Хлеб». Тогда к нам за хлебом весь район бегал с семи утра. Поэтому при выборе помещения нужно отталкиваться от платежеспособности своего клиента. Локация имеет значение в любом ритейле — витринные окна, первая линия и так далее. Но сейчас в эпоху технологий — того же Instagram — можно немного углубляться в спальные районы и рассматривать варианты во дворе или на второй линии».

«Для реализации продукта выбирайте объекты, расположенные на улице с активным трафиком. Хороший трафик генерируют гипермаркеты, офисные здания, выходы из метро. Чувствуйте своего потребителя — если вы разместились в жилом районе, работайте допоздна и ждите своего клиента с работы. Если «стоите» вблизи офисов — встречайте его рано утром горячим хлебом и напитками», — посоветовал Роман Буняков.

Никитин уверен, что деньги в хлебном вопросе — дело вторичное. Чтобы открыть мини-пекарню и заняться ремесленным хлебом, нужно запастись, по его мнению, временем — запустить проект можно за 400 тысяч рублей, сделав небольшой ремонт и заплатив за первые три месяца аренды. Но в целях экономии, скорее всего, придется самому и готовить, и работать за прилавком.

В свою очередь основатель и совладелец пекарни «Печорин» Роман Мамаев главным в своем

бизнесе считает перспективу: «Если перестаешь ее видеть, то все, можно смело закрываться. А если говорить о персонале, то здесь самая страшная ситуация — это когда на работу приходит пекарь с «советским бэкграундом». Такого уже не «перевоспитать» на ремесленный хлеб. Лучше взять человека из другой сферы, но который хочет печь, в этом случае мотивации будет больше».

Шеф-пекарь и соучредитель пекарни «Литовский хлеб» Дарья Даржания всю жизнь ездила к родственникам в Прибалтику, где и собирала хлебные рецепты. Хотя, как впоследствии оказалось, к традиционному литовскому хлебу москвичи не готовы — он слишком плотный и тяжелый. Поэтому я немного изменила традиционную рецептуру, сделав продукт более мягким и пористым. «Рынок ремесленного хлеба в Москве только развивается и не поспевает за спросом. Поэтому для новичков самое лучшее время занять нишу на этом рынке — сейчас, — рассказывает Дарья. — Мы сегодня приглашаем друг друга на food-фестивали и маркеты. Никто никого не давит, скорее выручают».

Главное отличие ремесленного хлеба — работа с тестом руками. А Дарья Даржания делает еще ставку на закваску и натуральное сырье с фермерских подворий. «Мой совет новичкам в хлебопечении — не распыляйтесь и не теряйте время, — говорит соучредитель «Литовского хлеба». — Покупайте самое недорогое оборудование и начинайте печь!».

«КАЛЬКУЛЯТОР
ВЛОЖЕНИЙ»

7-10
МЛН. РУБ.

Объем инвестиций для запуска
локального производства

300-400
ТЫС. РУБ.

Объем инвестиций для запуска
точки продажи (кафе-пекарня,
булочная, кондитерская)

Сайка с изюмом и без испуга

Государственные закупки в России существуют уже более 300 лет. В XIX веке они даже стали движущей силой развития не только экономики, но и архитектуры обеих столиц. Не говоря уже о развитии искусств и ремесел — многие поставщики были и знаменитыми меценатами своего времени. Среди них — легендарный московский булочник Иван Филиппов.

ИСКОННО РУССКОЕ ЗАМЕЩЕНИЕ. Династия купцов Филипповых известна в первую очередь своим мастерством хлебопек. Основатель дела Максим Филиппов прибыл в Москву из Калужской губернии в начале XVIII века. Здесь вся его семья принялась выпекать и продавать быстро набравшие популярность горячие калачи и пироги с разнообразной начинкой. Первая его собственная пекарня появилась на углу Мясницкой улицы и Бульварного кольца. Филиппов сумел со своим хлебом потеснить на российском рынке традиционных монополистов — немецких булочников. Самая крупная его пекарня продавала в год изделий более чем на 1/2 млн рублей. Она производила калачи, сайки, булочки и баранки — исконно русские продукты. После его смерти дело продолжил сын Иван — знаменитый и облаканный царем пекарь Филиппов.

ТЪМУТАРАКАНСКИЕ САЙКИ. Тем временем в Москве булочник чуть было не лишился не только карьеры, но и головы. Каждый день московский генерал-губернатор А. А. Закревский начинал



с чая с горячими сайками от Филиппова. И однажды вышел конфуз: генерал нашел в булке запеченного... таракана. Велел тут же доставить булочника. Тот, нисколько не смутившись, сжевал сдобу со словами:

— И очень даже просто, Ваше превосходительство, это изюминка-с!

— Врешь, мерзавец! Разве сайки с изюмом бывают?!

Филиппов бросился в пекар-

ню, схватил решето изюма и вывалил в саечное тесто. И уже через час угощал Закревского сайками с изюмом, а через день от покупателей булочной отбоя не было. «И очень просто! Все само выходит, поймать сумей», — говорил об этом Филиппов. За этот случай его прозвали «тмутараканский князь».

ЧУДАК И МЕЦЕНАТ. Много средств и внимания уделял Иван Максимович Филиппов благотворительности.

Долгие годы состоял членом совета детских приютов и Суцевского отделения попечительства о бедных в Москве. За свою

благотворительность и предпринимательские заслуги был награжден орденом св. Анны 2-й степени и стал потомственным почетным гражданином Москвы. При этом Филиппов был человек необычный. По рассказам родственников, его кабинет был «оклеен денежными купюрами — «катеньками». А на улицах его лошадей узнавали по тому, что они были подкованы чистым серебром. В то же время Филиппов был разборчив и пользовался не всяким случаем, чтобы обогатиться. Скончался И. М. Филиппов в 1878 году, оставив своим наследникам 4 пекарни-булочные в Москве и 4 же — в Петербурге. Его дело продолжил сын Дмитрий, открывший вместе с булочными гостиницы, рестораны и кафе.



НОВАТОР. Иван Максимович Филиппов не только научился печь лучший хлеб в обеих российских столицах, но и придумал целую систему его продвижения — от магазинов при пекарнях до оригинальной упаковки.

ЛАЙФХАКИ ХЛЕБОПЕКА

КАЧЕСТВО. Иван Филиппов одним из первых озаботился качеством сырья, поэтому на вопросы об исключительном вкусе его хлеба всегда охотно отвечал: «Хлебушко заботу любит. Выпечка-то выпечкой, а мука-то у меня своя».

РИТЕЙЛ. Следующее удачное начинание Филиппова — это открытие магазинов при пекарнях: в любом его магазине можно было купить хлеб и сдобу прямо из печи. Причем, по вполне приемлемой цене.

АССОРТИМЕНТ. Еще одно его достижение — небывалое для той поры расширение ассортимента: он наладил производство не только разнообразных хлебов, но и фирменных «филипповских» пирожков с требухой, кашей, капустой, вязигой. Были у него и французские булочки, копеечные хлебцы («жулики»), витушки, сачки, обсыпанные маком или крупной солью, и сайки, выпекавшиеся на соломе, калачи на отрубях и многое другое.

МАРКЕТИНГ. Придумал Филиппов и оригинальную упаковку для своей продукции. На это его вынудило открытие магазинов в Санкт-Петербурге — он сильно сомневался, что здесь выйдут такие же калачи и сайки, как в Москве: «Вода нельская не годится!» Поэтому его калачи «с пылу, с жару» доставлялись в особые закрытых липовых коробах. Так их возили с Невского проспекта в Зимний дворец «к царскому кофию», как передавал народную молву писатель Владимир Гиляровский. А в 1855 году булочник Филиппов получил звание официального поставщика Двора Его Императорского Величества «за высокое качество продукции и широкий ассортимент».



Каким был наивысший знак качества в дореволюционной России? Как добивались успеха в то время? Об этих и других фактах расскажут на лекциях «Поставщики Москвы: история в лицах», которые проводит Департамент г. Москвы по конкурентной политике в павильоне № 461 на ВДНХ. Регистрация на лекции бесплатная, количество мест ограничено. **Цикл лекций стартует в ноябре.** Подробности на mos-tender.com/historical

ЛЮБОПЫТНЫЕ ФАКТЫ О ПОСТАВЩИКАХ ИМПЕРАТОРСКОГО ДВОРА

■ Звание придворного «Поставщика» и форма знака введены Александром II в 1856 году. С 1862 года избранным фабрикантам, художникам и ремесленникам разрешили использовать государственный герб на своих вывесках и изделиях.

■ Стать поставщиком товаров для царя было непросто. Кандидат в течение 8-10 лет «испытательного срока» доказывал достоинство своего товара, участвуя в промышленных выставках и не получая за это время ни одной рекламации от потребителей. Так, производитель коньяков Ни-

колай Шустов добивался этого статуса в общей сложности 38 лет.

■ Звание Поставщика Двора присваивалось не предприятию, а владельцу лично, в случае смены владельца новому хозяину или наследнику требовалось получать звание заново. Звание давалось только на период поставок. Меж тем многие бренды стали знаменитыми благодаря тому, что их качество оценил император и его семья.

■ Товарищество А. И. Абрикосова и сыновей — одно из старейших москов-

ских предприятий, основанное в 1804 году (ныне это — кондитерская фабрика им. П. А. Бабаева). Особое внимание Абрикосов уделял рекламе — только в 1891 году потратил на нее 300 тыс. рублей, заполнив своими листовками всю Москву. Но поставщик Двора Его Императорского Величества ему удалось стать лишь в 1899 году.

■ Коллежский асессор князь А. Н. Еникеев из Пензы получил звание поставщика Двора Его Императорского Величества в 1870 году в обмен на все правила — ему, чуть ли не единственному за всю

историю, подарили эту привилегию. Это случилось после того, как императрица Мария Александровна побывала на Мануфактурной выставке. Здесь Еникеев «поднес Ея Величеству корзину с приготовленными в его имени сухими ягодными конфетами, которые были найдены необыкновенно вкусными». Императрица приказала действительному статскому советнику П. А. Морицу обратиться в Министерство Императорского двора для испрошения соизволения императора на дарование князю знания поставщика.

«Гегель», который опережает время

■ Машина, которая обижается, шутит и читает подсознание, готова прийти в школы Москвы

ЛАРИСА БАХМАЦКАЯ
LBANMATS@YAN@MBGAZETA.RU

Почти 80 лет прошло с той поры, как Айзек Азимов в своем рассказе «Хоровод» сформулировал основные законы робототехники. Робот не может своим действием или бездействием причинить вред человеку. Он должен повиноваться всем приказам, которые дает человек, кроме тех случаев, когда эти приказы противоречат первому закону. Робот должен заботиться о своей безопасности в той мере, в которой это не противоречит первому или второму законам. Сегодня перечисленное — уже не фантастика. Мы живем в начале эпохи четвертой промышленной революции, и в наших квартирах есть роботы-пылесосы, микроволновки, мультиварки, ноутбуки и масса других специализированных приборов, которые мы воспринимаем буднично, зачастую не задумываясь об их природе.

Сергей Пашин — сооснователь компании Fora Robotics. Он уже пять лет занимается программированием роботов, и они «затянули» его незаметно, но основательно. «Сначала немного увлекся, потом — больше. Мы делаем роботов не для того, чтобы просто создать умную машину, а для того, чтобы придать ему социальную значимость. Он должен помогать человеку в быту и жизни, и при этом должна быть возможность с ним пообщаться. Это — друг, помощник», — с нескрываемой любовью говорит ученый о своих электронных детях.

ЛЕКАРЬ, ДИКТОР, СЕКРЕТАРЬ И ХЕДХАНТЕР
Причем каждая созданная Пашиним модель несет определенные социальные навыки и поль-

зу. К примеру, одна модель — это бесконтактный детектор лжи. Он проводит собеседования и может сказать, стоит ли нанимать того или иного человека, или лучше без него обойтись. После ответов на его вопросы он составляет портрет собеседуемого — на 12 страницах робот описывает не только личные качества и его способности работать в команде, но также и такие подробности как: употребляет ли соискатель наркотики, есть ли у него привязанность к алкоголю и насколько сильная. А еще — насколько важно для него чужое мнение. У Fora Robotics уже есть пятилетний контракт со ФСИН, где заинтересованы в такой технике, которая анализирует не сознание, а подсознание человека.

«У меня еще был робот-телеведущий, который затем вел программу про здоровье на одном из федеральных каналов и был своеобразной базой данных по лекарственным средствам. Он подбирал препараты для каждой болезни. Есть робот-секретарь, который может вести документооборот и связываться по телефону. Вот только кофе не приносит. А есть еще юрист-консультант — только в прошлом году мы сделали шесть абсолютно разных по наполнению, форме, размеру и функционалу роботов», — перечисляет Пашин, добавляя, что из-за них он проводит мало времени дома. Хотя именно поэтому он создал робота для общения в мастерской — «Когда грустно или просто хочется поговорить, с ним выходит интересный диалог».

НАУЧИТЬ, РАЗВЕСЕЛИТЬ И ПОЖЕНИТЬ

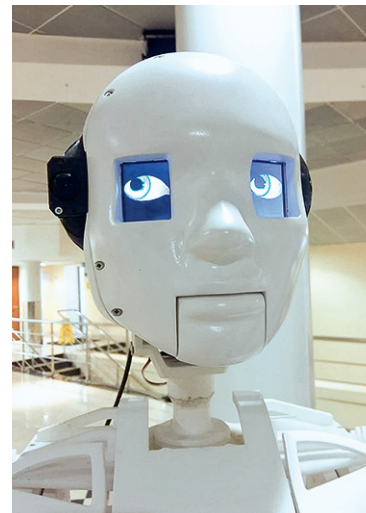
В активе у Пашина и программа «Гегель», одобренная Министерством образования РФ. Она создана для развития об-



ДИАЛОГ. В павильоне «Умный город» на ВДНХ во время «Деловой субботы» можно пообщаться с умной машиной.

щеучебных навыков детей, их обучения новым форматам командного взаимодействия. А также для развития интеллектуальных и творческих способностей. «Мы — единственные на рынке, кто предлагает уникальный, не имеющий аналогов продукт. У нас есть документы, которые подтверждают, что «Гегель» способствует популяризации робототехники и не наносит вреда. Проект уже вызвал огромный интерес в Европе — мы готовимся выступить с ним в ООН. Наш робот очень продвинут, а его дизайн опережает свое время. Так что там все ахнут!», — обещает российский ученый.

Обкатка «Гегеля» должна начинаться в Одинцовском районе. А первыми, судя по всему, его получат частные школы, потому что робот — это все-таки пока очень дорого. Такая модель сегодня стоит как хороший иностранный автомобиль. Зато, как отмечает разработчик, робот не болеет. «Первого робота мы с моим соучредителем Алек-



ЭМОЦИИ. Робот тоже может обидеться на грубое слово или сарказм и дальше действовать по «обиженному» алгоритму.

сандром Кузнецовым создавали год, а сейчас можем и за 2-3 месяца сделать», — говорит ученый. И добавляет: «Если у заказчика есть на него средства».

Пашин готов идти со своими электронными учителями и в государственные московские школы. Единственное препятствие, по словам Пашина, — это отсутствие... конкурентов для участия в торгах. «А пока мы работаем над тем, чтобы наша техника научилась понимать психологическое состояние человека. Развеселить, если надо, или просто поинтересоваться, что случилось. Наш робот уже может обидеться на грубое слово или сарказм, и дальше он будет действовать по «обиженному алгоритму», — рассказывает Сергей. А один из созданных Fora Robotics стал свидетелем на свадьбе Пашина. Причем, машина проанализировала характеры жениха и невесты, и уже после этого дала свое электронное согласие на брак, подтвердив, что пара подходит друг другу.