

ИНИЦИАТИВА**Правительство планирует экспортировать образование**

с. 2 →

БЕЗОПАСНОСТЬ

Российская Group-IB заявила о причастности Северной Кореи к группировке Lazarus

с. 6 →

ИНТЕРНЕТ

Минобороны предлагает военнослужащим отчитываться за публикации в соцсетях

с. 8 →

**РБК**ЕЖЕДНЕВНАЯ
ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА
31 мая 2017
Среда
№ 92 (2589)**wheely**Личный водитель
по нажатию кнопки

wheely.com/app

Реклама

ПОЛИТИКА ЭКОНОМИКА ЛЮДИ БИЗНЕС ДЕНЬГИ

www.rbc.ru

Индекс РТС
Московская биржа, 30.05.20171074,81
пункта ↓Цена нефти BRENT
Bloomberg, 30.05.2017, 20.00 мск\$51,53
за баррель ↓Международные резервы
России ЦБ, 19.05.2017\$405,0
млрд ↑Курсы
валют ЦБ
31.05.2017\$1=
₽56,52 ↓€1=
₽62,95 ↓**ЗАКОНОПРОЕКТ** **Власти намерены возмещать аграриям часть расходов на перевозку продукции****Еде оплатят проездной**

На транспортные издержки с учетом дальности отправки может приходиться 10–25% от контрактной цены сельхозпродукции российских производителей

НАТАЛЬЯ НОВОПАШИНА,
ВАЛЕРИЯ КОМАРОВА**Власти намерены возмещать аграриям значительную часть расходов на перевозку различных видов продукции на дальние расстояния. Это позволит обеспечить отечественными продуктами отдаленные регионы России и увеличить экспорт в страны Азии.****Компенсации за дальность**

Министерство сельского хозяйства

и Российский экспортный центр (РЭЦ) разрабатывают новый механизм поддержки отечественных сельхозпроизводителей — предполагается, что им будут возмещать до 80% затрат на железнодорожные перевозки. О создании соответствующего законопроекта 30 мая журналистам рассказал министр сельского хозяйства Александр Ткачев.

«Прорабатываем новый механизм господдержки отечественных сельхозпроизводителей — в виде компенсации части затрат на транспортировку продукции железнодорожным транспортом

на дальние расстояния», — сказал он. Возможный размер и механизм компенсации чиновник не уточнил. Сейчас документ проходит согласование в заинтересованных ведомствах, сообщили РБК в пресс-службе Минсельхоза.

В свою очередь, в пресс-службе РЭЦ рассказали РБК, что работа над документом идет уже месяц. Объем финансирования проекта еще обсуждается. При этом предполагается субсидировать до 80% понесенных производителями логистических затрат, отметил представитель РЭЦ.

Список товаров, которые могут субсидироваться при перевозках, пока не утвержден. Зимой 2017 года Минсельхоз предлагал снизить тарифы на железнодорожные перевозки зерна для увеличения темпов экспорта.

Сейчас, по оценкам Минсельхоза, в перечень товаров, на которые будут распространяться субсидии, также могут войти плодоовощная, мясная, молочная, рыбная, масложировая, мукомольно-крупяная, а также кондитерская продукция.

ОКОНЧАНИЕ НА С. 10 →

БЕЗОПАСНОСТЬ**Хакерам нашли место в КНДР**ИРИНА ЛИ,
ЕЛЕНА СМИРНОВА**Согласно заключению российских экспертов из Group-IB, за группировкой Lazarus стоят поддерживаемые Пхеньяном хакеры. Их подозревают во взломе Sony в 2014 году и попытке украсть \$1 млрд из национального банка Бангладеш.**

Российская компания Group-IB, занимающаяся кибербезопасностью (владеет крупнейшей в Восточной Европе лабораторией компьютерной криминалистики и старейшим в России отделом расследований; среди клиентов — «Роснефть», Citibank, Сбербанк, Microsoft, «Газпром» и др.), выпустила доклад, в котором представила свидетельства того, что за известной хакерской группировкой Lazarus стоит правительство КНДР. Отчет опубликован в блоге компании.

Lazarus известна в первую очередь атакой на Центробанк Бангладеш в феврале 2016 года. Тогда злоумышленники попытались вывести \$1 млрд, но часть операций была заблокирована и им удалось украсть только \$81 млн. Кроме того, хакеры из Lazarus подозревались в организации одной из самых крупных корпоративных утечек из кинокомпании, входящей в Sony Corporation, в 2014 году. В результате взлома оказались в интернете еще не выпущенные фильмы, персональные данные сотрудничавших с компанией голливудских знаменитостей, ее работников. ФБР официально обвинило КНДР в организации атаки.

По версии Group-IB, Lazarus также ответственна за взлом сетей разных стран, включая фармацевтические компании Японии и Китая, университеты США, Канады, Великобритании, Индии, Болгарии, Польши, Турции.

ОКОНЧАНИЕ НА С. 6 →



ПОДПИСКА: (495) 363 1101

ежедневная
деловая
газета

16+

ЕЖЕДНЕВНАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА РБК
И.о. главного редактора:
Игорь Игоревич Тросников
Арт-директор: **Дмитрий Девяшвили**
Выпуск: **Игорь Климов**
Руководитель фотослужбы:
Алексей Зотов
Фоторедактор: **Наталья Славгородская**
Верстка: **Константин Кузниченко**
Корректур: **Марина Колчак**
Информационно-аналитический центр:
Михаил Харламов
Инфографика: **Илья Жериков**

ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ РБК
Соруководители редакции РБК:
Игорь Тросников, Елизавета Голикова
Главный редактор rbc.ru
и ИА РосБизнесКонсалтинг:
вакансия
Главный редактор журнала РБК:
Валерий Игуменов
Руководитель фотослужбы:
Игорь Бурмакин
Первый заместитель главного редактора:
Кирилл Вишнепольский
Заместители главного редактора:
Светлана Дементьева, Дмитрий Ловягин,
Ирина Парфентьева

РЕДАКТОРЫ ОТДЕЛОВ
Банки и финансы: **Марина Божко**
Индустрия и энергоресурсы:
Тимофей Дзядко
Политика и общество: **Вячеслав Козлов**
Международная политика:
Полина Химшиашивили
Спецпроекты: **Денис Пузырев**
Медиа и телеком: **Анна Балашова**
Мнения: **Андрей Литвинов**
Потребительский рынок: **Дмитрий Крюков**
Свой бизнес: **Николай Гришин**
Экономика: **Иван Ткачев**

Адрес редакции: 117393, г. Москва,
ул. Профсоюзная, д. 78, стр. 1
Телефон редакции: (495) 363-1111, доб. 1177
Факс: (495) 363-1127. E-mail: daily@rbc.ru
Адрес для жалоб: complaint@rbc.ru

Учредитель газеты: **ООО «БизнесПресс»**
Газета зарегистрирована в Федеральной
службе по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых
коммуникаций.
Свидетельство о регистрации средства
массовой информации ПИ № ФС77-63851
от 09.12.2015.

Издатель: **ООО «БизнесПресс»**
117393, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 78,
стр. 1
E-mail: business_press@rbc.ru
Директор издательского дома «РБК»:
Ирина Митрофанова

Корпоративный коммерческий директор:
Людмила Гурей
Коммерческий директор
издательского дома «РБК»:
Анна Батыгина
Директор по рекламе
товаров группы люкс:
Виктория Ермакова
Директор по рекламе сегмента авто:
Мария Железна

Директор по маркетингу:
Андрей Сикорский
Директор по распространению:
Анатолий Новгородов
Директор по производству:
Надежда Фомина

Подписка по каталогам:
«Роспечать», «Пресса России»,
подписной индекс: 19781
«Почта России», подписной индекс: 24698

Подписка в редакции:
Телефон: (495) 363-1101
Факс: (495) 363-1159

Этот номер отпечатан
в ОАО «Московская газетная типография»
123995, г. Москва, ул. 1905 года, д. 7, стр. 1
Заказ № 0978
Тираж: 80 000
Номер подписан в печать в 22.00
Свободная цена

Перепечатка редакционных материалов
допускается только по согласованию
с редакцией. При цитировании ссылка
на газету РБК обязательна.

© «БизнесПресс», 2017

Материалы на таком фоне опубликованы
на коммерческой основе.

ИНИЦИАТИВА Дмитрий Медведев призвал экспортировать образование

Россия предложит миру свое учение

АННА МОГИЛЕВСКАЯ

Образование в России должно стать статьей экспорта и привлечь новых талантливых специалистов. Для этого правительство планирует смягчить миграционные законы для иностранных студентов и создать для них комфортные условия.

Экспорт российского образования должен стать национальной задачей, заявил премьер-министр Дмитрий Медведев во вторник на заседании президиума Совета при президенте РФ по стратегическому развитию и приоритетным проектам, передает корреспондент РБК. «Экспорт образования — это не только и даже не столько возможность заработать для университетов, прежде всего это один из сильнейших факторов межличностных коммуникаций, расширений культурных контактов, привлечения в национальную экономику наиболее талантливых людей, которые в ней могут и остаться», — подчеркнул Медведев. По его словам, речь идет о глобализации российского образования, и в ближайшие годы конкуренция за иностранных учащихся будет усиливаться.

Президиум совета утвердил паспорт нового приоритетного проекта по экспорту образования. Власти намерены увеличить количество иностранных студентов, обучающихся по очной форме в российских вузах, в три раза — с 220 тыс. человек в 2017 году до 710 тыс. в 2025 году, а количество иностранных слушателей онлайн-курсов российских образовательных организаций должно вырасти с 1,1 млн человек до 3,5 млн, сообщили в департаменте проектной деятельности правительства.

По прогнозам ЮНЕСКО, число иностранных студентов в мире уже к 2025 году может превысить 7 млн человек, а объемы международного рынка образовательных услуг — «это миллиарды долларов», рассказал премьер. «Американская высшая школа зарабатывает на иностранных студентах <...> в 15 раз больше, чем тратит на нее США», — отметил Медведев. Он подчеркнул, что в США образование является пятой по значимости статьей экспорта. Россия занимает четвертое — пятое место в мире по экспорту услуг, указал премьер, уступая США, Великобритании, Франции, Германии и Австралии, и делит позиции с Канадой.

России в мировой статистике нет

Не ясно, что имел в виду Медведев под приведенными цифрами, но по общему экспорту услуг Россия занимает место в мировом



ФОТО: Дмитрий Астахов/ТАСС

«Нужно предлагать по-настоящему уникальные программы обучения в тех сферах, где наша наука и технологии лидируют», — заявил Дмитрий Медведев. На фото: Медведев на встрече со студентами РУДН

третьем десятке с показателем \$50,5 млрд, а экспорт российских образовательных услуг не фигурирует ни в статистике ЦБ, ни в оценках международных торговых институтов. Банк России составляет свою статистику на основе международной расширенной классификации услуг ЕВOPS, а там образовательные услуги можно найти в основном в категории «Поездки», частично — в категории «Услуги частным лицам и услуги в сфере культуры и отдыха». Представитель Банка России сообщил, что у ЦБ нет статистики по экспорту российского образования, и посоветовал обратиться в Минобрнауки. Лидерами по оказанию образовательных услуг иностранцам являются США (\$35,8 млрд), Австралия (\$14,1 млрд), Канада (\$4,6 млрд), Япония (\$2,4 млрд), Новая Зеландия (\$2,3 млрд), Италия (\$1,1 млрд), следует из данных Международного торгового центра (ИТС) за 2015 год. Сейчас выручка от экспорта российского образования составляет около 70 млрд руб. в год, следует из справки к проекту (как получена оценка, не сказано), цель — увеличить ее более чем в пять раз, до 375 млрд руб. к 2025 году.

70 млрд руб. — это около \$1,2 млрд по текущему курсу, и в таких объемах Россия действительно занимала бы место в первой десятке крупнейших экспортеров образовательных услуг.

По данным Высшей школы экономики, число иностранных студентов в России на 2015/16 учебный год составляло 237,5 тыс. человек (5% от общего числа студентов в России). Большая часть из них приходится на студентов из стран

бывшего СССР (79% от числа иностранных студентов). Наиболее популярными направлениями у иностранных студентов являются здравоохранение, экономика и управление, а также гуманитарные науки. Лидерами по численности иностранных студентов являются Российский университет дружбы народов (5,1 тыс.), Национальный исследовательский Томский политехнический университет (2,3 тыс.), МГМУ им. Сеченова (1,8 тыс.), Новосибирский государственный технический университет (1,8 тыс.), Курский государственный медицинский университет (1,7 тыс.). МГУ занимал лишь шестое место с 1,6 тыс. иностранных студентов, говорилось в докладе ВШЭ «Академическая мобильность иностранных студентов в России» (авторы ссылались на данные Минобрнауки).

Консорциум вузов и корпораций

Чтобы развивать экспорт российских образовательных услуг, необходимо улучшить законодательство, которое регулирует вопросы приема, обучения и выпуска иностранных граждан, а также процедуру их въезда и пребывания на территории страны, сказал Медведев. «В частности, нужно скорректировать миграционные законы, сделать их более спокойными, лояльными для зарубежных студентов», — подчеркнул премьер.

Планируется также создать консорциум из ведущих российских вузов, «в которых есть положительный опыт», чтобы отработать основные подходы к созданию

системы экспорта образования. В проекте также будут участвовать российские корпорации, «которые активно работают на внешних рынках», рассказал глава правительства. «Нужно предлагать по-настоящему уникальные программы обучения в тех сферах, где наша наука и технологии лидируют, а такие сферы есть. Многие технологические виды образования и в сфере точных, естественных наук, инженерных наук, они ценятся за границей», — заявил Медведев. Кроме этого необходимо отработать вопросы трудоустройства и стажировок студентов на время обучения и каникул, чтобы иностранные студенты могли учиться и жить в нормальных условиях, работать и отдыхать в России.

Эти меры, по мнению Медведева, приведут к тому, что к 2025 году в России станет в 3,5 раза больше иностранных студентов и аспирантов, обучающихся по российским программам.

Накануне Минобрнауки предложило выдавать иностранным студентам учебные визы сроком на три года. Соответствующий документ был размещен на портале regulation.gov.ru. Сейчас студенты получают однократные визы на срок до трех месяцев, с возможностью продления до одного года. Визы на три года усилят преимущества России на международном рынке образовательных услуг, полагают в Минобрнауки. РБК ожидает ответа от министерства по поводу других мер, с помощью которых ведомство планирует развивать экспорт образовательных услуг. ■

При участии Полины Звездиной

МНЕНИЕ

Как Владимир Путин и Эмманюэль Макрон искали общие ценности

Андрей Колесников,
руководитель программы
Московского центра
Карнеги



России нужна передышка в отношениях с Европой, а Европе, сумевшей избежать раскола, нужен спокойный разговор с Путиным. Новый французский президент — самая подходящая фигура, чтобы возобновить диалог.

Когда в 1973 году в Рейкьявике президент США Ричард Никсон стал настаивать на том, чтобы президент Франции Жорж Помпиду побыстрее принял условия «Года Европы», инициативы Генри Киссинджера, предполагавшей восстановление ухудшившихся евроатлантических отношений, глава французского государства уклончиво ответил: «Зачатие — гораздо более интересное занятие, чем рождение ребенка».

Если 29 мая 2017 года в Париже и произошло зачатие нового типа российско-французских, а точнее, российско-европейских отношений, то тактико-технические характеристики продукта, которому предстоит увидеть свет, совершенно неясны.

Делегат от ЕС

Нынешние российско-французские отношения очень трудно оценивать в терминах двустороннего сотрудничества или взаимного неприятия Франции и России. Потому что это де-факто отношения с Европой. Именно Европа (уже не Запад в целом: Ангела Меркель констатировала отторжение англо-саксонского мира) делегировала Эмманюэля Макрона для тестовой встречи с Владимиром Путиным. Принципиально новая фигура, молодой и энергичный президент Франции, прекрасный актер, контролирующий, точнее, темперирующий свои публичные эмоции, — это ровно то, что надо, чтобы прощупать реакции рос-

сийского президента на четвертом году конфронтации России с западным миром и на фоне отложенного (как раз благодаря победе Макрона над Марин Ле Пен) раскола Европы.

Пройдя испытание нарочито жестким рукопожатием Дональда Трампа, французский президент выдержал и холодноватый, усталый взгляд Путина. К тому же он и с самого начала не собирался, как Джордж Буш-младший, «заглядывать в душу» российского руководителя и открыто говорил, что нужна не «персональная химия», а решение вопросов. И это он так не специально: те, кто общался с инвестиционными банкирами, знают, что их взгляд на партнеров и на мир отличается от политического или общественно-благотворительного — он необычайно прагматичный, быстрый, напористый. И предельно откровенный. Естественность, с которой Макрон пообещал расширение санкций в случае эскалации на Украине или обвинил RT и «Спутник» в клевете в свой адрес, вполне гармонировала с уважительным тоном разговора с Путиным. Он не хотел сделать российскому президенту приятное или неприятное. Просто говорил прямо. И на пресс-конференции Путин выглядел младшим партнером, сознательно отдавшим инициативу хозяину и даже привычно не ответившим резкостью на слова президента Франции. Лишь раз российский президент намекнул на зависимость Франции от США — упомянув неясную степень самостоятельности французов «в вопросах оперативного характера» в проамериканской коалиции в Сирии.

Этот намек был не вполне точным: в традициях французской внешней политики — ни в чем не уступать Соединенным Штатам. Франция дуополюно

главствует в европейской политике — когда с Великобританией, а когда — с Германией. Никсон даже восхищался харизмой и самостоятельностью Де Голля, когда тот говорил, что участие Франции в НАТО будет означать в случае военных действий ведение не французской, а американской войны. Впрочем, и с остальными французскими президентами американцам было не легче. И в то же время, как выяснилось во время саммита G7 в Таормине, единственным человеком, который признал за Трампом способность

слушать, был Макрон. Что именно слышит или не слышит американский президент, уже не слишком интересует Ангелу Меркель или Дональда Туска — их терпение лопается.

Путин в ходе пресс-конференции сделал четкий акцент на экономической составляющей, поменяв доктрину «Фигим!» (именно так он высказался в октябре 2016 года на саммите БРИКС по поводу возможной отмены контрсанкций) на ультралиберальные слова о снятии ограничений в мировой торговле, в том числе западных санкций в отношении России. С Китаем не очень получается — он не понятен. А Европа остается основным торговым партнером даже с учетом режима санкций. И россияне предпочитают, говоря языком экономической статистики, импортировать услуги по разделу «поездки» именно из Европы. Товарооборот с Францией снижался с 2011 года и рухнул после 2014-го. Наверное, есть интерес в восстановлении экономических отношений, пусть и без сыра...

Все это не снимает ни одной проблемы и не страхует от приступов агрессивности по отношению к Западу в целом и к Европе в частности. Но Россия обнаруживает готовность, пусть и, возможно, временную, в отсутствие внешнеполитической стратегии хотя бы скорректировать тактику и снять несколько постов охраны со своей осажденной крепости.

Скорее всего, не будет ни Degel, ни Rapprochement, явления, которое описывается французским словом, перешедшим в дипломатический английский и означающим сближение. А будет, скорее всего, пауза до следующего эксцесса. Но смысл паузы — сделать все, чтобы можно было этих эксцессов избежать. Европе есть чем занять эту паузу.

Точка зрения авторов, статьи которых публикуются в разделе «Мнения», может не совпадать с мнением редакции.

«Пройдя испытание нарочито жестким рукопожатием Дональда Трампа, французский президент выдержал и холодноватый, усталый взгляд Путина»

Оттепель или разрядка?

Европе, где теперь немецкая канцлерин разделяет лидерство с французским президентом, нужен договороспособный Трамп. Европе, которой требуется сохранение институционального единства и каркаса фундаментальных ценностей, нужен спокойный и не раздраженный Путин. Разговаривать с Путиным европейские лидеры разучились, с Трампом — еще не научились. И очень наде-

РЕКЛАМА

2 ИЮНЯ 19:00

СК ЮБИЛЕЙНЫЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

РБК 16+

GQ 16+

ТАСС 16+

ВИТАЛИЙ МИНАКОВ

СЕРГЕЙ ПАВЛОВИЧ

МИХАИЛ МОХНАТКИН

АНТонио СИЛЬВА

12+

303-33-33 MUZBILET.RU

380-80-50 bileter.ru

703-40-40 KASSIR.RU

000 "МУЗБИЛЕТ" ОГРН 1109647036749 197198, СПб, БОЛЬШОЙ ПР. П.С. Д. 18, ЛИТЕР А, ПОМ. 17-Н

000 "БИЛЕТЕР" ОГРН 1109647036749 197198, СПб, БОЛЬШОЙ ПР. П.С. Д. 18, ЛИТЕР А, ПОМ. 17-Н

000 "КАССИР РУ" ОГРН 1037800028970 194044 САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, БОЛЬШОЙ САМОСОНОВСКИЙ Д.7

Сенат Нидерландов одобрил сближение ЕС и Украины

Соседи ассоциируются с Европой

ГЕОРГИЙ МАКАРЕНКО

Верхняя палата голландского парламента повторно одобрила ассоциацию Украины с ЕС. Это последний серьезный шаг перед полноценным вступлением соглашения с Киевом в силу. В ближайшие дни одобрить решение должен король Нидерландов, затем — Совет ЕС.

Верхняя палата парламента Нидерландов ратифицировала соглашение об ассоциации Украины с Евросоюзом. Поддержали документ ровно две трети сенаторов: 50 из 75. В ближайшие дни решение должен одобрить король Виллем-Александр, после чего останется лишь финальное решение Совета ЕС перед полноценным вступлением соглашения в силу.

По словам главы Еврокомиссии Жан-Клода Юнкера, последние два этапа должны быть пройдены в течение полутора месяцев. «Сейчас мы стали еще на шаг ближе к ратификации. Я надеюсь, что процесс завершится быстро, к саммиту Украина — ЕС в июле», — рассказал Юнкер. Саммит должен состояться 13 июля в Киеве.

Если соглашение об ассоциации с Украиной будет окончательно утверждено на июльском саммите Украина — ЕС, по правилам вступление документа в силу состоится в первый день последующего месяца, то есть 1 августа 2017 года.

Ратификация соглашения Нидерландами открывает дорогу к его полноценному вступлению в силу. Соглашение об ассоциации Украины с ЕС фактически действует с 1 ноября 2014 года, но лишь на временной основе и в ограниченном режиме — за исключением статей о политическом сотрудничестве. С 1 января 2016 года вступил в силу и раздел документа, посвященный созданию зоны свободной торговли. Предварительное вступление в силу некоторых частей соглашения было сделано из практических соображений, поскольку по экономическим положениям решение все равно остается за Еврокомиссией, а не за странами-членами, пояснил старший научный сотрудник гаагского Института Клингендаль Тони ван дер Тогт. «Теперь юридически соглашение может быть запущено полностью. А значит, реформы на Украине получат полноценную поддержку», — заявил РБК ван дер Тогт.

Украинский президент Петр Порошенко также приветствовал решение сената, поблагодарив Нидерланды за поддержку украинцев. Уже за первый год предварительного действия соглашения, по его словам, украинский экспорт в ЕС вырос на 24,5%. «Украина постепенно интегрируется в европейскую политику во многих сферах. Вступление в силу соглашения об ассо-



Украинский президент Петр Порошенко приветствовал решение сената Нидерландов. Уже за первый год предварительного действия соглашения, по его словам, украинский экспорт в ЕС вырос на 24,5%. На фото: Петр Порошенко (слева) и глава Еврокомиссии Жан-Клод Юнкер

циации, зона свободной торговли, безвизовый режим с ЕС, который стартует через десять дней, — всё это чрезвычайно важные шаги на нашем пути к объединенной Европе», — отметил Порошенко.

Кроме того, тесно связан с ассоциацией процесс либерализации визового режима для украинцев. Все необходимые шаги для установления безвизового режима между Украиной и Евросоюзом были сделаны к середине мая 2017 года, и уже 17 мая руководители Украины и ЕС подписали финальный акт. Вступление в силу решения о либерализации визового режима ожидается 11 июня. Голландские сенаторы ратифицируют договор об ассоциации с Украиной уже второй раз. Первое голосование прошло почти два года назад — 7 июля 2015 года. Тогда документ поддержали 55 сенаторов, на пять больше, чем на этот раз. Против соглашения выступили 20 человек — три фракции евроскептически настроенных движений. Это ультраправая Партия свободы, Социалистическая партия и Партия защиты животных.

Уже в октябре 2015 года евроскептики воспользовались новым избирательным законодатель-

ством и добились назначения референдума о целесообразности ассоциации с Украиной. На прошедшем в апреле 2016 года голосовании при крайне низкой явке 32% более половины голландцев (почти 62%) высказались против соглашения.

Для правительства Нидерландов референдум не был юридически обязывающим, однако игнорирование его результатов могло не-

сти значительные политические риски, поэтому премьер-министр Марк Рютте пообещал оппозиции начать переговоры по изменению соглашения об ассоциации, чтобы «учесть позицию жителей Нидерландов». В итоге в декабре 2016 года все страны ЕС пришли к соглашению: Амстердам получил гарантии того, что соглашение об ассоциации не станет ни основанием вступления Украины в Евросоюз, ни осно-

ванием для военной и финансовой помощи Киеву. Тем самым процесс ратификации Нидерландами был перезапущен, нижняя палата парламента поддержала соглашение в конце февраля.

«Успешная ратификация соглашения Нидерландами — это во многом знак того, что России не удалось разделить ЕС по украинскому вопросу», — отметил политолог Тони ван дер Тогт. ■

Инструмент ЕС

Соглашение об ассоциации является для Брюсселя важным инструментом, формирующим общие принципы, структуру отношений с дружественными странами. Инструмент этот был создан Римским договором 1957 года для привлечения к сотрудничеству Великобритании, которая ранее отказалась вести

переговоры о вступлении в Европейское экономическое сообщество (ЕЭС). Позже Лондон возобновил консультации, и страна вступила в ЕЭС в 1973 году. На данный момент в том или ином виде соглашение об ассоциации у Евросоюза имеется более чем с 20 странами. В том числе речь идет о вхождении Норвегии,


Исландии и Лихтенштейна в Европейскую экономическую зону, а также о «соглашениях о стабилизации и ассоциации» со странами Западных Балкан. Соглашений же, подобных украинскому, у ЕС сейчас действует лишь три: с Грузией, Молдавией и Турцией. Соглашение об ассоциации является для

Брюсселя важным инструментом, формирующим общие принципы, структуру отношений с дружественными странами. Соглашение об ассоциации является для Брюсселя важным инструментом, формирующим общие принципы, структуру отношений с дружественными странами.

Форум РБК

«Недвижимость в России»

7 июня, The Ritz-Carlton Moscow*

Генеральный партнер 

Официальные партнеры  

Партнеры  

Спикеры:



Михаил Мень
Министерство
строительства и ЖКХ



Марат Хуснуллин
Правительство Москвы



Александр Плутник
АИЖК



Алена Дерябина
Дон-Строй Инвест



Анатолий Францев
ГК «Инград»



Сергей Качура
ГК «А101»



Сергей Труханов
T+T Architects*



Андрей Чибис
Министерство
строительства и ЖКХ



Петр Бирюков*
Правительство Москвы



Сергей Кузнецов
Главный архитектор
Москвы



Любовь Цветкова
Ассоциация инвесторов
Москвы



Максим Блажко
Gorn Development*



Максим Гасиев
Группа ПСН



Григорий Печерский
ADG Group*



Сергей Крючков
ADG Group*



Александр Балабин
Северин Проект

Модераторы сессий:



Игнат Бушухин
РБК. Недвижимость



Юрий Таманцев
Телеканал РБК



Алексей Пастушин
Объединенная
редакция РБК

Программа: Дарья Иванникова —
d.ivannikova@rbc.ru, +7 (903) 121 23 11,
Участие: Инна Галлер —
igaller@rbc.ru, +7 (964) 772 3484

*Зе Ритц-Карлтон Москоу; Т+Т Архитектс; Ожидается подтверждение; Горн Девелопмент; АДГ Груп 2017 Реклама. 18+

Российская Group-IB заявила о причастности Северной Кореи к группировке Lazarus

Хакерам нашли место в КНДР

→ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА С. 1

Как установили в Group-IB, управление атакой Lazarus велось с двух IP-адресов, относящихся к КНДР, причем один из них принадлежит северокорейскому интернет-провайдеру. После проверки этого IP-адреса в сервисе WhoIs выяснилось, что он выделен для района Potonggang в Пхеньяне, в котором располагается Национальная комиссия КНДР по обороне (высший военный орган страны), говорится в отчете. Но атака могла вестись из любого другого здания в этом районе, оговаривается представитель Group-IB. Однако представитель компании настаивает, что им удалось впервые найти реальные IP-адреса злоумышленников. И эти адреса находятся в том же блоке с адресами, которые были указаны в расследовании, проведенном South Korea's National Police Agency в связи с атакой северокорейских хакеров Dark Seoul Gang (другое наименование Lazarus) на южнокорейские телевизионные станции и банки, отмечается в отчете.



Как установили в Group-IB, управление атакой Lazarus велось с двух IP-адресов, относящихся к КНДР, причем один из них выделен для района Potonggang в Пхеньяне, в котором располагается Национальная комиссия КНДР по обороне

Как установили эксперты, для обеспечения собственной анонимности хакеры из Lazarus использовали сервис SoftEther VPN, поддерживаемый Цукубским университетом в Японии, а также адреса узлов в интернете, которые располагались в США, Китае, на Тайване, в России, Канаде, Италии и Кувейте.

Как сообщил РБК сооснователь и руководитель отдела расследований Group-IB Дмитрий Волков, основные цели атакующих — кибершпионаж и слежка за межбанковскими транзакциями, на втором месте — получение в ряде случаев возможности осуществить несанкционированный платеж (кража денег).

Особенностью Lazarus, по словам сооснователя Group-IB, является то, что это одна из первых прогосударственных хакерских групп, которая атаковала банки с целью нарушения их работоспособности. «Кроме того, они используют уникальные вредоносные программы, представляющие интерес для технических специалистов», — добавил Волков.

Бизнес, экономика, тренды

СОВМЕСТНЫЙ
ПРОЕКТ

РБК

РОСКОНГРЕСС

roscongress.rbc.ru

Новости, дайджесты, интервью

Представитель посольства Северной Кореи в Москве на вопросы РБК о связи Lazarus с правительством страны в качестве официального ответа прислал три новости северокорейских СМИ. В опубликованных новостях информация о причастности хакеров к КНДР названа «грязной и наивной интриганской шумихой», а также выдвигается версия, что информация распространяется южнокорейскими СМИ, чтобы «облить холодной водой тенденцию улучшения отношений Севера и Юга».

Не первые

Исследование Group-IB описывает не только инструменты, но и логику, которой следуют хакеры Lazarus. «Мы сосредоточились на исследованиях их инфраструктуры, — поясняет Волков. — Мы обнаружили новые свидетельства, основанные не на сравнении вредоносного кода, причастности северокорейских хакеров к недавним инцидентам в банках. Связь, основанная на сходстве вредоносного кода, не всегда надежна, но когда вы видите, что это вредоносное программное обеспечение управлялось через цепочку анонимизированных узлов субъектом, которого вы подозревали вначале, сообщество лучше понимает источник угрозы, ее цели и мотивацию».

Предположение о том, что за Lazarus стоят северокорейские хакеры, высказывали и другие компании, занимающиеся кибербезопасностью, в том числе и российская «Лаборатория Касперского». Так, в апреле компания выпустила отчет, в котором также доказывала это предположение.

По словам главного антивирусного эксперта лаборатории Александра Гостева, определить, кто стоит за атаками в киберпространстве, крайне непросто, а намеренное использование группировками ложных меток, призванных сбить исследователей с верного следа, лишь усложняет решение этой задачи. «Различные исследования деятельности группы Lazarus неоднократно указывали на Северную Корею, однако признаки были в основном косвенные, — говорит он. — К примеру, атака на Sony Entertainment была проведена незадолго до премьеры «Интервью» — комедии, в финале которой убивают лидера КНДР Ким Чен Ына. В результате премьеру пришлось отложить. Аналогично и атаки на южнокорейские сайты: предположение о причастности северного соседа основывалось прежде всего на возможном мотиве».

Однако компания все же удалось установить связь Lazarus

с КНДР. Гостев рассказал, что в ходе расследования инцидента в одном из банков в Юго-Восточной Азии был зафиксирован один запрос от редкого IP-адреса в Северной Корее. «По одной из версий, это может указывать на то, что атакующие подключались к серверу с этого адреса из Северной Кореи. Однако нельзя также исключать вероятность, что подключение было ложным флагом, то есть попыткой намеренно запутать экспертов и пустить их по ложному следу, или же кто-то из жителей Северной Кореи случайно посетил адрес сервера», — пояснил он.

Русский след

Согласно еще одной популярной версии, Lazarus — это хакеры из России, Молдавии и Казахстана. Однако в отчете Group-IB предпринята попытка опровергнуть это. По мнению компании, Lazarus только маскируется под «русских хакеров». В частности, в коде программ были обнаружены символы и строки с русскими словами, написанными на латинице (они служили для описания команд, которые может получить вредоносная программа от сервера управления), — poluchit, ssylka, pereslat и др. Однако эти коман-

ды использовались неправильно для носителя языка, считают в Group-IB. Например, в случае с командой poluchit значение слова противоречит осуществляемому действию — вместо этого должна была быть команда send («отправлять»).

По мнению Волкова, Lazarus использовали образ российских хакеров из-за того, что в СМИ активно создается картина русской киберугрозы. «Предположительно, они решили замаскироваться под русских хакеров потому, что на тот момент новости об атаках русских хакеров были наиболее популярными», — считает он. ▀

Откуда пришел WannaCry

Специалисты «Лаборатории Касперского» указали, что за вирусом WannaCry, который в середине мая атаковал 200 тыс. пользователей в 150 странах, также может стоять северокорейская Lazarus. Однако они оговорились, что эта схожесть кода может

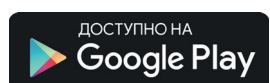
быть очередным «ложным флагом». Некоторые следы, указывающие на возможную причастность Lazarus к WannaCry, нашла и американская Symantec. По словам Волкова из Group-IB, пока мало технических данных, для того чтобы говорить

об ответственных однозначно. Секретарь Совета безопасности Николай Патрушев заявил, что Россия пока не располагает данными о причастности к кибератаке какой-либо конкретной страны и расследование продолжается. 29 мая эксперты

американской компании Flashpoint, проанализировав текст требования выкупа, пришли к выводу, что создателями вируса WannaCry могли быть уроженцы Гонконга, юга Китая, Сингапура или Тайваня.

Новый номер уже в продаже

Также в цифровых киосках



rbc.ru

ИНТЕРНЕТ Минобороны предлагает военнослужащим отчитываться за публикации в соцсетях

Солдат ответит за посты

ИННА СИДОРКОВА

Военнослужащих по призыву и контракту — в том числе и иностранцев — могут обязать отчитываться за публикации в соцсетях. Это предложение содержится в проекте постановления правительства от Минобороны. Закон нужен, для того чтобы избежать информационных утечек, отмечают источник РБК в Минобороны и военный эксперт.

Минобороны России разработало проект постановления правительства, согласно которому военнослужащие или граждане, поступающие на военную службу по контракту (в том числе и иностранцы), должны отчитываться о размещении в интернете своих персональных данных, а также «иных сведений, сделанных ими общедоступными». Документ размещен на портале нормативных правовых актов regulation.gov.ru.

Пока на сайте нет текста самого проекта, однако указано, что документ «разработан в целях реализации основных принципов построения и функционирования системы государственной службы Российской Федерации». Постановление касается органов военного управления, соединений, воинских частей, российских Вооруженных сил (ВС), органов и подразделений военной полиции ВС и военных комиссариатов.

РБК ожидает ответа на запрос в Минобороны с просьбой уточнить подробности проекта.

Военнослужащим вообще рекомендовано не заводить аккаунты в соцсетях, пояснил РБК источник



По словам источника РБК в Минобороны, для военнослужащих существуют рекомендации о поведении в соцсетях: «Нельзя указывать наименования воинских частей, нельзя светить дислокацию, нельзя фотографироваться — особенно на фоне секретных документов»

в Минобороны. Хотя у многих страницы все же есть, уточнил собеседник, они были созданы еще до того, как человек поступил на службу.

«Пока удалять требований не поступало, но есть рекомендации, что нельзя размещать и где нельзя размещать. Например, нельзя указывать наименования воинских частей, нельзя светить

дислокацию, нельзя фотографироваться — особенно на фоне секретных документов», — пояснил источник РБК, добавив, что это делается в рамках информационной безопасности.

К примеру, благодаря соцсетям СМИ не раз удавалось получить прямые или косвенные подтверждения пребывания россий-

ских солдат в 2014 году на Украине, а с 2015 года — в Сирии. Например, на странице в «ВКонтакте» 21-летнего Ильдара Максимова из 137-го гвардейского полка 106-й гвардейской дивизии ВДВ, погибшего 28 июля 2014 года, журналисты обнаружили статус «На Украину!».

Группа исследователей Conflict Intelligence Team в ноябре

2015 года благодаря фотографиям, опубликованным российским военнослужащим Аясом Сарыг-Оолом, узнала, что он находится в Сирии, в провинции Хама, в 100 км от авиабазы в Хмеймиме. Также СИТ удалось узнать, чем Аяс был вооружен, на какой технике он перемещался и в каком направлении.

РБК
КОНФЕРЕНЦИИ

РБК на ПМЭФ 2017

Дискуссионная панель: Спортивные сооружения как инновационный драйвер развития города

10:15-11:15

2 июня, г. Санкт-Петербург,
Конгрессно-выставочный центр «Экспофорум»,
стенд КСИИ, павильон Н.

Генеральный партнер



bc.rbc.ru Программа: Веселова Юлия +79851733203

Реклама 18+



* ЗАО «УК Динамо», проектная декларация: vtb-arena.com;

*2017

ЗДРАВООХРАНЕНИЕ Число коек в роддомах России приблизилось к послевоенному уровню

Беременным не находят места

ПОЛИНА ЗВЕЗДИНА

За 25 лет количество коек для беременных уменьшилось почти вдвое из-за массового закрытия роддомов в регионах. Это затрудняет территориальную доступность медицинской помощи для беременных, считают эксперты.

Послевоенные масштабы

В 1990–2015 годах число коек для беременных женщин в России сократилось почти в два раза — с 122 тыс. до 69,4 тыс., подсчитали эксперты Центра экономических и политических реформ (ЦЭПР) на основании данных Росстата. Копия доклада «Тяжелые роды: к чему приводит оптимизация российских роддомов» есть в распоряжении РБК. Самое резкое падение пришлось на 1990-е годы, но и с 2000-го до 2015 года количество коек уменьшилось почти на четверть, отмечают авторы.

По числу коек для беременных современная Россия уступает РСФСР предвоенных лет, обращают внимание эксперты: в 1940 году в стране было 90,7 тыс. мест. Их текущее количество сопоставимо с показателем 1945 года — 62,9 тыс.

В СССР была выстроена сеть акушерских пунктов, которая охватывала всю страну, даже удаленные регионы и сравнительно небольшие населенные пункты, пишут эксперты ЦЭПР. После распада Союза Россия отошла от такой модели. Система родильных домов была опти-

мизирована: число медучреждений и их штат сократились, а эффективность работы оставшихся должна была повыситься. В случае роддомов это означает закрытие отделений в небольших населенных пунктах и перевод нагрузки на крупные перинатальные центры в относительно больших городах. Такой подход несет в себе риски для беременных, делают вывод в ЦЭПРе. Расположение крупного роддома не учитывает социальные и транспортные затруднения женщины, которой на последних сроках беременности может экстренно потребоваться помощь врачей.

В Министерстве здравоохранения на просьбу прокомментировать выводы ЦЭПРа заявили РБК, что сокращение коек связано с развитием новых технологий. «Сегодня мировая тенденция — более ранняя выписка из лечебного учреждения домой. Поэтому потребность в койках уменьшается. В развитых странах выписывают через 24 часа после родов и через 48 часов после кесарева сечения», — указали в пресс-службе ведомства.

Неровные показатели

Помимо закрытия региональных домов в России происходили и другие изменения в сфере оказания медицинской помощи беременным. Начиная с 2006 года в крупных городах стали строиться перинатальные центры, указывают авторы доклада. С 2010 года Минздрав перешел на трехуровневую систему оказания медицинской помощи: небольшие родильные отделения, более

крупные и лучше оснащенные роддома и перинатальные центры. По итогам мониторинга беременности женщина определяется в учреждение необходимого уровня.

Реформирование системы родовспоможения должно было снизить младенческую и материнскую смертность. В результате с 2000 года материнская смертность снизилась почти в четыре раза — до 10,1 смертей на 100 тыс. родов в 2015 году. Смертность детей во время беременности и первых дней жизни также упала почти в полтора раза — до 8,29 смертей на 1 тыс. родов.

При этом в некоторых регионах эти показатели хуже: в Магадане уровень материнской смертности составляет 57 умерших на 100 тыс. родов, в Томске — 48, в Бурятии и Орловской области — по 35 умерших. Смертность детей во время беременности и первых дней жизни в Чукотском округе достигла 18,8 умерших на 1 тыс. родов. В Минздраве признали существенную разницу между показателями по регионам, но отметили, что за 2016 год во всех субъектах России наметилась положительная тенденция.

Десятки километров до роддома

В 2015 году Общероссийский народный фронт провел мониторинг учреждений в 72 регионах, напоминают авторы доклада. За 2014–2015 годы в них было закрыто 25 роддомов и 16 родильных отделений и сокращено 1756 акушерских коек. Из-за этого упала территориальная

доступность медицинской помощи для беременных, указывают в ЦЭПРе. В оставшихся небольших роддомах урезают штатное расписание и сокращают количество коек. Например, в рамках оптимизации могут отменить круглосуточное дежурство врача-неонатолога — это значит, что на ночные роды врач будет приезжать из дома.

Кроме того, ближайшие роддома нередко располагаются в десятках километров. Так, под угрозой закрытия оказалось акушерское отделение Можайской больницы, рассказывают авторы доклада. Против закрытия протестуют местные жители и представители медицинского сообщества, узнали в ЦЭПРе. Ближайший перинатальный центр находится в 67 км от Можайска — в Наро-Фоминске. Роды не происходят стремительно, указывают в Минздраве. Средние роды длятся 10–12 часов. «Лучше 100 км проехать на машине, чем рожать в неподобающих условиях», — уверены в ведомстве. К ситуациям, когда роженице действительно необходима срочная помощь, Минздрав готов привлекать авиацию.

Согласно подсчетам фонда «Здоровье», на которые ссылается ЦЭПР, без роддомов остались девять районов Удмуртии, пять районов Ростовской области, пять — Владимирской. В Тверской области за пределами регионального центра остались только два роддома — в Ржеве и Вышнем Волочке. В Ярославской области за пределами Ярославля только три роддома — в Рыбинске, Переславле-Залесском и Ростове Великом. ■

РБК КОНФЕРЕНЦИИ

ПМЭФ 2017

Круглый стол при участии
Министерства строительства и ЖКХ РФ
и Исполнительного директора
Программы ООН-Хабитат Хуана Клосса

Эпоха урбанизации — открывая возможности для развития

1 июня, 11:00–12:30
Павильон G*, Конференц-зал G5*

Городская инфраструктура становится одним из ключевых условий социального и экономического развития страны — в городах концентрируется бизнес, научный и культурный капитал, и для того чтобы поддержать его развитие, необходима стабильная, эффективная и гибкая среда. Качественные коммунальные услуги, а также удобное жилье и современные общественные пространства становятся базовыми требованиями бизнеса. Какие технологии могут качественно изменить российские города? Какие возможности для бизнеса создает новый подход городских властей к развитию? Как сделать все города в стране,

вне зависимости от их размера, комфортными и привлекательными для жизни?

Среди спикеров:

Михаил Мень, Министр строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации
Хуан Клос, Исполнительный директор, Программа Организации Объединенных Наций по населенным пунктам (ООН-Хабитат)
Сергей Капков, Руководитель центра исследований экономики культуры, городского развития и креативных индустрий, экономический факультет, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Экспорт продовольствия и сельхозсырья из России в 2016 году

\$17
млрд

— общий объем продовольственного экспорта из России, что на 4% выше уровня 2015 года

На 46%

импорт продовольствия в Россию превышает экспорт сельхозпродукции из страны

1-е место среди импортеров занимает Китай, в 2016 году он закупил в России продовольствия на \$1,55 млрд

27,7%

приходится на пшеницу, это главная статья российского продовольственного экспорта, на втором месте мороженая рыба — 12,9%

42,1%

экспорта российских продуктов пришлось на топ-5 импортеров (Китай, Турция, Египет, Южная Корея и Казахстан)

25
млн
т

пшеницы поставила за рубеж Россия, став мировым лидером по этому показателю

6%

от общего объема российского экспорта в 2016 году составил экспорт продовольствия и сельхозсырья

Источники: Российский экспортный центр, Минсельхоз, www.agroinvestor.ru, РБК

ЗАКОНОПРОЕКТ **Власти намерены возмещать аграриям часть расходов на перевозку продукции**

Еде оплатят проездной

→ Окончание. Начало на с. 1

Как заявили РБК в пресс-службе РЖД, компания поддерживает инициативу Минсельхоза о компенсациях аграриям части затрат при железнодорожных перевозках, в том числе зерна. «Это позволит обеспечить перевозку зерновых грузов и в то же время избежать имеющих место убытков ОАО «РЖД», — сказал представитель компании. Возникающие при этом дополнительные доходы перевозчика могут быть направлены на развитие инфраструктуры по основным направлениям вывоза грузов, добавил собеседник РБК.

Два направления

Минсельхоз предлагает предоставлять поддержку аграриям по железнодорожным перевозкам по двум направлениям — в отдаленные регионы России, а также в страны Азии. «Увеличение товарооборота между центральными и южными регионами страны с регионами Сибири и Дальнего Востока позволит заместить импортную продукцию в отдаленных регионах страны», — сказал Ткачев.

Ранее он неоднократно заявлял о намерениях «выходить на арабские, азиатские миры» (цитата по

ТАСС). К осени 2016 года Минсельхоз разработал проект программы «Развитие экспорта продукции АПК», согласно которой приоритетными направлениями для экспорта из России являются Китай, страны Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока, а основными товарами — мясо и мясные субпродукты, зерно, мукомольно-крупяная и масложировая продукция, а также сельхозпродукция высокого передела.

По итогам 2016 года эта стратегия оправдала себя: как писал РБК, основным потребителем российского продовольствия стал Китай, на долю которого пришлось 10,1% экспорта в денежном выражении.

Тарифный коридор

По данным компании «Алор Брокер», на транспортные издержки с учетом дальности отправки может приходиться 10–25% от контрактной цены товара. Как отмечает аналитик компании Кирилл Яковенко, это существенные затраты и планируемое субсидирование перевозок поможет аграриям — в первую очередь производителям зерна. Аналогичной точки зрения придерживается директор практики по работе с компаниями агропромышленного сектора КПКМГ в

России и СНГ Илья Строкин. Сейчас поставки зерна по железной дороге в Китай из центральной части России, Предуралья и Западной Сибири нерентабельны из-за дальности транспортировки, отмечает он. Законопроект Минсельхоза положительно скажется на отрасли, соглашается вице-президент Российского зернового со-

Минсельхоз предлагает предоставлять поддержку аграриям по железнодорожным перевозкам по двум направлениям — в отдаленные регионы России, а также в страны Азии

юза Александр Корбут, и позволит расширить объем перевозок. Экспорт продукции по железной дороге наиболее удобен для производителей, добавляет партнер ЕУ Борис Порецкий.

В вопросе, каким образом будут предоставляться субсидии, опрошенные РБК эксперты уже не столь единодушны. По мнению Порецкого, власти могут предоставлять субсидии непосредственно сельхозпроизводителям или компенсировать расходы транспортной

компания. Строкин считает, что субсидирование будет происходить непосредственно в виде заниженной к базовому тарифу РЖД стоимости перевозки. Однако стоит отметить, что если снижение цены приведет к росту спроса, то экспортеры могут столкнуться с дефицитом вагонов-зерновозов, предупреждает он.

С 2017 года ФАС утвердила тарифный коридор для РЖД, в рамках которого компания имеет право вводить надбавку к тарифу на перевозки грузов в размере до 10% или, напротив, предоставлять скидку до 50%.

Руководитель исполнительного комитета Национальной мясной ассоциации (НМА) Сергей Юшин отмечает, что власти предлагают новые меры поддержки отрасли, не обеспечив анонсированные ранее. «Сегодня абсолютно не решен

вопрос с льготным кредитованием в отрасли, хотя стратегически это более важный вопрос», — отмечает он.

Перспективы экспорта

В 2016 году объем российского продовольственного экспорта вырос на 4% и составил \$17 млрд, однако в 2014 году этот показатель был значительно выше и составлял \$19 млрд. Самыми популярными российскими продуктами в 2016 году, по данным РЭЦ, были пшеница (на нее пришлось 27,7% экспорта продовольствия), мороженая рыба — 12,9%, подсолнечное масло — 9,5% и кукуруза — 5,6%. Также Россия активно экспортировала ракообразных (4,4% в общем объеме экспорта в 2016 году), шоколадные изделия (3,1%), ячмень (2,8%), зернобобовые (2,5%). Перспективными экспортными товарами в РЭЦ также считают готовое продовольствие, напитки и мясо птицы.

За счет реализации проекта по поддержке экспорта АПК Минсельхоз по итогам 2017 года рассчитывает увеличить поставки сельхозпродукции на внешние рынки на 27% по сравнению с предыдущим годом — до \$21,5 млрд, заявил Александр Ткачев. ▀

ОПРОС Госрегулирование качества продуктов назвали приоритетным по сравнению с ценами

Пищу хотят видеть под контролем

АНАСТАСИЯ ДЕМИДОВА,
НАТАЛЬЯ НОВОПАШИНА

Государство должно заниматься повышением качества продуктов питания, а не регулированием цен на них, считают более половины опрошенных ВЦИОМом россиян. При этом почти 70% стали экономить на продуктах.

Большинство россиян считают, что государство должно поддерживать российских производителей продуктов и обеспечивать контроль за качеством. Такое мнение выразили соответственно 58 и 53% опрошенных Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) и Центром социального проектирования «Платформа» (результаты опроса есть в распоряжении РБК). Опрос был проведен по телефону среди 1200 человек по всей стране в апреле 2017 года.

«Если бы у населения была возможность рекомендовать власти что-то одно — снизить цены или контролировать качество [продуктов], то подавляющее число участников фокус-групп предпочло бы контроль качества», — говорится в презентации. О том, что государство должно обеспечивать доступность продуктов, заявили только 27% россиян. «Сейчас курить безопаснее, чем колбасу ку-

шать», — приводит ВЦИОМ заявление одного из респондентов. Ради снижения цен большинство респондентов не готовы жертвовать привычным комфортом, ассортиментом и качеством продуктов, заключают исследователи.

Качество является приоритетом для всех возрастных групп, при этом молодые люди от 18 до 24 лет чаще выступают за низкие цены для малообеспеченных слоев, чем старшее население. Кроме того, они реже заявляют о необходимости поддерживать российского производителя.

Хотя сейчас потребители и продолжают заявлять о готовности переплачивать за качество, большинство все же покупает продукцию низкой ценовой категории, говорит исполнительный директор Ассоциации компаний розничной торговли Андрей Карпов. Поэтому доля такой продукции в ассортименте магазинов продолжает увеличиваться, замечает он.

Несмотря на то что иногда ретейлеры утверждают, что покупателям важна только цена, большинство покупателей выбирают качество и безопасность продуктов, не согласен президент кондитерской фабрики «Победа» Виталий Муравьев. В кондитерских изделиях тенденция особенно заметна, потому что шоколад или конфеты не составляют большей

части семейного бюджета и люди предпочитают покупать качественные продукты, но в меньшем объеме.

При этом около 67% россиян заявили, что за последний год стали больше экономить на продуктах. Поиск низких цен — один из основных факторов при выборе магазина, говорится в исследова-

нии. Самыми популярными являются сетевые магазины: в них покупает большую часть продуктов первой необходимости 65% опрошенных. Цены в них ниже, чем в остальных торговых точках, считают 53% россиян.

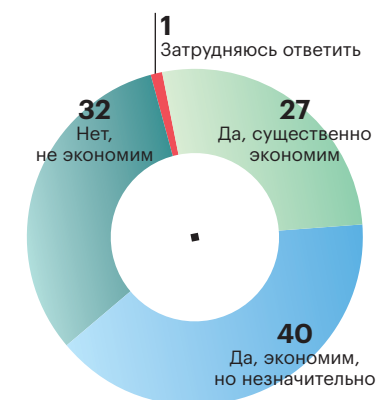
Кроме того, по данным ВЦИОМа, 82% россиян отрицательно относятся к инициативе ограни-

чить время работы гипермаркетов. В конце марта сенаторы закончили подготовку законопроекта, предусматривающего внесение в закон «О торговле» нормы, запрещающей крупным магазинам работать по ночам. Одновременно с этим предлагалось ограничить время работы гипермаркетов в выходные дни. ▀

Потребители о качестве и цене продуктов

% опрошенных

Стали ли вы и ваша семья за последний год больше экономить на продуктах?



Источник: ВЦИОМ

Что должно обеспечивать государство, регулируя продовольственный рынок?*



*Можно было дать не более трех ответов.

ИНТЕРНЕТ «Яндекс» запустил платформу для авторского контента

«Дзен» и искусство ухода за пользователем

ИРИНА ЛИ

«Яндекс» пытается привлечь авторов в свой проект «Дзен». Теперь они смогут заводить там собственные каналы. Компания объявила, что на спонсорскую поддержку создателей популярного контента потратит за год \$1 млн.

«Яндекс», одна из крупнейших российских интернет-компаний, объявила о новой возможности своего сервиса персональных рекомендаций «Дзен» — теперь авторы смогут напрямую размещать там свои материалы. Об этом рассказал медиадиректор «Яндекс.Дзен» Даниил Трабун на конференции Yet Another Conference.

Как уточняется в описании проекта, для создания и дистрибуции контента в «Дзен» необходимо авторизоваться на платформе и завести свой канал. Материалы для него можно создавать непосредственно в редакторе «Дзена», а можно настроить канал на републикацию материалов с необходимого сайта. Для размещения мультимедийного контента «Яндекс» запустил новый формат

«Нарратив». Это последовательность экранов (до десяти), на которых могут быть размещены фото, гифки, видео, текст и т.п.

Как утверждают представители компании, новая возможность ориентирована на бренды и издателей, но пока, согласно описанию на сайте, заводить каналы могут лишь физические лица. При этом пользовательское соглашение с «Яндекс.Дзен» содержит многочисленные ограничения на публикуемую информацию; кроме того, компания оговаривает свое право не размещать или удалять уже опубликованную любую информацию «по своему усмотрению».

По словам Трабуна, лучшие авторы, публикующие уникальный и популярный контент, будут продвигаться в сервисе и смогут рассчитывать на финансовую поддержку компании. Общий бюджет спонсорской программы на год — \$1 млн.

Сейчас «Яндекс.Дзен», представленный в июне 2016 года как часть «Яндекс.Браузер», составляет для каждого пользователя персонализированную подборку новостей, постов из блогов и иных публикаций, которая формирует-

ся с учетом истории посещенных страниц и указанных предпочтений с использованием технологий искусственного интеллекта. Сервис интегрирован в мобильное приложение и главную страницу поисковика. По данным компании, дневная аудитория «Дзена» в России — 6 млн человек, среднее время использования — 20 минут в день. На конференции компании руководитель сервиса Виктор Ламбург заявил, что по количеству переходов на сайты «Дзен» обошел все социальные сети.

Объем инвестиций в этот проект компания не раскрывает.

Больше контента

«Вряд ли новый сервис можно считать конкурентом Facebook или «ВКонтакте», — говорит Антон Гуменский, старший преподаватель кафедры новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики МГУ. При этом он отметил, что уникальный контент является одним из важнейших преимуществ на медиарынке.

Технологические компании уже давно пытаются вовлечь в

свои проекты издателей и блогеров. Facebook в 2015 году запустил услугу Instant Articles, которая позволяет ускорить загрузку статей и постов от The New York Times, NBC News, BuzzFeed и других медиапартнеров. Похожий сервис есть у Google — Accelerated Mobile Pages. В этом году мессенджер Telegram, основанный российским предпринимателем Павлом Дуровым, запустил платформу Telegraph, особенностью которой является мгновенная загрузка опубликованных постов.

По мнению Гуменского, для «Яндекса» новый сервис представляет собой еще один способ «продать рекламодателям дополнительную аудиторию». В первом квартале 2017 года доходы Yandex.N.V., головной компании российского «Яндекса», от рекламы составили 19,5 млрд руб., или 94% выручки. По сравнению с первым кварталом 2016 года этот показатель вырос на 23%.

Главный вопрос в том, сможет ли «Яндекс» привлечь аудиторию на новый проект, и пока это не очевидно, говорит эксперт.

Концентрация на собственной платформе большого количества

уникального контента — стратегия, рассчитанная скорее на удержание и развитие аудитории, повышение лояльности, чем на ее рост, полагает Александр Сафронов, директор по стратегическому планированию ADV Digital. «Логично, что чем больше уникального контента будет доступно в системе, тем лучше она сможет соответствовать требованиям пользователей», — рассуждает он.

Однако, по его словам, есть риск, что сервис не наберет необходимого количества производителей контента. «Сегодня выбор платформ для публикации велик, и «Яндексу» предстоит вложить много сил в то, чтобы привлечь авторов, бренды и издательства к систематической работе», — подытожил Сафронов.

Как пояснил Сафронов, деятельность «Яндекс.Дзен», как и LiveJournal, регулируется федеральным законом «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», который возлагает ответственность за размещаемый контент на его авторов, а не на площадку распространения. ▀

СЕРВИС МТС объявила о новых возможностях «Кошелек»

Расплата придет по телефону

АННА ВОВНЯКОВА

МТС расширила возможности своего сервиса «МТС Кошелек». Его пользователи смогут расплачиваться за товары и услуги, просто называя свой номер телефона. Эксперты сомневаются в том, что этот способ платежа будет популярен.

Мобильный оператор МТС, входящий в российскую «большую тройку», расширит возможности своего платежного сервиса «Кошелек МТС Деньги». С его помощью можно будет не только пополнять банковскую карту, платить за связь, ЖКХ и другие стандартные для электронных кошельков услуги, но и расплачиваться в розничной торговле. Об этом объявил директор департамента маркетинга финансовых услуг Андрей Макаров на пресс-конференции 30 мая.

Для оплаты покупателю нужно будет назвать свой номер мобильного телефона, а затем подтвердить платеж через СМС или USSD-уведомление. Также будут доступны оплата с помощью QR-кода, который необходимо будет открыть в приложении и дать просканировать продавцу, и бесконтактный платеж, если аппарат поддерживает технологию NFC (для оплаты необходимо поднести смартфон к считывающему устройству). Деньги могут списываться с привязанных к сервису банковских карт, абонентского лицевого счета или непосредственно с виртуального кошелька «МТС Деньги». Максимальный размер разовой транзакции через сервис — 60 тыс. руб., дневной лимит на операции — 200 тыс. руб.

Технология уже заработала в универсаме «Цветной» в Москве и собственной рознице МТС (5,7 тыс. салонов по стране), а также в сервисе продажи билетов в столичные кинотеатры «Киноход». Кроме того, принципиальная договоренность об использовании технологии достигнута с сетью «Бургер



Иллюстрация: studiotok/Depositphotos

Кинг», Даниловским рынком, онлайн-ритейлером Wildberries, онлайн-кинотеатрами ОККО и Megogo.

До конца года все три способа оплаты станут доступны пользователям сервиса по всей России через ритейлеров-партнеров, пообещал представитель компании. В их терминалы — на кассах кафе, магазинов, в такси, в интернет-магазинах — будет добавлена платежная кнопка «МТС Деньги». По словам представителя МТС, также идут переговоры с крупнейшими продуктовыми и ресторанными сетями и ритейлерами бытовой электрони-

ки, с интернет-площадками Ozon.ru и AliExpress.ru.

Новые ниши

Сервис «Кошелек МТС Деньги» был запущен в феврале этого года. Он позволяет связать счет абонента с любыми банковскими картами. На данный момент у сервиса 40 тыс. пользователей, рассказал представитель МТС. При этом абонентская база МТС в России составляла 79 млн клиентов согласно отчетности за первый квартал 2017 года.

До 2020 года МТС планирует инвестировать в сервис 600 млн

руб. Вернуть их компания планирует, взимая комиссию с партнеров и синергии с сотовым бизнесом. Средний размер комиссии для торговой точки при приеме оплаты через «Кошелек» в онлайн-составит от 2,3 до 2,8%, при оплате на кассах — от 1,4 до 1,6%. Часть этой суммы получает осуществляющий эквайринг банк.

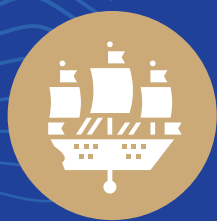
Исполнительный директор компании «Мобильные платежи» Андрей Баратынский считает, что у новых предложений МТС есть несколько недостатков. В частности, на кассе необходимо устанавливать специальные терминалы, а

клиенты не всегда могут оказаться готовы называть свой номер телефона в присутствии посторонних. «Лучше было бы дать возможность человеку самому ввести свой номер телефона, а потом подтвердить кодом, — рассуждает он. — Еще один недостаток в решении МТС — ожидание СМС на кассе. Это задерживает очередь и замедляет обслуживание».

Однако бесконтактные платежи Баратынский называет перспективным направлением. «Операторы насытились услугами связи. Любое расширение сферы деятельности для них выгодно. Бесконтактные платежи только начали развиваться, через два-три года их доля [в общем объеме платежей] достигнет 15–20%», — отметил он.

По данным исследовательской компании Mediascope, опубликованным в мае 2017 года, системами бесконтактных платежей Apple Pay и Samsung Pay в России пользовались 8,6% респондентов. С их помощью россияне платили в интернет-магазинах за доставку еды, ЖКУ, сотовую связь.

Директор по продуктам «Яндекс.Деньги» Алла Савченко заявила РБК, что это исследование подтверждает: безналичные платежи с каждым годом становятся все популярнее у россиян. Сейчас среди самых распространенных способов онлайн-оплаты пользователи называют «Сбербанк.Онлайн», банковские карты и электронные кошельки «Яндекс.Деньги». Росту безналичной оплаты способствует повсеместное развитие инфраструктуры платежных сервисов и терминалов приема оплаты, увеличение количества онлайн-ритейлеров и совершенствование сервисов доставки, говорит представитель компании. Поэтому логично, что платежные системы, банки и смежные бизнесы ищут новые способы монетизации. При этом любому методу оплаты предстоит пройти большой путь от нишевого решения до популярного и привычного людям, заключила Савченко. ■



ПМЭФ'17
ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

1–3 ИЮНЯ

FORUMSPB.COM

Реклама 6+

Генеральный
партнер



Генеральный
партнер



Генеральный
партнер



Генеральный
партнер



Генеральный
спонсор



Стратегический
партнер



Официальный
автомобиль Форума



Официальный
авиаперевозчик
Форума



ПАО Сбербанк; Банк ВТБ (ПАО)

ОПЕРАТОР ПЕТЕРБУРГСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФОРУМА:

РОСКОНГРЕСС

АКТИВЫ Эксперты Credit Suisse представили идеи для инвестиций

Пятерка для нового поколения

АНДРЕЙ ПИСАРЕВ,
АЛЕКСАНДРА КИРАКАСЯНЦ

Эксперты Credit Suisse выделили пять инвестиционных «супертрендов», которые должны стать определяющими для инвесторов в ближайшие годы. На основе исследования РБК отобраны самые перспективные бумаги для покупки.

Инвестиционный банк Credit Suisse выпустил исследование, в котором эксперты выделили несколько долгосрочных трендов — социальных, демографических и технологических, которые в ближайшие годы будут особенно перспективными.

Как отмечает руководитель департамента инвестиционной стратегии Credit Suisse Наннетт Хехлер-Файдхербе, миллениалы составляют сегодня около половины мирового населения. К этой группе Credit Suisse относит людей моложе 30 лет. Если верить экспертам, сегодня миллениал не спешит съезжать из дома своих родителей и зарабатывает меньше предыдущего поколения, что, впрочем, не мешает ему думать, например, об экологии. По мнению Credit Suisse, благодаря заботе миллениалов о планете могут выиграть компании из сектора альтернативной энергетики, включая производителей электромобилей. Кроме того, прибыльными будут бренды популярных среди них интернет-продуктов, например социальных сетей.

Какие еще отрасли станут перспективными для инвестирования?

Инвестиции будущего

К 2050 году количество пожилых людей в мире вырастет до 2 млрд человек, говорится в исследовании Credit Suisse. Это положительно повлияет на производителей потребительских товаров для пожилых людей и компании, которые занимаются открытием домов престарелых. Также это

поддержит бизнес в области здравоохранения и финансовых услуг, управляющие компании и финансовых советников.

Авторы исследования обращают внимание и на то, что после кризиса 2008 года средний класс в западных странах стал отдавать предпочтение политикам, развивающим бизнес внутри страны. Таким образом, экономическая политика в ближайшие годы будет нацелена на поддержку национальной экономики. Выиграть от этого могут компании, которые будут создавать новые рабочие места, например авиастроители и автопроизводители. Прибыль также будет расти у компаний из сектора обороны и безопасности, в том числе производителей антивирусов.

В хорошем положении, по прогнозу экспертов, окажутся компании — «национальные лидеры». К ним аналитики инвестбанка причисляют крупные бренды, производящие известные во всем мире потребительские товары. Продукцию таких компаний будет покупать, даже если протекционистская политика приведет к росту цен, уверены в банке.

Развитие транспортной и водной инфраструктуры, а также строительство доступного жилья — один из способов поддержки национальной экономики. Поэтому государства уже вкладываются в инфраструктуру. Однако для инвесторов более интересными будут акции застройщиков и энергетических компаний, поскольку в их цену еще не заложены ожидания будущей прибыли, отмечают в Credit Suisse. Потенциально доходными будут акции производителей стройматериалов и оборудования, а также металлургические компании.

Вопреки страхам о новой индустриальной революции и замене людской рабочей силы машинами технологии также оборачиваются дополнительными преимуществами для человека. Главные победители технологического прогресса — компании из сектора кибербезопасности, пионеры работы

с большими данными и интернет-вещей, а также интернет-компания, считают в Credit Suisse.

Какие бумаги покупать?

Опрошенные РБК эксперты почти единогласно одобрили список «супертрендов» Credit Suisse. Среди перспективных и имеющих потенциал роста начальник департамента торговых операций ИК «Фридом Финанс» Игорь Ключнев отметил акции Snapchat, Facebook и Apple. Руководитель аналитической службы Санкт-Петербургской биржи Павел Пахомов выделил компании, разделяющие ценности поколения миллениалов. Так, по его мнению, наиболее перспективными сейчас являются бумаги

но сильный — ее преимущество в том, что она может легко перестраивать свой бизнес». Пахомов напоминает, что акции Nvidia выросли на 300% в 2016 году и на 40% в мае 2017 года. Также аналитик советует обращать внимание на компании, работающие в области трансляции видео. Например, Netflix.

Генеральный директор института биржевой торговли АЛОР Алексей Антонов считает, что старение населения даст импульс к развитию биотехнологических и фармацевтических компаний. Антонов советует присматриваться к таким компаниям, как Pfizer, Merck и Novartis. А Игорь Ключнев отмечает перспективность рынка биотеха. «В частности,

Свой совет он мотивирует тем, что подобные индексы растут быстрее индексов широкого рынка, а выборка компаний постоянно меняется.

Ключнев советует подбирать инструменты, ориентируясь на готовность к риску. Например, консервативным инвесторам он рекомендует выбирать ETF. «Его цена зависит от портфеля акций, и если одна бумага будет дешеветь, но в целом по отрасли тренд будет положительным, то ETF вырастет», — объясняет он.

Вкладываться в отдельные компании — потенциально более доходная, но и более рискованная стратегия. Можно также самостоятельно составить портфель, но здесь тоже есть риски,

Начальник управления по работе с состоятельными

клиентами «ЦЕРИХ Кэпитал Менеджмент» Андрей Хохрин

считает, что самым простым и надежным путем будет покупка

индексных акций, желательно из индексов голубых фишек

компании First Solar, крупной компании в секторе солнечной энергетики. С начала года их бумаги выросли на 18,4%, до \$39,46. Также эксперт советует обратить внимание на крупного игрока нефтяного сектора Chevron Corporation, который работает на перспективу в области зеленой энергетики. Однако пока хорошие перспективы не сыграли акциям на руку — с начала года их цена упала на 13,4%, до \$103,88.

Компании — фавориты миллениалов часто связаны с технологическим сектором. Почти все опрошенные РБК эксперты единогласно выделили в этом секторе компанию Nvidia. «Это одна из самых интересных компаний на рынке, — рассказывает Игорь Ключнев. — В последнее время она показывала бурный рост, и потенциал ее акций все еще достаточ-

ETF на акции биотехнологических компаний SPDR S&P Biotech с марта 2009 года вырос более чем на 350%, в то время как индекс S&P 500 за то же время прибавил 250%», — рассказывает Ключнев.

Как инвестировать?

Начальник управления по работе с состоятельными клиентами «ЦЕРИХ Кэпитал Менеджмент» Андрей Хохрин считает, что самым простым и надежным путем будет покупка индексных акций, желательно из индексов голубых фишек. «На каждом рынке — американском, китайском или российском — есть фондовые индексы, отображающие динамику акций с наибольшей ликвидностью и, как правило, капитализацией, говорит эксперт. — Купите акции в соответствии с таким индексом».

отмечает Ключнев. К примеру, инвестор может не угадать с лидером и купить не самые перспективные акции.

Исполнительный директор УК «Финэкс Плюс» Владимир Крейнделль настроен более критично по отношению к прогнозам Credit Suisse. Финансист считает, что если эти «супертренды» существуют, то они, скорее всего, уже отражены в ценах, а значит, другие акции имеют сравнительно большую ожидаемую доходность. «Ставка на конкретный сектор — элемент активного управления, которое по-хорошему требует значительных усилий на сбор и анализ информации, — рассказывает Крейнделль. — Я традиционно рекомендую не играть с «секторальными» идеями, а придерживаться стратегии вложений в широкие индексы». ■

#SUV #2017

16+

STARTUP VILLAGE

6-7 ИЮНЯ 2017
ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР
«СКОЛКОВО»

РЕКЛАМА

Как заработать на конструкторе маркетинговых акций

Шаблонная лояльность

ДАРЬЯ ЛУГАНСКАЯ

Компания SailPlay первая в России сделала конструктор для создателей программ лояльности и маркетинговых акций. Однако развивать бизнес ее основатели решили в США, хотя конкуренция там выше, а средний чек пока ниже.

Выпускники мехмата МГУ Яков Филиппенко и Леонид Шангин гордятся тем, что нашли средство от головной боли маркетологов — необходимости привлекать программистов к разработке новых акций или программ лояльности, что во многих случаях катастрофически замедляет процесс их введения.

Предприниматели придумали, как обойтись без них, используя программную платформу со стандартными элементами. С помощью конструктора SailPlay Loyalty маркетологи могут формировать новые программы лояльности, выбирая готовые блоки, например для накопления бонусов или получения скидки, или акций типа «купи две футболки, получи третью в подарок».

SailPlay подписала контракты с такими брендами, как ретейлер одежды SELA и сеть пиццерий «Папа Джонс», и привлекла первые инвестиции. Однако после кризиса 2012 года и событий 2014-го перспективы развития оказались туманными. «Многие ретейлеры ушли с российского рынка. Все западные венчурные фонды перестали инвестировать в Россию. Я сейчас не знаю ни одного нормального стартапа, который работал бы только на российском рынке и при этом привлекал финансирование», — уверяет гендиректор SailPlay Шангин.

В SailPlay выход увидели в том, чтобы открыть офис в США. Именно благодаря этому решению, реализованному в начале 2016 года, компании удалось вырасти и получить доступ к новым инвестициям, говорят партнеры. Выручка по итогам 2016 года увеличилась почти в три раза и, по расчетам РБК, достигла \$2,7 млн. С прибылью



Сооснователи компании SailPlay Леонид Шангин (слева) и Яков Филиппенко избавили маркетологов от необходимости привлекать программистов к разработке новых акций или программ лояльности. В конструкторе SailPlay Loyalty можно выбрать готовые блоки, например для накопления бонусов или получения скидки, или акций типа «купи две футболки, получи третью в подарок»

сложнее. «Мы на точке безубыточности в России, но много инвестируем в развитие в США», — говорит Шангин. В ближайшие два-три месяца SailPlay, по словам основателей, закроет новый раунд инвестиций на \$4–5 млн от американских и российских инвесторов.

«Начитался TechCrunch»

В 2011 году, окончив мехмат, Леонид Шангин пошел проторенной дорожкой выпускников всемирно

известных вузов — устроился в McKinsey, одну из крупнейших в мире консалтинговых фирм. Но быстро разочаровался: всю жизнь карабкаться по корпоративной лестнице он не планировал. «Я начитался TechCrunch, Business Insider и понял, что хочу стать интернет-предпринимателем», — вспоминает Шангин. Проведя в McKinsey всего девять месяцев, он перешел в только что появившийся на рынке онлайн-маркетплейс Lamoda, чтобы получить опыт

работы в быстрорастущем стартапе. В Lamoda Шангин взялся за оптимизацию логистики и других процессов в качестве заместителя операционного директора.

Однокурсник Шангина по мехмату Яков Филиппенко к тому моменту успел поработать менеджером проекта в «Яндексе» и стал техническим директором сервиса для изучения языков LinguaLeo. Он тоже думал о собственном бизнесе, так что однокурсники решили придумать идею вместе. Мысль

о платформе для маркетологов пришла не сразу. Сначала они хотели сделать сервис для поиска и подбора бытовых и бизнес-задач частных исполнителей — аналог американского Task Rabbit. Но оказалось, что в России эту нишу уже активно осваивает сервис YouDo, и идея отправилась в корзину.

Находясь внутри индустрии электронной коммерции, Шангин заметил, что актуальные маркетинговые акции часто тормозят IT-департамент: у программистов всегда множество других задач. Филиппенко тоже заметил эту проблему: «Когда отделу маркетинга нужно запустить акцию, приходится идти в IT-отдел. Разработка занимает три-четыре месяца. Бывает, что после этого времени она уже никому не нужна».

Партнеры поняли, что нашли проблему, теперь нужно было предложить инструмент для маркетологов, который позволял бы им быстро запускать маркетинговые кампании.

В конце 2012 года стартаперы ушли с постоянной работы, чтобы с головой отдаться своему проекту, который они назвали SailPlay. Первая версия лишь отдаленно напоминала сегодняшнюю. Предприниматели ставили рядом с кассами планшеты — на них покупате-

Гиганты и Самоделкины

На рынке платформ для маркетинговых акций изначально главными игроками были IT-гиганты — Oracle, IBM, Adobe и др. Их услуги могут себе позволить только крупные клиенты. «Внедрение решений от больших IT-вендоров происходит долго и дорого. Полгода уходит только на интеграцию, а предоплата достигает \$1 млн», — говорит Яков Фи-

липпенко. Неудивительно, что многие предприниматели предпочитают разрабатывать такие решения самостоятельно, но далеко не у всех есть для этого штат программистов. Именно таким компаниям предложили свои решения стартапы SailPlay, MindBox и Monzapa в России и SweetProof, Loyal Tree, Stellar

Loyaltry в США. И спрос не обманул ожиданий. «У e-commerce сейчас есть проблема не столько с запуском программ лояльности, сколько в принципе с тем, что всем нужно снижать издержки. Маржинальность в торговле падает, за рост приходится платить все большую цену, а ресурсы разработки у всех крайне ограничены, —

говорит бывший директор по развитию «Яндекс.Маркет» Александр Феоктистов. — Получается, что на одной чаше весов — необходимость внедрять программы лояльности, персонализацию на сайте, автоматизацию маркетинга, а на другой — отсутствие ресурсов, знаний в этой области и негарантированный результат».

Логичный выход — использовать наработки молодых IT-компаний. По расчетам SailPlay, объем мирового рынка платформ для программ лояльности достигает \$4,5 млрд, и половина его приходится на США. Объем рынка в России — около \$200 млн.

ли должны были вводить номера своих телефонов, чтобы принять участие в программе лояльности. Затем кассир должен был вручную вбить на планшете сумму с чека. «Люди делали это неохотно: им не нравится любое дополнительное действие, да и у продавцов не было мотивации», — признается Шангин.

Тем не менее у SailPlay появился первый клиент — сеть пиццерий «Папа Джонс». Его нашли всего за неделю в LinkedIn в результате массовой рассылки писем компаниям, которых идея стартапа могла заинтересовать. «Папа Джонс» остается клиентом SailPlay и сейчас, хотя пилотный проект с планшетами был unsuccessful: только 2–3% покупателей подключились к программе лояльности (средний показатель по отрасли — 20%).

Сначала Россия

Предприниматели поняли, что им нужно получать больше информации о покупках и покупателях, а для этого нужна интеграция с кассовыми терминалами. С деньгами на развитие проблем не возникло: в марте 2013 года фонд Altair вложил в SailPlay \$220 тыс., а в 2014 году инвестировал фонд Flint Capital. Позже в стартап вложился президент холдинга «Папа Джонс» в России и СНГ Кристофер

на нужную аудиторию. В Sender можно также выстраивать цепочки событий, задавая, что должно произойти, если пользователь сделал то или иное действие. «Мы поняли, что программа лояльности работает хорошо, если люди знают, что она существует. И для этого их нужно информировать, в том числе через СМС и e-mail», — рассказывает Шангин.

В дополнение SailPlay стала предлагать аналитику и CRM-систему — систему управления отношениями с клиентами. Еще одна программа SailPlay, Gamification, — это конструктор игровых механик, например для накопления бонусных баллов в рамках программы лояльности или специальных акций.

Обычно клиенты приобретают все продукты одним пакетом. Интеграция на старте стоит \$3–15 тыс., ежемесячная подписка — \$1–15 тыс. Некоторые клиенты перешли на SailPlay, отказавшись от собственных разработок. Пресс-секретарь SELA Юлия Зефирова рассказала РБК, что использование SailPlay позволило компании сэкономить в разы по сравнению с предыдущими расходами на автоматизацию маркетинга. Онлайн-кинотеатр Tvzavr, по словам его гендиректора Марины Сурыгиной, начал работать с SailPlay три года назад: «Команда SailPlay по-

Обычно клиенты приобретают все продукты одним пакетом. Интеграция на старте стоит \$3–15 тыс., ежемесячная подписка — \$1–15 тыс. Некоторые клиенты перешли на SailPlay, отказавшись от собственных разработок

Уинн. По данным Crunchbase, совокупный объем инвестиций в проект составляет \$1,5 млн.

Сейчас платформа SailPlay мало напоминает эксперименты с планшетами. Ключевым продуктом в линейке стала SailPlay Loyalty с готовыми программами лояльности. Затем запустили SailPlay Sender — инструмент для массовых рассылок, которые можно настраивать

могла нам увеличить возвращаемость пользователей, количество переходов с e-mail, а также поднимать лояльность к бренду». Руководитель департамента CRM «Иль де Ботэ — Sephora Russia» Елена Шемагонова рассказала РБК, что без SailPlay компания не смогла бы запустить свою программу лояльности: «Пул ручных операций был бы настолько велик и потребовал бы

Взгляд со стороны

«Для крупного бизнеса это не всегда удобно»

Алексей Авдей,
директор по продукту
сервиса для поиска
жилья ЦИАН

«У решений вроде SailPlay ограничен круг потребителей: для совсем маленьких компаний это невыгодно, а для крупного бизнеса не всегда удобно. На таких платформах, как правило, нельзя создать и настроить ин-

струменты под себя, у них нет специализации по отраслям. При этом нужно передавать базу клиентов, а это может стать препятствием для тех, кто не может отдавать данные по причине безопасности, например банков. По опыту ЦИАН могу сказать, что без автоматизации в маркетинге никак — приходится сталкиваться с большим количеством разнообразных задач. Во-первых, нужно по-

нять, какие данные, откуда и как собираем. Во-вторых, настроить сегментацию клиентов, разработать шаблоны писем/СМС. В-третьих, провести интеграцию со сторонними системами коммуникаций (СМС/Viber-шлюзы, сервисы почтовых рассылок). В-четвертых, важно наладить процесс постоянного А/В-тестирования различных идей. Кроме того, в зависимости от потребностей бизнеса

нужно разработать систему поощрения (промокоды, бонусы, скидки). Наличие системы «все в одном» помогает запустить пилот быстро и проверить гипотезы, поэтому мы в компании, перед тем как договориться о самостоятельной разработке нового продукта, ищем возможность использовать стороннее решение. Как правило, это быстрее и дешевле».

столько ресурсов от IT до аналитиков, что целесообразность запуска программы можно было бы сразу поставить под сомнение».

По итогам 2015 года выручка компании достигла \$1 млн. Но в то же время стало понятно, что потолок близок. Партнеры решили, что пора попробовать силы на глобальном рынке.

Трудности переезда

В 2016 году предприниматели взяли билеты до одного из самых дорогих городов мира — Нью-Йорка. Сегодня Шангин признается, что выходить на рынок США именно из Нью-Йорка было вовсе не обязательно. «В России 95% бизнеса в Москве, мы почти со всеми здесь встречаемся. Мы думали, то же самое будет в США», — рассказывает Шангин. Но в итоге клиенты SailPlay разбросаны по всей стране, хотя 15–20% дислоцируются в Нью-Йорке — оказалось, что в США продажи успешно ведутся через видеосвязь. Из американского офиса SailPlay выходит и на другие рынки — в Японию, Сингапур и Мексику.

Были и другие заблуждения. Так, перед приездом в Нью-Йорк предприниматели сняли квартиру через на Airbnb на неделю — считали, что этого времени вполне хватит, чтобы найти постоянное жилье, но не тут-то было. Оказалось, что шансы арендовать что-либо

приличное с туристической визой и без кредитной истории малы. К тому же у Шангина была собака. В итоге поиски продлились месяц — стартаперы перемещались с одной снятой на Airbnb квартиры в другую. Им повезло, что Кристофер Уинн был американцем и согласился выступить поручителем. Постепенно предприниматели оформили бизнес-визы и переездили семьи.

Кроме того, оказалось, что сами они эффективно продавать в США не смогут, а для компаний, работающих в b2b-сегменте, отдел продаж — один из ключевых. «Все продается на звонках и всегда через длительное общение», — объясняет Шангин. А для того чтобы его выстроить, сейлз SailPlay, что удивляет Шангина, «сначала 40 минут говорят про бейсбол и родной штат бабушки и лишь потом про дела».

Российский офис по-прежнему занимается разработкой SailPlay. Иногда это беспокоит зарубежных клиентов: они боятся, что данные будут храниться в России. SailPlay в таких случаях объясняет, что данные россиян хранятся в России согласно закону о локализации персональных данных, а остальных клиентов — в облаках от Amazon и других компаний.

Запуск бизнеса в Нью-Йорке обошелся в \$500 тыс. По мнению Шангина, стартовать с меньшей суммой в деловой столице США

бессмысленно. Деньги ушли на аренду места в коворкинге и зарплаты, а также сопутствующие расходы. В нью-йоркском офисе компании сейчас работают семь человек. Все они — сотрудники отдела продаж либо аккаунт-менеджеры. Зарплаты варьируются от \$62 тыс. в год для новичков без опыта работы до \$140 тыс.

Пока стартаперы не могут похвастаться контрактами с крупными брендами. «Мы начали с маленьких клиентов (сети из 10–20 магазинов) и демпингуем, поэтому средний чек пока меньше, чем в России, а названия клиентов не очень узнаваемы. Среди них есть, например, дистрибьютор мотоциклов Harley Davidson, сеть магазинов медицинской марихуаны и группа небольших отелей», — рассказывает Шангин. Средний чек в США, по его словам, на 20% меньше, чем в России, а всего клиентов около 30.

Несмотря на дороговизну и бытовые проблемы, о заокеанских инвестициях предприниматели не жалеют. Стартаперы утверждают, что сейчас закрывают инвестиционный раунд примерно на \$4 млн, которые пойдут на международную экспансию. SailPlay собирается усилить продажи в США, а также в Европе и Азии и увеличить штат компании в два раза. Даже нишевое b2b-решение можно превратить в большой бизнес, если продавать его по всему миру. ■

А Альфа-Банк
ПРЕДСТАВЛЯЕТ

7.8.9 ИЮЛЯ
НИЖНИЙ
НОВГОРОД

ФЕСТИВАЛЬ СОВРЕМЕННОЙ МУЗЫКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

АО «АЛЬФА-БАНК», ГЕН. ЛИЦЕНЗИЯ ЦБ РФ № 1326 ОТ 16.01.2015 Г.
ООО «АЛЬФА ФЬУЧЕ ПИПЛ», ЮР. АДРЕС: Г. МОСКВА, ПР. АНДРОПОВА 18, СТР. 3. ОГРН: 5147746464510.

18+ РЕКЛАМА

ALFA FUTURE PEOPLE
АФП

БИЛЕТЫ: AFP.RU



BENTLEY



Самый быстрый внедорожник в мире.

Bentley Bentayga.

Разгон до 100 км/ч за 4,1 сек. Мощность 608 л.с. Максимальная скорость 301 км/ч.

Представляем Вам выдающийся автомобиль. Испытайте Bentley Bentayga у официальных дилеров Bentley Россия www.russia.bentleymotors.com #Bentayga

BENTLEY МОСКВА

Третьяковский проезд 1/4 Барвиха Luxury Village Тел. +7 495 933 33 77

BENTLEY МОСКВА-ВОЛГОГРАДСКИЙ

Волгоградский проспект д.41 Тел. +7 495 232 41 41

BENTLEY САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ул. Гельсингфорсская, д.2А Тел. +7 812 363 30 30

BENTLEY КРАСНОДАР

ул. Крылатая, д. 12 Тел. +7 861 257 00 00

BENTLEY КРАСНОЯРСК

ул. Авиаторов, 4 «Б» Тел. +7 391 205 13 25

Реклама. Название «Bentley» и символ в виде крылатой литеры «B» являются зарегистрированными товарными знаками. © 2017 Bentley Motors Limited. Bentayga - Бентэйга. Bentley Bentayga является самым быстрым серийным внедорожником в мире по максимальной скорости. Указанная максимальная скорость 301 км/ч достигается при снятии ограничителя скорости и установке шин с соответствующим индексом скорости за дополнительную плату.