



УЧЕБНАЯ ГАЗЕТА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ
ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ СПбГУ
54-Й ГОД ИЗДАНИЯ
№10 ОТ 19 НОЯБРЯ 2014
7 ГРУППА 1 КУРСА

ЗНАК КАЧЕСТВА > САНКТ-ПЕТЕРБУРГ > 19 НОЯБРЯ

Засланный казачок

Полночный рейд вывел начистую воду недобросовестных продавцов



● Покупка яда

Фото: Е. Свигерко

Мы договорились встретиться на Пионерской в 19:00, но, как всегда, я опаздываю минут на пятнадцать. Встретились. Их шестеро: парней и девушек – пополам. Внешне – обычная российская молодежь, в джинсах и парках. Словом, ничем не выделяются из толпы. Ну, разве что горящими глазами. Выходим из забитого людьми вестибюля метро на улицу. Над землей висит густой серый туман, и асфальт сплошь покрыт тонкой ледяной корочкой.

- Ну что, идем? – с улыбкой спросил старший из них.

- Идем.

И мыдвигаемся в сторону жилых кварталов. Вокруг – одни уставшие лица. Люди, отпахавшие очередной вторник «от звонка до звонка», спешат домой на мягкие диваны. Они тоже устали, замерзли и проголодались, но они идут. Куда? Зачем?

Продолжение смотри на стр.4

Наша редакция покопалась в архивах и нашла самые неординарные случаи в магазине



«Ашан» - страна чудес: в неё вошел и в ней исчез

Накануне 8 марта в гипермаркете «Ашан» таинственным образом пропал 55-летний мужчина. В заявлении о пропаже мужа, петербурженка пояснила: выбирая продукты, они разошлись по разным отделам, и больше своего супруга женщина не видела. Мужчина отсутствовал дома не менее двух суток, на вопросы о своем местонахождении он не смог ответить.



Похороните меня за прилавком

С начала 2014 года в продуктовых гипермаркетах все чаще стали находить бездомных детей. Прячась под прилавками магазина, подростки едят продукцию гастрономов и попросту отогреваются. Поймать бездомных возможно только с помощью камер видеонаблюдения. Напомним, что похожий инцидент произошел в ночь с 28 на 29 января в ТРЦ «Родео Драйв»: в магазине был обнаружен мальчик 7-9 лет, воспитывающийся в интернате.



Мир, дружба, жвачка!

Осенью этого года в магазине на проспекте Ударников в Санкт-Петербурге правоохранительные органы задержали женщину, которая украла 84 пачки жвачки на сумму более 1000 рублей. В отделе полиции подозреваемая не смогла объяснить причину своего поступка. Впоследствии выяснилось, что женщина также подозревается в совершении нескольких аналогичных краж.

Малика Пиджачкевич

Качай!

Шопинг - дело непростое, и помочь нам с этой трудной операцией не в силах ни джин из волшебной лампы, ни сеансы черной магии. Как выяснил британский социологический центр, на походы по магазинам мы тратим почти три года своей жизни. Больше всего времени уходит на покупку одежды (около 100 часов 48 минут в год), а также продуктов питания (94 часа 55 минут в год). Чтобы сэкономить наше время, разработчики различных компаний выпустили полезные приложения, которые помогут покупателям во время похода по магазинам. "Бирка" составила подборку самых нужных программ для шопинга, которые точно сэкономят ваши силы и время.

Wizee Шопинг.

Мобильное приложение, созданное еще в мае 2011 года. Оно дает пользователям доступ к информации, касающейся шопинга, планам торговых центров и сервисам, основанным на геолокации. Wizee Шопинг поможет отыскать банкомат среди платежных терминалов, нужный вам магазин, а также понравившуюся вещь со скидкой. Средняя оценка пользователей 4,5 из 5.



Sizer.

Впервые появилось в апреле 2011 года. Приложение Sizer поможет вам подобрать нужный размер одежды в США, Европе, Великобритании, Японии или России. Достаточно измерить параметры вашего тела или знать один из размеров – программа подскажет остальные. Средняя оценка ользователей 4.5 балла из 5.



Rate&Goods.

Приложение было выпущено в мае 2013 года. Rate&Goods- это глобальная информационная база, где представлены данные от производителя и многочисленные отзывы потребителей. Такой подход позволяет пользователям получать объективную и достоверную информацию о продукте. Кроме того, найти необходимый товар можно не только по его названию, но и по штрих-коду. Средняя оценка пользователей – 5 из 5.



Be-in Одежда.

Гид по магазинам Москвы, Петербурга и других крупнейших городов России. Приложение было создано 13 сентября 2011 года. Здесь представлена вся информация о товаре, ценах, текущих скидках. Be-in Одежда позволяет увидеть все магазины в радиусе трех километров, проследить последние новости индустрии моды, просмотреть обзоры и любопытные сюжеты, фотосессии модных марок. Средняя оценка пользователей – 4,8 из 5.



Яна Юбочкина

Моно? Значит НУЖНО!

Мономагазин- явление, порожденное современным обществом. Находясь в погоне за неординарностью и большими деньгами, новый предприниматель сколачивает свой капитал на людском желании «быть не таким, как все». Итак, для Вас мы выбрали самые неординарные мономагазины Санкт-Петербурга, чья продукция выходит под девизом «**MUST HAVE!**»!

ГЛАВНОЕ, ЧТОБ ПОПУ ПРИКРЫВАЛО

МАМИН
СВИТЕР

Мамин Свитер

«Главное, чтоб попу прикрывало»
Основатель: Наталья Кузнецова
Время работы: 14 месяцев
Ассортимент: вязаные свитера
Ценовой диапазон: от 3000 до 10 000
Как связаться: vk.com/svittersoleniamy

У
Р
Ч
Е

Pimp your eyes
«Первая концептуальная оптика России с душевной атмосферой и крутыми очками»
Основатель: Николай Харай
Время работы: 5 лет
Ассортимент: Очки, созданные из необычных материалов и в разнообразных формах
Ценовой диапазон: от 1500 до 10 000
Как связаться: vk.com/eyewear ; pimpyoureyes.ru/

Dream team

В доме №20 по Московскому проспекту притаился настоящий рай для поклонников кино, сериалов и игр, мечтающих заполучить себе частичку этого волшебного вымышленного мира.

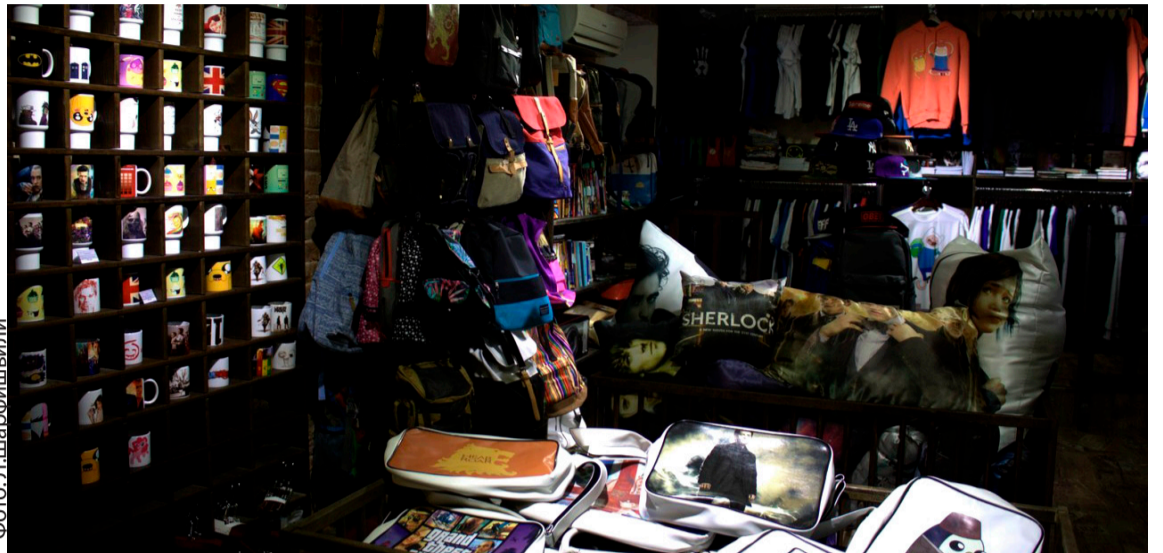


Фото: Л. Шарфишвили

● Шопинг с героями сериала

Магазин молодежных увлечений «Hungry Bags» вот уже два года радует своих покупателей богатым ассортиментом атрибутики истинного фаната. Тут можно найти все, что угодно: от значка до толстовки с изображениями полюбившихся героев комиксов, игр, фильмов и сериалов. За сравнительно небольшой срок существования магазинчик обзавелся армией постоянных покупателей – в группе магазина ВКонтакте более 20 000 подписчиков! «Hungry Bags» – не только розничная торговая точка в Санкт-Петербурге, это и огромный Интернет-магазин, в котором клиент может заказать все, что душе угодно в любую точку России и стран СНГ. Наш корреспондент Лисса Шарфишвили расспросила генерального директора «Hungry Bags» Игоря Виноградова, в чем же уникальность их проекта и на чем основана его идея.

Когда появилась идея основать магазин «Hungry Bags»?

Идея основания магазина товаров молодежных увлечений появилась достаточно давно, несколько лет назад, но, так скажем, материальные преграды и отсутствие времени долгое время не давали возможности реализовать этот проект. У нас рядом еще один магазин «Fast Anime», тоже наш, с него все и начиналось. Естественно, когда набралось достаточно потенциальной энергии для создания нового проекта, он был запущен. Магазин «Hungry Bags» начал работать в 2012 году и потихонечку, постепенно набирал обороты в Интернет-среде, а затем перерос и в рыночное дело.

А что повлияло на выбор тематики проекта? Почему именно фан-атрибутика?

Ну, ведь эти товары сейчас на пике популярности. Основатели проекта долгое время занимались продвижением аниме на территории России: озвучка аниме, создание и выпуск комиксов Манга. Мы понимали, какие тенденции преобладают в молодежной среде, и это понимание послужило толчком к созданию проекта «Hungry Bags». Основное отличие «Hungry Bags» от других магазинов в том, что продукцию придумываем не мы. Оформление всех товаров, которые у нас представлены, придумывают сами покупатели и посетители. На сайте нашего магазина каждый может предложить свой вариант дизайна сумки, толстовки, кружки, а мы только осуществляем реализацию этих идей. У нас нет конвейерного станка, который печатал бы принты на футболках, нет лазерного резака, который делал бы значки. Но если предложений от клиентов не поступает, то производство не останавливается, и наши организации создают товар исходя из потребностей наших покупателей.

И как часто меняется и пополняется ассортимент «Hungry Bags»?

Постоянно. Ассортимент растет, как на дрожжах, потому что интерес к тем же сериалам со временем только крепнет. И я уверен, что так и будет продолжаться еще очень долго. Если только санкции задушат все, или Интернет пропадет, или еще какой-нибудь катаклизм случится – вот тогда, наверное, весь бизнес просядет... Но пока этого не предвидится, верно?

С помощью Интернет-ресурсов существует возможность отправки ваших товаров в любую точку России и стран СНГ. А есть ли у вас в планах расширение бизнеса посредством открытия розничных точек «Hungry Bags» в других городах, кроме Санкт-Петербурга?

Такие планы есть. Планов у нас огромное количество – и по развитию направления «Hungry Bags», и по развитию направления «Fast Anime». Но реалии непростые, поэтому делать заявления, что мы сегодня пообещали, а завтра уже выполнили будет слишком преждевременно. А насчет планов на расширение... Любой магазин располагает ими, а иначе зачем все это нужно?

Лисса Шарфишвили

"Понторезам" вход воспрещен!

"Современные модники хотят быть уникальными. Современные модники хотят носить только эксклюзив. Они никогда не наденут то, что было уже кем-то надето," - наверное, именно поэтому в последние несколько лет в России очень быстро набирают популярность шоу-румы - магазины нового типа. В Европе такие "showrooms" отражают главную суть своего названия: в "комнате для показов" дизайнеры в приватной обстановке демонстрируют новые коллекции байерам (Ред. специалистам по оптовой закупке), чтобы они могли поближе рассмотреть каждую модель и оценить качество товара.

Российские шоу-румы действуют по-другому принципу: это небольшие магазины, где любой покупатель может за демократичную цену найти эксклюзивную вещь, которая представлена всего в нескольких экземплярах. Уникальность для многих покупателей сейчас является едва ли не основополагающей характеристикой товара мечты - вещи, которая покупается и продаётся "с любовью".

Елена Свитерко подробно расспросила директора крупнейшего в Санкт-Петербурге шоу-рума LYUK Юлию Панфёрову и основателя марки Kokosina's bag Александру Косину о том, сложно ли открывать концептуальные магазины в крупном городе и как продвигать свой бизнес на начальных этапах.



Что побудило вас к открытию шоу-рума и с чего начали строить свой бизнес?

Всё начиналось по стандартной схеме: задумка, реализация. Все происходило очень легко: когда бренд только зарождался, в Санкт-Петербурге не было концептуальных магазинов, так что бизнес на первых порах процветал невероятно быстро, многие хотели обзавестись вещью из необычного магазина.

Делать сумки и рюкзаки на продажу я начала потому, что срочно нужна была работа. А придумывать эскизы и шить я всегда очень любила. Решила попробовать - получилось. Сложно было только оттого, что открывала дело самостоятельно, и не было какого-либо стратегического капитала. Но в этом и прелесть такого бизнеса: ты можешь просто купить кусочек кожи и начать работать.

Вкладывали ли вы деньги в рекламу?

В то время особой конкуренции на рынке не было: все, кто хотел одеваться не в масс-маркете, но при этом не мог позволить себе одежду класса "люкс", чтобы хоть чуть-чуть отличаться от своих собратьев, сразу шли за вещами в LYUK. Поэтому реклама осуществлялась собственными силами, мы не обращались в пиар-агентства.

Всё развивалось само собой. В плане раскрутки бренда очень помогли социальные сети: я сразу создала страницу ВКонтакте, здесь же размещала информацию о новых поступлениях. Постепенно начали появляться подписчики: одни наткнулись на страницу в Интернете случайно, другим рассказали знакомые. Так незаметно и набирались покупатели.

Где вы производите закупку товара?

В коллекциях много российский брендов: у нас есть петербургские, московские дизайнеры, а также марки из Новосибирска. Также в шоу-руме представлены азиатские, европейские и американские дизайнеры. То есть товары действительно со всего мира, поэтому и стоимость разная: есть демократичные цены на вещи, которые может позволить себе каждый покупатель, а есть и более дорогие марки.

Мы всё делаем сами. Абсолютно всё. Но закупаем только итальянскую кожу и качественную фурнитуру из-за границы. Я обращаю большое внимание на характеристики закупаемых материалов, т.к. они играют одну из главных ролей в производстве. Поэтому если рюкзак стоит дороже, то он точно соответствует этой цене и прослужит вам долго.

Назовите самую необычную вещь вашего шоу-рума.

Честно говоря, затрудняюсь ответить, потому что каждая вещь уникальна по-своему. О какой бы юбке, сумке или куртке вы меня сейчас ни спросили, я бы рассказала вам что-то особенное. Покупатель должен прийти в шоу-рум и понять, что у него в руках действительно исключительный товар, а не просто тряпка.

Могу назвать самую популярную модель, именно она является наиболее яркой вещью из всего ассортимента. Это маленький городской рюкзак с тонкими ремешками, своеобразная замена обычной сумке. Его любят больше всего, наверное, дело в том, что он совсем недорогой для изделия из натуральной кожи.

В последнее время открывается всё больше и больше шоу-румов. В чём уникальность именно вашего?

У нас неповторимые вещи и бренды, которые практически невозможно найти. В Санкт-Петербурге много шоу-румов, но у них совершенно не тот ассортимент: на каждом шагу открываются магазины, львиную долю которых составляют вещи из Кореи и Китая. Это не уровень качественного концептуального магазина.

Дизайн наших рюкзаков - это и есть уникальность. Я круглосуточно ищу вдохновение, и в какой-то момент приходит "фотография" идеи в голове, я сразу рисую шаблон с размерами и начинаю шить. То есть все происходит без мучений и миллиона опытных образцов - а это очень экономит силы и время.



Рай шопполика

Фото: Е. Свитерко

Как вы думаете, почему людей теперь не устраивает одежда из масс-маркета?

Под этим, я думаю, стоит классическое стремление человека выделяться и быть уникальным. Эта цель лежит в основе таких шоу-румов, где каждая вещь представлена в двух-трёх экземплярах, и шансы встретить знакомого в таких же брюках крайне малы.

Люди хотят выделяться. И у меня, скорее, получаются сумки для независимых людей, а не для «понторезов». На это сейчас обращают пристальное внимание. Каждый человек - индивидуальность, и все пытаются это продемонстрировать.

Елена Свитерко



The Bootleggers
«Мы обувная история Америки»
Основатель: Алексей Ермолаев
Время работы: 7 месяцев
Ассортимент: Обувь известных американских марок
Ценовой диапазон: от 2500 до 10 000
Как связаться: vk.com/the_bootleggers



The Waf. Waf
«Важная часть тебя»
Основатели: 2 брата - Георгий и Алексей Бондаревы
Время работы: 1,5 года
Ассортимент: Деревянные значки
Ценовой диапазон: 300 рублей за значок
Как связаться: vk.com/wafwaf

Нонна Кардиганьян

Засланный казачок

Полночный рейд вывел начистую воду недобросовестных продавцов

Здесь можно было бы употребить какую-нибудь общую фразу про то, какая у нас в России нынче пошла активная и равнодушная молодежь. Но, по совести говоря, кто из нас хотя бы раз сделал замечание курящему в общественном месте? А ребенку, разгуливающему по городу после 22:00 без сопровождения взрослых? Нет? Тогда, может, кто-нибудь сообщил полиции, как стал свидетелем продажи «пивасика» четырнадцатилетнему подростку без паспорта? Элементарные способы продемонстрировать свое равнодушие, но случаи – единичные. Они – как раз этот случай. Почти все – студенты, только самый старший, двадцатидвухлетний Влад, недавно закончил ВУЗ. Кто-то из них – будущий экономист, кто-то – юрист, есть даже фельдшер скорой помощи, а еще – пятнадцатилетняя школьница, которую они ласково именуют наживкой.

Вот, наконец, находим во дворах первый магазин: «Пиво. Вино. Табак» называется. Это все огромными буквами, а ниже (уже мелкими) – «Продукты».

- У кого есть мелочь?

Скидываемся школьнице на банку «Ягуара» с содержанием спирта 7,2%.

- Ну и дорогая же эта дрянь!..

Две девушки заходят в магазин, все остальные остаются ждать на улице. «Наживка» пытается купить у продавщицы один «Ягуар». Маленький. Другая без палева снимает происходящее на камеру мобильного телефона. Кассирша требует паспорт, или пусть родители покупают.

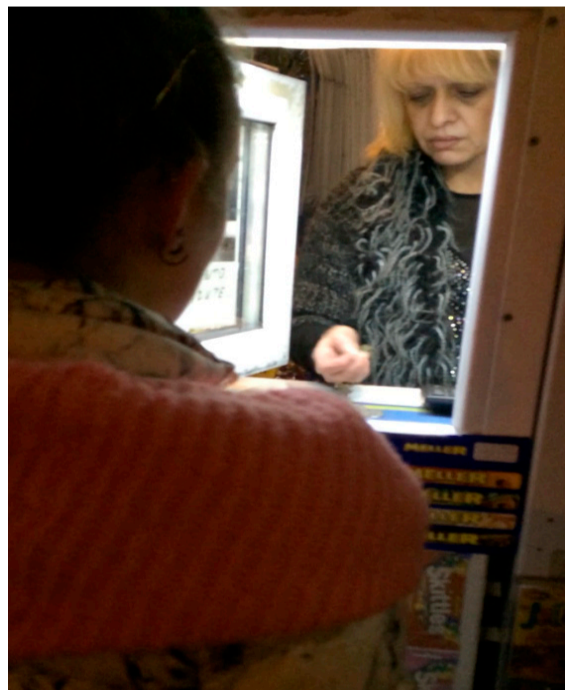
- Что, не продали? Молодцы, блин, - говорит один, когда девушки с пустыми руками выходят из магазина.

- Наверное, пропалили уже, ну, или грамотными стали, - добавляет кто-то, и все смеются.

Идем в следующий магазин с банальным и знакомым названием «Продукты 24». Этот расположен в подвале многоэтажного жилого дома. Контрольная закупка повторяется, и снова – «неудача».

- Не продали. Сказали, что права не имеют.

Та же ситуация – с третьим магазином.



● Ловля на живца

Даже я в этот момент испытываю двоякие чувства: гордость от той мысли, что в нашей горемычной стране наконец стали соблюдаться законы, но одновременно и некоторое разочарование от зря потраченного времени.



● Отчет о проделанной работе

Решаем выдвигаться в сторону метро. Снова через дворы. Вдруг на проспекте Королева на глаза попадает маленький и неказистый, можно даже сказать убогий ларек. Схема действий та же. На этот раз «наживка» возвращается с банкой. Они приободрились.

Снимаем на видео возвращение школьницы с «Ягуаром» в руках и начинаем просматривать «скрытую» видеозапись. Продажа алкоголя несовершеннолетнему ребенку зафиксирована, но, к сожалению, лицо торговца не удалось заснять, а это равносильно провалу «операции». Тогда решаем повторить эксперимент. Еще раз пошарив в карманах, они отправляют «наживку» за очередной банкой. Продаю без лишних слов. Второе видео вышло идеальным. Звоним в полицию, просим вызвать правоохранительные органы на место преступления. Женский голос принимает нашу заявку и обещает передать ее участковому. Ждем.

Обычно, перед тем, как звонить в «02», они подходят к провинившемуся продавцу и берут у него своеобразное интервью, которое всегда начинается с вопроса: «Вы знаете, что существует закон, запрещающий продажу алкогольной и табачной продукции лицам, не достигшим совершеннолетнего возраста?». Дальше часто получается занимательный диалог. Но в этот раз с продавцом, почему-то, им говорить не захотелось. Решаем зайти из-за холода в теплое помещение торгового центра через дорогу. Там, пока ждем участкового, расспрашиваю Влада: - А что вообще бывает таким нарушителям закона? - Ну, тут несколько вариантов. Первое нарушение грозит продавцу штрафом, если мне не изменяет память, в 50 тысяч рублей. Плюс штраф самому владельцу торговой точки. Если второй раз поймали – то же самое. А вот уже в третий раз их должны лишить лицензии на торговлю. Не только алкоголем, но и в целом... Мы этот ларек, кстати, уже второй раз проверяем, - поделился Влад.

Участкового ждем уже больше часа. Звоним «02» напомнить о себе, не берут трубку. А самое интересное – даже не перезванивают узнать, все ли у граждан в порядке, как это делают, к примеру, в Соединенных Штатах. Наверное, думают: раз сами не перезванивают, то смысла нет – либо все само благо-

получно устроилось, либо все настолько плохо, что помочь уже невозможно. Ну, да бог с ними. Ждем, все еще ждем и пытаемся дозвониться. Отвечают, наконец. После того, как нас и нашу заявку все-таки вспомнили, голос в телефонной трубке просит нас самим пройти на Серебристый бульвар, 27/2, где располагается участковый пункт полиции 35 отдела полиции, и написать заявление.

Идем. На улице уже давно стемнело, но туман так и не разошелся. Еле найдя неприметную дверь полицейского участка в лабиринте питерских дворов, заходим в небольшое помещение. Здесь есть: пять старых стульев советского образца, выстроенных вдоль стенки, и не менее древнее велюровое кресло непонятной9

джинсов, например, отлепить?

- В морозилку засунуть и поддержать.

- Не-е-т, какой там! Так только джинсам конец будет... Кола. Берете и наливаете на жвачку, потрите – и легко отклеится. А? Вот и все... А это... В любом случае этому делу будет дан ход.



● Допрос с пристрастием

Мы свободны, выходим на улицу. Не отходя от полицейского участка, они снимают видео отчет о проделанной работе. Они выкладывают это в Интернет. Они – Сотня социальных проектов хутора "Приморский" РКО "Балтийская линия" (vk.com/club80224984).

Они такие же, как мы, только им не плевать.

Маргарита Поло