



**ТЕМА НОМЕРА**

## От корчмы до Метрополя – история общественного питания

**стр. 16**



Виталий  
Свидовский

**АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ**

**От французских блинчиков  
к звездам «Мишлен»**

**стр. 26**



Ирина  
Корчинская

**ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА**

**Когда бизнес – творчество**

**стр. 30**

## ОТ РЕДАКЦИИ

### **3** Общественное питание Санкт-Петербурга в постпандемический период

## **4** НОВОСТИ

### СОБЫТИЯ

### **10** Регионы России – навстречу друг другу!

Состоялся II Санкт-Петербургский деловой туристический форум «Северная Пальмира». В форуме приняли участие более 3 000 человек. Более 50 признанных экспертов отрасли дали оценку текущей ситуации на рынке.

## ТЕМА НОМЕРА

### **15** От корчмы до Метрополя – история общественного питания

За свою историю общепит претерпел не одну реформу, изменившись по форме и структуре.

## ЛИЧНОЕ МНЕНИЕ

### **24** Общепит в условиях ограничений

Как преодолевают ограничения пандемии COVID-19 предприятия общепита, кафе, рестораны и другие заведения, нужна ли помощь владельцам этого вида бизнеса, что планируют предприниматели для восстановления и развития своего дела в 2022 году?

## АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

### **26** От французских блинчиков к звездам «Мишлен»

Интервью с Виталием Свидовским – основателем бизнеса русской кухни «Теремок».

## ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

### **30** Когда бизнес – творчество

Ирина Корчинская – основательница сети кафе для детей и их родителей «Хомяк» рассказывает о своем предпринимательском опыте.

## ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

### **33** Bizstudy.ru – через знания к стабильному росту

Bizstudy.ru – это уникальный проект Центра «Мой бизнес» в Санкт-Петербурге, созданный в формате обучающего сайта.

### **34** В топы бесплатно: Bizhelp.pro поможет расширить круг партнеров и рынок сбыта

Информационная торговая площадка bizhelp.pro помогает начинающим предпринимателям малого и среднего бизнеса продвигать свои товары и услуги онлайн.

# Общественное питание Санкт-Петербурга в постпандемический период



**Елена Церетели –**  
председатель  
**Общественного Совета по развитию**  
**малого предпринимательства**  
при губернаторе Санкт-Петербурга

До пандемии Санкт-Петербург был практически российским лидером по обороту предприятий общественного питания. Так, по данным Петростата, за январь–ноябрь 2019 года оборот общественного питания в Петербурге по отношению к 2018 году вырос на 9,9%, до 81,1 млрд руб (таким ростом могли похвастаться только сырьевые отрасли бизнеса); питание вне дома увеличилось на 5%; затраты на кофейни выросли на 11%, на фастфуд – на 18%. Именно последние форматы вырвались в лидеры, что подчеркнуло наметившуюся тенденцию: петербуржцы начали экономить деньги, и время. К началу пандемии на фастфуд приходилось почти 50% петербургского рынка общепита.

Однако, в первые месяцы пандемии, именно «лидеры» общепита, расположенные в большинстве на территориях фудкортов, получили серьезный финансовый «удар». Однако, осознав, что ограничения надолго, они очень быстро смогли «перестроиться» и перенесли свои услуги в онлайн, что невозможно было осуществить в таких масштабах в ресторанах. И, естественно, эти обстоятельства не могли не сказаться на перетрубаии петербургского рынка общественного питания. Особенно тяжело пришлось специализированным заведениям, вроде вегетарианских ресторанов и кафе. Пандемия не только изменила количественные показатели, она за-

ставила игроков рынка задуматься о новых форматах и опциях, предлагающих сочетание концепций и прогрессивные технологии.

И одна из них «виртуальные кухни». Как считают эксперты, это мировой мейнстрим, где под виртуальной крышей собираются рестораторы, производственники, и можно все заказать, не выходя из дома. Под этой же крышей собираются акселераторы, агрегаторы, и мы получаем условно «Василеостровский рынок» онлайн у себя дома, то есть это те же продукты, то же меню, но по доступной цене, и не надо выходить из дома.

Сегодня из-за ограничений не работает около 500 городских точек общепита, в том числе корнеры и фудкорты. Эксперты рассчитывают, что после снятия всех запретов на рынок вернется только половина из них. Пережить долгую паузу бизнесу будет довольно сложно.

И все же, несмотря на пандемию, петербуржцы по-прежнему показывают высокий потребительский интерес, посещая предприятия общественного питания. Тем самым поддерживая отрасль и способствуя появлению новых игроков. Ведь если процитировать одного из успешнейших предпринимателей отрасли Виталия Свидовского, все его проекты рождались в кризис...

## На поддержку предпринимательства запланировали 215 млрд рублей



*Ассигнования федерального бюджета на реализацию нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство (МСП) и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» планируются в объеме свыше 215 млрд рублей в 2022-2024 годах. Об этом говорится в пояснительной записке к проекту федерального закона «О федеральном бюджете на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов».*

«Бюджетные ассигнования на финансовое обеспечение реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» запланированы в 2022 году в объеме 64 107,8 млн рублей, в 2023 году – 75 504,0 млн рублей, в 2024 году – 75 602,7 млн рублей», – отмечается в документе.

По сравнению с утвержденными законом № 385-ФЗ «О федеральном бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов» ассигнования в 2022 году будут увеличены на 3,15 млрд рублей, в 2023 году – уменьшены на 3,15 млрд рублей.

А в 2024 году по сравнению с объемами, предусмотренными паспортом проекта на 2024 год, не изменятся, уточняется в пояснительной записке.

В состав нацпроекта по поддержке МСП входят четыре федеральных проекта: «Создание благоприятных условий для осуществления деятельности самозанятыми гражданами», «Создание условий для легкого старта и комфортного ведения бизнеса», «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства» и «Создание цифровой платформы с механизмом адресного подбора и возможностью дистанционного получения мер поддержки и специальных сервисов субъектами МСП и самозанятыми гражданами».

**В Санкт-Петербурге оператором по реализации национального проекта по поддержке МСП является юридическое лицо Общественного Совета по поддержке предпринимательства при губернаторе СПб – Фонд развития субъектов МСП. С момента начала реализации проекта Фонд оказал более 30 тысяч услуг субъектам предпринимательской деятельности Санкт-Петербурга.**

## ЦБ намерен повысить доступность финуслуг

**Банк России подготовил проект приоритетных направлений повышения доступности финансовых услуг на период 2022–2024 годов. Одно из ключевых направлений проекта – повышение доступности финуслуг для предприятий малого и среднего бизнеса.**

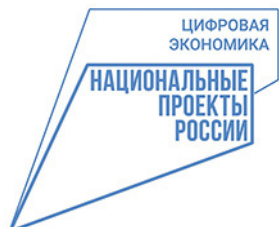
Согласно документу, регулятор ставит перед собой ряд задач:

- повысить доступность банковского кредитования для малого и среднего бизнеса;
- при отсутствии кредитного риска производить отбор банков для участия в реализации льготных программ на заявительной основе. При условии, что у банков есть опыт кредитования;
- ЦБ планирует развивать инструменты фондового рынка и стимулировать привлечение предприятиями МСП финансирования при помощи выпуска облигаций;
- развитие краудфинансирования (привлечения сторонних средств) и краудинвестирования. Суть краудинвестирования в том, что предприниматель предлагает пользователям проект, а они организуют сбор средств на его реализацию. В отличие от краудфандинга, при краудинвестировании инвесторы получают долю в проекте;
- развитие факторинга. Факторинг – это финансовый инструмент, который позволяет клиенту покупать товар

или услугу с отсрочкой платежа. При этом продавец получает от фактора комплекс услуг: авансирование выручки, защиту от риска неплатежа, сбор платежей в договорные сроки, учет дебиторской задолженности. Фактором может быть банк, предоставляющий услуги факторинга;

- развитие системы быстрых платежей (СБП). Так, бизнесу планируется дать возможность платить за товары и услуги с помощью СБП всеми кредитными организациями с универсальной лицензией. Создание платформы «Знай своего клиента». С ее помощью банки в режиме онлайн смогут получить данные о том – относится ли клиент к группе риска проведения подозрительных операций. Проект Банка России также предусматривает цифровизацию финансовой доступности, повышение доступности финуслуг для малонаселенных и труднодоступных территорий, повышение доступности финуслуг для граждан с относительно невысоким уровнем дохода и так далее.

## Цифровизацию малого и среднего бизнеса поддержит МИНИСТЕРСТВО



**Минцифры России запускает новый механизм поддержки малого и среднего бизнеса – компании смогут приобре-**

**тать ПО вдвое дешевле за счет компенсации 50% стоимости лицензии производителям. Об этом говорится в сообщении министерства.**

Мера поддержки реализуется Российским фондом развития информационных технологий (РФРИТ) в рамках федерального проекта «Цифровые технологии» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Подать заявку на участие в программе могут российские правообладатели и разработчики облачного программного обеспечения. Требования к компаниям и условия участия в конкурсном отборе утверждены постановлением правительства РФ № 1031. «Новая мера поддержки направлена на повышение эффективности малых и средних компаний в результате цифровизации, внедрения отечественных облачных решений. Речь идет, например, о софте, автоматизирующем бизнес-процессы (ERP), взаимодействии с клиентами (CRM) и так далее. Идея простая: востребованные программные продукты будут для МСП в два раза дешевле (разница в цене компенсируется министерством разработчику за счет бюджета). От самого предпринимателя ничего дополнительно не будет требоваться, не нужно заполнять никакие формы, не будет никакой отчетности, единственное условие – находиться в реестре МСП, который ведет ФНС России.

Мера поддержки позволит тысячам МСП легально использовать качественное российское программное обеспечение, которое можно будет приобрести по сниженной стоимости. Это не только стимулирует компании к переходу на отечественные IT-продукты, но и благодаря цифровой трансформации расширит и масштабирует их бизнес. Подать заявку на участие в программе могут российские правообладатели и разработчики облачного программного обеспечения.

## Индекс деловой активности подро

**Деловые настроения малого и среднего бизнеса вернулись к росту после спада активности, следует из августовского замера индекса RSBI (совместного исследования «Опоры России», ПСБ и агентства Magram Market Research).**

Опрос 1,8 тыс. компаний зафиксировал рост всех компонентов индекса (продажи, кадры, инвестиции, финансовая доступность), что обеспечило рост итогового показателя до 54 пунктов против 52,7 в июле. Максимум в последнее время индекс деловой активности достигал в мае (54,6 п.), после чего настроения бизнеса стали ухудшаться из-за точечных ограничений в регионах на фоне новой волны пандемии, а также исчерпания объемов льготного кредитования. В августе, как показал опрос, доступ компаний к заемному финансированию вырос, что повлияло на кадровую и инвестиционную политику бизнеса. Так, с 9% до 6% уменьшилась доля респондентов, планирующих сокращать персонал. При этом, несмотря на ухудшение ожиданий от выручки, на 2% выросла доля компаний, планирующих расширять инвестиции. Рост деловой активности в августе показала даже чувствительная к ограничениям сфера услуг, пребывавшая несколько месяцев в зоне снижения (ниже 50 п.). Сфера производства, восстановившаяся быстрее других, напротив, показывает замедление роста активности. По словам главы «Опоры России» Александра Калинина, дальнейшее восстановление бизнеса во многом будет связано с доступностью финансирования.

**Александр Калинин:**  
**«Сейчас перед малыми предпринимателями остро встает вопрос, где брать деньги под разумные проценты»**



## Уровень оптимизма на высоте

**В России 87% субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) считают, что их бизнес в ближайший год будет успешно развиваться.**

Такой уровень оптимизма один из самых высоких в мире, считают аналитики компании Wakefield Research. Они отметили, что в мире в целом уровень оптимизма МСБ вырос за год с 75 до 87%. В России и Канаде показатель самый высокий – 87%. В Германии он чуть ниже – 85%. В России 54% респондентов считают, что 2020 год стал периодом вызова для предпринимателей. 46% находят, что эпидемия открыла новые возможности для бизнеса, среди которых – расширение каналов продаж (35%), подключение к сервисам безналичных платежей (29%). 68% бизнесменов считают, что бесконтактную оплату будут использовать и после окончания пандемии. Вложения в обеспечение IT-безопасности своих сайтов 58% субъектов МСБ считают расходами, 42% - инвестициями в развитие.

## Новый налоговый режим

**Малые предприятия не будут платить страховые взносы и сдавать отчетность, но ставка единого налога увеличится.**

Власти готовятся ввести новый налоговый режим для компаний и ИП на УСН. Соответствующий законопроект подготовила ФНС России. Новый налоговый режим будет запущен в тестовом режиме с 1 июля 2022 года в четырех регионах: в Москве, Московской и Калужской областях и Татарстане. Об этом рассказал глава Торгово-промышленной палаты России Сергей Катырин.



**Сергей Катырин**

В пояснении к проекту указывается, что переход на новый режим будет добровольным. Для этого достаточно будет подать заявку через личный кабинет налогоплательщика.

«Если он покажет свою востребованность и эффективность, то новый налоговый режим будет масштабироваться», – отметил глава ТПП и уточнил, что планируется распространить режим на все субъекты МСП с 1 января 2024 года. Так, для компаний с режимом УСН «доходы» ставка увеличится с 6 до 8% от выручки, с режимом «доходы минус расходы» – с 15 до 20% от прибыли. Сумма налога к уплате уменьшается на величину торгового сбора, который действует в Москве, Санкт-Петербурге и Севастополе. Проект предусматривает увеличение минимального уровня налога для предприятий с режимом «доходы минус расходы» с 1 до 3% от годовой выручки. Кроме того, предусмотрены такие условия: к расходам планируют принимать только расходы по операциям, которые совершили по безналичному расчету или зафиксировали на ККТ; зарплату перечислять можно будет только через банк. Банк будет налоговым агентом по НДФЛ на основании зарплатных реестров.

## Приравнять рестораны к конечным потребителям

**Уполномоченный при президенте РФ по защите прав предпринимателей Борис Титов направил письмо министру промышленности и торговли Денису Мантурову с предложением изменить правила обязательной маркировки продовольственных товаров, приравняв предприятия общественного питания к конечным потребителям. Об этом сообщили в пресс-службе бизнес-омбудсмена.**



**Борис Титов**

«Но предприятия общественного питания, исходя из сути своей хозяйственной деятельности, также являются конечными потребителями. Они приобретают маркированную продукцию не для дальнейшей продажи, а для изготовления из нее и продажи своего собственного готового продукта. Таким образом, выводить из оборота маркированную продукцию должен тот участник оборота, который продал ее предприятию общественного питания», – отмечается в письме Титова. По данным бизнес-омбудсмена, ресторану при приемке товара потребуется отсканировать с каждой его единицы

штриховой код DataMatrix и сравнить полученные данные с информацией из универсального передаточного документа. Если обнаружатся расхождения, принимать товар не положено. Потребуется передать в систему данные о выводе товара из оборота, причем перед этим еще раз отсканировать единицу товара. В случае нарушения этой последовательности предприниматели будут привлечены к ответственности, вплоть до уголовной.

Титов считает, что необходимость исполнения такого порядка «приведет к тому, что предприятия общественного питания, в том числе и маленькие семейные рестораны с ограниченным количеством сотрудников, вынуждены будут принять новых сотрудников».

Сейчас, согласно правилам маркировки, конечным потребителем признается только физическое лицо, приобретающее маркированную продукцию для личного потребления.

Для ресторанов правила маркировки вступят в силу через год – с 1 сентября 2022 года.

Маркировка позволит представителям общепита проверять подлинность продукции, ее происхождение, а также даст уверенность в том, что срок годности закупаемых продуктов соответствует этикетке, а продукты свежие.

## Малому бизнесу снижают комиссии



**Mastercard вводит с 2022 года пониженные комиссии для малого бизнеса при приеме платежей с помощью смартфонов. Эта технология сама по себе дешевле классического эквайринга, а при сниженном тарифе может существенно увеличить число предприятий, принимающих карточные платежи.**

Таким образом, платежная система планирует перевести часть наличного оборота в малом бизнесе в безналичный и заработать на комиссиях. Но ей придется выдержать конкуренцию с аналогичными решениями самих банков и Системой быстрых платежей, где ниже комиссии.

Как стало известно, Mastercard разослал банкам сообщение о введении с 21 января 2022 года спецтарифа для малого бизнеса – interchange 1% при оплате с технологией Tap on Phone (когда в роли POS-терминала выступает смартфон). В Mastercard пояснили, что «заявленные изменения направлены на поддержку микробизнеса, для которого и создана технология приема оплаты в одно касание к смартфону картой или другим платежным устройством. Там надеются расширить аудиторию клиентов с учетом роста клиентского спроса на «бесконтактную оплату различными платежными устройствами». Эксперты отмечают, что сейчас для малых и микропредприятий тарифная нагрузка по договорам эквайринга достаточно высока. По словам главы правления ассоциации «Финансовые инновации» Романа Прохорова, тарифы, как правило, превышают 2%. «Поэтому многие, даже при наличии договора эквайринга, просят клиентов провести оплату наличными или переводом с карты на карту», – поясняет он.

В платежной системе Visa сообщили, что сертифицировали в России решение для приема бесконтактных платежей на смартфонах в 2020 году.

## МСП Банк обновил линейку

**Акционерное общество «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства» (АО «МСП Банк») обновило линейку депозитных продуктов.**

С 20 сентября 2021 года появляется возможность размещения двух видов вкладов – на фиксированный срок и с возможностью пополнения и снятия средств. При этом название каждого депозитного продукта отражает его ключевой параметр: «Гибкий» и «Надежный».

В рамках условий вклада «Надежный» МСП Банк до конца 2021 года запускает специальное предложение «Всем по семь». Это новое депозитное предложение для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей под ставку значительно выше среднерыночной.

«Средства в период акции размещаются по фиксированной ставке – 7% годовых, – которая на сегодняшний день является одной из самых привлекательных на рынке для сегмента МСП с учетом совокупности всех условий депозита. Особенно комфортным для бизнеса представляется широкий выбор сроков размещения депозита, что позволяет обеспечить высокую доходность для временно свободных ресурсов компании даже на коротких сроках, точно в зависимости от графика их дальнейшего использования. Нижний порог суммы депозита – 70 тыс. рублей, – обеспечивает возможность получения высоких доходов на ресурс ИП и небольшие бизнесы, имеющие ограниченные свободные активы», – рассказал Председатель Правления АО «МСП Банк» Петр Засельский.

## Какие ИП не получают освобождение от НДС

**С 1 января 2022 года ИП и компании в сфере общепита освобождаются от НДС (Федеральный закон № 305-ФЗ от 02.07.2021). Но при соблюдении ряда установленных правил.**

Напомним, что освобождение от налога на добавленную стоимость возможно при таких условиях: сумма доходов не превысила в совокупности 2 млрд рублей; удельный вес доходов от реализации услуг общепита в общей сумме доходов компании составил не менее 70%; среднемесячный размер выплат работникам в предшествующий налоговый период был не ниже региональной среднемесячной зарплаты по отрасли (условие применяется в отношении налоговых периодов, начиная с 1 января 2024 года). Однако эта льгота не распространяется: на продукцию общепита, которая реализуется отделами кулинарии в розничной торговле, на компании и ИП, осуществляющие заготовочную и иную аналогичную деятельность. При этом, вновь созданные юрлица и ИП могут получить освобождение от уплаты НДС, начиная с налогового периода, в котором они зарегистрированы. Если регистрация осуществлена в течение 2022 или 2023 гг., то таким правом можно пользоваться без ограничений.

## Даты проведения 25-го юбилейного ПМЭФ-2022 определены



**Юбилейный 25-й Петербургский международный экономический форум состоится 15-18 июня 2022 года.**

«Петербургский международный экономический форум остается одним из самых масштабных и значимых деловых событий в мире. В этом году для организации Форума были разработаны беспрецедентные меры эпидемиологической безопасности, которые сегодня уже стали золотым стандартом проведения мероприятий в период пандемии. Новая реальность диктует нам необходимость действовать сообща, вместе искать решения для противостояния глобальным вызовам. Мы видим высокий уровень интереса международного сообщества

к таким площадкам диалога: уже сегодня целый ряд стран выразил заинтересованность в участии своих представительных делегаций в ПМЭФ-2022», – отметил советник Президента Российской Федерации, ответственный секретарь Организационного комитета ПМЭФ Антон Кобяков.

В 2022 году страной-гостем Петербургского международного экономического форума выступит Египет.

В 2021 году ПМЭФ стал первым и самым масштабным в мире деловым событием очного формата после вынужденного перерыва из-за пандемии коронавируса и состоялся с использованием современных цифровых технологий. За четыре дня работы Форум посетили свыше 13 500 участников из 141 страны, в том числе представители более 1000 организаций СМИ из 46 стран.

Аналитические материалы по итогам ПМЭФ-2021 размещены в информационно-аналитической системе Фонда «Росконгресс».



## «Марка качества «Visit Petersburg» продлевает прием заявок

**Прием заявок на участие в конкурсе «Марка качества «Visit Petersburg» продлен из-за большого количества претендентов.**

Ежегодный конкурс правительства Санкт-Петербурга «Марка качества «Visit Petersburg» стартовал в августе этого года.

К моменту его завершения организаторы конкурса, Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, приняли решение продлить прием заявок до 22 октября. Причиной этому послужил значительный поток желающих принять участие в одном из главных мероприятий индустрии гостеприимства этой осени.

Конкурс «Марка качества «Visit Petersburg» проводится как форма поощрения для предпринимателей за выдающиеся заслуги в сфере туризма перед Санкт-Петербургом в части достижения высокого качества оказания услуг. На получение марки качества в соответствующих категориях смогут претендовать средства размещения и заведения общественного питания, наземный и водный транспорт, туроператоры, экскурсоводы и гиды-переводчики. Итоги конкурса подведет специальная комиссия из представителей администрации Петербурга, экспертов туристской отрасли и профильных высших учебных заведений. Результаты станут известны в конце ноября. Победители и призеры во всех номинациях получат почетные дипломы, которые будут вручены на торжествен-

ной церемонии награждения с участием членов правительства Санкт-Петербурга, представителей туристского бизнеса и экспертов отрасли, а также средств массовой информации, освещающих мероприятие.



Сергей Корнеев:  
«Качество предоставляемых услуг – сегодня весомый аргумент в борьбе за привлечение туристов»

«Правительство Петербурга принимает все возможные меры по поддержке сферы туризма. Среди них – городские оффлайн- и онлайн-мероприятия, информационная кампания по популяризации туристских возможностей Санкт-Петербурга среди российских и зарубежных граждан, – рассказывает председатель Комитета по развитию туризма Сергей Корнеев. – Конкурс «Марка качества «Visit Petersburg» также является мерой поддержки ин-



дустрии гостеприимства. Благодаря масштабной информационной поддержке конкурса о лучших заведениях и специалистах Петербурга узнают далеко за его пределами. И даже если потенциальный турист не примет решение приехать в Петербург сразу, он задумается о планировании путешествия в наш город – то есть уже сейчас мы формируем отложенный спрос».

Также глава комитета отметил, что для организаций сферы гостеприимства участие в конкурсе «Марка качества «Visit Petersburg» – это отличный повод создать резонанс в медиапространстве и заявить общественности о себе и общих с городом достижениях. Заявки на участие в конкурсе принимаются на официальном городском туристском портале Visit-Petersburg.ru.

## «Тенденции будущего»

**Дополнительный офис Центра «Мой бизнес» 21 октября 2021 года с 19:00 до 20:30 часов приглашает предпринимателей принять участие в программе «Тенденции будущего».**



**Лилиана Модильяни – спикер мероприятия**

В настоящее время происходят значительные изменения в обществе, психологии и сознании людей. Мастер-класс «Тенденции будущего» позволит увидеть картину целиком и включить в нее себя и свои рабочие процессы.

Программа даст ответы на вопросы:

- Какие основные тенденции периода смены эпох?
- Куда они могут привести через несколько лет: пессимистичный, оптимистичный и реалистичный сценарии?
- Как использовать глобальные перестройки в плюс себе и своему делу?

Мастер-класс сформирует новые фильтры восприятия:

- видеть новые возможности в связи с меняющимся сознанием;
- видеть пути реализации этих возможностей;
- питать мотивацию и желание реализовывать эти действия, формируя их приоритетность.

В результате:

- появятся новые идеи и инсайты;
- произойдет подъем энергии;
- распаковка дополнительных потенциалов;
- желание действовать.

Мы также проведем нетворкинг, который позволит Вам получить новые полезные и интересные контакты!

Программу проведет Лилиана Модильяни – мотивационный спикер, психолог-консультант, которая за 14 лет провела более 3 000 обучающих мероприятий по различным направлениям: практическая психология, личностный рост, культура речи и экология сознания. Стоимость участия: 1 000 руб.

Программа «Тенденции будущего» пройдет 21 октября с 19:00 до 20:30 по адресу: пр. Энергетиков, д. 3, лит. А, 1 этаж (Дополнительный офис Центра «Мой бизнес»). Регистрация по ссылке: <https://fond-msp.ru/events2/cmit/444>.

## Центр искусственного интеллекта в Санкт-Петербурге



**В рамках федерального проекта «Искусственный интеллект» Университет ИТМО получит 1,2 млрд рублей на открытие исследовательского центра «Сильный искусственный интеллект в промышленности».**

«Технологии искусственного интеллекта уже стали частью нашей жизни. Усложняющийся процесс производства требует новых решений. Промышленность – одна из тех сфер, где использование искусственного интеллекта необходимо. Петербург – город промышленный, и открытие подобного исследовательского центра имеет для нас очень большое значение», – отметил губернатор Александр

Беглов. Он подчеркнул, что разработки центра позволят повысить эффективность многих производств. Искусственный интеллект будет формировать, в том числе, предложения по кадровым, структурным и функциональным изменениям. До 1 млрд рублей на создание центра, в котором будут разрабатывать конкурентоспособные на мировом рынке прикладные решения, выделит Правительство России, еще 30% – заказчики разработок. Главный индустриальный партнер университета – ПАО «Газпром нефть», где готовые проекты будут внедряться в первую очередь.

# Регионы России – навстречу друг другу!



**В** городе на Неве 27–28 сентября 2021 года состоялся II Санкт-Петербургский деловой туристический форум «Северная Пальмира». В форуме, который прошел в онлайн-формате, приняли участие более 3 000 человек. Более 50 признанных экспертов отрасли дали оценку текущей ситуации на рынке и спрогнозировали дальнейшее развитие событий.

Деловая программа первого дня Форума включила 8 круглых столов, 2 сессии с презентациями региональных туристических возможностей, мастер-классы, а также 6 мероприятий структурных подразделений регионального Центра «Мой бизнес», носящих прикладной характер. Итоговым мероприятием первого дня стало пленарное заседание «Туристическая индустрия: Государственные меры поддержки в новых экономических условиях». Во второй день Форума впервые прошел пресс-тур для СМИ Петербурга по туристическим локациям города.

Организатором мероприятия выступил региональный оператор национального проекта «Малое и среднее

предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» – некоммерческая организация «Фонд развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге». Форум поддержали два профильных комитета Смольного – Комитет по развитию туризма и Комитет по промышленной политике, инновациям и торговле.

**Во Всемирный день туризма «Северная Пальмира – 2021» объединила 18 регионов**

Форум открыли своими выступлениями председатель Общественного Совета по развитию малого пред-

принимательства при губернаторе Санкт-Петербурга, директор НО «Фонд развития субъектов МСП в СПб» Елена Церетели и председатель Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Сергей Корнеев.

Как отметила Елена Церетели, именно туристическая отрасль становится локомотивом выхода из пандемии: «Пандемия дала импульс к развитию внутреннего туризма. В Санкт-Петербурге проводится колоссальная работа, направленная на стимулирование этого процесса».

Региональный центр «Мой бизнес» и Общественный Совет по развитию малого предпринимательства тоже включены в этот процесс. Елена Церетели напомнила, что новая коммуникатив-

II САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ФОРУМ «СЕВЕРНАЯ ПАЛЬМИРА»



Елена Церетели

ная площадка для обмена мнениями – «Северная Пальмира» – была создана в прошлом году именно с целью помощи бизнесу выстоять и выжить. Второй туристический форум показал, что отраслевое сообщество нуждается в профессиональном диалоге. Цифры тому подтверждение: год спустя, число участников выросло на треть.

В своем обращении глава профильного комитета Сергей Корнеев, напомнил, что Всемирный день туризма для Санкт-Петербурга стал общегородским событием с 2020 года и подчеркнул экономическую важность индустрии гостеприимства, которая сопряжена с 50 другими отраслями.

«Наша главная задача, и мы будем об этом говорить на форуме, сохранение работоспособности отрасли. Вторая задача – привлечь внимание туристов ко всем туристическим возможностям Санкт-Петербурга», – подчеркнул Сергей Корнеев. – «Текущий год подает надежды не только на восстановление туристических потоков, но и на дальнейшее развитие инфраструктуры».

Средний чек туриста в Петербурге достиг уже практически 38 тыс. рублей. Только за прошедшие полгода Северную столицу посетили в 2,5 раза больше туристов, чем в первый год пандемии. Санкт-Петербург закрепил позиции среди лидеров рынка внутреннего туризма, а по данным World Travel Awards Северная столица стала лучшим мировым культурным направлением.

### Эффективные меры поддержки туристической отрасли

В 2021 году программа «Недели туризма в Санкт-Петербурге» объеди-



Сергей Корнеев

нила серию деловых и светских мероприятий. Среди них особое место было отведено «Северной Пальмире». В рамках деловой программы форума обсуждались возможные варианты развития отрасли и анализировались меры господдержки. Как рассказал Сергей Корнеев на круглом столе «Эффективные меры поддержки туристической отрасли в России», благодаря пандемии отрасль привлекла к себе внимание и получила столько помощи, сколько не получала никогда.

Более 3 000 предприятий сферы гостеприимства города получили налоговые льготы на сумму 1,5 млрд рублей. Было выдано 84 займа объемом 256 млн рублей на сохранение 1 800 рабочих мест. Более 500 петербургских компаний получили поддержку в виде отсрочки арендных платежей.

О мерах поддержки отрасли также рассказали и представители банков, где действуют специальные программы для предпринимателей, занятых в сфере малого и среднего бизнеса.



Александр Хайкинсон

«В рамках этих программ банк выдал достаточно большой объем

поддержки. Более 54 млрд рублей по стране, более 4 млрд по Санкт-Петербургу. Мы смогли помочь 2 500 предпринимателям только в Санкт-Петербурге», – отметил директор департамента МСБ филиала ПАО «Промсвязьбанк» в Санкт-Петербурге Александр Хайкинсон.

«МСП Банк» в сентябре текущего года запустил зонтичные продукты для клиентов, в том числе из сферы туризма. До 10 млн рублей могут получить как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели. Ключевое в этой программе – нет необходимости предоставлять залоговое обеспечение», – сообщила Елена Кузнецова, региональный директор АО «МСП Банк» в г. Санкт-Петербург.



Елена Кузнецова

На форуме была получена эффективная обратная связь от предпринимателей, которые говорили о проблемах туристической отрасли и назвали наиболее эффективные меры государственной поддержки, среди которых: субсидии на возмещение убытков, связанные с авиаперевозками, возврат средств при отмене и переносе мероприятий, гранты на заработную плату и коммунальные платежи, мораторий на проверки, льготное кредитование.

### Промышленный туризм как новый тренд 2021 года

Промышленный туризм – это один из способов развития регионов и привлечения инвестиций. Как самостоятельное направление этот вид туризма вошел в федеральную повестку развития туристической отрасли в 2019 году.

Развитие промышленного туризма способствует повышению конку-

рентоспособности промышленного кластера внутри страны и за рубежом через разработку уникальных туристических продуктов и увеличение экспорта туризма, развитие территорий и создание комфортной городской среды для туристов и жителей Санкт-Петербурга. Об этом речь шла на тематическом круглом столе «Промышленный туризм как инструмент улучшения имиджа города».

«Промышленный туризм – новый тренд в развитии туристической отрасли. В Петербурге у российских туристов наиболее востребованы Музей РЖД и Музей Воды. Интересные экспозиции, современное оформление и подача информации – то, что привлекает жителей и гостей города, однако информации все равно недостаточно. Необходима популяризация такого типа туризма, прежде всего в регионах. Мы надеемся, что акселератор по промышленному туризму поможет решить эту задачу», – рассказал Александр Мусихин, председатель Комитета по предпринимательству в сфере туризма Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты.



**Александр Мусихин**

## Цифровизация туристического бизнеса: тренды 2021 года

Бизнес-процессы в туризме переходят в цифровое пространство. Применение современных технологий позволяет решать более масштабные задачи, отмечали эксперты на круглом столе «Цифровизация

туристического бизнеса: тренды 2021 года». В торгово-промышленной палате Санкт-Петербурга, например, активно развивают цифровую платформу российско-финского приграничного сотрудничества Bringing Together, рассказала руководитель проекта, вице-президент палаты Людмила Карелина.



**Людмила Карелина**

«Мы активно и давно сотрудничаем с этой программой. Сейчас реализуется проект, который посвящен созданию и развитию цифровой платформы. На этой платформе много полезной информации. Много полезных сервисов. Это наш первый опыт», – отметила эксперт, – «Цифровая платформа используется бизнесом как инструмент развития и продвижения».

В период пандемии на платформе Центра «Мой бизнес» в Санкт-Петербурге как антикризисная мера поддержки бизнеса была открыта интернет-площадка Bizhelp.pro.

Маркетплейс дает возможность малым и средним предприятиям



**Виктор Фаберже**

бесплатно размещать информацию о своих товарах и услугах. За год работы на цифровой платформе были размещены тысячи объявлений.

«15% от всех объявлений, размещенных на Bizhelp.pro, это туризм», – уточнил руководитель digital проектов НО «Фонд развития МСП в СПб», Виктор Фаберже.

Как меняется рынок труда в туриндустрии в новых экономических условиях? На эту тему выступила Юлия Сахарова, директор компании HeadHunter по Северо-Западному региону. Как сообщила эксперт, на портале по поиску работы и кадров на 27 сентября 2021 года было размещено более миллиона вакансий для специалистов в сфере туризма.



**Юлия Сахарова**

«Мы видим, что активность искателей существенно отстает от активности работодателей. И в этом есть критическая ситуация для конкуренции за персонал», – высказала обеспокоенность ситуацией на рынке труда Юлия Сахарова.

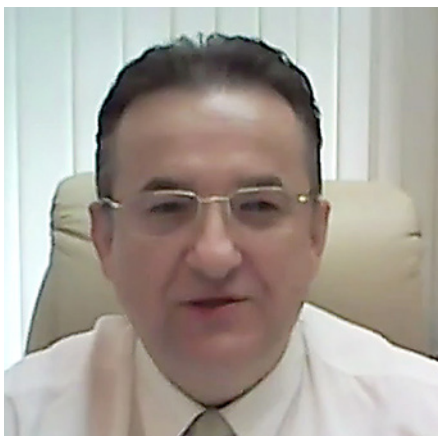
Ярким фокусом повестки Форума стала проблематика международного туризма. Этой теме был посвящен круглый стол «Международный туризм: как сделать регионы России привлекательными для иностранных туристов», модератором которого выступила Кира Журавская, сопредседатель правления Ассоциации содействия русско-китайскому туризму в Санкт-Петербурге.

Пандемия – основной сдерживающий фактор развития международного туризма, сошлись во мнении участники дискуссии. И отголоски кризиса будут проявляться для этого вида деятельности еще долгое время.



**Кира Журавская**

«На сегодняшний день говорить о России как о стране в первой строчке привлекательности весьма проблематично», – считает Владимир Шаров, президент Ассоциации внутреннего и въездного туризма России.



**Владимир Шаров**

Для стимулирования въездного туризма в Россию необходимо уже сейчас решать кадровый вопрос.

«Кадровый уровень в нашей индустрии резко упал. И это основная на сегодняшний день проблема», – подчеркнул Владимир Шаров.

Не менее актуальной темой обсуждения стал деловой туризм. Круглый стол с одноименным названием модерировали Олег Куксов, председатель правления Союза Ассоциации автоперевозчиков и предпринимателей и Ирина Семенова, директор Ассоциации промышленного туризма Северо-Запад.

Анализ рынка делового туризма представила Виктория Иванова, начальник отдела международного сотрудничества СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро». По ее словам, в пандемийный год в Северной столице



**Виктория Иванова**

в онлайн и гибридных форматах было проведено 34 мероприятия с общим количеством делегатов – 14,5 тыс. человек. На 2022 год запланировано участие в 14 международных выставках.

О проблемах в сфере перевозок говорила Кира Журавская, сопредседатель правления Ассоциации содействия русско-китайскому туризму в Санкт-Петербурге.

«Моментом простоя следует воспользоваться и посмотреть в сторону законодательства. Оно должно быть понятным», – считает эксперт, – «В 2014 году у нас было порядка 5 законодательных актов для перевозчиков, а сегодня более пятисот. Это невыполнимо. По сути, каждый перевозчик, выезжая в город, нарушает законодательство».

## Курс на развитие

Ключевым событием деловой программы Форума стало пленарное заседание. Его тема: «Туристическая индустрия: Государственные меры поддержки в новых экономических условиях». Выступая на пленарном заседании, глава профильного комитета Сергей Корнеев анонсировал 13-й национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства».

«Это выводит координацию сферы туризма на более высокий уровень», – отметил Сергей Корнеев, – «Что это значит для нас? Все субъекты Российской Федерации должны принять региональные проекты, соответствующие нацпроекту. Это дополнительная возможность расширить пакет мер поддержки для развития туризма».

Руководитель аппарата Уполномоченного по защите прав пред-

принимателей в Санкт-Петербурге, Константин Тимохин, в своем выступлении обратил внимание на новые требования к экскурсоводам и гидам, которые с 1 июля 2022 года обязаны пройти аттестацию.

«В 2021 году была решена многолетняя проблема, связанная с недостаточной регламентацией деятельности экскурсоводов, гидов-переводчиков, а также с механизмом контроля качества предоставляемых туристических услуг», – резюмировал спикер.

Туризм – важный инструмент обмена культурным опытом и налаживания межрегиональных деловых связей и имеет важное значение для экономики Санкт-Петербурга. На этом в своем выступлении сделал акцент Сергей Кузин, начальник управления развития предпринимательства Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле города.



**Сергей Кузин**

«В Петербурге отрасль представлена 3,5 тысячами субъектов малого и среднего бизнеса», – сообщил Сергей Кузин, – «В городе работают порядка 1 200 гостиниц и отелей и около тысячи турагентств – это существенный пласт предпринимателей, которые заинтересованы в поиске новых решений для своего развития».

О таких решениях рассказали в ходе пленарного заседания сами предприниматели. Денис Аврамчук, владелец компании «А-Глэмп», организовал 2 года назад в Ленинградской области новый вид отдыха на природе, где сочетаются, казалось бы, несовместимые вещи: удобства полноценной городской жизни с духом и атрибутами похода и классического туризма.

Совладелец федеральной сети отелей и апартаментов «Сокрома» Дарья Ковалевская сообщила, что в пандемию Sokroma Hotels Group одними из первых внедрили такую практику как бесконтактное заселение гостей и удержали тем самым процент заполняемости апартаментов на отметке 85%.

Переориентация на решение задач внутреннего туризма помогла «Скан-

Тур» сохранить лидирующие позиции на северо-западном рынке туроператоров, поделилась Анастасия Трушина, директор по развитию компании.

Главным итогом Форума стала разработка проекта Резолюции, которая объединила инициативы профессионального сообщества из 18 субъектов Российской Федерации. Как сообщила модератор пленарного заседания, Елена Церетели, предложения участ-

ников Форума направлены на поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства сферы туризма, а также содержат рекомендации по совершенствованию деятельности в сфере организации и развития туризма. Итоговый документ после обсуждения и анализа будет направлен для ознакомления в профильные комитеты и губернатору Санкт-Петербурга Александру Беглову.

## Резолюция II Санкт-Петербургского делового туристического форума «Северная Пальмира». 27-28 сентября 2021.

### ПРОЕКТ

1. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства сферы туризма (налогообложение, финансы):

1.1. Комитету по развитию туризма Санкт-Петербурга, Комитету финансов Санкт-Петербурга рассмотреть возможность:

- сохранения освобождения организаций сферы туризма от имущественных налогов в 2022 году;
- сохранения в 2022 году ставки налога, уплачиваемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения в размере 1% в случае, если объектом налогообложения являются «Доходы»;
- содействия снижению ставки НДС до 10% для организаций сферы туризма;
- содействия в ограничении максимальной комиссии по эквайрингу до 1% для организаций сферы туризма (формирование обращения в ЦБ РФ).

1.2. Комитету по развитию туризма Санкт-Петербурга рассмотреть возможность:

- организации образовательных программ для индустрии гостеприимства по вопросам цифровизации бизнеса, бизнес-процессов, использования современных IT инструментов.

2. В сфере организации и развития туризма:

- Комитету по развитию туризма Санкт-Петербурга:
  - рассмотреть возможность создания единого календаря событий Санкт-Петербурга и Ленинградской области, упростить возможность размещения мероприятий пред-

приятиями туристической сферы в календаре событий;

- оказать содействие в возобновлении и упрощении процесса оформления электронных виз;

– проработать вопрос по подписанию соглашения о развитии автобусного туризма и автотранспортной инфраструктуры в Санкт-Петербурге и Ленинградской области для организации регулярных межсубъектовых, международных и заказных перевозок пассажиров автобусами;

- оказать содействие по введению в правовое поле формата «туристическое жилье»;

– оказать содействие в установлении единых требований МВК администраций районов Санкт-Петербурга при согласовании переустройства и перепланировок помещений для организации малых средств размещения.

3. В сфере развития транспортной инфраструктуры:

3.1. Комитету по развитию туризма Санкт-Петербурга, Комитету по транспорту Санкт-Петербурга, Комитету имущественных отношений Санкт-Петербурга:

- продолжить работу по рассмотрению и утверждению адресов организации парковочных мест для туристических автобусов, осуществляющих пассажирские перевозки;
- ускорить разработку и утверждение концепции развития автостанций и автовокзалов в Санкт-Петербурге;
- рассмотреть возможность организации мест для посадки и высадки туристических групп (в том числе

людей с ограниченными возможностями) из/в туристических автобусов у Московского вокзала;

3.2. Комитету по транспорту Санкт-Петербурга:

- ускорить внесение изменений в постановление Правительства Санкт-Петербурга № 1086 «Об организованной перевозке группы детей автобусами в ночное время на территории Санкт-Петербурга», направленных на обеспечение возможности организации перевозок групп детей автобусами в ночное время (с 23 часов до 6 часов).

4. В сфере развития гастрономического туризма:

Комитету по развитию туризма Санкт-Петербурга, Комитету по промышленной политике инновациям и торговле рассмотреть возможность:

- создания и проведения масштабных и знаковых гастрономических фестивалей, нацеленных на привлечение гостей из других регионов и зарубежных стран;
- разработки и реализации программы продвижения гастрономического бренда Санкт-Петербурга;
- создания и продвижения единого календаря гастрономических событий Санкт-Петербурга;
- разработки и продвижения гастрономических маршрутов Санкт-Петербурга;
- проведения конкурсов и мастер-классов, направленных на исследование, возрождение и внедрение в реальный ресторанный бизнес традиционных национальных и региональных блюд.

# От корчмы до Метрополя – история общественного питания



**Т**ермин «общепит» появился в 1920 годах, он означал систему общественного питания и соответствующие учреждения – столовые, рестораны, кафе и так далее. Однако, сама система существовала на Руси уже почти тысячелетие, разумеется, в разных формах. За свою историю общепит претерпел не одну реформу, изменившись по форме и структуре.

Когда появилось на Руси первое заведение общепита точно неизвестно, но в XI веке в летописях в этом качестве уже часто упоминалась корчма. Древняя Русь характеризуется появлением и развитием первого доступного всем слоям населения предприятия общественного питания – корчмы. Правда, здесь главным образом продавались алкогольные напитки (само слово происходит от древнерусского «крчменица», означающего «питейный дом»), с едой же

было похуже. Корчма, кабак, трактир, харчевня – эти слова известны и сегодня, хотя не все понимают их точное значение. Корчма является исконно славянским учреждением. В начале своего существования и до начала XII века корчма была вольной, то есть служила для народа трибуной, с которой общественные деятели того времени обсуждали различные дела и мероприятия. В Древней Руси вольная корчма считалась коренным учреждением.

Там, где она появлялась, было многолюдно, шла широкая торговля, развивалась кипучая деятельность. Так вольная корчма существовала на Руси вплоть до начала XII века, когда впервые по ее «вольности» был нанесен удар. В летописи 1150 года есть прямые указания на то, что корчма была обложена княжеской пошлиной. С этого момента корчма из вольной делается княжеской, или общественно-городской, затем – казенной и переходит в наследствен-

ную собственность арендаторов. Тем не менее, корчмы сохранились до XVI века, когда им на смену пришел «государев кабак». Что касается ассортимента корчмы, он был не слишком богатым – главным образом пиво, квас и мед.

## Татарский кабак родом из Московского царства

В 1545 году по Указу Ивана Грозного славянскую корчму сменил татарский кабак («государев кабак»). Примерно тогда же это слово появилось в документах, и в переводе с татарского языка оно означало «сосуд». В кабаках запрещалось подавать еду, там продавался лишь алкоголь. Правда, пить водку там первоначально разрешалось лишь опричникам, но затем это ограничение было снято. Утолять голод простой люд ходил в харчевни. Харчевню мог завести любой человек, но продавать там какие-либо алкогольные напитки запрещалось. Кабаки стали давать большой доход и постепенно превратились в единственное место, где разрешалось торговать алкоголем. Кабаки обычно располагались в людных местах – на пристанях, ярмарках, при таможенных, у торговых рядов, бань. В XVII веке они стали неотъемлемой частью российских посадов. Популярность кабаки завоевали быстро и вскоре их стало можно встретить во всех людных местах – у торговых рядов, на ярмарках, возле таможен и бань. В Москве 1626 года насчитывалось уже 25 таких заведений, во всех городских районах, кроме Кремля.

## Трактир, ресторан, кафе и столовая а-ля фуршет

Начало XVIII столетия ошеломило россиян всевозможными новшествами. Петровская эпоха своими законами утверждала абсолютное всеисие власти монарха. Образцом стал уклад жизни Западной Европы. В кабаках работала «чернь». В крупных городах, в столице прежние питейные заведения для простонародья уже не могли соответствовать запросам более «чистой» публики. В развитых промышленных городах потребовались иные условия



Картина: В. Е. Астрахов «В погребке»

для городской «публичной» жизни: необходимы были пристанища для приезжих, места для общения, деловых встреч. В 1720 году, по указу Петра I в Санкт-Петербурге открылся первый Трактирный дом, где помимо алкоголя посетители могли и хорошо поесть. Первоначально трактиры были ориентированы на состоятельных посетителей, здесь, помимо водки и вина продавались такие дорогостоящие тогда продукты, как кофе, чай, вино и шоколад. Кроме стола, в заведениях часто предлагались и меблированные комнаты, что было крайне удобно для путешественников. Примерно с первой четверти XIX века богатая и знатная публика стала предпочитать рестораны трактирам, и последние постепенно стали позиционироваться как места для простого народа. Тем не менее, к концу XIX века и среди трактиров произошло разделение по категориям, и в наиболее престижные (например, Большой Патрикеевский трактир в Москве) совсем не брезговали заходить купцы и богатые горожане.

Вместе с Петровскими реформами в быт россиян входит трактир, или как его еще называли в столицах – «вольный дом», в котором вместе с выпивкой посетителям предлагали еду, где можно было более цивилизованно провести время. К середине столетия в европеизированном Петербурге появились герберги – трактирные дома с квартирами и постелями. Герберги стали прообразом современных гостиниц, «со столом» для приезжающих.

В 1795 году была проведена реформа системы общественного питания. В этом году окончательно во всей Российской империи была введена откупная система с правом получения прибыли как с напитков, так и с еды. Так в России возродилась исконно славянская корчма – место, где одновременно можно было получить еду и напитки.

После войны 1812 года распространение в России получили рестораны. Часть их открыли французы, попавшие в плен и затем не вернувшиеся на родину. В других ресторанах они стали поварами, приобщавшими состоятельную публику к европейской кухне. Вскоре посещение ресторана стало не просто модным занятием, но и частью образа жизни «благородного человека». Однако, и народ попроще не остался без общепита. Еще в первой половине XVIII века в Санкт-Петербурге появились кухмистерские, ставшие развитием концепции харчевни. Еда здесь стоила недорого, и к тому же почти все такие заведения продавали обеды «на дом». Новую услугу быстро оценили студенты, холостяки и приезжие квартиранты, не имевшие средств для найма кухарки. Именно от кухмистерских и произошли привычные нам столовые, выделившиеся в отдельную категорию на рубеже XIX–XX веков.

Обед из трех–четырёх блюд в кухмистерской обходился довольно дешево – примерно 35–45 копеек. Посетителям, которые постоянно столовались в таких заведениях, было выгоднее покупать абонемен-



ты на обеды – 10-рублевый билет давал рублевую скидку. В зависимости от национальности хозяина такого заведения, посетителям предлагали польские, немецкие, татарские, кавказские блюда. Но самыми популярными были греческие кухмистерские, меню которых, однако, не имело практически никакого отношения к греческой кухне. В них подавали разнообразные русские супы, вторые блюда, выпечку. Популярность кухмистерские обрели не только из-за относительной дешевизны еды, но и благодаря тому, что всегда располагались в центре города и работали с утра до ночи. Впрочем, имели кухмистерские один ощутимый минус – поскольку чаще всего они находились в подвалах, в них было грязно и душно. Во многих кухмистерских можно было не только пообедать или поужинать, но и отпраздновать торжество: юбилей, крестины, свадьбу. Некоторые из них специализировались на поминальных обедах – такие располагались рядом с кладбищами. Примерно тогда же массовое распространение получили и кафе, окончательно сформировав хорошо известную сегодня триаду – ресторан-кафе-столовая.

Ресторан как особая категория «заведений трактирного промысла» состоялся в начале XIX века. Первый русский ресторан открылся в 1805 году в Петербурге при «Отеле дю Норд».

В 1835 году Николай I утвердил новое «Положение о трактирных заведениях в Санкт-Петербурге». Ресторации, гостиницы, кофейные дома, трактиры и харчевни были выделены в «трактирные заведения» с особыми правилами работы. С этого момента в России трактиры расцвели, превратившись из низкопробных забегаловок в национальные заведения русской кухни. Основными посетителями хороших трактиров была молодежь, а также лица торгового сословия.

Предвестником демократизации ресторанного дела стало появление нового формата заведений. В 1841 году итальянский кондитер Доминик Риц-а-Порт предложил открыть «кафе-ресторан на парижский образец», т. е. соединить под

одной крышей продажу вина, кофе, кондитерских изделий, разного рода закусок a la fourchette, чтение газет и журналов, игру в бильярд, шахматы и домино. Разрешение было получено, и кафе-ресторан Доминика вскоре завоевал огромную популярность. Широко распространенные по всей Европе заведения подобного рода отличались от «больших» ресторанов своим более демократичным характером. Здесь можно было быстро и недорого поесть, встретиться с другом, почитать свежую газету, сыграть в шахматы. Постоянными посетителями кафе были студенты, журналисты, небогатые чиновники и инженеры – все те, кого петербургские газеты называли «столичными интеллигентами среднего достатка».

Кафе открывались и в новых торговых домах – пассажах, и в своеобразных развлекательных центрах – вокзалах.

Трактиры и рестораны не сразу вошли в общественный быт и сознание россиян. Патриархальные традиции обычно осуждали тех, кто посещал эти заведения. Окончательная демократизация ресторанного бизнеса произошла в 60–70-х годах XIX века после отмены крепостного права.

В конце XIX века на смену кухмистерским пришли столовые, предлагавшие клиентам завтраки, обеды и ужины порционно. Первые столовые были практически благотворительными – еду, конечно, не раздавали бесплатно, но стоила она очень дешево. Меню здесь было однообразным, но к приготовлению блюд предъявлялись высокие санитарные требования. Столовые работали каждый день с 12 до 16 часов дня. Их стены украшались дешевыми лубочными картинками, а столы покрывались клеенками. Внутреннее убранство напоминало трактир. Бесплатный хлеб лежал в корзинках на всех столах, даром можно было получить и горячую воду. Те посетители, которые имели месячный абонемент в столовую, получали в ней персональный шкафчик, в котором хранили салфетку, газету или книгу для чтения во время еды, а порой и собственные столовые приборы.

## Советский общепит: быстро, дешево, сердито

В 1918-ом году в целях уничтожения всего буржуазного и частной собственности большевиками были очень быстро закрыты многие кафе, рестораны, театры, гостиницы. Вместо этого власти старались создать советские места для советских людей, где можно провести культурно время тоже по-советски.

У каждого народа есть своя кухня с национальными традициями, местными продуктами и особыми секретами. Большевики создали свой «феномен» – советскую кухню. В свое время многие его ругали, сегодня же многие вспоминают о нем с любовью. Быстро, дешево, сердито. Советский человек мог быть уверен, что голодным в рабочий день он точно не останется. За полтора рубля в столовой можно было съесть комплексный обед.

История советского общепита началась именно со столовых, доступных для любых слоев населения. Уже на второй день после революции Ленин издал декрет о создании предприятий общественного питания. Главная задача: поддержать высокую производительность труда. Голодный рабочий – плохой рабочий. Значит, нужно его накормить – быстро и сытно, желательно, «не отходя от станка». Объекты общепита появлялись буквально в каждом населенном пункте, на каждом предприятии. Бывшие бары, кабаки и рестораны превращались в рабочие столовые.

Подобные точки для снабжения пищей большого количества людей открывались на железнодорожных вокзалах, рынках. Страна голодала. В 1923-ем году был основан Нарпит, организация, которая отвечала за обеспечение советских граждан едой надлежащего качества. Спустя несколько лет после основания, за границу был командирован один из руководителей проекта доктор Виленкин. Он посетил Великобританию и США, чтобы узнать устройство их систем общественного питания. Из поездки он привез проекты многих инноваций, которые позже были внедрены в советскую систему. Одним из новшеств стала фабрика-кухня. Большое здание,



### Фабрика-кухня

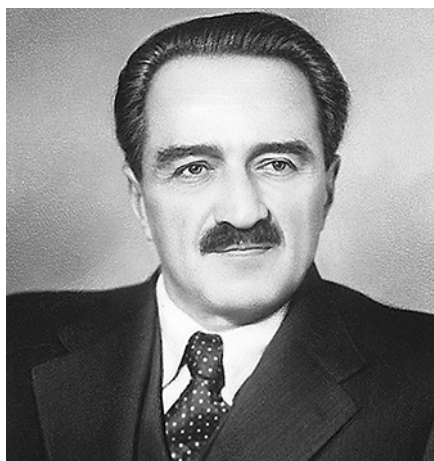
чаще всего высотой в четыре этажа. На первых этажах располагались огромные комнаты для приема пищи. Даже столовыми их было бы сложно назвать, так как они представляли из себя огромные залы, забитые посадочными местами. На верхних этажах находились складские помещения и рабочие цеха. Прямо на месте шло производство различных полуфабрикатов. Такой подход к обеспечению питанием большой массы людей позволил за короткий срок готовить нужное количество блюд. Такая фабрика-кухня была запланирована на объемы производства, позволяющие дать еду целому городскому району.

Но такие масштабы и стали костью поперек реализации проекта. Так как городские районы были относительно большими, то многим питающимся было неудобно ехать в ближайшую фабрику-кухню, так как чтобы попасть на завтрак, обед или ужин в такое заведение, нужно было преодолеть немалое расстояние. Поэтому многие семьи или простые рабочие кормились у себя дома, предпочитая не тратить времени зря. Вскоре после основания фабрики-кухни были закрыты. Но даже за такой короткий срок существования они успели стать символом за общественные права и свободы женщин. Так как едой были обеспечены все, то у женщин освобождалось много времени, которое

они могли потратить на работу на производстве. Но не все инновации прижились. Вместо огромных фабричных кухонь появились обычные общественные столовые и они снова вышли в лидеры массового питания.

### Новая эпоха

В 1930 году создается научно-исследовательский институт питания. Задача «просто накормить рабочих» отходит на второй план. Теперь важно – накормить правильно. Разработку меню советских столовых ставят на научные рельсы. Кормили в СССР по науке. Десятки институтов думали над тем, как правильно должен питаться наш человек. Особенно это касалось ведомственных столовых. Все граждане страны были



Анастас Микоян (1895 – 1978)

разбиты на пять категорий в зависимости от того, кто и сколько тратил энергии на рабочем месте.

В 1934 году появляется Наркомат пищевой промышленности СССР, возглавил его Анастас Микоян. Задачей новой структуры было обеспечение качественным питанием всех слоев населения. Были введены всесоюзные стандарты по качеству производимой пищи. Министр лично руководил постройкой первого Московского колбасного завода. Он считал, что вкус советских граждан надо развивать, и едет в США за новыми рецептами и технологиями, чтобы затем внедрить американский опыт в наш пищепром. Оттуда нарком привозит 25 автоматов по производству гамбургеров. И уже в следующем, 1937 году, на улицах главных городов страны появляется наш ответ американскому гамбургеру – горячие Московские котлеты. Только клали эту котлетку не в булочку, а между двух кусков хлеба. Производство советских гамбургеров остановила война. Но она не уничтожила главное преимущество советской системы общепита – натуральность всех продуктов. Певец Лев Лещенко рассказывает, какое блюдо из советских столовых ему запомнилось больше всего.

«Я абсолютно точно помню, что суп харчо стоил 64 копейки, чебурек стоил 32 копейки, а на остальное давали лимонный напиток – в рубль мы укладывались. Это было потрясающе. Я такого харчо не помню до сегодняшнего дня», – признавался народный артист РСФСР.

Полноценный обед, состоящий из трех блюд, появился именно в советское время. Это уникальное «изобретение» той эпохи. Его автор – директор Института питания, главный диетолог СССР, профессор Мануил Певзнер. В отличие от наркома Микояна, Певзнер считал, что вкусная пища – это буржуазные предрассудки, что пряности и специи возбуждают и поэтому вредны. А в «социалистическом» меню еда должна быть исключительно полезной. То есть вареной, тушеной и нейтральной по вкусу. И советский человек принял эти советы. Еда в общественных столовых была строго порционная, высчитывалось все



**Мануил Певзнер (1872 – 1952)**

до грамма, ни больше, ни меньше. Столовые становились настоящим спасением во времена тотального дефицита. Когда прилавки магазинов были пустыми, а на продукты с рынка у простых людей денег не было, только в столовых всегда можно было съесть приличную котлету, в которой все-таки было натуральное мясо. И для многих, кого в то время выручали именно котлеты, их запах и вкус до сих пор роднее любых деликатесов. Конечно, приходя в столовую, мало кто задумывался о количестве калорий. Но советская кухня действительно отвечала всем потребностям организма в питании, и это научный факт.

У Михаила Боярского до сих пор самая любимая еда – это простые сосиски из советских столовых. «Студенты могли спокойно поесть. И борщ заказать себе, и биточки с пюре. И хлеба вдоволь, и компот. Показухи не было. Если человек хочет есть, то нужно заказать то, что съедобно», – рассказывает народный артист РСФСР.

## Война войной, а обед по расписанию

В 1941–1945 годах пищевая промышленность составляла один из столпов, на которых держались и советская армия, и гражданское население, согнанное с родных мест огнем войны. Перед государственными чиновниками стояла сложнейшая задача вовремя и более-менее качественно накормить миллионы людей, как на фронте, так и в тылу. Справлялись с этой задачей по-разному, выкручивались, как могли.



**«Арбат», открытый в 1967 году, попал в Книгу рекордов Гиннеса, как самый крупный ресторан в Европе.**

В послевоенное время советский человек не должен был отличать московский борщ от саратовского или ленинградского. Каждое блюдо в советском общепите должно было строго соответствовать стандарту, а содержание любого ингредиента – четко выверено, вплоть до грамма. Такой в идеале должна была быть советская кухня. Но это в теории. На практике все зависело не только от рецептуры. Все заведения общепита получали продукты централизованно. Выбора не было – готовить приходилось из того, что присылали со склада. Дефицит продуктов порождал новые идеи в системе общепита. Поскольку в столовых часто не хватало мяса, советская власть придумали «рыбный день» – по четвергам.

## Рестораны в СССР

При желании советский человек мог питаться исключительно в столовых, но эти заведения общепита работали только днем. Вечером либо домой, либо в ресторан. Поужинать в ресторане мечтал каждый советский человек. Более того, зарплаты вполне это позволяли. Вот только попасть в ресторан в то время было большой удачей.

В 1967 году в СССР была введена пятидневная рабочая неделя. У советских граждан появилось больше свободного времени. Народ засобирался в рестораны. Пробыться в них было не просто, поэтому каждое посещение становилось незабываемым событием. Цены в советских

ресторанах были существенно выше, чем в столовых. Но даже рядовые работники предприятий с зарплатой в 100 рублей могли позволить себе хоть раз в пару месяцев шикануть в ресторане рублей на 10–15. В Москве появилась новая достопримечательность. На Калининском проспекте открылся ресторан «Арбат». Рассчитанный на 2000 мест, он стал самым крупным в Европе, попал в Книгу рекордов Гиннеса и обрел невиданную популярность у туристов. В сфере обслуживания официанты считались элитой. Иметь знакомство с таким человеком было большой удачей. Это сейчас любой студент может стать официантом без всякой подготовки. А в советское время на работу брали только после двухгодичного обучения. Официанты изучали не только правила обслуживания, сервировку и кулинарию, но и ресторанное оборудование, психологию и даже микробиологию.

## По историческим местам петербургского общепита

В европейских городах кафе и рестораны, работающие под одной вывеской 50, 100, 200 и более лет, никого не удивляют. В России с ее непростой историей такая преемственность – большая редкость. И все же в Санкт-Петербурге есть несколько заведений, которые не просто стилизованы «под ретро», но действительно принимают гостей на том же месте с дореволюционных времен.



### Ресторан «Палкинъ»

Еще в 1785 году на углу с Большой Морской на Невском проспекте ярославский купец Анисим Палкин открыл первый трактир. Гостей в нем кормили русскими постными кушаньями и развлекали пением курских соловьев. Со временем заведение неоднократно переезжало и расширялось: трактиры и рестораны Палкиных открывались на Фурштатской, Разъезжей, рядом с Николаевским (сейчас Московским) вокзалом и на углу Невского и Садовой.

25 залов, роскошная мраморная лестница, фонтан и экзотические растения, бильярдные кабинеты и большой бассейн со стерлядями. Кухня располагалась наверху, чтобы в залы не проникал чад, а готовые блюда опускались вниз с помощью специальной машины. Ресторан быстро превратился в петербургскую достопримечательность. Обед «у Палкина» был для гостей города таким же необходимым пунктом культурной программы, как осмотр главных городских объектов. Хозяин «Палкина» был настолько влиятелен, что, когда в 1870-х тогдашний градоначальник Трепов решил упорядочить внешний вид заведений на центральных улицах и издал постановление, чтобы все вывески были на одинаковом красном или синем поле, он был единственным, кто не подчинился. Несмотря на предписания чиновников, над «Палкиным» по-прежнему висела белая вывеска с фамилией владельца.

В разное время ресторан посещали едва ли не все петербургские и заезжие знаменитости: Достоевский, Лесков, Чехов, Чайковский, Менделеев, Кони, Блок, Брюсов, Бунин, Куприн.

«Я принимал все меры, чтобы избежать одиночества, – писал Салтыков-Щедрин. – С утра уходил к Палкину, слушал музыку, любовался на стерлядей, плавающих в бассейне, и расспрашивал: сколько вот та стоит и сколько вот эта».

Бывал здесь и Ленин, в 1905 году он несколько раз проводил конспиративные заседания газеты «Новая жизнь» в отдельных кабинетах «Палкина».

В 1914 году по ресторану больно ударили «сухой закон» и война – заведение стало пустеть и к началу 1917-го окончательно закрылось. В советское время в бывших ресторанных залах располагался кинотеатр «Титан».

Ресторан «Палкинъ» на углу Невского и Владимирского проспектов открыл правнук основателя династии Константин Палкин.

Ресторан возродили в 2002 году: по сохранившимся фотографиям восстановили пышные интерьеры, а в меню добавили блюда по найденным в архивах старинным рецептам. Гастрономическая экскурсия сюда, правда, обойдется недешево. Порция салата оливье по «правильному» дореволюционному рецепту – с икрой, мясом перепела, говяжьим языком и домашним майонезом – может стоить более 1 500 рублей.



### «Гранд отель Европа»

Открылся в 1875 году. Размах был небывалым не только для Петербурга, но и для Европы: 260 номеров, собственное кондитерское и копильное производство, собственное производство фруктовых вод, магазины и ателье, первый в России ресторан с электрическим освещением... В «Европе» все встречались со всеми: в разное время здесь Тургенев обедал с Достоевским, Прокофьев с Шостаковичем, здесь вместе

пили чай Чуковский, Зощенко, Ильф и Петров, а Дунаевский с Александровым работали в «Европе» над фильмом «Веселые ребята». Здесь останавливались члены королевских фамилий и руководители государств, Анна Павлова и Бернард Шоу.

В послереволюционные годы «Европа» была закрыта, но после войны отель и ресторан вновь возобновили работу, но уже под именем гостиницы «Европейской». В 1960–1970-е в гостиничном ресторане собиралась вся партийная номенклатура, богема и «золотая молодежь». Его прозвали «средним залом филармонии»: сама филармония находилась неподалеку, поэтому музыканты и публика часто отправлялись сюда после концертов.

С новейшей историей «Европейской» связано множество звездных имен: Билл Клинтон, Мстислав Ростропович, Шерон Стоун, Монсеррат Кабалье ...

Ресторанные интерьеры в стиле модерн, над которыми в свое время работали Лидваль и Бенуа, которые находятся под охраной КГИОП, сегодня по возможности восстановлены. Частично восстановлено и меню: так, бефстроганов здесь готовят по семейному рецепту семьи Строгановых, подаренному отелю последней представительницей знаменитого рода – баронессой Элен де Людингаузен-Строгановой. Обязательны к осмотру лобби-бар, ресторан «Европа» на втором этаже с сохранившимися дореволюционными интерьерами, ресторан «Крыша» на последнем этаже – без окон, но со стеклянной крышей. Цены здесь, правда, не ниже, чем в «Палкине».



### Подвал «Бродячей собаки»

«Бродячую собаку» в подвальчике на Итальянской знают многие

современные любители тусовок. Арт-кабаре Серебряного века просуществовало до революции меньше четырех лет, с 1911-го по 1915-й, но за это время успело стать Меккой для богемного Петербурга. В подвальчике бывали поэты и художники, музыканты и режиссеры, футуристы, акмеисты, символисты и многие другие.

«Тусовки» начинались ближе к полуночи и заканчивались уже под утро. В тесный, рассчитанный максимум на 40 посетителей зал набивалось до ста человек. Обстановку зашедший сюда однажды корреспондент «Биржевых ведомостей» охарактеризовал как нечто среднее «между помешательством и опьянением»: даже актеры, которые зачастую приезжали в «Бродячую собаку» после спектаклей прямо в сценических костюмах и гриме, не слишком выделялись в этой странной компании. Поэт Георгий Иванов так описывал типичную ночь в «Собаке»:

«На эстраде кто-то читает стихи, его перебивает музыка или рояль. Кто-то ссорится, кто-то объясняется в любви. Маяковский обыгрывает кого-то в орлянку. О. А. Судейкина, похожая на куклу, танцует «полечку» – свой коронный номер. Сам «мэтр Судейкин», скрестив по-наполеоновски руки, с трубкой в зубах мрачно стоит в углу.

«Собака» открывалась как заведение «для своих», но так как «свои» по большей части были бедны как церковные мыши, а обеспеченные обыватели готовы были заплатить любые деньги, чтобы хоть одним глазком взглянуть на «их нравы», со временем в подвальчик стали пускать посторонних. Но, разумеется, не на тех же условиях. С «фармацевтов» (так здесь называли всех «чужаков», независимо от рода занятий) требовали гигантские деньги за билет, а потом им же зачастую приходилось оплачивать счета завсегдаев (рассказывают, что владелец кабаре иногда просил буфетчика не приставать с оплатой к «своим»).

Кабаре закрылось в марте 1915 года, а возобновило работу только в 2001-м. Здесь по-прежнему довольно богемная обстановка, хотя и не сравнить с тем, что было сто лет назад: ежедневные концерты,

спектакли, творческие встречи с известными артистами, выставки. Кухня тоже есть, но она здесь – явно не главное.



### Литературное кафе или «Вольф и Беранже»

Кафе на Невском, 18 под разными названиями работает с начала XVIII века. С тех пор там успел перебыть весь цвет творческой интеллигенции Петербурга. С этим местом связано несколько историй-легенд – все почему-то с трагическим финалом.

Так, 27 января (8 февраля по новому стилю) 1837 года именно здесь, в швейцарской кондитерской «Вольф и Беранже», Пушкин встретился со своим секундантом Константином Данзасом перед тем, как вместе с ним отправиться на дуэль с Дантесом. Тремя годами позже здесь же молодой Достоевский познакомился с социалистом Михаилом Петрашевским, что закончилось для него ссылкой и каторгой. А полвека спустя, когда на этом месте уже работал элитный ресторан Лейнера, именно в его стенах Чайковскому подали чашку некипяченой воды. Композитор заразился холерой и умер через шесть дней.

Под названием «Литературное кафе» открылось в 1983 году. Кухня здесь стилизована под «пушкинские времена», цены для Невского проспекта относительно умеренные, а в зале на втором этаже постоянно проходят литературно-музыкальные вечера.

### Пышечная на Конюшенной

Это заведение включено во все путеводители, да и очередь на входе всегда привлекает внимание. Пожалуй, это самое демократичное место в городе, сюда ходят все: студенты



и пенсионеры, богема и бизнесмены, офисные работники и туристы. Пышечная на Большой Конюшенной появилась в 1958 году, когда улица носила название Желябова. С тех пор тут почти ничего не изменилось: предельно незамысловатые интерьеры, очереди на кассах, нарезанная бумага вместо салфеток на столах, приторно-сладкий бочковой кофе на сгущенке и щедро посыпанные сахарной пудрой пышки по «тому самому» рецепту (№ 1095 из советского «Сборника рецептов блюд и кулинарных изделий для предприятий общепита»). После празднования 60-летнего юбилея за дальнейшую судьбу заведения можно не волноваться: она занесена в так называемую Красную книгу памятных мест Санкт-Петербурга. Туда включают объекты, представляющие историческую ценность, предназначение которых не может быть изменено.



### Кафе «Север»

Еще одно заведение из Красной книги Санкт-Петербурга: первое письменное упоминание о булочной-кондитерской в этих стенах относится к 1903 году. Купец Василий Федорович Крымзенков подошел к делу обстоятельно: ознакомился с кондитерским производством во Франции и Германии, привез из

Швеции новейшие печи для пирожных, нанял больше ста человек персонала (кондитеров, официантов, курьеров, разносивших заказы по адресам), не поспешил на роскошный интерьер.

В советское время булочная-кондитерская была национализирована, и в 1936 году здесь открылась кондитерская «Норд» (в 1951-м на волне борьбы с космополитизмом кондитерскую переименовали в «Север», но «настоящие» ленинградцы продолжали упорно называть ее «Нордом»). Для многих поколений жителей города на Неве «Север/Норд» было первым кафе в жизни, а любой турист обязательно уезжал из Ленинграда с заветной коробочкой пирожных, на которой был изображен белый медведь. Кондитерская не перестала работать и после распада СССР, и сегодня фирменные торты и наборы пирожных здесь по-прежнему нарасхват.



### Ресторан «Метрополь»

Заведение на углу улицы Садовой и переулка Крылова под разными названиями, но практически непрерывно работало с конца XIX века. До революции сюда часто заходили поэты Серебряного века, а еще чаще – живший неподалеку Григорий Распутин. В 1931 году национализированный ресторан получил название «Метрополь», под которым и вошел в историю. В советское время «Метрополь» был визитной карточкой Петербурга, здесь ужинала вся партийная верхушка и все оказавшиеся в Ленинграде почетные зарубежные гости – от Рональда Рейгана до Жака Ширака. В таком качестве ресторан проработал до 2002 года, после чего впервые надолго закрылся.

Сегодня здесь два заведения: гастронаб «Метрополь» и ресторан Majestic Hall. За историей нужно отправляться во второй: именно в нем частично реконструированы исторические интерьеры в стиле раннего модерна, напоминающие о том, как выглядело это легендарное место с небольшим лет назад.

### Сколько стоило поесть

В зависимости от эпохи, вида и разряда заведения, а также местонахождения цены на еду росли. Например, в кухмистерской конца XVIII столетия в Санкт-Петербурге обед из 3–4 блюд обходился в 35–45 копеек. Ресторан первого разряда в начале XX века предлагал обеды и ужины из трех блюд за рубль, а завтраки – за 75 копеек. Были и более дорогостоящие предложения, но немало ресторанов было доступно и для среднего класса. Так, в московском заведении на Малой Садовой рюмка водки с бутербродом (буженина) обходилась всего в гривенник.

С началом Первой мировой войны цены в ресторанах и других заведениях общепита стали постепенно дорожать, делая их все менее доступными. А резкий скачок инфляции в 1917 году вместе с одновременным падением качества и разнообразия предлагаемых блюд привели к закрытию многих ресторанов и кафе. На несколько лет стране стало не до них.

В советское время в столовых общепита можно было пообедать за рубль, как сегодня говорят, первое, второе и компот. За тридцать лет построения демократической рыночной России цены на еду росли быстро. Сегодня в Санкт-Петербурге скромный комплексный обед в общепите можно получить в среднем за 300–400 рублей.

### Общепит современного Санкт-Петербурга

Перемены происходящие в стране в 90-х коснулись всех сфер и областей жизни россиян, но, наверное, самые серьезные «прорывы» и открытия произошли в сфере общественного питания, поскольку

энтузиасты от ресторанного дела не просто взяли лучшие образцы из европейской, азиатской, американских общепита, а привнесли в него свое видение и понимание потребностей российского потребителя.

В одном из материалов журнала Time Out о главных ресторанных местах десятилетия было написано следующее:

«Кулинария, к которой мы пришли, основана на впечатлениях, насмотренности. Все наездили, напробовались и лучшее привезли в город. Самыми яркими явлениями тех лет стало рождение бессмертного дуэта «суши и карбонара», который до сих пор берут за образец новоиспеченные рестораторы. Начало экспансии руколы, «Цезаря» с креветками и паст – дело рук Арама Мнацаканова, который открыл свой винный бар «Пробка» аккурат в 2001 году. Новый формат сразу стал востребован, дела пошли настолько хорошо, что в 2002-м появился IL Grappolo с дизайном декоратора Андрея Дмитриева – места, где горожане разучивали по слогам названия Sassicaia, Barolo и учились отличать бордо от шабли. Там перебивали все, кто только мог: любую заезжую звезду тащили «к Араму». Дикая народная популярность японской кухни началась с ресторана Ginza на Аптекарском, это было скорее клубное место – прямо скажем, там было дороговато. Туда ездили спортсмены, футболисты «Зенита», бизнесмены, политики – солидный контингент. Но самые вкусные роллы и суши делали в камерном «КиДо» на улице Жуковского.

На Петроградскую сторону ездили специально в ресторан «Демьянова уха» – самое вкусное рыбное место. С ним могла поспорить только «Матросская тишина» на улице Марата – Игорь Мельцер сделал место, куда нужно было попасть... Еще из тогдашних рыбных мест нельзя не упомянуть «Русскую рыбалку» на Крестовском острове. Фишка была в том, что у ресторана был собственный пруд, спиннинги, ты сам ловил себе ужин».

Героями хроник светской жизни становились рестораторы: Михаил Фейгельман, ресторатор, «Русская рыбалка» и «Карл и Фридрих»;

Алексей Фурсов, ресторатор, холдинг «Евразия» (Ужин на двоих в «Сегуне» или «Киото» в конце 1990-х обходился не менее чем в 200 долларов, массовую популярность японская кухня обрела только в начале 2000-х. В «Евразии» на Владимирском люди по два дня стояли на улице в очереди); Дмитрий Орлюк рестораны «Крокодиль», «Бразилия»; Леонид Гарбар, ресторатор, совладелец ресторанной группы «Свои в городе», ресторан «Палкин»....

По мнению экспертного сообщества Леонид смог сделать «Палкин» одним из самых популярных ресторанов, сохранив планку «высокой кухни» и профессионального обслуживания. Последнее и сегодня является чуть ли не самым слабым моментом в российском общепите. Как писал один из ресторанных критиков: «Леонид Гарбар, человек, познакомивший город с настоящей гастрономией. Образцово-показательное место удивительным образом сочеталось с игорным бизнесом: на одном этаже было казино, на другом – ресторан. И он не стал прикрасно-пошловатым, а, наоборот, отличался безупречным вкусом – Гарбар устроил все по своему разумению, опыту и воспитанию. Кухня была классическая: бараньи котлеты, запеченные с овощами гриль, стерлядь с шампанским, холодец из зайца...

Помимо ресторанов с акцентом на качество кухни появились заведения так называемого «клубного плана». Рестораны «Магриб», «Онегин», «Декаданс». Здесь можно было не просто вкусно поесть, но и «потусить» с кальяном и без.

И, наконец, на ресторанном поле появился игрок, который и сегодня поражает вкусы совершенно разных потребителей – Ginza Project, начался проект по завоеванию мира с ресторана terrassa. «Начав в 2000-х с ультраэсклюзивной VIP-Ginz'ой и массовой сетью «Япоша», самый быстрорастущий холдинг последних лет стал ровной поступью заполнять все пространство между ними во всех регионах своего присутствия от Москвы до Нью-Йорка, но некоторые из самых интересных проектов, как, например, теплоход

Volga-Volga, были созданы в нашем городе».

Отдельное место в петербургском общепите заняли кофейни – на любой вкус и кошелек: от классических Старбаксов до интерьерных «ДеФе» и «Имбиря».

И, конечно, не могли не появиться в нашем городе пабы с вполне себе приличным сервисом, живым пивом, и самобытными закусками: – Mollie's на Рубинштейна до сих пор суперуспешен, James Cook в Шведском переулке.

## Допандемический период

Интересным представляется, что среди отраслей не прекращающих свой рост, несмотря на все кризисы до пандемии, и набирающих обороты последние 10 лет, оказалась именно сфера общественного питания.

В 2019 году петербуржцы ощутили снизили расходы на рестораны полного обслуживания, хотя в целом их траты на общепит выросли. Учитывая, что формат фастфуда и кофеен, напротив, становится все более популярным в Петербурге, можно сделать вывод, что все больше потребителей начинают экономить и деньги, и время.

По данным Петростата, за январь–ноябрь 2019 года оборот общественного питания в Петербурге вырос на 9,9%, до 81,1 млрд руб. При этом, как сообщает NPD, на рестораны полного обслуживания за этот же период расходы в городе снизились на 17%. Это даже более глубокое снижение, чем в Москве, где формат ресторанов потерял 11%. Кроме того, снизились расходы на столовые – на 5% за 11 месяцев 2019 года по сравнению с аналогичным периодом 2018 года.

Однако за счет существенного роста расходов на остальные форматы в целом траты петербуржцев на питание вне дома увеличились на 5% к 2018 году. В частности, на кофейни затраты выросли на 11%, на фастфуд – на 18%. Это чуть более высокие темпы роста, чем в столице, где расходы на эти форматы росли на 7% и 17% соответственно. В результате уже сейчас на канал фастфуда приходится почти 50% петербургского рынка.

Несмотря на изменение вкусовых приоритетов, в целом отрасль показала существенный рост, который был невозможен в других сферах. И, конечно, он бы продолжился, если бы не пандемия.

## Общепит в постпандемический период

По оценке аналитиков KnightFrank, только за шесть месяцев прошлого года в городе закрылось 416 416 торговых точек, что в 2,4 раза больше «обычных» показателей. 41% закрытых заведений пришелся на общепит – рестораны (43%), пабы и бары (13%), кофейни (11%).

Но, поскольку именно Санкт-Петербург в многочисленных опросах и рейтингах выступает как наиболее посещаемый город российскими туристами, это не может не сказаться на динамике восстановления рынка общественного питания.

До пандемии в городе работало самое большое количество доступных кафе (38% против 37% – в Москве) и заведений фастфуда (28% против 27% в столице). Петербург был назван также барной столицей России.

Однако, пока ему далеко до других европейских городов. Так, баров в общем числе заведений набралось всего на 8% (в Барселоне – 18%), пабов – 3% (в Лондоне – 17%).

Тем временем сам общепит подтверждает начало восстановления после пандемического 2020 года. Самое страшное уже позади, считают предприниматели.

По официальным данным Росстата, после значительного сокращения предприятий общественного питания на 22,6% по стране, в этом году рынок вырос весной на 2,3%. Но, конечно, это только начало. Для ускорения процесса и в городе, и в стране разрабатываются дополнительные программы и меры поддержки, стимулирующие восстановление. Наиболее востребованная инициатива Ростуризма по возврату части стоимости билетов позволила уже этим летом наполнить петербургские отели, а значит, и наши знаменитые кафе и рестораны не были в стороне от этого процесса.

# Общепит в условиях ограничений

ВОПРОС

**Ж**урнал «Вестник предпринимателя СПб» при подготовке номера журнала на тему «Состояние и проблемы общепита» провел опрос среди владельцев и руководителей предприятий общественного питания и попросил ответить на вопрос:

**Как преодолевают ограничения пандемии COVID-19 предприятия общепита, кафе, рестораны и другие заведения, нужна ли помощь владельцам этого вида бизнеса, что планируют предприниматели для восстановления и развития своего дела в 2022 году?**



**Таисья Петрова** –  
администратор сетевого  
ресторана «Евразия»

**Ограничения преодолели, но снижение налогов было бы хорошей поддержкой**

– «Евразия» – бюджетный ресторан с акцентом на японскую кухню, но в последнее время в меню заведения входят и популярные блюда различных кухонь мира. За время пандемии и пережитого локдауна, ограничительных мер, вводимых из-за распространения вирусной инфекции, оборот ресторана, конечно, снизился, примерно процентов на двадцать. Но при обслуживании клиентов в ресторане используются все средства защиты, соблюдаются все меры санитарной предосторожности, поэтому деятельность заведения не была прекращена. Рестораны сети «Евразия» и раньше были известны своими постоянными акциями и специальными предложениями. Но мы не сидели сложа руки и в самое сложное время, старались предлагать гостям различные акции, привлекали новинками в обслуживании. В нашем ресторане всегда можно позавтракать утром и получить бизнес-ланч днем, использовать бонусные карты. Все блюда из меню можно заказать с доставкой. В период пандемии доставкой обедов воспользовались многие петербуржцы, и по сей день этот вид обслуживания пользуется большим спросом. Так как помещение ресторана находится в собственности, для нас не стоял вопрос об оплате за аренду. Не обращались мы и за государственной помощью. Надеюсь, что и 2022 год не добавит проблем. А вот снижение налогов для развития ресторана было бы отличной поддержкой.



**Владимир Меньшиков** –  
председатель Совета НП «Союз малых  
предприятий Санкт-Петербурга»

**Курс – на восстановление**

– В настоящий момент владельцы предприятий общепита постепенно и некоторые довольно успешно преодолевают сложившуюся на предприятиях ситуацию, связанную с ведением ограничений. Конечно, нельзя отрицать тот факт, что в связи с пандемией многие кафе и рестораны, казавшиеся даже довольно стабильными, закрылись. Однако, те кто остался, держат курс на восстановление и развитие, которое возможно, только в случае отсутствия введения дополнительных ограничений. При этом, сегодня уже мало кто из предпринимателей говорит о том, что нуждается в какой-либо помощи со стороны государства. Практически от всех посыл таков «Главное, чтобы не закрыли, не поставили нашу деятельность на стоп-лист, а в остальном мы справимся».





**Виктория Иванова** –  
генеральный директор кафе «ВКУСНО»

## Для развития предпринимательства нужны благоприятные условия

– Наша задача кормить сотрудников предприятия, в котором мы арендуем помещение. И это обстоятельство помогает сохранять бизнес во время ограничительных мер из-за пандемии. Кроме того, мы смогли получить небольшие выплаты от правительства в период первой волны. И к нашим проблемам второй год с пониманием относится арендодатель, он предоставил арендные каникулы и возможность постепенного погашения задолженности по аренде и коммунальным платежам. Благодаря такому лояльному подходу мы совсем недавно сумели полностью погасить долги.

К тому же некоторые поставщики продукции предоставляли нам более длительные рассрочки.

Помощь для выхода из пандемической ситуации в нашей сфере, безусловно, нужна. Но в первую очередь хорошо бы перестать выпускать бесконечные бессмысленные указы и распоряжения, которые только усложняют работу и увеличивают издержки. Выполнение же распоряжений, поступающих сверху, ничего не меняет для потребителя, кроме повышения цен.

Создается впечатление, что в последнее время мы возвращаемся к временам, когда вместо продуктивной работы масса людей на местах занималась тем, что усиленно создавала видимость работы и иллюзию важности своих бессмысленных действий. И сегодня приходится наблюдать: чем меньше чиновник, тем больше препятствий старается создать. Вероятно, не для оказания помощи предпринимателям, а для придания своему образу особой важности. К сожалению, подобные ситуации – это усилия в никуда. Процессу предпринимательства главное не указывать, а не мешать и создавать благоприятные условия для развития.

**Ольга Грибова** –  
генеральный директор и учредитель  
ООО «Место встречи»



## Пандемия – не помеха для выхода на новый уровень бизнеса

– Прихожу к выводу, что любые улучшения в мире происходят либо от лени, либо в «стрессовых» ситуациях, которые люди вынуждены решать. Для нас ограничения во время пандемии COVID-19 стали точкой роста. Мы не только продумали и наладили процесс еды на вынос в основной кофейне, но и успели попробовать другую концепцию для кафе «Место встречи» на улице Токарева.

Более того, за это время мы протестировали и ввели в меню более десяти новых блюд и напитков, увеличили выручку и даже повысили оплату персонала.

В рамках ежегодной общегородской акции «День предпринимателя» при поддержке Общественного Совета по малому предпринимательству Санкт-Петербурга в Курортном районе я нашла время и приняла участие в мероприятиях, направленных на развитие творческого, научного и профессионального потенциала учащихся образовательных учреждений района, провела ряд обучающих семинаров с персоналом кафеен. Когда занимаешься тем, что любишь, всегда находится возможность и для усовершенствования проекта, и чтобы стать лучше, все, оказывается, легко. Думаю, в нашем бизнес-проекте это получилось, несмотря на все ограничения из-за распространения вирусной инфекции.

Как бы долго не продлилась пандемия, считаю, нужно думать о перспективах. Поэтому продолжаем готовить планы на 2022 год. При этом остаются в разработке некоторые проекты этого года. И до конца года у нас ждут своего часа два больших проекта по расширению сети: в октябре мы открываем кофейню в Зеленогорске, а в декабре – в Кронштадте. С кофейней на улице Токарева, вероятно, придется расстаться, так как ее формат не совсем соответствует нашим планам по «захвату мира» – расширению бизнеса. Но наша команда любит все, что создает, поэтому ищем для наших кафе нового заботливого хозяина.

Свой бизнес, я убеждена, надо строить самим, не рассчитывая на дополнительные вливания денежных средств от государства, что и делает вся профессиональная команда кафе «Место встречи». А вот снижение аренды и налогов могло бы стать отличной поддержкой для нас. «Место встречи» – это ведь не просто кофейни, а заведения общепита с качественным сервисом и достойной оплатой труда, где каждый вовлечен в свою работу. Не это ли новый уровень бизнеса в России?..

# От французских блинчиков к звездам «Мишлен»

«Теремок» – российская компания, работающая в сфере общественного питания концепции fast-casual, головной офис расположен в Москве. В Петербурге за 23 года компания прошла путь от уличного киоска на берегу Финского залива до звания самой популярной сети ресторанов домашней русской кухни. «Теремок» – это место, где проводят время с семьей и друзьями. В Санкт-Петербурге компанию развивает один из основателей вкусного бизнеса Виталий Свидовский. С ним о ситуации в бизнесе общепита беседовала наш корреспондент.



**Виталий Свидовский** –  
основатель бизнеса русской кухни «Теремок»

**?** Виталий Алексеевич, после окончания университета Вы – дипломированный социолог-экономист – торговали видеомагнитофонами в компании, принадлежавшей выпускнику факультета кибернетики МГУ Михаилу Гончарову. Кто из вас был инициатором создания бизнеса в системе общепита?

– После службы в Армии я не знал, куда поступать, чтобы продолжить

образование. Съездил в три замечательных города, в Москву, Ленинград (в то время еще не Санкт-Петербург) и в Киев, который мне тогда понравился больше всего. Не знаю, как бы сложилась моя судьба, если бы я остался в Киеве. Но обстоятельства сложились так, что под Ленинградом жила моя сестра, и я выбрал Ленинград. Во время учебы и после окончания университета занялся оптовой торговлей, продавал парфюмерию, аудиотехнику. Бизнес вроде

шел неплохо. Но в 1998 году грянул экономический кризис. Все рухнуло, в несколько раз обесценился рубль. Все заработанные за несколько лет упорным трудом деньги сгорели. Все остались реально у «разбитого корыта». В этой экономической ситуации продолжать продажи не своего продукта было бессмысленно. А продавали мы в основном технику китайских производителей. В это время мой партнер по бизнесу Михаил Гончаров и предложил печь блинчики.

## ? Для успокоения души?

– На самом деле это была знаковая история. За несколько лет до кризиса, когда еще не было Евросоюза, он съездил с отцом в Париж и попробовал там блинчики, вкус которых запомнил на всю жизнь. Таких вкусных блинов он не пробовал больше нигде. У меня даже сохранилось его письмо тех давних лет, где он делился впечатлениями об этом.

## ? Неужели все началось с французских блинчиков?..

– Да. Любой бизнес, считаю, начинается с какого-то события, после которого приходит в голову невероятная идея. В нашем случае именно так и произошло. Это было то самое впечатление от вкуса блинов и ассоциация с тем, что это русское, родное блюдо было так замечательно приготовлено в чужой стране. Долго не раздумывая, мы приступили к разработке бизнес-модели, написали бизнес-планчик, обсудили, как назвать компанию. Варианты были самые разные. Название «Теремок» сначала нам показалось слишком сказочным, не очень серьезным, но само сочетание – блины и теремок – воспринималось вполне гармонично. Решили, давай попробуем. Так для нас началась эпоха вхождения в бизнес. Это действительно в нашем случае эпоха, так как в этом году «Теремку» исполняется 23 года, для такого вида бизнеса это убедительный срок.

## ? Уже через год после открытия первого теремка оборот компании составлял почти 10 млн рублей, еще через год пробил планку 100 млн, к 2006 году подобрался к миллиарду, а к началу пандемии годовая выручка сети в СЗФО составляла уже более пяти миллиардов. В рейтинге миллиардеров 2019 года Вы заняли 181 место. Что все эти годы обеспечивало успех компании?

– Как однажды сказал мне один умный человек, трудиться надо каждый день. И я на самом деле трудился, но чувствовал, нужного результата нет. Это было состояние, когда не знаешь, что делать. Вроде

**“А секрет был прост: сильная вера в успех, фактор упорства, труд и то, что мы делали хороший, качественный продукт от чистого сердца.”**

все идет правильно, а руки опускаются. Но состояние отчаяния мне, как лидеру команды, нельзя было показывать публично, особенно сотрудникам. Это, как в песне Аллы Пугачевой: «Вы не верьте, что живу я, как в раю, и обходит стороной меня беда. Точно так же я под вечер устаю и грущу, и реву иногда». И я снова задавал коллеге вопрос: что делать? Он спокойно отвечал.

– Надо продолжать работать.

– Но я и так работаю, – говорил я.

– Значит твое время не пришло, наберись терпения и продолжай работать. Вероятно, моя вера в «Теремок» была очень сильной, так как в Москве у Гончарова все шло успешно. Продажи там росли, а у нас, в Санкт-Петербурге, торговля развивалась кисло и вяло. Чиновники не давали под торговлю мест... Все шло не так, как хотелось, как задумано. Но буквально через полгода места стали появляться, продажи пошли вверх. А секрет был прост: сильная вера в успех, фактор упорства, труд и то, что мы делали хороший, качественный продукт от чистого сердца. Предлагали то, что нужно людям, а людям нужно было быстро и вкусно перекусить. И эффект состоялся.

## ? До принятия ограничительных мер со стороны государства из-за быстрого распространения COVID-19 Вы заявляли, что «на все кризисные и посткризисные явления в компании выработался правильный иммунитет, поэтому с оптимизмом смотрите в будущее». Вы успешно работали, но пришел COVID-19. Сохранился ли оптимизм за два года жизни в условиях пандемии?

– Скажу так, самый крепкий бизнес рождается в период кризиса.

Потому что люди, когда создают бизнес, они уже четко понимают, какие могут быть риски, что их ждет в будущем. В нашем случае после дефолта 1998 года мы сделали для себя вывод, что работать надо в России и только за российские рубли, а не за доллары. Строить надо русскую компанию и выпускать продукт для людей, которые здесь живут. К счастью, постепенно все трансформировалось в такую публичность, а «Теремок» стал настолько популярным, что гости города обязательно для себя ставили галочку, что в Санкт-Петербурге обязательно надо попробовать блинов в «Теремке».

## ? Что же изменил ковид?

– Если в кризис 1998 года мы понимали, что происходило, быстро сделали выводы. Учли все промахи, быстро восстановились и открывали новые рестораны. После кризиса 2008 года мы смогли выплатить все кредиты. Кризис 2014 года тоже уже был другим, рубль тогда скакнул, появилось продовольственное эмбарго на эксклюзивные продукты, которые мы закупали за границей. Но эти перемены не сильно нарушили наши планы.

С ковидом все непонятно, вирус поставил нас в сложные условия. Мы просто не знали, что делать. Мыли, дезинфицировали все подряд, включили режим тотальной экономии. Пандемия – это какое-то испытание, которое досталось всему миру и стране. Для нашей компании этот кризис особенно чувствительный. Он не просто снизил доходы населения, из-за ухудшения экономической ситуации в течение двух лет мы не можем получить коммерческие кредиты, возвращаем только старые, выживаем за счет государственных субсидированных кредитов. Но здесь я должен сказать большое спасибо нашему государству, правительству, которое от слов перешло к делу. Власть показала, что наш бизнес ей интересен. Хотя к малому предпринимательству нас официально не относят. В налоговой называют крупным бизнесом, однако, по сравнению с Газпромом и Роснефтью, «Теремок» просто малыш. Я не считаю наш бизнес

крупным. Хотя, в штате компании 2 500 человек, оборот составляет 6 миллиардов... По европейским масштабам это среднекрупный бизнес, но в соответствии с нашим законодательством, на сегодняшний день мы лишены возможности пользоваться господдержкой, которую могут получить малые предприниматели. Это только одна из причин.

Вторая – неопределенность и эмоциональное состояние людей, страх, боязнь заболеть, беспокойство за родственников, друзей... Ограничения в офисе, на рабочем месте из-за ковидной инфекции, ношение масок. Конечно, все это сказывается на эмоциональном состоянии, чувствуется напряжение внутри компании. Люди, занятые в производственном и технологическом процессах, порой не выдерживают, срываются на эмоции.

И третье, покупатель тоже меняется. Пока в своем бизнесе я не вижу серьезных изменений, но внутренний профессиональный голос говорит, что изменения будут. И выживет в общепите, очевидно, тот, кто производит качественный и правильный продукт, который позволит расширить взаимодействие с покупателем. Конечно, мы не собираемся полностью перенимать опыт Сбербанка. Я против такого развития. Мы будем создавать свою экосистему, но не в таких масштабах, а в рамках верификации существующего у нас продукта.

### ? Открывать прачечные Вы не будете?

– Нет, мы будем делать то, что умеем профессионально. Задача нашего бизнеса не занимать чужую нишу на рынке, а оказывать разнообразные услуги гостям ресторанов, жителям города. Люди должны получать все услуги и продукты, как им удобно. К примеру, приобрести полуфабрикаты, чтобы можно было дома их быстро разогреть и поужинать после работы, чтобы люди могли пользоваться доставкой, сейчас в таких случаях выручают компании «Яндекс» и «Деливери». Я за то, чтобы люди могли иметь больше свободного времени для отдыха, прочтения книг, похода в театр...



*«Мы готовим отдельно каждое блюдо, которое продается и делается под заказ. Все супы, каши, другие блюда все это идет из-под ножа повара.»*

### ? А Вы часто ходите в театр?

– Сейчас из-за вируса не хожу, но музыка в моем расписании присутствует.

### ? Какие главные уроки Вы извлекли из ситуации с пандемией?

– Самый главный урок – ценить и любить тех, кто с тобой рядом. Потому что владелец бизнеса несет полную ответственность за близких, за кредиты, налоги, за людей. Но, оказывается, когда тебе трудно, на помощь приходят люди, которые рядом, которые могут разделить с тобой этот груз ответственности, понять тебя.

### ? С переходом общественной жизни в онлайн, появились ли новые направления в развитии бизнеса?

– На самом деле появляется много разных идей, вариантов и предложений, но внутренний голос говорит о том, что человек должен заниматься профессионально своим делом, а не расплываться. Кто-то может быть организатором многих проектов. В «Теремке» же определенный цикл, большое производство, где делают множество полуфабрикатов. Потом все это развозится по сети, где все

это готовится. Многие думают, что в «Теремке» не готовят, на самом деле мы готовим отдельно каждое блюдо, которое продается и делается под заказ. Все супы, каши, другие блюда все это идет из-под ножа повара. Открывать какие-то другие направления бизнеса не планируем, для нас важно быть лучшими специалистами в своем деле. Это наш конек. Распыление в нашем случае, считаю, опасно.

### ? Общепит и ресторанный бизнес во время пандемии оказались в числе наиболее пострадавших отраслей. Насколько и как это коснулось многочисленных «теремков» в Санкт-Петербурге? Что Вам, как основателю бизнеса, пришлось при этом пережить? Что делали для сохранения кадров, традиций?

– На самом деле все банально просто. С самого начала пандемии в коллективе шел открытый разговор с каждым сотрудником. Людям честно объясняли ситуацию. Действительно, в компании падали доходы, мы вынуждены были вести сложный разговор о сокращении зарплат. Большинство сотрудников понимало, что ситуация реально сложная, и люди соглашались на сокращение зарплат, чтобы переждать

этот период, поддержать компанию и сохранить рабочее место. Мы активно помогали нашим сотрудникам, выделяли субсидии в особо сложных ситуациях, создали фонд помощи заболевшим, отправляли сотрудникам продуктовые пакеты. Индивидуально решали возникающие сложности. Все это позволило сохранить команду. Некоторые, правда, уволились, так как не были уверены, что смогут прожить на меньшую зарплату. Ведь у людей тоже были кредиты, дети, ипотека, их можно понять. Но через некоторое время сотрудники возвращались.

**? Коллектив Вас поддержал, а государство? Или обошлись своими силами? Как вообще оцениваете предлагаемые государством меры поддержки малому бизнесу? Как эта поддержка должна, по-вашему, выглядеть?**

– Самая реальная и очень эффективная помощь от государства – это списание субсидированных кредитов, что действительно помогло сохранить бизнес. Благодаря этой помощи «теремки» выжили. Конечно, может быть, мы и выдержали бы логдаун без этой помощи, но тогда это был бы просто экстрим какой-то. Ведь в первый год пандемии никто не знал, как будет развиваться ситуация. Да и сейчас обстановка не лучше, число заболевших растет каждый день, многие умирают, просто катастрофа.

**? А какая помощь государства была бы, на Ваш взгляд, наиболее полезной для предприятий общепита?**

– Мне кажется, в кризисной ситуации наиболее эффективным может быть освобождение от налогов. Чем больше мы платили налогам государству, тем больше могли бы рассчитывать на помощь. На сегодняшний день «Теремок» не может воспользоваться всеми существующими мерами поддержки, так как относится к крупному бизнесу, а 99% всех льгот и помощи осуществляется для МСП. Поэтому мы высказываемся за отраслевой подход в оказании помощи, чтобы такие русские, ис-

правно платящие налоги компании, как «Теремок», тоже могли воспользоваться всеми мерами поддержки от государства.

**? У Вас богатый и успешный опыт создания и развития бизнеса в системе общепита. Что бы Вы посоветовали открывающим свое дело предпринимателям в сложившейся ситуации?**

– Я уже говорил, для создания бизнеса должна быть идея, образно говоря, своеобразный удар в голову, та самая яркая вспышка, прозрение. Человек должен загореться своей идеей, понимать, каким должно быть его дело.

Второй момент, насколько его бизнес будет полезен людям. Любой бизнес будет обречен на успех, если он востребован и вдвойне, втройне успешен, если полезен людям. Мы не просто занимаемся бизнесом, мы кормим людей. Неважно, кормить ты будешь, лечить, услуги и продукция бизнеса должны быть нужны людям, тогда придет суперуспех. А бизнес – кормить людей – это одно из самых великих дел. Но почему-то нас часто недооценивают, думают, что можно без нас обойтись. «Теремок» – это как раз тот бизнес, который предлагает здоровую, домашнюю еду – правильное питание.

**? Поделитесь своими планами о том, какой будет сеть «Теремка» в 2022 году, чем он будет удивлять петербуржцев и гостей города?**

– Мы стремимся к тому, чтобы «Теремок» был востребованным и как можно более совершенным продуктом для наших гостей. У нас сейчас много задумок и планов. Над этим работают дизайнеры, технологи, маркетологи, вся наша большая команда. Например, над дизайном нового ресторана мы уже думаем два месяца, как сделать его максимально комфортным для наших гостей.

**? Каков Ваш прогноз развития ресторанного бизнеса в сложившейся ситуации? К чему следует готовиться рестораторам и владельцам точек общепита?**

– Самое главное, на что мне хочется обратить внимание, чтобы общество и власти понимали истинную ценность сферы общественного питания. Ведь питание – это жизнеобеспечивающая функция. Человек не может не есть. А посещение ресторанов – неотъемлемая часть социальной жизни человека. Можно строить заводы, пароходы, ракеты, но человек должен быть сытым. Было же в советском Союзе, когда в магазинах не хватало продуктов. Общепит – одно из наиболее важных направлений экономики, который нужно поддерживать и развивать.

Второе – предпринимателям самим нужно любить свое дело, строить и развивать его надолго. Недавно девять московских ресторанов стали обладателями первых звезд «Мишлен» в России. Конечно, приятно, что Москва получила мировое признание ресторанной столицы. Но у наших рестораторов в Санкт-Петербурге тоже есть перспектива стать обладателями звезды «Мишлен», обрести мировую известность.

**? А «Теремок» может претендовать на это признание?**

– Почему бы нет. Мы над этим подумаем. В «Теремке» все очень вкусно, каждое блюдо уникально, сделано по авторскому рецепту, иногда рецептура выверяется месяцами и даже годами.

**? А какие блюда могли бы стать звездными?**

– Вы просто в точку попали, потому что сегодня мне очень сложно назвать какое-либо блюдо. В «Теремке» сейчас готовят 80 процентов блюд по уникальным рецептам, таких блюд нигде не найдете. Да, у нас есть базовые вещи, которые тоже хороши. Но мы, например, не готовим итальянскую пасту, зато лучше нашей гречневой каши нет. А коллегам по бизнесу и всем предпринимателям желаю: развивайте свой бизнес, верьте в него, и ваше дело будет волшебным.

– Благодарю Вас за интервью.

Нина БЕЛОЦЕРКОВЕЦ

# Когда бизнес – творчество

Ирина Корчинская –  
генеральный директор ООО «Хомяк»



**И**рина Корчинская – основательница сети кафе для детей и их родителей «Хомяк» свое первое семейное дело в Санкт-Петербурге открыла в 2011 году. Сейчас одноименные заведения работают по франшизе еще в двух городах России и СНГ. Бренд «Хомяк» совмещает ресторан, кафе-кондитерскую и мастерскую детских праздников. Корреспондент журнала встретилась с Ириной в одном из петербургских кафе.

**? Ирина Владимировна, чем Вы занимались до создания своего дела?**

– Путь в бизнес я начинала скромно в ресторане официантом, затем работала администратором, позднее заняла должность управляющей. Словом, на практике освоила все возможные

должности в заведениях общепита. Работала в сетевых проектах и ресторанах с авторской кухней. Четыре года перед открытием своего дела была генеральным директором в пафосном сигарно-кальянном клубе. По сути, была полноценным партнером предпринимателя: у меня не было оклада, получала процент от чистой прибыли

ли. Прошла очень хорошую школу и приобрела опыт, научилась управлять цифрами, минимизировать издержки и выводить заведение на рентабельность и прибыль.

Когда есть опыт руководить и управлять процессом, интереснее зарабатывать в своем проекте, чем получать небольшой процент в най-

**“Рискнули всем, продали комнату в коммуналке, машину и на эти деньги открыли первое кафе”**

ме. Поэтому мы с мужем рискнули всем, продали комнату в коммуналке, машину и на эти деньги открыли первое кафе. На старте у меня уже было двое детей, а в процессе роста бизнеса родился третий. Соответственно, мне хотелось чего-то домашнего, семейного, уютного для таких же мам, как и я.

Первое кафе «Хомяк» было очень маленьким, всего семьдесят пять квадратных метров, но прожорливое (соответственно названию). Первые полгода полностью вкладывала всю прибыль в его развитие. В бизнесе занята была почти вся семья. Окупались вложения примерно через полтора года.

**? Прибыль пошла на расширение бизнеса?**

– Это, можно сказать, случилось по просьбе клиентов. К нам пришла многодетная семья с предложением провести семейный праздник, сделать торт и придумать уникальную программу. Отказать клиентам – это было не в моих правилах, желание гостей всегда было главным при оказании услуг. Пришлось испечь торт. Повар говорил: «печеное и десерт – это не мой профиль», но мы открыли интернет, нашли рецепт, и торт был готов. Программу праздника тоже придумали сами. Очень старались, чтобы порадовать наших гостей. Они поделились впечатлениями со своими знакомыми, рассказали, что есть такое классное место, где все делают с душой. И к нам пошел вал родителей с детьми, которые просили устроить им праздник.

Параллельно росло и кондитерское производство. Торты начали появляться как самостоятельное направление бизнеса. Праздничные программы тоже устраивали своими силами: в этом сегменте очень высокая маржинальность и хороший чек. Люди готовы платить за какой-то нео-

бычный, интересный досуг, в который будут вовлечены взрослые и дети. Так появился в кафе «День непослушания», на котором дети кидают яйца в мишень, японскими палочками кормят взрослых шоколадом...

На запуске первого кафе для нас не важны были цифры и эффективность, хотели, чтобы все заработало. Когда кондитер не успевал, я брала шпатель и делала торты. Когда мне не нравилось, как работает гример, садилась и сама разрисовывала лица детей. Никто из гостей не знал, что я руководитель, а я следила за тем, как их обслуживают.

**? Следствием успеха стало развитие франшизы?**

– Можно сказать, в этом помог кризис. Три года работало одно кафе, но стало реально сложно, и назревал вопрос о смене модели. В новых условиях сначала «Хомяк» работал только тогда, когда были заказы на праздники. Для меня это было переломным, болезненным решением. Казалось, что бизнес умирает. Но на самом деле рентабельность выросла в несколько раз при небольшом снижении выручки. Когда мы работали как кафе, прибыльность бизнеса составляла 15–20%, а когда перешли на праздники, она выросла до 25–30%. Когда ты запускаешь франшизу, это уже общение на языке цифр. Ты не занимаешься операционными процессами. Выручка, прибыль, средний чек – как анамнез. На основании ежедневных, еженедельных, ежемесячных отчетов сразу видно, где «болит», куда нужно направить внимание, чтобы исправить какие-то погрешности. Цифры в этом случае говорят лучше всего.

**? Но и конкуренция, наверное, не позволяет расслабиться?**

– В Санкт-Петербурге похожих форматов очень много, но есть и спрос. Это в начале многие хотели устроить праздник в «Хомяке», потому что ничего подобного в городе не было. Запись в кафе была на полгода вперед, даже пришлось через год открыть второе кафе, потом третье. Когда родился третий ребенок, состоялось открытие четвертого кафе.

Но в то же время я столкнулась с тем, что развитие бизнеса требовало все больше серьезных финансовых вливаний. Конечно, можно было открывать новые точки собственными силами. Но, соответственно, сразу нужны были и деньги для того, чтобы стабильно развиваться.

Например, на открытие второго кафе пришлось брать кредит. Правда, запустили проект с недоделками и еще примерно полгода вкладывали прибыль в доработку. Следующие запуски кафе шли по такой же схеме. Вложения окупались примерно за полтора–два года. Бизнес постепенно рос. В какой-то момент в комментариях под нашими фотоотчетами в интернете начали появляться восторженные отзывы родителей из других городов с просьбой открыть кафе у них. Спрос заставил задуматься, так и появилась заявка на франшизу.

Объединение под брендом «Хомяк» я предложила семейной паре из Ставрополя, которой нравился формат кафе, но они никогда не работали в ресторанном бизнесе. У них также было двое детей, и они понимали, что отметить день рождения ребенка в их городе негде. Эта пара стала первыми франчайзи «Хомяка». До пандемии их кафе было одним из самых необычных и стильных в городе, где молодые родители отмечали дни рождения детей. Потом присоединились Сочи, Нижний Новгород, Челябинск, Обнинск, Омск, Камчатка и Актау. В таком составе мы работали несколько лет, пока не пришел COVID-19.

**? Что для Вас было важнее всего в развитии бизнеса по франшизе?**

– Главное – иметь стабильную, работающую финансовую модель. По

**“Основа качественной франшизы – человек, который ее создал. Тут важно, насколько он компетентен в этом бизнесе”**

факту вы продаете готовую систему, которую человек использует для того, чтобы построить свой устойчивый бизнес. Основа качественной франшизы – человек, который ее создал. Тут важно, насколько он компетентен в этом бизнесе, есть ли у него собственный проект. Я убеждена в том, что собственная работающая сеть – это обязательное условие для создания франшизы. Мне важно, чтобы мои партнеры были успешны. Поэтому сейчас наполнение франшизы значительно превышает ее стоимость. Пять лет, которые я потратила на поиск успешных решений, наши партнеры получали в готовом виде. Еще это такой синергетический эффект, когда у всех вместе идет мозговой штурм о том, как лидировать на рынке. Если бы в начале бизнеса я узнала о такой франшизе, купила бы ее, не раздумывая. Однако, франшиза – это не волшебная таблетка. Хотя очень много людей подыскивает ее с мыслью: «Вот сейчас заплачу денег, и мне ничего не надо будет делать». А потом начинают спрашивать: «Где мои обещанные миллионы прибыли?» Но так не бывает! Франшиза – это просто инструмент, который все равно требует полного погружения в бизнес. Если ты не можешь с этим справиться, дело не продвигается.

### ? На какие средства Вы продвигали бренд?

– Что я только не предлагала! Например, проводились праздники для блогеров-мамочек, которые писали о своих впечатлениях в соцсетях. Но, учитывая, сколько денег приходилось тратить на организацию этих праздников, большого эффекта это не приносило. В Сочи, к примеру, наши партнеры выбрали другой путь, там полгода на центральной улице красовался билборд с рекламой «Хомяка». Но ожидаемого эффекта не дал и этот вариант. Главным двигателем бизнеса стали соцсети, Инстаграм, отзывы гостей, которые отмечают посещение кафе «Хомяк» в своих сториз. На продвижение бизнеса в сетях и на развитие заведений в Петербурге уходили немалые деньги, хотя, по рекламным меркам, это не так и много. Для меня важно даже не привлечь новую аудиторию, а напомнить о себе в нужный момент. В мае и декабре у нас и без

рекламы хорошая заполняемость. В конце весны идет пора выпускных, зимой новогодние детские «корпоративы». Одна из проблем родительских комитетов в это время заключается в том, что мало кто организует такие праздники комплексно. То есть им приходится отдельно арендовать кафе, заказывать угощение, искать ведущих и придумывать программу. Когда они обращаются в «Хомяк» и видят, что здесь – все «под ключ»: и еда, и программа, и торты – то радостно передают информацию, как палочку-выручалочку, другим заказчикам.

### ? Как Ваш бизнес переживает время пандемии? Многие заведения общепита из-за ограничений с COVID-19 оказались не в лучшем положении. Многим предпринимателям потребовалась помощь. Воспользовались ли Вы государственной помощью?

– Пандемические ограничения вернули бизнес общепита на несколько лет назад. За два года из-за ограничений вынуждены были свернуть бизнес и уйти с рынка сразу несколько кафе в ряде городов. Тяжело было наблюдать за тем, как одно за другим уходило с рынка и закрывались кафе, которые, казалось, до пандемии имели все шансы стать успешным бизнесом. Из девяти заведений, работавших в других городах, осталось только два в Омске и в Сочи. Конечно, чтобы восстановить бизнес и выйти на прежний уровень таким заведениям общепита как наше, нужно и время, и помощь государства. Было бы здорово получить дополнительные налоговые каникулы на период выхода из пандемии, снижение или отсрочку арендной платы. Для реанимации бизнеса было бы неплохо получить льготные дешевые кредиты.

### ? Вы готовы совмещать роль матери троих детей с восстановлением бизнеса и продолжить развитие франшизы?

– А не надо разделять! Все должно быть естественно и органично. Нет такого, что вот тут бизнес, а вот тут дети. Это все части одной жизни, когда работа в радость, и когда дети вовлечены в твоё любимое дело. Мои дети – главные участники

процесса. Например, они помогают придумать какую-то программу, советуют, тестируют и участвуют во всех активностях.

Если говорить только о бизнесе, то без команды профессионалов никуда. Главное, чтобы исполнители знали свое дело и работали на результат. Ведь в наше время многие мамы совмещают бизнес, ребенка и активную жизнь. Считаю, это нормально. Ребенок не является барьером для предпринимательства.

### ? Поделитесь планами на предстоящий год? Каков Ваш прогноз для предприятий общепита в постпандемический период? Что изменится? И сохранится ли бренд кафе «Хомяк»?

– Задача моего бизнеса – сделать каждого ребенка счастливым хотя бы на один день. Огромная команда изо дня в день трудится ради яркого и незабываемого праздника – главного дня в году! Благодарные слова родителей – для нас самая лучшая награда. Самые важные критики – это мои любимые дети, любые новые идеи, разработки, проекты проходят через их детскую цензуру. Именно они позволяют мне посмотреть на мир глазами ребенка.

В кафе «Хомяк» проведены более 2 000 мероприятий, более 14 000 детей стали друзьями «Хомя». Создание уникальных семейных праздников, мой бизнес, для меня – настоящее творчество, требующее вдохновения, внимания к деталям и чуткости. «Хомяк» – это не только привлекательное название, милое и пушистое существо, это и дружная команда, и кафе, и мастерская семейных праздников, и, надеюсь, что визитная карточка как Санкт-Петербурга, так и других городов России, где после пандемии снова появится социальный заказ на открытие новых детских кафе. А пока все сохранившиеся и действующие кафе «Хомяк» пытаются выжить и борются за место на рынке. Но я оптимист и продолжаю строить планы на будущее.

### – Благодарю за Вас за интервью и желаю оставаться оптимистом в бизнесе!

Нина БЕЛОЦЕРКОВЕЦ



# Bizstudy.ru – через знания к стабильному росту



**Bizstudy.ru** – это уникальный проект Центра «Мой бизнес» в Санкт-Петербурге, созданный в формате обучающего сайта.

Образовательная интернет-платформа «Бизнес-знания» является ресурсом, с помощью которого начинающие предприниматели смогут получить всесторонние знания из области правовых аспектов организации собственного бизнеса, маркетинга, интернет-продвижения, социального предпринимательства, ремесленничества, сертификации и стандартизации товаров и услуг. Курсы рассчитаны на действующих предпринимателей малого и среднего бизнеса, а также на тех, кто только собирается открыть свой бизнес.

## Идея проекта

«Бизнес-знания» – это поддержка малого и среднего предпринимательства на каждом этапе жизненного цикла создания и развития бизнеса, увеличение количества предпринимателей в Петербурге и создание комфортных условий работы бизнеса.

Площадка Bizstudy.ru – стремительно развивающаяся прогрессивная платформа, которая будет полезна представителям МСП всех сфер деятельности, в том числе начинающим предпринимателям. Проект помогает сократить затраты начинающим и зарегистрированным предпринимателям, самозанятым на получение актуальных знаний, необходимых для ведения профессиональной деятельности.

## Bizstudy.ru – ресурс для роста бизнеса

С декабря 2020 года, с момента запуска проекта, по ряду ключевых запросов, отвечающих тематикам курсов, выложенных на портале «Бизнес-знания», ресурс вышел в ТОП -50 органического трафика поисковых систем.

Сегодня на обучающем сайте более 70 специализированных лекций и курсов для начинающих предпринимате-

лей от экспертов рынка и действующих успешных предпринимателей.

«Что такое стартап?» – курс рассказывает о том, почему стартапы интересны инвесторам. Что нужно сделать для открытия нового бизнеса? Отличительные особенности стартапов, и почему у них есть шансы стать крупным бизнесом через пять лет. Примеры успешных стартапов.

Курс «Об экотуризме». Экологический туризм сегодня в тренде. Развитие экотуризма способствует росту инвестиционной привлекательности российских регионов. Несомненно, повышается экологическое сознание граждан, создаются новые интересные ниши для малого и среднего предпринимательства.

Курс «Настройки таргетированной рекламы в Тик-Ток» заинтересует молодых предпринимателей из числа владельцев туристических компаний, кофеен, салонов красоты, интернет-магазинов, мастеров бьюти-индустрии и многих других сфер бизнеса по продаже товаров и услуг.

Молодым предпринимателям будет интересен современный курс «Создание чат-ботов без навыков программирования». Чат-бот – это робот-собеседник, который общается с клиентом 24/7 через мессенджеры и социальные сети. Чат-боты заменяют множество приложений на мобильном телефоне и тем самым разгружают его память, не позволяя телефону «зависать».

Курс «Актуальные инструменты интернет-маркетинга». Курс начинается с рассказа о площадках присутствия интернет-маркетинга – многостраничных сайтах, лендингах, социальных сетях. Инструменты интернет-маркетинга – контекстная реклама (настраивается на основы поисковых запросов), таргетированная реклама (настройки поиска целевой аудитории по заданным параметрам), SEO (долгосрочное продвижение в поисковых системах за

счет качественного контента), SMM (контент, продвижение), e-mail-маркетинг (рассылки рекламной информации по электронной почте), мессенджеры (рассылки, чат-боты).

Курс «Защита персональных данных» описывает мероприятия организационного и технического характера, направленные, в первую очередь, на защиту информации физического лица. После изучения данного курса предприниматель сможет определить наличие нарушений в компании по защите персональных данных сотрудников.

## Алгоритм работы с платформой «Бизнес-знания»

Для работы на площадке «Бизнес-знания» необходимо пройти регистрацию (кнопка регистрации нового аккаунта находится в правом верхнем углу сайта);

После регистрации в разделе «Курсы» выберите интересующие вас темы и при желании воспользуйтесь фильтром: выберите формат курсов – текстовый или видеоурок – и спикера;

После изучения материалов курсов можно пройти тест и, если тест пройден с хорошим результатом, распечатать самостоятельно сертификат о прохождении учебного курса.

Сайт Bizstudy.ru разработан в рамках реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» при поддержке Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга и Министерства экономического развития России.

Региональный оператор проекта – НО «Фонд развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге».

Еще больше информации на сайте «Бизнес-Знания» bizstudy.ru или в Facebook [www.facebook.com/bizstudy.ru/](http://www.facebook.com/bizstudy.ru/)

# В топы бесплатно: Bizhelp.pro поможет расширить круг партнеров и рынок сбыта

Более 1,5 года интернет-платформа **Bizhelp.pro** помогает начинающим предпринимателям малого и среднего бизнеса продвигать свои товары и услуги онлайн.

**Bizhelp.pro** – это молодой и перспективный проект Фонда развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге, который реализуется в рамках Национального проекта «МСП и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» при поддержке Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга, Минэкономразвития России.

**Основная задача проекта** – улучшение делового климата в предпринимательской среде, помощь в налаживании деловых связей между предпринимателями, создание удобной и бесплатной электронной торговой площадки с надежным пулом поставщиков товаров и услуг.

## Правильный бизнес-ход

Платформа ориентирована на малый и средний бизнес, у которого в новых экономических условиях каждый рубль на счету. Экономия на продвижении товаров и услуг через **Bizhelp.pro** составит порядка 140 тысяч рублей.

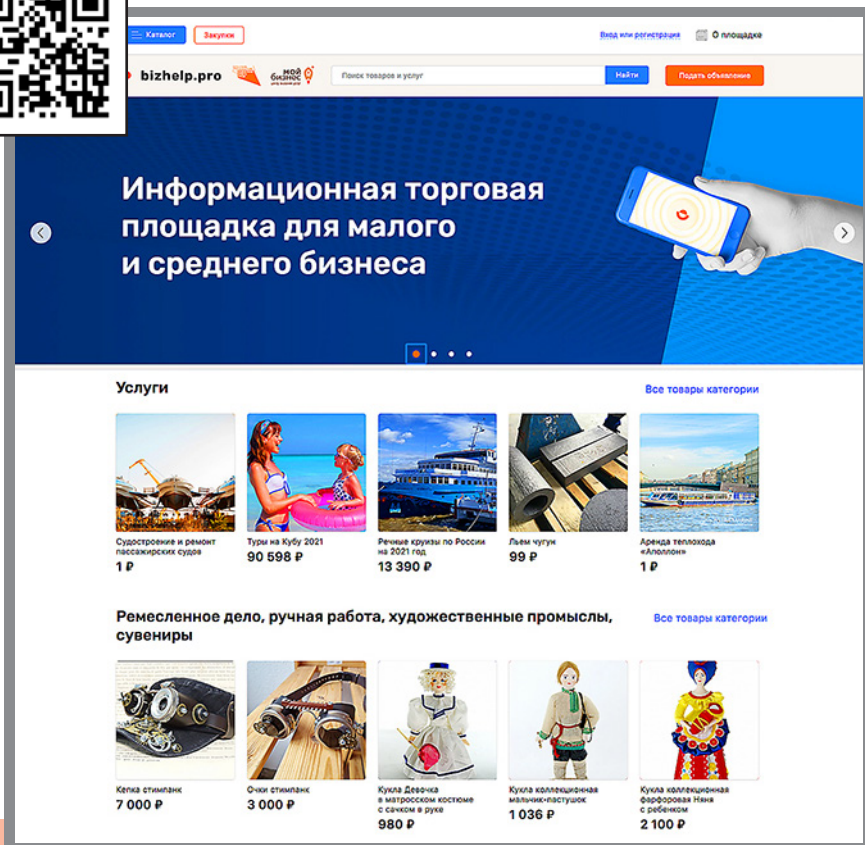
## Уникальность площадки **Bizhelp.pro** в системе управления контентом – CMS.

Она была разработана специально под этот проект. С ее помощью объявления, размещенные на сервисе, достаточно быстро попадают в ТОП органической выдачи двух поисковых систем: Яндекс и Google.

На маркетплейсе на данном этапе развития проекта размещаются товары и услуги в пяти категориях. По количеству размещенных объявлений лидирует категория «Непродовольственные товары» – 36% от общего объема объявлений. Далее следуют категории «Закупки» и «Услуги» – 23% и 20% соответственно. Категория «Ремесленное дело, ручная работа, художественные промыслы, сувениры» – 10%. На долю «Продовольственных товаров» приходится 11%.

## Продавать легко

Если перед компанией стоит цель не только продать, но и расширить охват рынка, то **Bizhelp.pro** одна из лучших площадок для онлайн-продаж. Показатели эффективности сервиса постоянно растут. Количество зарегистрированных пользователей стремится к 1000. Посещаемость сервиса тоже стремительно идет в рост и в среднем составляет 2,5 тысячи посетителей в день. На интернет-платформе размещены несколько тысяч объявлений.



## Преимущества размещения объявлений на площадке **Bizhelp.pro**

- Охват аудитории – все регионы России
- Быстрый рост площадки в поисковых системах Яндекс и Google
- Возможность неограниченного размещения объявлений от одной компании, предпринимателя, самозанятого
- Стабильный прирост трафика на сайтах предпринимателей, благодаря размещению на Платформе **Bizhelp.pro**