

# БИЗНЕС Диалог

ПОДМОСКОВЬЕ

#22 января 2016

**Качественный  
продукт**

Подмосковья –  
наш ответ  
санкциям

**Ярмарки**

как способ  
поддержать  
малый бизнес

**Владимир Посаженников:**  
«Московская область – территория  
комфортного бизнеса и социальной  
поддержки покупателей».





## Обращение заместителя министра промышленности и торговли РФ Виктора Евтухова

Дорогие друзья!

В условиях контрсанкций и импортозамещения перед производителями, поставщиками, ритейлерами, малым и крупным бизнесом стоит общая задача: не допустить дефицита качественных и доступных продуктов питания.

Отмечу, что в Московской области проводится планомерная работа по развитию многоформатной торговой инфраструктуры и, в том числе малых форматов торговли, которые являются одним из основных каналов сбыта для местных товаропроизводителей.

Считаю, что можно только приветствовать создание новых площадок для конструктивного диалога, которые будут знакомить своих читателей с эффективными практиками, разъяснять новые нормативные документы, оказывать экспертную поддержку бизнес-сообществу Московской области в условиях новых вызовов.

Желаю всем плодотворной работы, перспективных деловых контактов и успехов в достижении намеченных целей!

Статс-секретарь –  
Заместитель Министра промышленности и  
торговли Российской Федерации

В.Л. Евтухов



Мария Смирнова, главный редактор

2015 год проводили с успешным результатом – 54% продуктов питания в магазинах региона произведены подмосковным бизнесом. В экономическом плане страна переживает сейчас не лучшее время, и любые слишком оптимистичные итоги, прогнозы воспринимаются весьма скептически. Но только вдумайтесь. Такой результат введенных санкций показал, что производственные мощности и потенциал сельского хозяйства Московской области достаточно высоки. Радуют слова фермера, победителя номинации «Новые возможности» премии губернатора «Наше Подмосковье» Максима Чебанова: «Сейчас есть все условия для развития. Это и мощная всесторонняя поддержка государства, и ограничение импорта молочной продукции, и значительно возросший спрос. Нужно только верить в себя и в своё дело». Линейка молочных продуктов от Чебанова получила яркое название «Наш ответ санкциям». Начав с покупки одной коровы, сейчас Максим Чебанов выпускает около 20 наименований молочных продуктов. Поддержкой фермерам и производителям стали ярмарки. В этом номере Вы прочтаете интервью с теми, кто их организует, поймете, как традиционные русские ярмарки получили второе дыхание и стали местом реализации продуктов от малого бизнеса.

Стоит начать год с добрыми мыслями и верой в лучшее. Целеустремленности, активности и стойкости подмосковному бизнесу не занимать. Значит, есть все шансы пережить непростое время с наименьшими потерями и новыми возможностями!

## Содержание

- 1 Обращение заместителя министра промышленности и торговли РФ В.Л. Евтухова
- 3 Обращение председателя Московской областной Думы И.Ю. Брынцалова.
- 4 Интервью с министром потребительского рынка и услуг Московской области В.В. Посажениковым
- 8 Это ярмарки краски. АРСР
- 11 Мособлгаз – бизнесу
- 13 Отечественные продукты – выбор есть всегда! Мнение «Русспродсоюза»
- 15 Futurebest – мир красоты
- 18 ООО «ЭкспоРусь МО»
- 20 «Премьера+»
- 22 «Экспо-Медиа Сервис»
- 24 «БелаяРусь»
- 26 «МЕДИНА»
- 28 «Соль». СПАСительный день
- 30 Наро-Фоминский район – площадка для строительства будущего
- 35 Чай «Млесна» – золото Цейлона
- 38 Интервью с дизайнером Ириной Кулагиной
- 42 «Господарь» вкуса
- 44 КФХ Еремкина Т.П.
- 46 «Беллакт» – детское питание нового поколения
- 48 ЗАО «Матвеевское»
- 50 ООО «Воскресенскхлеб»
- 52 «Дальфиш»
- 54 НПАО «Амико»
- 56 Коровы, молоко, санкции. История о том, как я стал фермером
- 58 Стильная одежда для самых маленьких
- 60 Мебель для счастливого детства
- 62 «Золотой» хлеб Зарайска
- 64 Петровакс фарм
- 66 Продукты особого назначения
- 68 Обыкновенное чудо
- 71 В стране Пушкинского детства



## Обращение председателя Московской областной Думы Игоря Брынцалова

Развитие предпринимательства – одно из приоритетных направлений деятельности всех уровней власти Подмосковья. Перед нами стоит ключевая задача – обеспечить стабильное развитие малого, среднего и крупного бизнеса в Московской области, что, в свою очередь, позволит увеличить финансовые поступления в бюджет региона.

На сегодняшний день в Московской области сформирована одна из лучших законодательных баз для привлечения инвесторов среди всех субъектов Российской Федерации. Московская областная Дума практически на каждом заседании рассматривает те или иные дополнения в инвестиционное законодательство, обусловленные федеральными инициативами, а также предложениями нашего бизнес-сообщества, общественных организаций.

В Подмосковье ведётся активная работа с малым и средним бизнесом: на фоне сохранения социальной ориентированности своего бюджета (почти 70% средств) в ближайшие 3 года мы запланировали более 11 млрд. на это направление. Траты оправданы: за счёт работы новых предприятий, открытых в этом году, в регион уже привлечено более 40 млрд. рублей.

Реализация плана устойчивого социально-экономического развития Московской области позволила увеличить объём инвестиций на территории Подмосковья с 246 млрд. рублей за 9 месяцев прошлого года до более 330 млрд. рублей в этом году. Увеличилось число новых зарегистрированных предприятий: если в прошлом году их было 5 тысяч, в этом году уже 14 тысяч. Этому способствовал также принятый нами закон о налоговых каникулах. В продолжение политики по улучшению инвестиционного климата в регионе был также принят закон, который позволит не повышать ставку налогообложения торговых центров

Органы власти Московской области будут и дальше совершенствовать формы поддержки бизнеса как на законодательном, так и на исполнительном уровне. И я уверен, что совместными усилиями мы сможем добиться значительных успехов в данной сфере, что в конечном итоге приведет к улучшению общего благосостояния всех жителей Подмосковья.



# ПРОИЗВЕСТИ И ЗАМЕНИТЬ

## Введение санкций не дало нам ощутить перебои с продуктами питания. На конец 2015 г. 54% продуктов, реализуемых в розничной торговле Московской области, – от подмосковных производителей и поставщиков. О том, как мотивировать производителей и формировать социально ориентированный бизнес, журналу «Бизнес-Диалог. Подмосковье» рассказал министр потребительского рынка и услуг Московской области Владимир Посаженников.

*– В 2015 г. Московская область признана ЛУЧШИМ РЕГИОНОМ России по состоянию, развитию и перспективам розничной торговли. Что это за номинация, и насколько важен подобный статус для региона?*

– По итогам девятой ежегодной премии индустрии розничной торговли, мероприятие организовано и прошло в рамках XV Международного Саммита Retail Business Russia 2015, в номинации «Регион года-2015», – победителем стала Московская область. Подмосковье признано лучшим с точки зрения сетевой торговли регионом в 2015 г. Премия Индустрии розничной торговли – единственное мероприятие такого высокого уровня для участников розничного рынка. Важно, что победитель выбирается членами компетентного жюри, основной «костяк» которого составляют именно представители розничного ритейла. Московская область получила награду Розничной индустрии евразийского союза. Признание Московской области лучшим регионом участниками рынка – розничными сетями подтверждает статус Подмосковья – территории комфортного бизнеса, территории, благоприятной для инвестиций, роста и развития.

*– Владимир Владимирович, в связи с обостряющейся политической ситуацией в стране продуктовое эмбарго, вводимые санкции только набирают обороты. Какой отпечаток это накладывает на потребительский рынок Подмосковья? Программа импортозамещения отразилась на ассортименте, ценах на продукты питания? Как идет реализация этой программы?*

– Ситуацию с импортозамещением и повышением продуктовой безопасности нашего региона и страны в целом можно охарактеризовать поговоркой «Не было бы счастья, да несчастье помогло». Мы только летом отметим 2-летний срок санкций, а у нас уже нет никаких проблем с продуктами питания. Наши покупатели даже в первые дни и месяцы после введения санкций не ощутили ни дефицита. Пустых полок в магазинах не было ни одного дня. Возникла пауза с поставками

продуктов питания и то лишь определенных видов, класса люкс, но даже по этим позициям практически сразу были подобраны альтернативные варианты.

Да, розничная торговля, которая годами работала с определенными пулами поставщиков и производителей, с определенными странами-импортерами, первое время была действительно растеряна. Но в Московской области были организованы Торговые сессии. И мы постарались оперативно интегрировать нашу розницу и опт в новые партнерские отношения. Презентовали нашим областным предприятиям торговли новые в плане поставок продуктов питания в наш регион страны – ЮАР, Бразилию, КНР, Вьетнам. Презентовали новых, надежных и стабильных поставщиков из Белоруссии, Казахстана, Азербайджана. Первыми в Российской Федерации вывели в широкую розницу производителей и сельхозпроизводителей Республики Крым. Тот период был тяжелым, но очень интересным. На Торговых сессиях знакомились производители и «сетевики», заключались соглашения, подписывались первые контракты.

Сегодня до 90% всего продуктового ассортимента наших магазинов – отечественного, российского производства. И речь идет уже не просто об импортозамещении, а о расширении ассортимента локальных поставщиков и производителей, о повышении продуктовой самодостаточности регионов.

*– По поручению губернатора А.Воробьева в сетевых магазинах, расположенных в области, 10% продукции должно быть от подмосковных производителей. Это на деле оказалось выполнимо?*

– На конец 2015 г. 54% продуктов питания, реализуемых в розничной торговле Московской области, – от подмосковных производителей и поставщиков. Доля подмосковных производителей за очень короткий срок увеличена более чем в 3,5 раза. Поручение губернатора на деле оказалось реальной и достижимой целью. Более того, работа в дан-

ном направлении будет продолжена и дальше. Губернатор Подмосковья Андрей Воробьев уделяет огромное внимание развитию сельского хозяйства, запуску новых производственных мощностей. Промышленность и сельское хозяйство развиваются. По итогам 2015 года был собран уникальный за последние 10-15 лет овощей. Таким образом, перед нами стоит постоянная задача – мотивировать собственных производителей, сельхозпроизводителей, фермеров. А это возможно только при использовании торговых рычагов – создания новых торговых мест, расширения ассортимента сетевых структур, помощь при выходе на ярмарки, рынки и т.д.

*– Проводился ли сравнительный мониторинг цен на одни и те же продукты питания в Подмосковье, Москве и соседних регионах? Каковы результаты мониторинга и следующие шаги в этом направлении?*

– Если сравнивать цены между столицей и Московской областью, то у нас они ниже. Выигрывают наши покупатели и по сравнению с соседними регионами. Конечно же, в сезон весна-лето определенные виды овощей и фруктов всегда будут дешевле в Краснодарском крае, Волгограде или Воронеже – это нормальная рыночная ситуация.

Однако и в Московской области покупатели не переплачивают. Во-первых, развивается местное сельское хозяйство. Во-вторых, именно наш регион является еще и основным пунктом перераспределения транспортных потоков и логистических центров. За счет того, что через Московскую область проходят основные торговые пути, большая часть не-подмосковных продуктов питания и товаров поступает в торговлю с наименьшей, относительно других регионов, торговой наценкой. И в выигрыше – опять же местный покупатель.

*– Можно сказать, что Подмосковье – это территория низких цен?*

– Московская область – это территория социальной поддержки покупателей. Только в нашем регионе 12 ведущих торговых сетей



федерального уровня оказывают скидку 5% при предъявлении Социальной карты жителя Московской области на кассе. Это абсолютно беспрецедентный проект, аналогов нет ни в одном регионе. Проект «Социальная скидка 5%» стартовал 1 сентября 2015 года. За 4 месяца наши наиболее уязвимые в социальном плане жители – пенсионеры, инвалиды, многодетные семьи смогли сэкономить 410 млн. рублей.

*– Подмосковьё – это самодостаточный регион в плане производства продуктов питания и услуг, оказываемых населению?*

– Да, абсолютно. В плане самообеспеченности, продуктовой самодостаточности очень много сделано именно за последние 3 года. Покупатели и сами это наглядно видят – на полках наших магазинов, на торговых прилавках рынков и ярмарок.

Например, по колбасным изделиям 50% ассортимента в розничной торговле – от наших подмосковных производителей. По хлебу – 80%, по мясу и птице – 60%, по овощам и фруктам – до 50%, даже алкоголь и безалкогольные напитки на 40% – от локальных поставщиков.

*– Расскажите об акции #МЫОТКРЫЛИСЬ!*

– Старт проекту #мыоткрылись! Министерство потребительского рынка дало в декабре прошлого года. Одноименный хэштег я и мои коллеги по министерству, по муниципалитетам, а также самое главное – наши областные и федеральные журналисты и СМИ – разместили на собственных страницах в соцсетях. Первым участником проекта #мыоткрылись! стал новый гипермаркет «Глобус» в Пушкино.

Задача проекта – оказать реальную помощь предпринимателям Подмоскovie, работающим в сфере потребительского рынка. Сегодня социальные сети работают и в качестве средств массовой информации, и выполняют функцию «сарафанного радио» одновременно. Таким образом, активно размещая хэштег #мыоткрылись!, делая перепосты, копируя ссылки предпринимателей на своих страничках, мы совместными усилиями «поднимаем» вновь открывшиеся компании, повышаем их рейтинг и посещаемость их сайтов и страничек в соцсетях.

Для предпринимательства это максимально простой и быстрый способ заявить о себе. Все, что нужно, – сделать фотографию своего магазина, кафе, бани или мастерской и опубликовать ее у себя на странице с хэштегом #мыоткрылись! Эстафету принимает Минпотребрынка области путем репоста записи пользователя. Кроме того, информация о новом бизнесе появляется на сайте Министерства, а это уже серьезная аудитория.

Прежде всего, огромное спасибо всем, кто активно поддержал нашу идею. Согласно мониторингу СМИ и социальных сетей – речь идет о десятках новостей о нашем проекте, о десятках ссылок и перепостов.

Согласно нашему замыслу проект #мыоткрылись! – должен стать реальной и существенной помощью всем новичкам – предпринимателям в сфере потребительского рынка и услуг Московской области. У нас большой регион, и потребителю сложно ориентироваться в огромном количестве оказываемых сервисов и услуг. Поэтому так важно громко заявить о себе новым компаниям, так важно расширить круг своих потенциальных клиентов и покупателей.

Благодаря единому хэштегу #мыоткрылись! мы делаем сферу потребительского рынка региона одним и единым целым. Кто-то ищет уникальный ресторан для свадьбы или юбилея, кто-то хочет найти именно своего мастера-парикмахера или стилиста, сотни покупателей сегодня ищут настоящие фермерские продукты и так далее. Запросов от потребителей – тысячи. Таким образом, наш проект станет точкой столкновения спроса и предложения. Мы пытаемся помочь новичкам не утонуть в информационном пространстве, а резко подняться и «словить» свою «волну» потребительского спроса.

Хэштег #мыоткрылись! дает министерству возможность напрямую общаться с новичками – предпринимателями, а это уже уникальные возможности для обеих стороны – как для поддержки и консультаций, так и для самой актуальной информации для мониторинга и аналитики.

Еще раз напоминаю: ставьте хэштег #мыоткрылись! и не ленитесь размещать информацию о новеньких компаниях на своих страничках в социальных сетях!

*– Как строится Ваша работа с порталом Добродел? Много жалоб, связанных с Вашей отраслью ведения? На что чаще жалуются?*

– Добродел – на сегодняшний день самый эффективный инструмент оперативного реагирования на жалобы и недовольства жителей. Например, только за последние два месяца на Добродел поступило 40 жалоб на незаконную торговлю контрафактом. Благодаря Доброделу количество жалоб серьезно увеличилось. И это для нас, для надзорных и контролирующих органов очень хорошо. Механизм Добродела очень прост, главное закачать бесплатную программу в мобильный телефон и не забыть в нужный момент войти в него и отправить свою жалобу. Благодаря Доброделу налаживается реальное и живое общение между жителями и властями. Информация поступает очень быстро, а значит, есть возможность оперативно реагировать. И это для нас, для надзорных и контролирующих органов очень хорошо – ДОБАВКА – вовремя получать оперативную информацию о реальном состоянии дел.

*– С годами качество потребляемых услуг и товаров становится лучше или хуже?*

– Лучше! Согласно мониторингу, проведенному в конце 2015 г., мы выявили повышение доверия и спроса на продукцию, произведенную в Московской области. Доверие подмосковным производителям повысилось как со стороны непосредственных продавцов – представителей сектора розничной торговли, так и со стороны покупателей.

В чем выражается данное доверие? Со стороны розничного ритейла доверие выражается в том, что подмосковный производитель за достаточно короткий временной срок сумел наработать имидж гарантированного и стабильного партнера. Для розничной торговли – стабильность объемов и сроков поставок очень важна.

Покупатели своим спросом также голосуют именно за наших подмосковных производителей, доверяют и качеству продуктов питания «Сделано в Подмоскovie», также наших покупателей устраивает и ценовая политика большинства локальных производителей.

Подмосковный производитель в большинстве продуктовых категорий – не просто конкурентоспособен, а становится еще и лидером, способным производить продукцию, которая не уступает и даже превосходит по своим характеристикам зарубежные аналоги.

При сохранении доверия к продукции, произведенной в Московской области на уровне 60-70%, мы планируем и в 2016 г. дополнительное расширение ассортимента розничной торговли за счет региональных производителей.

*– Ярмарки «Ценопад», проходящие по региону, пользуются популярностью? Расскажите об их работе.*

**ЦЕНОПАД – территория низких цен! Мы будем развивать данный формат ярмарочной торговли, поддерживая и мотивируя низкие цены не только на продукты питания, но и на сопутствующий ассортимент.**

– Проект «Ярмарки Ценопад» – это ярмарки низких цен, качественных продуктов питания и потребительских товаров. Все ярмарки «Ценопад» проводятся на лучших центральных площадках Подмоскovie с высоким трафиком. На ярмарках «Ценопад» представлена продукция высокого качества, цена на которую на 15-20%, а иногда и до 50% ниже цены на продукцию, представленной в сетевых магазинах.

Первый этап проекта «Весенний ценопад» проведен с февраля по июнь 2015 года. Первая ярмарка прошла с 28 февраля по 1 марта в городе Мытищи. С 15 июня по 19 августа «Ценопады» были на летних каникулах. Второй этап ярмарочного проекта «Весенний ценопад» – «Ценопад» стартовал 20 августа в городах Королев и Мытищи и продлится до декабря 2015 года. Второй этап характеризуется увеличением количества проводимых ярмарок и их продолжительностью: одновременно «Ценопады» проходят в 2-3 городах и длятся с четверга по воскресенье включительно. В период подготовки к началу учебного года на «Ценопадах» можно было приобрести школьную форму и канцелярские товары.

На ярмарках «Ценопад» приняли участие крупные подмосковные производители хлебобулочных и мясных изделий, молочной и рыбной продукции: ОАО «Каравай СВ», мяскокомбинат «ЭКО», ООО «Мясницкий ряд», ООО «Дмитровские колбасы», ООО «МПК «Мясная империя», ЗАО «ПАМРОСТ», ЗАО Егорьевский рыбокомбинат «ЦНА», ООО «Икорный мир», личные подсобные хозяйства, крестьянско-фермерские хозяйства, реализующие мед, травяные чаи, кондитерские изделия и плодоовощную продукцию. Также на ярмарках реализуют свою продукцию (посуда, кружева, бондарные изделия, подушки, одеяла) подмосковные производители: ООО «Швея», ООО «Клуб гобеленов», ИП Бабушкин М.Ю, ИП Афонин, а также крупные производители из других городов России: ООО «Северсталь», ООО «Елецкие кружева» и др.

В 2015 году мы организовали 53 «Ценопада», на которых жители региона сэкономили порядка 35 млн. рублей. В этом году запланировано 55 ярмарок, думаю, что экономия покупателей будет еще больше.

# ЭТО ЯРМАРКИ КРАСКИ



Мы говорим «ярмарка» и подразумеваем, как минимум, шумное зрелищное действо. Зазывные продавцы, предлагающие товар собственного производства и наисвежайшего качества, танцы цыган с медведями, бродячие артисты.

Времена изменились, но ярмарка как форма торговли, по-прежнему невероятно востребована. Каждый ярмарочный сезон – событие для жителей того образования, где она проводится. О сложностях, достижениях и перспективах ярмарочной деятельности мы поговорили с председателем Ассоциации региональных сельхозтоваропроизводителей (АРСП) **Сергеем Борисовичем Архиным**.



**АРСП**  
ассоциация региональных  
сельхозтоваропроизводителей

– *Сергей Борисович, Ассоциация имеет непосредственное отношение к проведению ярмарок, какова предыстория Ассоциации?*

– Да. АРСР была образована в 2015 году тремя компаниями, которые имеют большой опыт в проведении ярмарок в Москве и Московской области при участии в них товаропроизводителей близлежащих регионов. В 2012 году при поддержке Правительства Москвы мы стали проводить региональные ярмарки. В условиях импортозамещения эта деятельность стала особенно актуальна и востребована. Если до этого периода в Москве на региональных ярмарках преобладали в основном товары из Белоруссии, то мы привезли производителей из таких регионов, как Тверская, Белгородская, Волгоградская, Саратовская, Тульская, Орловская, Калининградская области, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Чувашская Республика и многих других. В 2014 году для работы в Подмоскowie основана компания ООО «ОСПП». За недолгий период она вошла в десятку лучших организаторов ярмарок. Важно отметить, что, если в Москве, в соответствии с постановлением Правительства, на одной площадке мы можем представлять товаропроизводителей только одного региона, то в Подмоскowie у нас есть возможность их совмещать, в результате появляются более насыщенные и разнообразные межрегиональные ярмарки. Мы чувствуем поддержку и заинтересованность Министерства потребительского рынка и услуг

Московской области в изменении форматов и улучшения качества проведения подмосковных ярмарок.

– *Что послужило поводом для появления Ассоциации?*

– Первое. Возникла необходимость объединить усилия трёх профильных компаний. И второй важный момент. Ассоциация – это такая форма юридического лица, в которой есть возможность привлекать к своей деятельности других участников. Можно стать членом Ассоциации, можно войти в Наблюдательный Совет. Почему нам это важно? Потому что отличительной чертой нашей деятельности является прямое взаимодействие с регионами Российской Федерации и товаропроизводителями.

Дело в том, что мы проводим ярмарки с привлечением настоящих фермеров, трудящихся в регионах, исключаем цепочку посредников. На наших ярмарках вы не увидите профессиональных перекупщиков с товарами не всегда российского происхождения и не всегда достойного качества...

Мы представляем в Москве и области порядка 10 регионов РФ. На мой взгляд, одни из самых интересных в плане производства продукции – Марий Эл и Чувашия. Это, без преувеличения, и народы уникальные, и продукция у них уникальная. Кроме того, мы сотрудничаем с Тверской, Белгородской, Волгоградской и другими областями. Причём сотрудничество наше налажено на уровне первых лиц региональных правительств.

К слову сказать, в ближайшее время представители органов власти и АПК этих регионов войдут в Наблюдательный Совет Ассоциации, что для нас – большая честь.

– *Исходя из всего вышесказанного, делаем вывод, что вы, по сути, продвигаете в Московскую область региональные товары...*

– Действительно, если мы говорим про регионы, то очевидно, что фермерская продукция любого региона гораздо выше качеством, чем продукция крупных агрохолдингов, которая чаще всего попадает на реализацию в крупные торговые сети. Фермерские продукты, как минимум, экологичны, и вероят-



ность того, что на ярмарке вы приобретёте экологически чистый натуральный продукт в разы выше, нежели в любой другой торговой точке с надписью, рекламирующей качество предлагаемого товара.

Каждый регион имеет свои уникальные вещи. Вы знали о том, что в Тверской области выращивают корень женьшеня? А между тем предприятие, которое рискнуло заняться этим производством, уже несколько лет принимает участие в наших ярмарках. Эту компанию нам представил министр сельского хозяйства Тверской области П.И. Мигулёв, и, судя по его словам, успеха они добились благодаря применению новейших технологий. Разве это не интересно для потребителя?

Республика Марий Эл – край медовых пасек, на которых делают один из вкуснейших (натуральных, в отличие от искусственного китайского) мёдов России, огромного количества иван-чая и невероятной доброты и широты души фермеры.

Республика Чувашия является традиционным поставщиком домашней птицы – уток, гусей, кур. Волгоградская область – это томаты и кетчупы... Перечислять можно бесконечно.

Чтобы ярмарка прошла ярко и красочно, мы стараемся привозить на них и региональных ремесленников. Среди них – кузнецы, гончары, кукольники. Их мастер-классы всегда проходят с большим успехом. Интересен процесс изготовления кукол: мастер при вас изготавливает куклу из подручных материалов – чуть ли не из соломы. Потом поставит её на ровную поверхность и постукивает по ней, и кукла вдруг начинает вращаться вокруг себя.

Стеклодувы из Белгородской области прямо при вас сделают стеклянную игрушку. Посмотреть своими глазами, как получается та или иная вещь, – разве это не интересно?

Мы стараемся привлекать к нашей работе и региональные министерства культуры, которые могут в качестве украшения ярмарки придумать уникальную культурную программу. И здесь очень важно привлекать молодёжь, которой, к большому сожалению,



на ярмарках не так много, как хотелось бы. Как вам такое представление: трио гусяров исполняют латиноамериканские, кельтские и испанские мелодии на гусях? Или трио, которое играет на двух балалайках и баяне и при этом ходит на ходулях? Или ансамбль, играющий на ярмарке джаз?

Не так давно мы праздновали день рождения Ассоциации. Праздник проходил два дня в г. Видном. Первый день гости с удовольствием пробовали гречневую кашу под звуки национальных мелодий марийской филармонии.

На следующий день выступал фольклорный ансамбль Чувашской республики. Одетые в национальные костюмы артисты ходили по ярмарке и пели национальные песни. Прекрасная возможность познакомиться с творчеством этого замечательного народа.

**Фермерская продукция любого региона гораздо выше качеством, чем продукция крупных агрохолдингов, которая чаще всего попадает на реализацию в крупные торговые сети.**



*– А как к участию в ярмарке относятся сами фермеры?*

– Вы знаете, должен признаться, что у нас очень немобильные фермеры. Как пример приведу нашу первую ярмарку в Москве, куда после долгих согласований приехали фермеры из Чувашии. Со всей республики их приехало всего пять человек – остальные ехать просто побоялись. Это сейчас они приезжают с удовольствием, целыми делегациями, и мы имели счастье наблюдать, как у них с годами менялся настрой, отношение и восприятие таких поездок. В большинстве случаев очень важно преодолеть страх именно перед первой поездкой.

Фермеры привозят под конкретную ярмарку тот или иной товар. Иногда не рассчитывают нужное количество, и им приходится



отправляться домой за дополнительной партией (но это только в том случае, если ярмарка длится семь дней).

*– Вы им оказываете какую-то конкретную поддержку?*

– Конечно. Во-первых, мы стараемся предоставлять места в первую очередь тем фермерам, в муниципальном образовании которых проводится ярмарка. А поскольку мы работаем в разных районах области, то здесь наблюдается ещё и обмен опытом.

Некоторым фермерам мы предоставляем бесплатные места для торговли, компенсируем затраты на дорогу и всё только для того, чтобы они приехали к нам со своим уникальным товаром и уникальным мастерством.

Вместе с тем мы стараемся соблюдать внутренние стандар-

ты качества по ярмаркам, благодаря чему мы в относительно короткое время выбились в лидеры среди организаторов ярмарочной деятельности в Москве и Московской области.

*– Где в Московской области прошли организованные вами ярмарки?*

– Совсем недавно, как я уже говорил, прошла ярмарка в Видном, проводились они в Волоколамске, Лосино-Петровском, Ногинске, Зарайске, Дзержинске, Голицино. Со многими на данном этапе ведём переговоры и убеждаемся в том, что уникальный формат наших ярмарок интересен наиболее прогрессивно настроенным главам районов и муниципальных образований, для организации которых достаточно позвонить нам по телефону: 8-499-394-02-00. И если в процессе переговоров у них появляется желание провести нашу ярмарку у себя в муниципальном образовании, то мы всегда готовы привезти сельхоз- и товаропроизводителей из регионов.

Ведь суть ярмарки отнюдь не в зарабатывании денег. Это легко – набить её профессиональными перекупщиками с железными

нервами и китайским, извините, ширпотребом, быстро поторговать и так же быстро съехать. Если мы хотим чего-то добиться в перспективе, то надо вести ежедневную кропотливую работу, которая, к сожалению, движется гораздо медленнее, чем хотелось бы. Связано это, опять же, с немобильностью фермеров, с недоверием. Зачем ему ехать продавать мёд на ярмарке, когда он может сдать его перекупщикам и больше ни о чем не думать?

*– Как, по вашему, в какой степени организация ярмарок может способствовать реализации программы импортозамещения, которой сегодня уделяется такое пристальное внимание?*

– Ярмарка – это однозначно один из каналов сбыта продукции, предназначенный только в помощь программе импортозамещения и обеспечения продовольственной безопасности. Ярмарки – это идеальная возможность для мелких и средних крестьянско-фермерских хозяйств, не имеющих возможности попасть в торговые сети и рынки, сбывать свою продукцию. Каждая из них имеет свою специализацию – ярмарка выходного дня, сезонная. А ещё есть социальная ярмарка, где продаются товары по цене ниже среднерыночной. Например, мы с участника не взимаем плату за торговое место, но ставим условие – реализовывать продукцию по крайне низким ценам. В некоторых случаях дотируем социальные цены за счет других групп товаров.

Так, картофель из Орловской области расходился на ура по цене 10 рублей за кг, лук и морковь были проданы с той же скоростью по той же цене.

Такая же политика проводится и в отношении мясной и молочной продукции.

*– Каковы у Ассоциации планы на будущее?*

– Хотим выйти на уровень организации ярмарок между двумя столицами – Москвой и Санкт-Петербургом. С властями Северной столицы мы активно ведем переговоры, наши инициативы нашли положительный отклик у Комитета по развитию предпринимательства и у районов города. Таким образом, наладить связь между этими городами – наш среднесрочный план.

С учетом вынужденных инициатив государства российского у нас сейчас имеется довольно-таки серьезный импульс к развитию сельскохозяйственного производства, в том числе и фермерского. Я даже не исключаю вероятность того, что в ближайшие обозримые годы наша сельскохозяйственная продукция сможет конкурировать с европейской. Не думаю, что мы будем делать сыры лучше, чем во Франции, но составить серьёзную конкуренцию польским яблокам – это точно. Поэтому наша долгосрочная перспектива – ни много ни мало представлять Российскую Федерацию на ярмарках за рубежом.



Есть социальная ярмарка, где продаются товары по цене ниже среднерыночной. Например, мы с участника не взимаем плату за торговое место, но ставим условие – реализовывать продукцию по крайне низким ценам. В некоторых случаях дотируем социальные цены за счет других групп товаров.

# Темпы газификации Московской области увеличились в 3 раза



Генеральный директор  
ГУП МО «Мособлгаз» Д.А. Голубков

Поддержка малого и среднего предпринимательства – одна из приоритетных задач в программе развития Подмосковья, озвученных губернатором Московской области Андреем Воробьевым в своем ежегодном обращении. Быстрая и удобная для клиента процедура подключения объектов капитального строительства малого и среднего бизнеса к газораспределительным сетям способствует развитию производств на территории Подмосковья, созданию новых рабочих мест. Поэтому упрощение и ускорение процедуры газификации, информирование представителей бизнеса о порядке подключения, решение вопросов присоединения по индивидуальным обращениям предпринимателей – основные задачи газовиков Подмосковья на сегодняшний день.

В Московской области подключением к газораспределительным сетям занимается ГУП МО «Мособлгаз». Вся необходимая информация по подключению (технологическому присоединению) размещена на сайте предприятия [www.mosoblgaz.ru](http://www.mosoblgaz.ru) в разделе «Субъектам малого и среднего бизнеса». Заявитель может подать документы на подключение в службу клиентского сервиса филиала Мособлгаза, в зоне обслуживания которого расположен объект капитального строительства. Или же направить их онлайн через Личный кабинет заявителя на сайте предприятия.

Порядок подключения объектов капитального строительства субъектов малого и среднего бизнеса регламентируется постановлением Правительства РФ от 30.12.2013 №1314 «Правила подключения (технологического присоединения) объектов капитального строительства к сетям газораспределения».

По итогам 2015 года Мособлгаз произвел пуск газа в 398 объектов капитального строительства малого и среднего бизнеса. В текущем году ведется работа по подключению более 500 объектов предприятий малого и среднего бизнеса, в том числе:

- Индустриального парка «Подосинки», Дмитровский район.
- Домостроительного комбината «ГРАД», Наро-Фоминский район.
- Индустриального парка «Новое Ступино», Ступинский район.

- Завода по производству труб «ИЗОТЕХ ИНВЕСТ», Сергиево-Посадский район.
- Птичников «Элинар-Бройлер», Наро-Фоминский район.

## В РАМКАХ ЗАКОНА

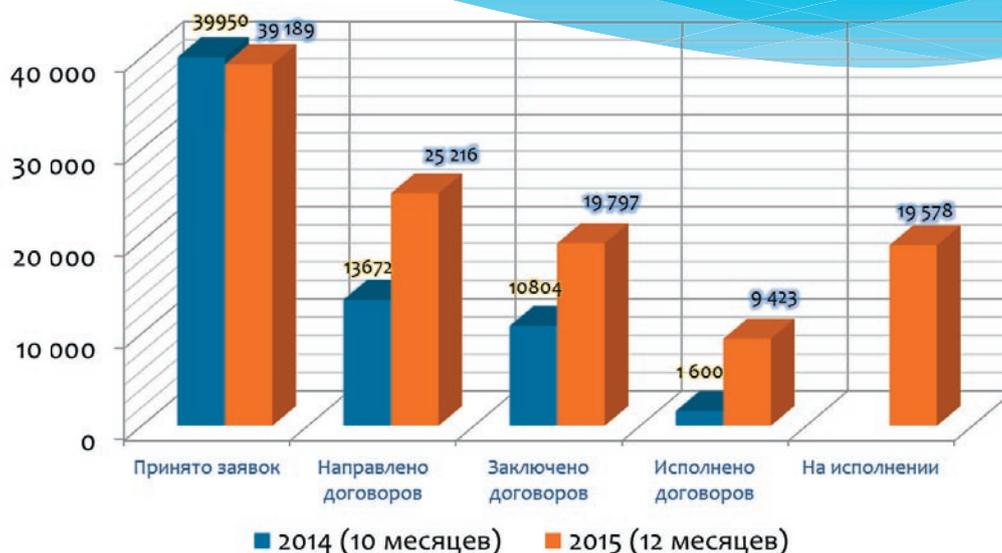
Постоянно ведется работа по снижению сроков и упрощению процедуры газификации на законодательном уровне. В 2015 году по инициативе Мособлгаза был принят ряд соответствующих нормативных актов, способствующих сокращению сроков проекти-

рования линейных энергетических объектов. Это позволило сократить сроки подключения на 6 месяцев, снизив стоимость работ на 25%. В этом году работа по упрощению процедуры газификации, снятию избыточных административных барьеров будет продолжена.

Мособлгаз и «Газпром трансгаз Москва» подписали «Соглашение о взаимодействии при газификации индустриальных парков и технопарков» с целью сокращения сроков их техприсоединения и упрощения процедуры подключения к газу. Смысл его в том, что



## Сводные данные о работе по подключению (технологическому присоединению) в ГУП МО «Мособлгаз» за 2014 и 2015 года (шт.)

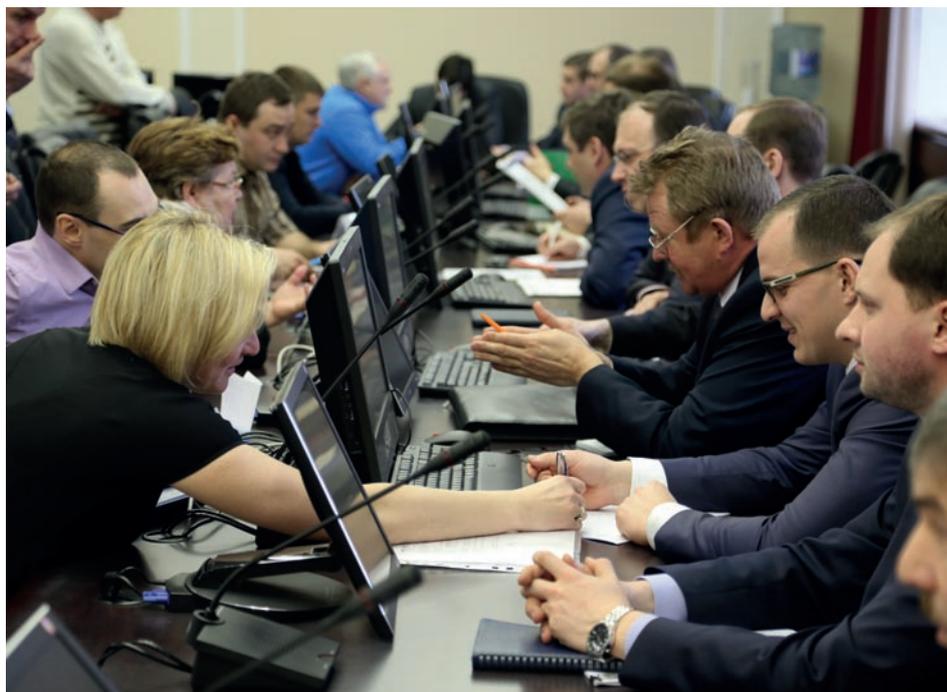


распределение объемов газопотребления среди резидентов не потребует дополнительных согласовательных процедур в «Газпром трансгаз Москва», что, соответственно, сократит количество этапов подключения к газу. В свою очередь уменьшение количества этапов автоматически приведет к сокращению сроков техприсоединения.

### ВСЁ ДЛЯ БИЗНЕСА

Для представителей бизнеса в каждом филиале Мособлгаза еженедельно проводятся дни открытых дверей, ведется регулярный прием руководством филиалов. Представители Мособлгаза постоянно принимают участие в днях открытых дверей для представителей малого и среднего бизнеса, проводимых главами администраций муниципальных образований региона. Также руководство Мособлгаза регулярно выезжает на встречи с представителями бизнеса и жителями области непосредственно в населенные пункты Подмосковья. В 2015 году было проведено около 800 таких встреч, в 2016 году запланировано более 900. Все это делается в рамках выполнения губернаторской задачи по развитию малого и среднего бизнеса.

Специально для предпринимателей-представителей малого и среднего бизнеса Мособлгаз проводит семинары по техприсоединению. В 2015 году в Главном управлении и филиалах прошли 18 таких семинаров. Участие в них приняли более 300 бизнесменов. По результатам их проведения были решены вопросы по 131 объекту, 45 объектов приняты в работу. Создан и используется реестр субъектов малого и среднего бизнеса, состоящий из 1405 заявителей.



### СЕМИНАР ДЛЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ПО ВОПРОСАМ ТЕХПРИСОЕДИНЕНИЯ К ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫМ СЕТЯМ

29 января в 10.00 в главном управлении Мособлгаза

По адресу: Одинцовский район, р.п. Новоивановское, ул. Калинина, д.1

Заявки на участие в очередном семинаре с указанием наименования организации, должности, ФИО, а также вопросы, требующие освещения в рамках мероприятия, принимаются до 12.00 28 января 2016 года на электронный адрес Чупряковой Анастасии Викторовны [chupryakovaav@mosoblgaz.ru](mailto:chupryakovaav@mosoblgaz.ru), или по телефонам: 8 (495) 598-58-10 (доб. 023-64), 8-929-967-30-50.



поставок брендированной продукции, но и в части производства товаров СТМ, особенно в категории молочной продукции. Во-вторых, подмосковный продуктовый рынок очень многообразен: он заполнен товарами, произведенными во многих регионах России и других странах. Это, в первую очередь, обусловлено тем, что область занимает логистически выигрышную позицию. С этим связано и то, что в регионе запускаются масштабные проекты по усовершенствованию торговой инфраструктуры, например, строительство оптово-распределительных центров.

**– Активный рост продаж возможен, если предложить потребителю нужный ему продукт с оптимальным соотношением цены и качества? Спрос на потребительские товары в 2015 году оставался стабильным?**

– Безусловно, оптимальный баланс между ценой и качеством способен обеспечить привлекательность товара. Но в текущих экономических условиях найти «золотую середину» удастся далеко не всем производителям. К сожалению, в 2015 году мы наблюдали падение потребительского спроса. Это связано с общим уровнем инфляции и снижением покупательной способности населения. Естественно, в такой ситуации производители были не заинтересованы в повышении цен, хотя себестоимость товаров росла. На нее оказывали влияние девальвация рубля (через импортные составляющие), рост затрат на воду, электроэнергию, увеличение транспортных расходов и т.д. Ряд производителей стали искать возможности максимального сокращения себестоимости, зачастую, в ущерб качеству через удешевление рецептур. Но были и те, кто сумел сократить расходы за счет производственной оптимизации.

**– Можно утверждать, что в период кризиса спрос резко переметнулся в пользу дешевых продуктов?**

– Как правило, в период кризиса спрос в премиальном сегменте остается на стабильном уровне, а низкоценовом растет. В «проигрыше» находятся товары средней ценовой категории.

**– Какие продукты питания стали потреблять меньше?**

– Многие россияне пересмотрели свою базовую продуктовую корзину. Снизилось потребление рыбы, свежих овощей, на смену говядине и свинине пришло мясо птицы как наиболее доступный живой белок. Основные продукты, на которые перешли потребители, – это картофель, крупы и хлебобулочные изделия.

**– Выбор падает в пользу отечественного или все же зарубежного производителя?**

– В последние годы наметилась тенденция к смещению доверия в сторону отечественных товаров, особенно в области продуктов

питания. По данным ВЦИОМ, 42% потребителей считают, что отечественные продукты питания выше импортных по качеству, а 32% – что качество наших товаров точно не ниже. Наибольшее доверие среди потребителей вызывают отечественные молочные и мясные изделия, макароны, шоколад, фрукты.

**– Насколько сильно отразились продовольственное эмбарго и программа импортозамещения на рынке продуктов питания в Московской области?**

– Для нас важно, что благодаря слаженным действиям участников потребительского



рынка покупатель не заметил критических изменений после введения эмбарго. Совместно с представителями торговли нам удалось не допустить дефицита товаров и резкого скачка цен. Кроме того, на полках торговых сетей увеличилась доля товаров местного производства. Введение специальных экономических мер стало стимулом для отечественных агропроизводителей. На территории Московской области увеличилось производство сыров и колбасных изделий, на 18% повысился сбор овощей.

**– Не вызвало ли это всплеск активности на потребительском рынке недобросовестных поставщиков?**

– Мы наблюдали случаи реэкспорта запрещенной к ввозу продукции через соседние страны. К счастью, своевременный контроль со стороны регулирующих органов позволил не выйти этой проблеме за допустимые пределы.

**– Сегодня всё больше людей обращают внимание на качество продуктов питания, их содержание, внешний вид... Есть ли выбор у покупателей? Или зачастую качест-**

**во продукции оставляет желать лучшего?**

– Выбор есть всегда! Но потребители не всегда имеют возможность получить достоверную информацию о качестве предлагаемых товаров – заявленные на упаковке данные могут не отражать реальный состав продукта. Руспродсоюз изначально участвовал в рабочей группе по разработке концепции деятельности Российской системы качества – первой и единственной системы мониторинга качества товаров и услуг, созданной Правительством России в июле 2015 г. Роскачество проводит регулярные независимые веерные исследования в различных категориях продовольственных и непродовольственных товаров, представленных на российском рынке. Результаты всех исследований публикуются в открытых источниках, и на основании этих данных любой потребитель может сделать осознанный выбор товара. Кроме того, Роскачество как оператор государственного Знака качества выделяет им лучшие отечественные товары.

**– Проводился ли вами мониторинг цен? Как они изменялись в течение 2015 года? С чем это было связано?**

– Основное повышение цен прошло в первой половине года. Наибольший рост пришелся на товары, зависящие от курса иностранной валюты. По данным Росстата, лидерами по повышению цен стали сахар, подсолнечное масло, импортный рис. Это биржевые товары, их цена определяется на международной бирже в долларах и служит индикатором цен. Однако на рынке есть и позитивные примеры – товары, на которые цены не росли, а даже снижались. Например, отпускные цены на пищевую соль российских производителей опустились за год на 12%, картофель на 42%, капусту 36%, лук 38%.

**– На что в наступающем году будет сделан упор в работе ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз»?**

– Руспродсоюз всегда стоял на защите интересов отечественных аграрных и пищевых предприятий. В этом году мы продолжим взятый курс. Будем добиваться льготного налогообложения для сельхозпроизводителей, недопущения неналоговых платежей, ухудшающих положение бизнеса, стимулирования развития инфраструктурных проектов, включая строительство оптово-распределительных центров, упрощающих путь аграрной продукции от поля до прилавка. Руспродсоюз совместно с основными отраслевыми объединениями в рамках Межотраслевого экспертного совета (МЭС) формирует оптимальные правила взаимодействия между поставщиками и ритейлерами. Традиционно ассоциация также активно сотрудничает с торговыми сетями в обеспечении бесперебойного поставок продовольствия, оптимального по соотношению цена/качество, во благо потребителя.





Мы стремимся следовать за тенденцией рынка к укрупнению и созданию «места» для спа-отдыха, талассо-бальнео-оздоровления. Подбираем индивидуальные комплексные программы, направленные на решение разных задач, связанных с моделированием силуэта, похудения, красоты и здоровья. Используем материалы только лучших, проверенных зарубежных и отечественных поставщиков косметики и оборудования для спа-индустрии.

Каждой современной женщине хочется выглядеть подтянутой и ухоженной. Сегодня принято считать дурным тоном неухоженный тусклый вид. Существует огромное множество способов для поддержания тонуса, красоты и молодости нашего лица и тела.

Современные методы коррекции помогают достичь ваших целей и делать то, что раньше было подвластно лишь пластическим хирургам и достаточно серьезным медицинским методам вмешательства, при помощи аппаратных методов, новых версий водных процедур, специальных косметических средств для обёртываний. Мы предлагаем не только современные методы, но и проверенные, доказавшие свою эффективность методы, которым более 900 лет. Это, например, уходы в турецкой бане, которые во времена Османской империи были так же приняты в повседневной жизни общества, как и сегодня. Парение, пилинги, мыльный массаж и обертывание – это уникальный по своему конечному результату ритуал, который очистит, оздоровит вас, подтянет кожу и т.д. Предлагаю вам прочитать в нашем разделе «Полезные советы» (<http://massazh-fitness.ru/advanse/>), что об этом говорят наши специалисты, в разделе спа-ритуалы (<http://massazh-fitness.ru/spa-yslygi/spa-rityal/>) вы найдете описание процедуры.

У вас юбилей, годовщина свадьбы, а может романтическая встреча для двоих? Вы хотите



сделать её незабываемой и необычной? Тогда наш салон «Лучшее будущее» приглашает вас на спа-ритуал «Восточная сказка», который включает в себя:

- пилинг с кесе в хамаме,
- мыльный массаж,
- увлажнение специальным кремом для тела,
- чайник с чаем, мед.

После ритуала вы можете расслабиться в

нашей гидромассажной ванне. Особый восторг вызывает сочетание ароматерапии и светотерапии в особой атмосфере «жемчужной ванны».

Дама может выбрать уход для лица из коллекции салона по типу кожи. У нас в салоне масса вариантов профессиональных уходов по лицу. Завершить ваш спа-ритуал можно в удобных креслах под расслабляющую музыку и свежесжатый сок.

Все знают о пользе водорослей, а вот какие из них для чего предназначены и какие задачи решают, мы рассказываем вам, отвечая на ваши вопросы в том же разделе «Полезные советы» (<http://massazh-fitness.ru/advanse/>).

Если вас завернуть в ЦЕЛЫЙ лист ламинарии (это глубоководная водоросль со дна морей) и проделать это шесть раз по 2–3 раза в неделю, часть лишней воды неизбежно покинет вас, кожа напитается энергией, макро- и микроэлементами. У нас процедура обёртывания – это целый ритуал, в который входит прогревание в хамам или кедровой бочке, пилинг всего тела по программе. Например,



если делаем шоколадное обертывание, значит пилинг шоколадный. Если грязевое – пилинг солей Мертвого моря. Если медовое – то пилинг с сахаром и имбирем и т.д. После этого на тело наносится маска в соответствии с выбранной программой, 20–30 минут вы находитесь в блаженном состоянии сна (практически в ста процентах случаев). Далее маска смывается и на все тело наносится легкими массажными движениями крем. Восхитительный виноградный крем в программе «Виноградное наслаждение» (<http://massazh-fitness.ru/spa-yslygi/eksklyusivnie-procedury/vinogradnoe-naslazhdenie/>), ананасовый в программе «Ананасовый десерт» (<http://massazh-fitness.ru/spa-yslygi/eksklyusivnie-procedury/ananasovyj-desert/>), воздушный шоколадным крем, завершающий программу «Шоколадное обертывание» (<http://massazh-fitness.ru/spa-yslygi/wraps/obertyvanie-shokoladom/>). Пахнет так, будто вы находитесь в лучшем кондитерском кафе в Париже.

Конечно, для достижения результата необходима системность и регулярность выполнения процедур. Если вы делаете курс массажей ручных или вакуумных (последний как раз относится к самым современным способам без хирургического вмешательства



по уходу за телом. Шарко присутствует в таких программах обязательно. Кстати, те, кто не пробовал, но при этом прочитал какие-то неадекватные описания про боль во время этой процедуры, совершенно напрасно



убрать подкожный жир, подтянуть кожу и уменьшить объём вашего тела), необходимо 2–3 дня в неделю посвящать этой процедуре.

Мы рекомендуем дополнять курс водными процедурами. Например, ШАРКО – это роскошь. Клиенты любят эту процедуру за отличное настроение, которое гарантировано во время и сразу после. Заряд бодрости, как приятный бонус и дополнение к задачам, которые эта процедура решает. ВАШИ 3–4 кг и несколько сантиметров в буквальном смысле смываются за 2–3 курса из 10 процедур.

При этом процедура занимает ВСЕГО 10 минут и стоит в курсе 500 рублей.

В разделе «Полезные советы» вы найдете специальный совет, как составить бюджетную, но при этом эффективную программу

верят невнятным слухам. Мы вам со всей ответственностью заявляем, что это приятная бодрящая процедура, и если возможны синячки, то только из-за близкой расположенности сосудов (мы сделали более 300 курсов по 10 и более процедур нашим посетителям и видели синячки крайне редко). Просто сломайте ваше восприятие, расширьте свой горизонт и попробуйте – уверена, вам понравится.

Электростимуляция – процедура, с помощью которой ваши мышцы работают, причем внутренние, которые не прорабатываются обычной тренировкой. Надо сказать, не очень приятная процедура, но крайне результативная. Поэтому кто готов ради красоты и подтянутости немного потерпеть – это

сюда. Электростимуляция хорошо сочетается с процедурами в гидромассажной ванне с ручным подводным массажем, Шарко.

Если вы не любите воду, то дополнением к электростимуляции может быть прессотерапия, обеспечивающая лимфодренаж, т.е. «выжимающий» массаж, который способствует активному выведению из организма застоянных жидкостей, токсинов и продуктов разложения жиров. Крайне полезно после занятий в зале вакуумных тренажеров.

Вакуумные тренажеры – это инновационное направление, при котором встроенные в тренажеры термо- и вакуум в разы увеличивают результативность занятий. Тренировка продолжительностью один час заменяет 7–10 занятий в зале классических тренажеров.

Также возможны индивидуальные тренировки в зале на виброплатформе (у вас трясётся ВСЕ, как тут не скинуть килограмм-другой!), на роликовом массажере (ни у одного массажиста нет столько рук и такой скорости вращения одновременно на большом участке тела).

Рассказывать можно очень долго. Вы просто зайдите к нам, и мы проведем для вас экскурсию, бесплатно проконсультируем, подберем по вашим возможностям и в соответствии с пожеланиями лучшие варианты программы и с максимальным качеством.

Наши услуги устраивают всех, за что наши клиенты и посетители нас благодарят и пишут отзывы (<http://massazh-fitness.ru/otzyvy/otzyvy-nashix-klientov/>, <http://massazh-fitness.ru/otzyvy/otzyvy-nashix-posetitelej/>).

Мы ищем партнеров для франчайзинга, предоставляем для них бренд – зарегистрированный товарный знак; информационные и рекламные материалы – листовки, карты клиента, каталоги, брошюры, информацию для проведения акций и сопровождение их; протоколы проведения процедур, комплексные программы, себестоимость, порядок проведения; систему качества – обратная связь, сайт, мобильное приложение, анкетирование, обратный звонок, личная связь по почте с директором – процедуры и протоколы; систему работы с персоналом – критерии подбора, обучение, оценки, аттестации; системы учета, в том числе и управленческого, оценка работы администраторов; возможны различные варианты до оперативного управления.

#### Адрес салона:

г. Железнодорожный,  
ул. Новая, д. 49  
Телефоны: 8 (499) 504-9-888,  
8 (903) 105-08-54.

Генеральный директор  
Виктория Кретова.  
Ваш спа-салон FUTUREBEST!  
[www.massazh-fitness.ru](http://www.massazh-fitness.ru)  
[v.kretova@futurebest.ru](mailto:v.kretova@futurebest.ru)  
[skype: spa-futurebest.](https://skype.com/spa-futurebest)

# ООО «ЭкспоРусь МО» – В ПОМОЩЬ ПОДМОСКОВНЫМ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ



Компания по организации ярмарок-выставок появилась на рынке услуг всего год назад – в начале 2015 года – с вполне конкретными целями и задачами. Об этом и многом другом рассказал генеральный директор предприятия Сергей Петрович Исаев.

*– Сергей Петрович, я так понимаю, что предприятие появилось не просто так, а преследовало какие-то цели?*

– Наши главные цели и задачи просты. Это предоставление рабочих мест и привлечение подмосковных производителей к сотрудничеству. В своей работе мы делаем упор на увеличении товарооборота и подъеме сельского хозяйства. То есть приглашаем на наши ярмарки в первую очередь товаропроизводителей со всей Московской области. Тех, кто производит молочную, мясную и овощную продукцию, товары легкой промышленности и др.

Нам необходимо продвигать нашу местную продукцию на подмосковный рынок хотя бы потому, что она экологически чистая. Мы не сотрудничаем с крупными предприятиями и профессиональными продавцами, а работаем с небольшими хозяйствами, которым некогда думать о продаже и перепродаже – они заняты производством. Сбывать их продукцию – наша задача.

Благодаря участию в наших ярмарках, о них узнают предприниматели и начинают тесно сотрудничать. При открытии ярмарки мы проводим широкую качественную рекламную кампанию – раздаем рекламные брошюры, проспекты, прайс-листы. Это дает результат и помогает реализовать предложенный товар в короткие сроки.

*– С чего началась история «ЭкспоРусь МО»?*

– Когда-то у меня было свое предприятие, были люди, так или иначе связанные с производством сельскохозяйственной продукции.

Все они, и я в том числе, могли работать и производить достаточное количество товара, но делать его было не для кого – наладить сбыт получалось не всегда. А «сидеть» на субсидиях и думать только о том, как рассчитаться с кредитом, – путь, не дающий никакого развития. Тогда-то и пришла идея – организовать нечто, что помогло бы в продвижении товара.

Я на свой страх и риск попробовал провести первую ярмарку. Как сейчас помню, она прошла в Волоколамске и имела оглушительный успех. В ней приняли участие производители пельменей и куриной продукции. В первый день они предоставили 5% скидки, на второй – уже 10%, неудивительно, что весь товар размели в рекордно короткое время. В результате все остались довольны – и продавцы, и покупатели, а мы услышали в свой адрес одни только благодарности.

Вот так и стали мы продвигать это направление.

*– Какие регионы принимают участие в ваших ярмарках сегодня?*

– Их действительно огромное количество. Все регионы Московской области охотно откликаются на наши предложения: Коломна, Дубна, Дмитров, Можайск, Руза, Кашира и др. Специализация выставок, как я уже сказал выше, самая разная – от продуктов питания до изделий народного промысла и производства верхней одежды, подчеркиваю – исключительно подмосковных производителей. Хорошо работаем с теми, кто предлагает продукцию из бересты и русского кедра. В огромной палатке вы найдете все, от расчесок и лаптей до жилетов, украшенных берестяными вставками.

*– Насколько сложно сельхозтоваропроизводителям попасть в число участников?*

– Абсолютно несложно. Мы предоставляем им в пользование всё: торговое место, расширяем рекламную продукцию, но при



этом ставим одно важное условие – участник должен реализовывать свою продукцию по ценам ниже, чем в обычном сетевом магазине.

В ряде городов мы проводим акции. При предъявлении покупателем пенсионного удостоверения ему предоставляется 15-20% скидка. И даже несмотря на это, предприниматели и производители активно к нам идут, становятся участниками.

Наши операторы обзванивают ряд потенциальных участников, приглашают их к участию, зачастую выезжают к ним на место производства. А мы рады предложить нашим покупателям экологически чистый продукт как альтернативу сетевым магазинам.

*– По каким признакам можно понять, что та или иная выставка организована вашей компанией?*

– У нас определенного цвета палатки, выставки проходят под названием «Виктория», ну и надо обратить внимание на название компании – ООО «ЭкспоРусь МО». Люди идут к нам охотно, приблизительное количество участников традиционно не превышает 60 человек, но каждая выставка у нас заполнена с избытком, нередко случается, когда не хватает ни палаток, ни мест.



труда.. Некоторые из них просят у нас помощи... в увеличении объемов производства, которое потребовалось им из-за большого спроса. Но мы этим не занимаемся.

*– Как часто проходят ярмарки?*

– Каждую неделю в течение семи дней. Мы проводим также ярмарки выходного дня, но, как показывает практика, наибольшим успехом пользуются именно недельные ярмарки. Этого времени как раз хватает на то, чтобы разрекламировать того или иного производителя, помочь ему наладить сбыт и реализовать продукцию.

Поймите, ярмарка – это не просто место, где один продает, а другой покупает. Здесь люди общаются, дегустируют предложенные продукты, торгуются, проводят время с удовольствием.

Помимо организации торговых рядов мы занимаемся еще и развлекательной частью. Проводим розыгрыши призов, привозим концерты и анимацию, ставим батуты. И куда бы мы ни приехали – всегда и везде приглашаем к себе на эти мероприятия детей из детских домов, малоимущие семьи, детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, и дарим им подарки. В такое сложное время, как сегодня, им просто необходимо оказывать помощь. И делаем это не ради каких-то корыстных побуждений, а по зову сердца.



*– А как сами покупатели относятся к вашим мероприятиям?*

– Я вам так скажу: в каждом городе, где бы ни проходили наши ярмарки, покупатели выбрали для себя тот или иной продукт, который больше всего пришелся им по душе. В одном случае это молочная продукция, в другом мясная и т.д. Они не только сами приобретают их, но и «передают» своим друзьям, родственникам и знакомым. Ни один товар у нас на прилавках не залеживается. Видя, каким спросом пользуется фермерская продукция, начинают активизироваться предприниматели, предлагают сотрудничество, но об этом я уже выше говорил.

Благодарностей от производителей и фермеров для нас есть главная оценка нашего



**Сергей Исаев:**

*«Наша деятельность стала успешной благодаря реализации губернаторской программы помощи сельскохозяйственным производителям, а также при непосредственной поддержке Министерства потребительского рынка и услуг Московской области и лично министра В.В. Посаженникова»*

# БЕЗ ТРУДНОСТЕЙ НЕ БЫВАЕТ ПОБЕД

Президент ТПП Московской области Игорь Куимов, говоря о деятельности муниципальных и районных Торгово-промышленных палат, неоднократно упоминал об относительно новом для них роде занятий – организации выставок-ярмарок. В Подмосковном Фрязине на протяжении последних нескольких лет успешно развивает свою деятельность в сфере организации выставок компания «Премьера+» (генеральный директор Яна Демирханова) – член трёх ТПП – г.Фрязино, Серпухова и Дмитрова. Яна Иоакимовна поделилась с читателями журнала о специфике деятельности и планах на будущее.

*– Яна Иоакимовна, расскажите, сколько лет вы занимаетесь организацией выставок и насколько гладко прошёл процесс становления вашего предприятия, как профессионального организатора подобных мероприятий.*

– Мы сотрудничаем с ТПП на протяжении последних восьми лет, и всё это время палаты занимались выставками, ярмарками, торговыми павильонами, организовывали гуляния, дни городов и прочее. Сейчас, по прошествии достаточно длительного времени, сложно вспомнить какие-то серьезные препятствия на пути к профессиональному росту. Но однозначно ровно да гладко не было, да и не бывает никогда. В самом начале пути приходится сталкиваться с какими-то вещами, прежде тебе неизвестными, пытаешься решать проблемы, с которыми раньше не сталкивался, порой совершаешь по незнанию ошибки... Только по истечении опре-



деленного времени, когда набираешься опыта, можно понять, насколько сложный ты прошел путь от новичка до знатока своего дела.

Помните, были времена, когда было модно делать ярмарки во Дворцах культуры и даже в театрах. Так вот мы начинали с таких выставок, потом плавно перетекли в уличные мероприятия, стали работать на открытых площадках, на открытой территории. Сегодня, повторюсь, мы проводим Дни городов, народные гуляния и тд.

*– В чем, по-вашему, заключается специфика ярмарочного дела?*

– В уникальности! Ярмарка – это сочетание всех, практически всех экономических направлений, скрепленных межрегиональ-

ми и международными связями. В структуре ярмарочного бизнеса задействовано очень много представителей среднего и малого предпринимательства. Следующий уровень – производители и сельхозпроизводители, фермеры. Т.е. четкая и одновременно сложная цепочка.

Есть нюансы. Например, – отсутствие информационного оповещения. Не все производители знают и понимают преимущества ярмарочной торговли, сам механизм организации ярмарки, а также не владеют информацией о датах наших мероприятий, о площадках. Поэтому наша задача – постараться донести до них эту информацию, показать и рассказать в деталях подробностях, дать возможность апробировать



И потом – легальные предприятия все прошли межведомственную комиссию, получили категории и должны им соответствовать. Все площадки, на которых мы проводим ярмарки, тоже проходят комиссию на предмет соответствия ряду определенных требований. Вся информация – в открытом доступе, на сайте профильного Министерства потребительского рынка и услуг. Любой желающий – производитель или оператор – может узнать и правила и перечень площадок и т.д.

*– Можно ли по качеству, ассортименту и ценам на ярмарочную продукцию сделать какие-то выводы о состоянии дел в экономике региона?*

– Должна признать, что обстановка сейчас не самая радужная, хотя на наших ярмарках вся продукция очень востребована. Хотя бы

ярмарку в тестовом режиме. Как только производитель попадает в нашу систему, как только примет участие в двух-трех мероприятиях, сразу приходит понимание, что ярмарка – это очень удобный и выгодный механизм быстрой организации сбыта, выхода на новых покупателей и продвижения собственной продукции.

*– Какова основная цель лежит в основе деятельности ярмарок?*

– Предоставить как можно больше рабочих мест, обеспечить оптимальное соотношение цены и качества, и как логичный итог – привлечь максимально возможное число покупателей. При этом я бы хотела подчеркнуть, что не разделяю наши мероприятия по какому-то конкретному признаку, а просто стараюсь делать каждую ярмарку максимально интересной для всех слоев населения. Ключевая задача заключается в том, чтобы любой покупатель, придя на мероприятия, что-то смог приобрести для себя, чтобы ему понравилось и внутреннее и внешнее содержание наших ярмарок. Поэтому у нас в каждом городе формируется собственный пул покупателей – людей, которые приходят хотя бы один раз на нашу ярмарку, а потом просят повторить мероприятие снова и снова. Приятно, что покупательский пул постоянно расширяется. Мы любим наших посетителей, готовим для них специальные сюрпризы – либо новых, еще не представленных в регионе производителей, либо существенные скидки, либо культурно-развлекательную программу.

*– Как часто проводятся ярмарки, и кто становится вашим постоянным участником?*

– Мы работаем только в соответствии с законодательством. Согласно ему, в любом муниципальном образовании Московской области, на заранее утвержденной под ярмарки площадке, проводится четыре сезонных ярмарки в год длительностью до 14 дней каждая. Также проводятся ярмарки выходного дня – с пятницы по воскресенье. Мы несколько раз предпринимали попыт-



ки сделать ярмарку с участием одних лишь подмосковных муниципалитетов. И должна вам сказать, что у нас ничего не получилось. Не хватило главного – ярмарочного разнообразия. О ярмарке узнают производители близлежащих регионов и подают заявки на участие. Сегодня почти обязательным стало участие гостей из Твери, Суздаля, Тулы, Покрова, Тамбова. И нам очень важен и нужен этот российский колорит.

*– Насколько сложно организовать ярмарку?*

– Это действительно сложно. Для начала у самого организатора должен быть, как минимум, и статус, и хорошая молва, и репутация в среде достойных предпринимателей. К сожалению, в нашей работе есть, скажем так, недобросовестные дельцы, которые объявляют ярмарку, люди приходят, а там – ничего достойного, просто пункт перепродажи товаров низкого качества. Поэтому очень важно заявлять о себе, чтобы стать известным в бизнес-среде.

потому, что продается она высшей свежести и качества, за этим следят ветлаборатории и ветврачи. Да и цена у нас несколько иные, нежели в крупных торговых центрах.

Предприниматели сейчас оказались в сложных условиях, так что участие в ярмарочной деятельности они, видимо, на некоторое время отложили. Но я уверена, что окончательно интерес к ярмаркам не угаснет никогда – жители городов Подмосковья давно оценили этот формат торговли по заслугам.

**ООО «Премьера+»,  
МО, г. Фрязино, Спортивный  
проезд, д. 5.**

**Директор  
Яна Иоакимовна Демирханова,  
тел. 8 (916) 155-29-98.**



## Задание повышенной сложности

Организовать и достойно провести ярмарку – дело вовсе не из простых. Чтобы довольными остались все: и участники, и организаторы – потребуются силы и, как минимум, профессионализм. Компания «Экспо-Медиа Сервис» зарекомендовала себя именно как профессионал высокого класса.

Генеральный директор компании **Анна Червякова** рассказала о пути, который пришлось пройти, прежде чем «Экспо-Медиа Сервис» смогла занять достойное место в рядах профессионалов.

– Анна Владимировна, почему вы решили связать свою деятельность именно с организацией выставок-ярмарок? Что послужило главной причиной?

– Наша компания была основана в 2008 году как рекламное агентство полного цикла и изначально основная деятельность была связана с оказанием всех видов рекламных услуг. Являясь членом НП «Московская областная ассоциация предприятий сферы услуг» (НП «МОАПСУ»), наша компания выступила в качестве со-организатора Чемпионата по парикмахерскому искусству на кубок губернатора Московской области в 2008 году и собрала профильную выставку-ярмарку товаров индустрии красоты и здоровья, которая проходила в рамках Чемпионата. Задача была новая, но чрезвычайно интересная. Поэтому с удовольствием приняли участие – и всё получилось.

После этого успеха руководство компании приняло решение вплотную заняться проведением тематических выставок-продаж (в основном праздничных). В большей степени они проводились в Москве, в частности, в выставочных павильонах ВДНХ. Со временем нарабаталась большая клиентская база, которая позволила перейти на другие площадки, попробовать свои силы на территории Московской области, увеличить частоту проведения ярмарок.

– Какие выставки вам больше по душе – тематические, сезонные...?

– Сегодня наша компания проводит как универсальные, так и тематические ярмарки в соответствии с требованиями, предъявляемыми законодательством Московской области в сфере ярмарок. Так, в графике работы компании обязательно есть такие ярмарки, как «Школьный базар», «Новогодняя», «Сделано в Подмоскowie», «Все для сада и огорода», «Социальная» (где все предприниматели предоставляют скидки пенсионерам и инвалидам).

Благодаря позитивным изменениям в законодательной базе, а также в связи с увеличением количества площадок для проведения ярмарок на территории Московской области, за что отдельные слова благодарности Министерству потребительского рынка и услуг Московской области, сегодня у компаний есть возможность работать во многих городах Московской области, и мы в этом смысле не исключение. Сейчас установлен довольно четкий порядок подачи заявок для работы в том или ином городе, что позволяет более или менее выстраивать долгосрочные графики работы.

– Насколько сложен процесс подготовки и проведения ярмарки?

– Подготовка и организация ярмарки – довольно серьезный процесс, хотя со стороны может показаться, что это дело нехитрое. Он охватывает несколько важных этапов, которые необходимо реализовать для того, чтобы ярмарка прошла успешно и оставила



## ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ И ТЕМАТИЧЕСКИХ ВЫСТАВОК-ПРОДАЖ

хорошие отзывы у покупателей.

Первый этап – подбор площадки. Необходимо, чтобы она была в реестре разрешенных площадок для проведения ярмарки. Далее – согласование мероприятия с местными органами власти, решение ряда технических вопросов, связанных с работой выставочного павильона в период работы ярмарки, установка выставочного павильона и выставочного оборудования внутри него, заполнение павильона участниками, проведение рекламной кампании до, а также в период работы ярмарки.

В настоящее время у предпринимателей, работающих на ярмарках, есть большой выбор, в какой город, с каким организатором поехать. Поэтому компания старается предлагать предпринимателям разнообразные площадки, комфортные условия для работы, а также относится с пониманием к их бизнесу, идет во многих вопросах ему навстречу. Благодаря этому, несмотря на большой выбор ярмарок, у нас есть постоянный пул предпринимателей, что позволяет нам выдерживать конкуренцию.

– Существует ли расписание ярмарок на 2016 год? Где планируется их провести?

– План проведения ярмарочных мероприятий расписан на месяцы вперед. Истра, Красногорск, Одинцово, Коломна... Компа-

ния с оптимизмом смотрит в будущее своего бизнеса, несмотря на сложные экономические условия, которые малый бизнес ощущает на себе в первую очередь. Но, тем не менее, число участников ярмарок-выставок возросло. Связано это с оттоком предпринимателей из стационарных объектов (невозможность арендной платы подтолкнуло множество предпринимателей перейти в формат работы на ярмарках). Закрытие несанкционированных рынков в Московском регионе также сыграло свою роль в увеличении числа предпринимателей, работающих на ярмарках.

Резюмируя, можем сказать, несмотря на определенные сложности данного бизнеса, его высокую динамичность, практика показывает высокий потребительский интерес к ярмаркам со стороны конечного покупателя, а мы, соответственно, при существовании данного спроса стараемся и будем стараться обеспечить необходимое предложение покупателям на территории Московской области.

ООО «ЭКСПО-МЕДИА СЕРВИС»  
(495) 787 29 47, 8 (925) 009 61 39  
Червякова Анна Владимировна  
[www.expoms.ru](http://www.expoms.ru)



# «БЕЛАЯ РУСЬ»: на прилавках – лучшее

ООО выставочная компания «Белая Русь» относится к тем предприятиям-организаторам ярмарок, о которых говорят – «профессионалы высочайшего уровня». Какой ценой завоёвывалось столь безупречное реноме, рассказала генеральный директор предприятия **Алеся Николаевна Назимова**.

*– Алеся Николаевна, с чего началось становление компании?*

– Наша трудовая деятельность началась в 2004 году с организации выставок. Первой выставочной площадкой мы выбрали ВВЦ, работали достаточно успешно до тех пор, пока не увидели, что посетителям хочется не только смотреть на предлагаемые товары, но и приобретать их – здесь и сейчас.

Поэтому логичным был наш следующий шаг – организация выставок-ярмарок. Изначально выйдя на международный уровень, мы представили тогда хлебулочные и колбасные изделия, товары народного потребления, бижутерию белорусского производства. Ярмарка прошла более чем успешно, и мы поняли, в каком направлении нам следует двигаться дальше.

Развивались мы постепенно, стали проводить тематические ярмарки, такие, как «Лучшие товары Белоруссии и России», «Ярмарка стран Таможенного союза - Беларусь-Россия-Казахстан», «Сделано в Подмоскowie» (продукты питания и товары повседневного спроса от товаропроизводителей Московской области), «Масленица Подмоскowie» (товары народного промысла и сувенирная продукция), «Дары садов Подмоскowie», «Школьный базар» (ориентированная на реализацию товаров широкого потребления, связанных с началом учебного года), «Социальная ярмарка» (реализация социально значимых товаров по доступным ценам для граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации), «Новогодний подарок», «Ярмарка Российских пчеловодов» и прочее. Параллельно изучали спрос и интерес посетителей. Например, на тематических ярмарках, посвящённых дачному сезону, мы предлагали современный инвентарь для работы на земле – культиваторы, лопаты и т.д. Из Белоруссии привозили различные поделки – качели, беседки, теплицы. Кстати, у нас прошла специализированная большая выставка на ВВЦ, на которой

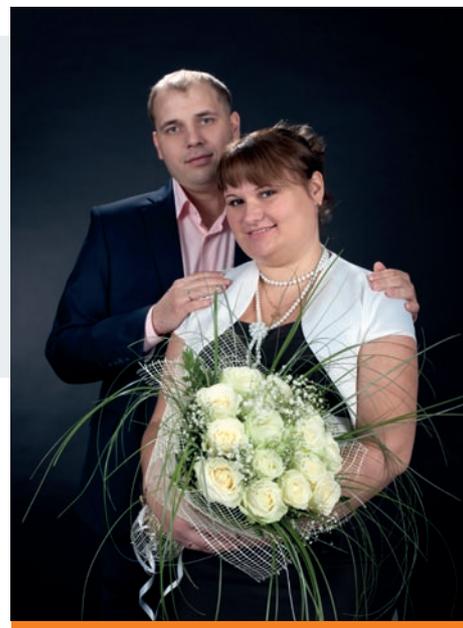
свою продукцию – теплицы – представили 45 предприятий, причём это были не только российские производители, но и белорусские, и казахстанские.

*– Какую роль для иностранных компаний сыграло участие в международной ярмарке?*

– Для них мы стали своеобразной стартовой площадкой, особенно для вновь открывшихся предприятий. Не без нашей помощи они нашли своих потребителей, заключили контракты и договора дистрибьюторами. Ведь мы собираем на наших ярмарках и предприятия, и магазины, в том числе и региональные, не говоря уже о простых посетителях. Мы тесно сотрудничаем с Торгпредством Республики Казахстан, Торгово-промышленной палатой Республики Беларусь и представителями



мало и среднего бизнеса регионов России. Тем самым мы на своих ярмарках имеем возможность, в рамках реализации концепции продовольственной безопасности Московской области, представлять продукцию



непосредственно от производителя, что является залогом высокого качества и умеренной цены, способствует импортозамещению поставок сельскохозяйственной продукции из стран Евросоюза и развитию торгово-экономических отношений в рамках Таможенного союза.

*– С белорусской продукцией всё более-менее понятно. Мы уже привыкли видеть её на наших прилавках. А что могут предложить российскому рынку казахские производители?*

– В Казахстане есть потрясающий завод «Рахат», производящий восточные сладости с давно забытым вкусом детства. Мы вывели их на наш рынок примерно в 2011-м году. Сегодня у этой компании только по Московской области почти два десятка дистрибьютеров. Не так и много, но главное, что они есть.

В Казахстане производят неплохие макаронные изделия. Главная проблема сегодня заключается в нестабильности рубля, из-за чего поставки становятся дорогими. Но мы, тем не менее, не прекращаем вести переговоры с казахскими партнёрами, у нас большое количество совместных проектов, так что в планах – только развитие.

*– Где и по каким признакам можно сегодня найти ярмарку, проводимую вашим предприятием?*

– Мы работаем под брендом «Лучшие товары Белоруссии и России», и это не пустые слова. Товар поступает на прилавки без участия перекупщиков, а напрямую с производств. У



нас вы можете найти мясную продукцию белорусских производителей по ценам завода, с гарантированным качеством. На наших ярмарках предлагались витебские ковры по таким низким ценам, каких вы больше нигде не найдёте.

Что касается продовольственных товаров, то мы работаем с овощной базой в Толстопальцево и реализуем овощи по её ценам.

Всего мы проводим в год пять-шесть больших профильных выставок на ВВЦ в Москве. В среднем по Московской области – две-три ярмарки в месяц, соответственно, около 50 ярмарок в год. Неделю в одном городе, неделю в другом. Мы открыты для сотрудничества и готовы организовать ярмарку в любом из городов, какой нам предложит Министерство потребительского рынка Московской области.

Но мало предложить посетителям свой товар – людей надо ещё заинтересовать. Поэтому мы организовываем и проводим на своих ярмарках культурно-массовые мероприятия, рассчитанные на участие любых слоёв населения и разных возрастных групп.

Так, например, перед новогодними праздниками провели ярмарку в Клину – ярко, красочно, со всеми новогодними атрибутами, чтобы этот праздник клинчане запомнили надолго.

*– Существуют ли какие-то сложности при организации ярмарок?*

– Главная проблема заключается в конкуренции. Наши ярмарки шатрового стиля, выглядят достойно – не зря же мы начинали с выставочной деятельности, где уровень культуры несколько иной. Поэтому относимся к ним, скорее, как к социальному мероприятию, нежели как к объекту зарабатывания денег.

Для нас представляет интерес реализация программы импортозамещения, поэтому сегодня, в условиях современной реальности, мы обращаем особое внимание на предпринимателей Московского региона, в частности фермеров. Привлекаем их к совместной деятельности всеми способами, и они достаточно активно отзываются на наши предложения. От месяца к месяцу их число растёт, и это, безусловно, радует.



**Директор Муниципального автономного учреждения «Комбриг» Д.В. Мартынов, г. Клин:**

*– С компанией «БелаяРусь» мы работаем недавно, но объективно считаем её одной из лучших среди организаторов ярмарок.*

*ООО «БелаяРусь» провела в Клину предновогоднюю ярмарку. Организаторы учли наши пожелания и получилась не просто торговля популярными товарами, а самая настоящая ярмарка с музыкой, песнями, играми и вручением новогодних подарков детям, отличившимся в учебе.*

*На наш взгляд, довольными остались все – и клинчане, и организаторы.*

## «МЕДИНА»: НА ОХРАНЕ ЗДОРОВЬЯ – ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



В современном мире мы все стремимся к совершенству, и у нас всегда есть желание улучшить свою внешность. Клиника эстетической медицины и семейного здоровья «Медина» – это современный медицинский центр с внушительной историей, который включает в себя передовые европейские технологии и современное оборудование для диагностики и лечения.

В клинике сконцентрированы все современные технологии в сфере эстетических услуг. Оборудование мирового класса, имеющее гарантию качества производства США, Германии, Финляндии и Японии. Специалисты высокого уровня, которые ежегодно повышают свою квалификацию. В своей работе врачи используют только передовые технологии аппаратной и терапевтической косметологии, а также самые эффективные и безопасные инъекционные техники в сочетании с профессиональной косметикой. Благодаря использованию самых современных методик, процедуры не имеют длительного восстановительного периода и не требуют медицинского ухода.

Кроме косметологии, в клинике работают поликлиническое и стоматологическое отделения. В поликлинике ведут прием лучшие врачи города и ведущие специалисты московских клиник – акушеры-гинекологи,





уролог, педиатр-нефролог, врачи ультразвуковой и функциональной диагностики, специалисты по заболеваниям ЛОР-органов, хирурги-онкологи, кардиолог, невролог-цефалголог, ортопед, эндокринолог-диабетолог, психиатр-нарколог, офтальмологи.

В начале нового года клиника получит из Франции многоцелевой офтальмологический лазер и начнет оказывать помощь пациентам с диабетическими ретинопатиями и глаукомой.

В это же время специалисты клиники получат из США новый аппарат ультразвуковой диагностики экспертного класса с новейшей программой неинвазивной диагностики онкологических заболеваний (эластографией), а также пакетом программ для тщательного исследования сосудов и сердца.

Стоматологическое отделение предоставляет полный спектр помощи при проблемах с зубами: терапия и гигиена, ортопедия и протезирование, хирургия и имплантология, ортодонтия и эстетическая стоматология. В клинике используются современные проверенные методики и материалы, а специалисты клиники – настоящие мастера своего дела!

Самосовершенствование – вот главный план «Медины» на будущее: непрерывное повышение профессионализма специалистов клиники, приобретение нового оборудования, использование только высокотехнологичной продукции. Клиника вкладывает все силы, чтобы занять достойную позицию на рынке эстетических и медицинских услуг.



# СПАСИТЕЛЬНЫЙ день



Синдром хронической усталости – одно из самых распространённых заболеваний наших дней. Каждый по-разному ищет выход из этого неприятного состояния. Помочь человеку быстро восстановить свои силы в условиях города решили в Клубе релаксации и перезагрузки «Соль». Он впервые открылся в Долгопрудном. Появилась чудесная возможность с помощью расслабляющих процедур отойти от напряженного темпа жизни, набраться сил и обрести душевное равновесие. «Понять, «в чем же вся соль», означает понять суть вещей, расставить собственные приоритеты, привести свои мысли в порядок», – считает его основатель **Маргарита Гирко**.

... Ранним утром отправляюсь по данному адресу. Клуб расположился в одном из жилых домов в центре города. Захожу в просторный, уютный холл. Люблю, когда много воздуха. Хозяйка предлагает выпить травяной чай, чтобы согреться с дороги, а затем показывает свои апартаменты. «Кедровая бочка – это особый метод оздоровления организма травяным паром, полученным из лекарственных сборов», – поясняет она и показывает своего рода мини-сауну высотой в человеческий рост. Дело в том, что при повышении температуры окружающей среды кедр выделяет в атмосферу лечебные фитонциды. Именно они оказывают оздоравливающий и косметический эффект.

«Можете проверить на себе», – любезно предложила Маргарита. Недолго думая, я согласилась.

Залезаю в бочку, закрываюсь. Бочка просторная, с сиденьем и крышкой, в которой только отверстие для шеи. Весь фокус в том, что пока тело парится, голова находится снаружи. Это основное отличие бочки от обычной парилки. Травяной пар поднимает температуру в камере до 40 градусов. Для меня это достаточно. Хотя, по желанию, некоторым клиентам температурный режим увеличивается и обязательно измеряется давление. Несмотря на то, что сеанс длится 15 минут, почувствовать, как уходит усталость и улучшается настроение, можно сразу. В комнате приятное освещение. Тихая музыка доносит журчание воды, шелест листьев, пение птиц... Такое впечатление, что ты находишься где-то в лесу, на берегу речки. К тому же аромат разнотравья и самой кедровой бочки сразу

отвлекает от всех посторонних мыслей. Тело расслабляется, распаривается, усиливается кровообращение. Кожные поры быстро открываются, и я ощущаю, как обильные капли пота стекают по телу. Фактически кожа берёт на себя роль почек. Ведь, потея, мы выделяем не дистиллированную воду, а солевой раствор с примесью тяжёлых металлов и биоцидов (ядовитых веществ), это и есть так называемые шлаки. Сочетание пара, насыщенного растительными травами, который подаётся

в кабину из сибирского кедра, благотворно действует на организм человека, помогает избавиться от многих недугов, омолаживает. Такого эффекта я не испытывала в обычных парилках. Голова при этом не перегревается, благодаря чему легко дышится. Это позволяет использовать кедровую бочку и людям, которые не переносят обычную баню или сауну. Кроме того, в фитосауне вы ощущаете значительно меньшую нагрузку на сердце, сосуды головного мозга.





Кедровая бочка–сауна имеет и другое оздоравливающее свойство. Она помогает лечить всё – фарингиты, ларингиты, гаймориты, астму, бронхиты с помощью травяных ингаляций.

После душистой чашки чая, заваренного из алтайских трав, хозяйка пригласила меня на сеанс «флоатинга» (от английского float – плавать на поверхности). Кстати, это направление к нам пришло совсем недавно, хотя открыто было английским учёным много лет назад. При помощи соляного релакса мне представлена возможность улучшить работу головного мозга на 50% за 1 час. Получить доступ к подсознанию, не имея опыта медитаций. Как же от этого отказаться?

...Передо мной тёмная комната, похожая на ванную. Через стены в неё не проникает

ни свет, ни звуки, ни запахи. Абсолютная изоляция. Ванна на 30 см заполнена водой. Количество соли здесь даже больше, чем в Мёртвом море. Получается очень насыщенный раствор. Надеваю на голову шапочку, в уши – беруши, и я готова к эксперименту. Температура воды и воздуха в камере идеально совпадает с температурой человеческого тела – 36,6. Другими словами, создаётся среда, похожая на эмбриональную. Маргарита мне объясняет, что именно при этой температуре магний лучше растворяется в воде и впитывается в тело, а в кровь поступает огромное количество гормонов счастья – эндорфинов. Других добавок здесь нет. «Можно забыть обо всём и даже поспать, – советует хозяйка салона и добавляет – не бойтесь, не утоне-

те». Для первого раза немного приоткрываю дверь. Закрываю глаза и держусь на воде как пробка. Так ново и необычно.

Вскоре уже не чувствую и воды. Кажется, просто парю в невесомости. Это трудно объяснить. Именно в полном отсутствии гравитации и заключается смысл процедуры флоатинга. В общем, мозг освобождается настолько от помех, что происходит не только парение тела, но и души. Отсюда идёт и свобода творчества, новых идей. По словам Маргариты, пациенты отмечают, что начинают намного спокойнее относиться к окружающему миру. Идёт душевное оздоровление

Ещё такой раствор даёт освобождение от спазм мышц. Мышцы расслабляются, исчезает боль, улучшается кровообращение и снимается воспалительный процесс. Конечно, это не купание в молоке, и вы, как в сказке, не выйдете сразу на 20 лет моложе, но боли реально снимаются, и наступает облегчение. И что интересно, чем чаще мы «плаваем», тем лучше результат. В общем, флоатинг почти не имеет противопоказаний, зато он имеет массу преимуществ: расслабляет, выводит токсины и шлаки, уменьшает целлюлит, способствует сжиганию жира, благоприятно действует на состояние кожи, улучшает психоэмоциональное состояние. А главное не нужно лишний раз прибегать к таблеткам, уколам. После двух этих оздоровительных процедур можно ещё и провести сеанс прессотерапии. В общем, пройти полезную перезагрузку организма. Да и не только это. Здесь, в спокойной домашней обстановке, людям хочется общаться, делиться своими впечатлениями. И это здорово. Так что, если вы не знаете, какой подарок выбрать для своих близких или знакомых, подарите им оздоровительный СПА-сеанс в Клубе флоатинга «Соль». Не пожалеете.



# НАРО-ФОМИНСКИЙ РАЙОН — площадка для строительства будущего



Когда-то, в незапамятные времена, на этом месте привольно раскинулись два села – Нарское и Фоминское. Столетия спустя они образовали город, давший впоследствии название целому району на юго-западе Московской области.

Наро-Фоминск в дореволюционные и советские времена – центр прядильно-ткацкой отрасли Подмоскovie, во времена сегодняшние – город Воинской славы.

О том, как ныне развивается эта территория, в интервью рассказал глава Наро-Фоминского района **Вадим Андронов**.

*– По итогам 2014 года Наро-Фоминский район был признан лучшим муниципальным образованием региона по росту инвестиций, став лауреатом премии губернатора Московской области «Прорыв года» в номинации «Прорыв в инвестициях». А насколько удачным для экономики района выдался 2015 год?*

– Уходящий год принес нам здесь только положительные моменты, но в условиях так называемой новой реальности говорить об этом не приходится. Вместе с тем я считаю, что этот год оказался для экономики района достаточно успешным, особенно с учетом мировых макроэкономических тенденций. Мы по-прежнему остаемся лидерами в сфере инвестиций – в 2015 году их объем составил 10 миллиардов рублей. В этом году был запущен современный домостроительный комбинат «Град». Общий объем инвестиций в проект составил 9 миллиардов рублей, из которых 2 миллиарда вложило РОСНАНО. «Град» стал крупнейшим ДСК федерального масштаба, созданным на территории России за последние 30 лет. Министр строительства и ЖКХ России Михаил Мень, губернатор Московской области Андрей Воробьев лично приняли участие в запуске этого предприятия.

В частности, крупными и средними предприятиями района только в период с января по ноябрь текущего года было отгружено продукции и товаров, выполнено работ и услуг на сумму 54 млрд. рублей, это на 18%

больше по сравнению с аналогичным периодом 2014 года. При этом наша экономическая политика направлена на развитие высокотехнологических секторов экономики посредством привлечения инвестиций в модернизацию действующих производств и строительства новых предприятий, поскольку ведущая роль в экономике района по-прежнему принадлежит промышленному производству.

*– Ваш район всегда считался сельскохозяйственным. Не потерял ли этот статус сегодня?*

– Вряд ли об этом можно говорить, с учетом того, что на его территории работал и работает мощный агропромышленный сектор, включающий в себя такие крупные сельхозпредприятия, как «Элинар-Бройлер», совхозы «Архангельский», «Головково», «Восход», ЗАО «Элинар», агрофирма «Ковригино». Эти предприятия успешно пережили трудности 90-х годов, не потеряв свои земли, материально-техническую базу, племенное стадо, семенной фонд, и сегодня успешно развиваются при поддержке руководства района и правительства Московской области. На предприятиях постоянно обновляется и модернизируется техника, расширяется площадь земель под посевы, увеличивается количество голов крупного рогатого скота и птицы. Кроме того, за два последних года на территории района появилось немало крестьянско-фермерских

хозяйств, которые нацелены не только на производство сельскохозяйственной продукции, но и на развитие такого нового для нас направления, как экотуризм. Хорошим примером такой инициативы может служить фермерское хозяйство «Резерв», которое



планируется включить в зону сельского туризма. Сегодня здесь занимаются разведением перепелов и пчеловодством, имеется пруд с зеркалом в 1,5 га, запущена рыба, решается вопрос по строительству гостевых домиков. В этом же направлении планирует развитие одно из вновь образованных в 2015 году КФХ «Плесенское» Д.А. Лощакова в с.п. Ташировское. Хозяйство имеет кроликоферму на 3000 голов, общее поголовье кроликов составляет 1500 голов, а также 300 голов гусей, 800 голов птицы. В хозяйстве имеется убойный цех, цех по переработке продукции, по приготовлению полуфабрикатов, копильня, сеть магазинов для реализации продукции, семейное кафе. Глава КФХ работает над созданием контактного зоопарка на территории хозяйства, где внимание будет уделено разработке экскурсионных программ для детей с ограниченными возможностями, которым общение с животными может помочь в реабилитации.

Кстати, по итогам первого полугодия текущего года наш район занял первое место в Московской области по производству мяса и третье – по производству яйца, а два наших фермера подали заявки на участие в конкурсе по отбору начинающих фермеров для предоставления субсидий на создание и развитие крестьянского хозяйства. По результатам заседания конкурсной комиссии Московской области по отбору начинающих фермеров было принято решение предоставить гранты в размере 1,5 миллиона рублей каждому участнику.

Развитию сельскохозяйственного производства, в том числе, путем эффективного использования земель сельхозназначения мы уделяем особое внимание. Активно ведутся работы по вовлечению в оборот земель сельскохозяйственного назначения.

Всего необходимо ввести в оборот 7 375 га земель сельскохозяйственного назначения, освоение которых запланировано в течение трех лет. За 2013-2015 годы сельскохозяйственными предприятиями района введено в оборот около 2937 га неиспользуемых земель сельскохозяйственного назначения за счет проведения культуротехнических работ хозспособом, только в текущем году – 1880 га. На сегодняшний день мы планомерно сокращаем земли, взятые в аренду сельхозпредприятиями или фермерами и неиспользуемые ими по целевому назначению, проводим комплексную проверку использования сельскохозяйственных земель и, в случае выявления неиспользуемых земель, принимаем жесткие меры вплоть до расторжения договоров аренды.

*– В своих выступлениях губернатор Московской области Андрей Воробьев большое внимание уделяет поддержке малого и среднего бизнеса, эта же тема стала одной из приоритетных в недавнем обращении президента РФ Владимира Путина к Федеральному собранию. Как сегодня ведется работа с предпринимателями на территории нашего района?*

– Малое предпринимательство на сегодняшний день играет существенную роль в социально-экономическом развитии территории и занятости населения, ведь именно в малом бизнесе занято более 48% экономически активного трудоспособного населения района. По состоянию на 1 октября текущего года у нас в районе числится 1456 юридических лиц, представляющих малый и средний бизнес, и более 5 тысяч индивидуальных предпринимателей. Большинство связывает малое и среднее предпринимательство

только с торговлей, но на самом деле наши предприниматели задействованы и в таких сферах бизнеса, как здравоохранение, жилищно-коммунальное хозяйство, наука, строительство, обрабатывающая промышленность, а также сельское хозяйство и рыбководство.

Несмотря на сложную экономическую ситуацию, наш малый и средний бизнес демонстрирует небольшой, но все-таки рост по сравнению с 2014 годом. К примеру, доля оборота малых и средних предприятий в общем обороте по полному кругу предприятий за 9 месяцев текущего года составила 22,2%, в то время как за аналогичный период 2014 года – 20,8%, а по темпам роста инвестиций в основной капитал малых предприятий показатель составил 114,9% и 113,9% соответственно.

Безусловно, малый и средний бизнес нуждается в поддержке со стороны государства, особенно, если он является социально ориентированным. На территории района на протяжении всего года успешно проходила реализация мероприятий подпрограммы по развитию субъектов малого и среднего предпринимательства. В текущем году финансирование из областного и федерального бюджета предусмотрено только на частичную компенсацию субъектам малого и среднего предпринимательства затрат, связанных с приобретением оборудования в целях создания или развития либо модернизации производства товаров, работ, услуг по видам деятельности, кроме социального предпринимательства.

В 2015 году из бюджета Наро-Фоминского района было выделено 500 тысяч рублей в качестве субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства на организацию групп дневного времяпрепровождения



детей дошкольного возраста. Этой возможностью, приняв участие в соответствующем конкурсе, воспользовался индивидуальный предприниматель В.А.Лимонов, при том, что фактически понесенные затраты предпринимателя составили 566,0 тыс. рублей.

На сегодняшний день в комитет по экономике подана заявка на участие в конкурсе для получения субсидии от ООО «Совхоз Головково», ведутся переговоры с ООО «Сан-КемиКэл», а также индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность в сфере пассажирских перевозок. При условии соответствия представленных документов всем требованиям им будет оказана финансовая поддержка, и выделенные средства в размере свыше 6 миллионов рублей будут освоены полностью.

*– Бюджет района на 2015 год при его принятии был обозначен как социально ориентированный. В понимании людей, это, в первую очередь, касается строительства социально значимых объектов, в том числе детских садов и школ. Можно ли говорить о том, что все задуманное в этой сфере превратилось в реальность?*

– По всем социально значимым объектам работы идут в запланированном режиме. Так, за счет привлеченных средств в сентябре текущего года введен детский сад на 120 мест в

Мартемьяново, за счет средств бюджета Московской области и местного бюджета завершается строительство детского сада на 220 мест в Калининце на ул. Фабричная и строится детский сад на 330 мест в Наро-Фоминске на ул. Куркоткина, ведется реконструкция здания детского сада №42 со строительством пристройки на 100 мест в Калининце, начато и успешно ведется строительство большой современной школы в микрорайоне Кантемировский города Наро-Фоминска.

Кроме того, предусмотрена реконструкция тренировочной площадки стадиона «Спорткомбинат «Строитель» в Селятине, стоимость которой составит 134,3 млн. рублей. Стадион включен в качестве тренировочной площадки в программу подготовки к проведению в 2018 году в Российской Федерации Чемпионата мира по футболу. Работа по его реконструкции будет осуществлена за счет средств федерального, областного и местного бюджетов, а планируемая дата ввода назначена на 2018 г. В настоящее время нами уже подготовлена закупочная документация на определение организации по разработке проектно-сметной документации, которая направлена на согласование в Министерство строительства комплекса Московской области.

*– Одним из главных событий уходящего года можно назвать церемонию награж-*

*дения победителей конкурса на премию губернатора Московской области «Наше Подмосковье», где жители города и района поставили рекорд по числу победителей в номинации «Облик Подмосковья». Как вы оцениваете это достижение?*

– Мне приятно отметить, что с каждым годом число жителей нашего района, пожелавших принять участие в конкурсе «Наше Подмосковье», растет – в этом году ими было подано 392 заявки, причем 49 проектов стали победителями, то есть каждая восьмая заявка оказалась победной. При этом, как вы уже сказали, в номинации «Облик Подмосковья» мы стали своего рода рекордсменами, получив самое большое количество наград – 10 проектов наших жителей были признаны лучшими. Безусловно, такая активность лучше всяких слов говорит о том, что наши жители искренне заинтересованы в развитии и процветании своих дворов, городов, поселков и района в целом, о том, что они занимают активную гражданскую и жизненную позицию. Я уверен в том, что в следующем году от Наро-Фоминского района на конкурс на премии губернатора Московской области «Наше Подмосковье» поступит еще больше заявок, и по числу победителей мы станем одним из лучших муниципальных образований региона.



# БИЗНЕС Диалог

ПОДМОСКОВЬЕ

**КАЧЕСТВЕННЫЙ  
ПРОДУКТ.**

**ВЫБОР ПОКУПАТЕЛЯ**



# БИЗНЕС Диалог

ПОДМОСКОВЬЕ

Проект «Бизнес-Диалог. Подмосковье» – это  
ЖУРНАЛ  
ДИСКУССИОННЫЕ ПЛОЩАДКИ  
ЭЛЕКТРОННЫЙ ВЕСТНИК  
ПРОГРАММА НА ТЕЛЕКАНАЛЕ «ПРО БИЗНЕС»

*Наш ДИАЛОГ строится на открытом общении  
Чтобы БИЗНЕС развивался и двигался к успеху*

**ВЛАДИМИР ПОСАЖЕННИКОВ,**  
министр потребительского рынка и услуг Московской области:

«Бизнес-диалог. Подмосковье» – организация реального и работающего диалога, дискуссионной площадки, объединяющей представителей бизнеса, власти, общественности, СМИ. Итоговые результаты – выявление, обозначение и решение вопросов бизнес-развития Московской области.

Основным инструментарием проекта являются журнал «Бизнес-диалог», цикл дискуссионных площадок, телепрограмма на телеканале «Про бизнес». Это журналистские, коммуникационные проекты с большой буквы! Они помогают бизнесу заявить о своих проблемах, задачах, целях. А нам – представителям Правительства – участвуя в круглых столах, общаясь через журнал, программу – удастся чаще напрямую разговаривать с предпринимателем, понимать его проблемы и находить реальные решения».



**ДЕНИС БУЦАЕВ,**  
заместитель председателя правительства Московской области,  
министр инвестиций и инноваций Московской области:

«Бизнес-Диалог» – это платформа для общения, коммуникаций. Она объединяет бизнес, позволяет быть в курсе главных событий жизни бизнес-сообщества региона. Это большой плюс, что у предпринимателей Подмосковья есть свой информационный ресурс.

• • • •  
[www.dialog-biznes.ru](http://www.dialog-biznes.ru)

facebook [www.facebook.com/  
Бизнес-Диалог-Подмосковье](https://www.facebook.com/Бизнес-Диалог-Подмосковье)

• • • •  
**НАШИ УСЛУГИ:** PR, EVENT, реклама

(журнал, вестник, сайт),  
производство корпоративного видео.

• • • •

# Чай «Млесна» – золото Цейлона, доступное для Вас...

«Если человек не выпил чая, он не способен воспринимать истину и красоту».  
(Японская поговорка)

Существует такая легенда о появлении чая. В китайских сказаниях говорится, что первым человеком, испившим чай, стал легендарный император Шэнь Нун, который экспериментировал с различными травами. Однажды император, за один день перепробовав сотню ядов из трав, потерял сознание. Оживила же императора капля росы, упавшая ему в рот с чайного куста. Сегодня проверить, насколько это правда, не представляется возможным, но целительные свойства чая доказаны учеными давно. А то, что чай оказывает благотворное влияние на нервную систему, успокаивает «больную» душу, знаем мы все: попьешь чайку, поговоришь с другом в беседе за чашкой чая, вот и полегчало вроде.

Фирма «Млесна» (Шри-Ланка) является производителем высококачественного элитного цейлонского чая, имеющая заслуженное признание во всем мире. За более чем 20 лет чайная продукция фирмы завоевала своих почитателей и в России. Сегодня наш разговор за чашечкой чая с руководителем российской компании «Млесна» **Дёминым Сергеем Аркадьевичем**.



**ВЕСЁЛЫМ ГОСТЯМ НАДО ДАТЬ ВИНА.  
ГРУСТНЫМ ГОСТЯМ – ОБЫЧНЫЙ ЧАЙ.  
ЗАДУШЕВНЫМ ДРУЗЬЯМ – ЗАВАРИТЬ ЛУЧШИЙ ЧАЙ И НАСЛАДИТЬСЯ БЕСЕДОЙ.**  
(Сюй Цзе Шу)

– *Сергей Аркадьевич, несколько слов о компании «Млесна».*

– В 1993 году начались поставки чая компании «Млесна» в Россию. Мы занимаемся в основном сортами высокогорного цейлонского чая, хотя у нас есть и некоторые сорта дорогого китайского чая. На российском рынке представлен полный ассортимент продукции фирмы «Млесна», включающий в себя более 200 сортов чая, среди которых: чай черный и черный ароматизированный, зеленый и зеленый ароматизированный чай, уникальный по своим свойствам серебряный чай, а также травяные и лечебные чаи.

Мы не конкурируем с масмаркетом. Мы прочно заняли нишу элитных дорогих сортов чая. Гарантированное высочайшее качество – отличительная черта чая торговой марки «Млесна». Это обусловлено твердой концепцией фирмы по производству высококачественного высокогорного, экологически чистого чая с расфасовкой в особую пищевую фольгу, которая для этих целей специально заказывается в Канаде. Чай «Млесна» легко узнаваем и благодаря уникальной подарочной упаковке, которая может поспорить богатством материалов с ценностью чая. Мы используем для упаковки своей продукции деревянные коробки, шкатулки и сундучки, для изготовления которых применяются ценные породы деревьев Цейлона, плетеные из тростника коробки, мешочки из буйволиной кожи, украшенные художественным тиснением и ручной росписью, а так же дорогой фарфор, изготовленный из цейлонской экологичной (на Цейлоне нет тяжелой промышленности) глины.

– *Есть ли в вашем ассортименте отечественная продукция?*

– Да, помимо дорогих сортов чая из Цейлона и Китая мы предоставляем покупателям и ряд других сопутствующих товаров, т.к. отталкиваемся от запросов и потребностей наших клиентов. При этом мы не требуем от поставщиков и производителей «входных

ся в небольших количествах. А во-вторых, краснодарский чай по определению не может быть высокого качества. Это не потому, что русские не умеют чай выращивать или плохо налажено производство, а потому, что наши климатические и почвенные условия в принципе не располагают к выращиванию высококачественных элитных сортов чая.



билетов». Единственное условие, чтобы товар появился на наших прилавках – нам он самим должен нравиться, и также продукт должен соответствовать уровню нашего чая. В основном, это кофе, Мате и различные чайные аксессуары. Примерно 8-10 поставщиков у нас по России таких есть.

– *А краснодарский чай?*

– Тоже есть. Но он у нас представлен в качестве экзотики. Во-первых, он производит-

Это зависит от погодных условий. На Цейлоне идеальные условия для произрастания чая – чем выше он растет, тем больше в нем минералов, витаминов, меньше танина. На Цейлоне нет никакого промышленного производства, экология, следовательно, не нарушена. Краснодарский чай у нас – для ассортимента, для ностальгии. Но хочу отметить правильный взгляд отечественных производителей – они делают акцент на добавки: чабрец, Melissa, то есть завуалируют

оттенки чая, делая акцент на травяных нотках. И этот чай тоже имеет своего покупателя.

– «Изюминка» компании. Быть может, выпускаете какой-то особенный сорт чая?

– Зеленый чай Саусэп. Саусэп – переводится как «сметанное яблоко». Это большой зеленый фрукт, произрастающий в Шри-Ланке, Индонезии. У него очень тонкий цитрусовый аромат. Такой чай – наш бестселлер. Это сочетание высокогорного цейлонского чая и ароматизатора саусэп.

**НАСТОЯЩИЙ ЧАЙНЫЙ БУКЕТ КАК ДОРОГОЕ ВИНО, ЕГО НЕВОЗМОЖНО ПОВТОРИТЬ, СЕКРЕТЫ ЕГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО АВТОРУ.**

(Кейтлин Тёрнер, американская актриса)

– На вкус и цвет, как известно... Но по Вашему наблюдению, какие сорта и виды чая сегодня наиболее востребованы?

– Черные не ароматизированные больше. Хотя пару лет назад была тенденция к

ных условий. И эти чаи отличаются по вкусу и запаху даже не ароматизированные. Это говорит о высоком качестве чая.

– Как правильно выбрать чай?

– Если вы совершенно не знаете этого чая, фирму, которая его производит, то самое первое, на что надо обратить внимание – чтобы чай был упакован в алюминиевую фольгу. Отличить её от алюминизированного полиэтилена просто. Надо посмотреть на свет, если просвечивается, то это полиэтилен. Если свет не проникает, то это алюминиевая фольга. Конечно, в магазине это сделать проблематично, но дома убедиться в качестве своей покупки и сделать выводы на будущее можно. Влажность чая от 3-4 % и он отлично впитывает запахи, поэтому в полиэтилене качество чая портится.

– Что в чае самое важное: аромат, размер листа, цвет, упаковка или что-то еще?

– Аромат очень важен, даже в не ароматизированном чае. Размер листа не имеет отно-



увеличению спроса на зеленый чай. Цейлонский чай – в основном черный, хотя есть и несколько видов зеленого, но в меньшей степени. А вот Китай – это страна зеленого чая, черный чай у них более низкого вкусового качества. На рынке чая активно присутствует и Кения, но в основном это дешевые сорта. Из ароматизаторов популярна клубника и саусэп. Из китайского чая – оолонг и другие.

– А от чего зависит вкус чая, исключая добавки, конечно?

– Настоящий качественный чай имеет свой запах и вкус в зависимости от места произрастания. Вот на Цейлоне каждый сорт чая – свой вкус. Это зависит, на какой горной местности он произрастает (обычно название чая происходит от названия местности, где был собран). Димбула, – один вкус, Нуvara Элия – другой. Это зависит от природно-почвен-

шения к качеству чая. Он зависит от используемой фракции листа (листья же сушатся, затем на прессе размалываются и просеиваются, поэтому и получаются разные фракции: крупные и мелкие). Наши жители любят крупнолистовой. Это объяснимо тем, что раньше в 90-х годах в мелком чае можно было встретить и пыль, и труху коры кустарника и деревьев. Это несколько подорвало имидж такого вида чая. А для сравнения, в Англии заваривают только мелкий чай – быстрее и крепче заваривается. Крупнолистовой чай они считают арабским. Это дело вкуса. Упаковка тоже, на мой взгляд, важна. Она должна быть красивой и качественной. Это привлекает покупателей.

– Сейчас популярны различные чаи с добавками и ароматизаторами. Какие добавки используете вы и как понять, что в чай не положили «химию»?

– Ароматизаторы в чае «Млесна» или натуральные или близки к натуральным. Это вкусно и безопасно.

**ПЕЙТЕ ЧАЙ МЕДЛЕННО И С УВАЖЕНИЕМ, КАК БУДТО ОН – ОСЬ, ВОКРУГ КОТОРОЙ ВРАЩАЕТСЯ ЗЕМЛЯ: МЕДЛЕННО, РОВНО, НЕ ТОРОПЯСЬ В БУДУЩЕЕ.**  
(Тич Нат Хан)

– Какой чай пьёте лично Вы?

– Я люблю черный чай. Swiss Fondue, Нуvara Элия – высокогорный чай.

– Есть ли свои фирменные магазины, чайные?

– Магазины есть в ГУМе, ТЦ «Атриум», ТД «Охотный ряд», аэропорте Домодедово, ТЦ «МЕГА» и других крупных торговых центрах. Чайных, где бы чай разливали, нет, потому как издержки гораздо выше обратной реакции. Нет и чайных церемоний. Идея хороша, но она не рентабельна. Данный вид обслуживания клиентов должен происходить в комплексе: пирожные, столики, уборные, продавцы, аренда помещения... Нет у нас и дегустаций. Это связано с тем, что Роспотребнадзор требует, чтобы обязательно была мойка, что в магазине невозможно, и другое. Мы отказались от этого. Но сказать, что этих услуг не хватает, не могу. У нас уже сложился круг покупателей. Если Вы пришли впервые познакомиться с нашим продуктом, то продавец подробно расскажет Вам о каждом сорте и виде чая. И если Вы дома убедились в правдивости его слов, то, конечно, вернетесь в наш магазин, за нашим чаем снова.

– Проблемы производства чая в России существуют?

– Проблем производства чая в России не существует, потому как он здесь не производится. Если имеется в виду фасовка, то он в нашей стране фасуется. У нас есть тоже своя чайная фабрика – возле Троицка, где мы фасуем из большого в меньшее. Все остальное производится на Цейлоне, мы только реализуем. Такая система производства существовала в России и в 18 веке. Многие пытались выращивать чай, но всё это осталось в виде несбыточных надежд.

– Легко ли продавать чай?

– Чай продавать нелегко. Конкуренция большая. В нашем сегменте элитного чая, она, конечно, не такая высокая. Но и количества покупателей тоже не так много, как у масмаркета. Что касается продажи чая в крупных маркетах, где мы все же представлены в небольших количествах, то это обязательное материальное участие в различных промоакциях и другие издержки, плюс работа наших менеджеров по расстановке товара. Мы неоднократно эту тему поднимали. Но пока ничего не меняется и нам сотрудничество малоинтересно. Поэтому продавать чай не так



просто. Надо определить правильное место, так как чай – это продукт все же не деньго-емкий, то расходы по аренде, зарплате продавцов плюс себестоимость товара должны покрываться ежемесячным оборотом хотя бы с небольшим плюсом.

**– На каких принципах сегодня строится продуктовый бизнес? И заставили ли Вас поволноваться продуктовое эмбарго и программа импортозамещения или, наоборот, «сыграли на руку»?**

– Продуктовый бизнес всегда строился на принципе прибавочной стоимости, как и любой другой. Однако ни продуктовое эмбарго, ни программа импортозамещения не заставили нас волноваться, т.к. чай наш здесь не производится. Цейлонский и китайский элитный чай не заменишь российским. А что касается самой программы, то она должна была быть запущена несколько лет назад. Но лучше позже, чем никогда. Импортозамещение работает, я знаю, что многим оно помогает развиваться. А вот лично на нас сказалась стоимость валюты. Нет стабилизации курса доллара. При его повышении мы несем дополнительные убытки, т.к. не можем менять цены на чай вслед за быстрым подъемом доллара. Покупатель нас не поймет.

**«ЧАЙ! ПУСТОЙ НАПИТОК!  
А НЕ ДАЙ НАМ ЕГО КИТАЙЦЫ,  
БО-О-ЛЬШАЯ СУМАТОХА МОГЛА БЫ ВЫЙТИ!»  
(М. Салтыков-Щедрин, русский писатель)**

**– Под занавес уходящего года открылась выставка «Великий чайный путь в истории российского предпринимательства».**

**А каким он был этот путь?**

– С 18 декабря по 11 января в г. Москве во Всероссийском музее декоративно-прикладного и народного искусства работала выставка «Великий чайный путь в истории российского предпринимательства». Это совместный проект общественной организации «Деловая Россия» и российского исторического общества, возглавляемого Председателем Государственной Думы С.Е. Нарышкиным. Главная задача выставки – восстановить историческую справедливость, имидж предпринимателя, который в советское время был подпорчен, вспомнить роль предпринимателей в становлении Российского государства. И, конечно же, рассказать посетителям историю прихода в Россию чайной церемонии. Сделано это было на примере Пермского края, где в свое время проходил Сибирский тракт, соединявший Россию с Китаем. На этом тракте и был создан чайный путь. В Пермском крае располагался небольшой город Кунгур. Купец Губкин и другие купцы, проживающие в нем, и заложили основу чаепития на Руси. Раньше же чай был доступен только царским семьям. А Губкин случайно, имея предпринимательский интерес, закупил партию чая. Это «выстрелило», он быстро продал всю партию чая довольно выгодно. И занялся этим делом. Быстро заработал на нем состояние, стал заниматься благотворительной и меценатской деятельностью. Построил в городе несколько училищ, больницы, водопровод. Другие купцы тоже подтянулись к нему. С тех пор чай потребляет абсолютно всё население России. А его целительные свойства уже давно доказаны учеными. Многие европейцы, когда их угощают чаем, до сих пор говорят: «Спасибо, но я еще не болею».

Я себя считаю благодарным последователем этих купцов, потому как продолжаю идти по этому Великому чайному пути.

**– Расскажите немного о самой выставке. Что на ней было представлено? Чем она была интересна и познавательна?**

– Среди экспонатов – карты, исторические документы, предметы быта и интерьера и, конечно, русские самовары. Уникальные экспонаты XIX – начала XX веков: документы и фотографии, мебель и книги, торговая и промышленная реклама, атрибуты чаепития.

Тематические экспозиции выставки «Кунгур – чайная столица Российской Империи» и «Чайные короли Костромской земли» были сформированы из фондов Кунгурского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника, Костромского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника, Музея ювелирного искусства (Костромская область, село Красное, «Алмаз-холдинг»), Всероссийского музея декоративно-прикладного и народного искусства г. Москвы. Выставка получилась многоплановой и рассказывала многое о личном вкладе российских предпринимателей в развитие государства, меценатской деятельности, о традициях чаепития и культуры чаепития. Выставку посетил и Председатель Госдумы С. Е. Нарышкин. Он тоже с большим интересом осмотрел экспонаты, выступил с комментариями и продегустировал различные сорта чая «Млесна». Положительный отклик от спикера получил зеленый чай с соусом.

Проект получился тёплым и по-настоящему новогодним.

# ИРИНА КУЛАГИНА:

«Мода как музыка – должна БЫТЬ  
гармоничной и изящной»

«Если вас поразила красотой какая-нибудь женщина,  
но вы не можете вспомнить,  
во что она была одета,- значит, она была одета идеально».  
(Коко Шанель)

«Мода не меняется внезапно, Мода – это дело рук людей! Творчество, фантазии, желанья - Моду изменяют каждый день!»... Бессонные ночи, миллионы набросков и кусочки изрезанного материала – это все остается только в памяти дизайнера. А ведь так хочется хоть немного приоткрыть занавес дизайнерских будней и посмотреть на весь процесс своими глазами.

Человек, создающий образ шикарной женщины, человек, создающий образ артиста, человек, создавший себя, – наверно, так можно охарактеризовать мою собеседницу, дизайнера Ирину Кулагину – создателя и руководителя дизайн-студии Ainblue (Arinainblue).

Ирина с удовольствием поделилась с нашими читателями секретами своей профессии и рассказала как не «потеряться» среди других мастеров дизайна.



И. Кулагина слева

## ЧЕРЕЗ ТЕРНИИ К ЗВЕЗДАМ

– Ирина, для начала немного о своей работе. Как возникла студия, и что Вы предлагаете своим клиентам?

– Открылись мы в то время, когда обычно все закрывается и люди лишней раз ничего нового не пробуют делать – в период кризиса. Изначально дизайн-студия задумывалась только как индивидуальный пошив вечерней и свадебной одежды. Но сейчас приоритетными направлениями стали: индивидуальный пошив вечерней и свадебной моды, театральные костюмы и головные уборы, костюмы для танцев. В будущем хотелось бы добавить деловой и мужской костюм. Ainblue объединила множество талантливых людей в различных областях данной индустрии. Это дизайнеры театральных костюмов, головных уборов, вечерней моды, стилисты по подбору стиля. И я рада, что многих моих коллег я знаю со студенческих скамей, а скорее мольбертов и манекенов. Мы смотрим в одном направлении, что очень помогает в работе.

– А с чего начался Ваш интерес к дизайну одежды, к моде? Как Вы поняли, что это Ваше призвание?

– Осознание пришло с момента, когда я начала рисовать на бумаге первые эскизы одежды, представляя, как девушки выходят в моих моделях одежды на подиум. Очень хотелось в это верить, но для этого необходимо было получить образование. Я последовательно шла к своей мечте. И после того как я получила образование художника по театральному, историческому и современному костюму уже твердо знала, что наступит тот день, когда я открою свою дизайн-студию. Но к этому лежал еще очень длинный путь...

– Этапы творческого пути были тернистыми?

– Безусловно. Я получила дополнительно

еще два высших образования. В пору, когда я училась на художника по костюму, понимала, что мне очень легко даются предметы по экономике в отличие от моих однокурсников, для которых это был «темный лес». После получения первого образования я проработала в различных театрах и дизайн-студиях, но это была работа больше швеи, чем дизайнера. Откровенно сказать, мне было скучно. Мне все время хотелось что-то придумывать, в голове было полно идей и выполнять работу, которая требовала четкого исполнения по пошиву, была не для меня. Вскоре я волею судьбы устраиваюсь работать в банк, и моя карьера начинает стремительно развиваться в области банковского маркетинга. Мой путь прошел от простого специалиста до директора по маркетингу. Могу сказать честно, мне было довольно интересно развиваться в этой области. Но параллельно я всегда занималась индивидуальным пошивом, хоть и в качестве хобби. Но наступил тот день, когда я решила: нужно исполнять свои мечты! И в один прекрасный день я ушла из банка и резко изменила свою жизнь.

#### **ИДЕЯ ДЛЯ ВДОХНОВЕНИЯ ИЛИ ВДОХНОВЕНИЕ ДЛЯ ИДЕИ...**

**– Какие самые первые воспоминания связаны у Вас с модой?**

– Я бы сказала, что первые воспоминания связаны с мамой. Она прививала мне вкус, и мы часто ходили на различные выставки. Мне очень нравилось рассматривать фотографии своих предков в красивых платьях. Мама всегда говорила, что мода как музыка - она должна быть гармоничной и изящной.

**– Помните свой первый заказ?**

– Да, конечно. Это был заказ свадебного платья и платьев для подруг невест. Дополнительно я делала букет невесты и оформляла саму свадьбу.

**– А свой первый эскиз?**

– Самый первый нет, много было непрофессиональных рисунков, до того как научилась правильно рисовать. Но помню, что я рисовала их в огромном количестве. Мне нравилось совмещать различные фактуры. Всегда хотела, например, попробовать совместить шелк и мех.

**– Расскажите о Вашей работе поэтапно: что приходит в первую очередь, и какие фазы следуют далее? Над каким этапом Вам сложнее всего работать?**

– В первую очередь – идея. Это может быть наиболее длительный и изменчивый этап, он и является наиболее сложным. Утверждение идеи и воплощение ее в жизнь, то есть разработка эскиза. Далее согласование с заказчиком, разработка кроя и подгонка по фигуре и дополнительные коррективы по модели, и, наконец, пошив и готовое изделие. В данном случае я говорю про индивидуальный пошив. Немного иначе происходит при изготовлении массовой коллекции.





– Помимо развивающих занятий непосредственно связанных с профессией, есть также повседневные, которые развивают косвенно. Например, журналисту для развития нужно много читать; спортсмену – вести здоровый образ жизни; актеру – наблюдать за окружающими его людьми и т. д. А что нужно делать дизайнеру?

– Иметь вдохновение. Развивать логическое мышление. Разбираться в музыке и искусстве. Путешествовать, наблюдать за природой.

– Чем Вы увлекаетесь помимо дизайна?

– Мне нравится кикбоксинг. Я три раза в неделю хожу на занятия, которые длятся более двух часов. Люблю живопись, верховую езду, горные лыжи.

**МОДА ЧАСТО СМЕЁТСЯ НАД ЛЮДЬМИ**

– Сказывается ли Ваша профессия на Вашем внешнем виде? Вас легко заметить в толпе?

– Меня всегда и везде замечают (улыбается). Но, я предпочитаю классический стиль.

– А Вы

сами одеваетесь у «себя» или ходите по магазинам?

– Я люблю шить себе и не люблю покупать одежду.

– Ваши учителя и авторитеты в моде?

– Конечно, я преклоняюсь прекрасной французской женщине – дизайнеру Коко Шанель. Не могу представить, что было бы с модой, если не она. Это гениальная и революционная женщина. В ней сочеталась женственность и острый ум. Также бесспорные авторитеты: Валентин Юдашкин, Вячеслав Зайцев, Пьер Карден, Эльза Скиапарелли, Ив Сен Лоран, Кристиан Диор, Пако Рабан.

– Бывает так, что Вы что-то создали, вдруг смотрите – у другого дизайнера похожая вещь?

– Даже у самых знаменитых модельеров такое бывает. Эпоха диктует моду, а мода иногда над нами смеется. Наше основное направление – это индивидуальный пошив и поэтому зачастую наши модели уникальны.

– Ваши работы для каждого дня или все же больше для смелых, готовых к экспериментам людей? Какая она – женщина от Ирины Кулагиной?

– Я предпочитаю женственный, сексуальный, классический стиль. В первую очередь, женщина должна оставаться женщиной, а мужчина – элегантным. Мне с детства очень нравилось всё, что связано с утонченностью и подчеркнутой женственностью. Будь то вечерние платья в пол, строгие платья в стиле Chanel, кружевное белье, чулочки, подвязки... Особую слабость я питаю к обуви на высоких каблуках. В ней женщина сразу преображается, становится другой.

## ГАРМОНИЯ ПРОТИВОРЕЧИЙ

– Часто дизайнеры сетуют на то, что заказчик не готов к современным решениям, в результате чего принимаются более обыденные работы. Как видите Вы эту проблему?

– Я думаю, что у каждого своя правда. Я бы не стала отталкиваться непосредственно только от модных тенденций, хотя они неоспоримо важны. Но сейчас современная мода настолько пестрит стилями, что разобраться модникам что твое, а что нет, что с чем сочетается и что актуально в этом сезоне довольно проблематично. Так что я призываю отталкиваться в первую очередь от того, что подчеркивает достоинства фигуры, а не глупо следовать модным тенденциям. У многих людей в принципе не сформирован вкус и многие просто даже не представляют, какой стиль одежды ему может подойти. И я не говорю уже о цветовой палитре или о стиле в целом. Чувство стиля вырабатывается или прививается с детства. Очень жалко, что на уроках домоводства в школе девочек не учат, как правильно определить свой тип фигуры и понять, что наиболее подходит именно ей.



Уроки моды, я думаю, стоило бы ввести как для девочек, так и для парней (улыбается).

– Не считаете ли, что мода способна вытеснить индивидуальность?

– Я соглашусь, что тупое следование модным тенденциям вытесняет индивидуальность.

– Существует ли для Вас понятие «карьерного роста»? К чему Вы стремитесь в профессиональном плане и какая Ваша самая смелая мечта, связанная с профессией?



– Безусловно, это признание и известность. Вспоминаю известную поговорку – «глух тот солдат, что не мечтает стать генералом», уточню – мечтаю о мировом признании (улыбается).

#### КРИЗИС ДЕРЖИТ В ТОНУСЕ

– *В нынешнее нестабильное экономически, кризисное время не тяжело ли вести своё дело? Быть может, стоило остаться работать в банке?*

– Сейчас везде все нестабильно. В банковской системе тоже много колебаний, и я не уверена и в её стабильности. А если у человека есть цель, огромное желание поменять жизнь, профессию, достичь своей мечты, заниматься любимым делом ему никакой кризис не помеха. Тем более что благодаря кризису, программе импортозамещения, введенным санкциям на нашем российском рынке стали появляться неплохие ткани. Если ранее все ткани мы закупали в Италии или, если надо удешевить модель для клиента, то в Китае, сегодня хорошие, недорогие ткани можно купить и в Иваново, причем, иногда и более качественные.

– *То есть санкции «сыграли на руку» Вашему бизнесу?*

– Я бы, конечно, так определенно не утверждала. Но мне кажется, как не парадоксально это звучит, если бы нас ограничили полностью, то появились бы более интересные и масштабные перспективы в развитии. Но легче, естественно, не стало, стало сложнее. Все привыкли, что дорогие вечерние платья отшиваются из итальянских тканей. И это пока действительно так, потому что, к сожалению, в России пока не научились готовить такие же по качеству и красоте материалы. И теперь, закупая ткани в Италии, я вижу, что себестоимость модели повысилась, а ее цена либо осталась прежней, либо, наоборот, упала. Конечно же, это все непросто. Кризис – это кризис, но если ты хочешь развиваться, то он не будет помехой, наоборот, ты ищешь новые горизонты, придумываешь новые схемы для развития – это держит в определенном тоне, поднимает интерес к работе. Хотя театральные костюмы мы отшиваем практически полностью из отечественной ткани, благодаря тому, что он немного по-другому формируется, а вот вечерние дорогие платья требуют высококачественных материалов – шелка, например, который приходится закупать за рубежом.

– *В сложное для бизнеса время, чувствуете поддержку?*

– Основная проблема лично для меня сегодня: существует много программ для поддержки малого бизнеса, но, к сожалению, я столкнулась с тем, что многие из них просто не работают. А чиновники занимаются отписками. Мы обращались за возможностью арендовать помещение по льготной ставке в обмен на работу с населением (пошив недорогой одежды, подшив, мелкие работы),



согласны были принять условия, которые нам предложат... Но ничего не получилось.

– *Ателье, дизайн-студий в Москве и Подмоскovie сегодня немало. Тяжело выживать среди коллег по цеху?*

– Для каждого находится свой клиент. Самое главное – найти свою нишу и занять её. Во-первых, каждая студия, ателье специализируется на своем деле, во-вторых, индивидуальный пошив – это значит, что у каждого заказчика есть свой мастер. Нам проще в том, что мы выбрали одним из направлений пошив театральные костюмов и головных уборов. Мастера, дизайнеры и ателье такого профиля встречаются не часто. Наши заказчики довольно известные московские театры и театры других регионов. Получая заказ, мы приходим на репетиции, смотрим, проникаем в атмосферу, чтобы сложилась определенная картинка. Это интересный и увлекательный процесс.

#### БЛИЦ-ОПРОС:

Источник вдохновения: музыка, природные явления, архитектура

Работаю под звуки... дождя

Мечтаю о... оказаться на берегу моря

Самые часто используемые в работе инструменты: карандаш, сантиметр, ножницы

Мое рабочее место похоже на... мой дом

Любимое сочетание цветов: беж и цвета голубой (цвет Тиффани)

Мода для меня – это... источник жизни

Моя самая характерная черта – это... женственность

Больше всего я люблю... жизнь

Я терпеть не могу... предательство

Я хотела бы жить в... Италии

Я не могу обойтись без... любимого человека

Мне не хватает смелости... для того, чтобы самой управлять автомобилем

Счастье для меня – это... быть любимой и заниматься любимым делом и, конечно, мои дети.



# «ГОСПОДАРЬ» ВКУСА

Как говорится, лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. А еще лучше – попробовать, чтобы вновь ощутить тот незабываемый вкус из детства, который вот уже на протяжении двух десятилетий дарит покупателям кондитерская фабрика «Господарь». Наш разговор – с управляющим кондитерской фабрикой **Сергеем Анатольевичем Сурмачем**.

*– Сергей Анатольевич, чей опыт использовала компания в своем становлении?*

– Наша компания начала свою деятельность в 1997 году. Это было непростое время. Советская история уже закончилась, а российский период только начинался, поэтому мы привлекли на предприятие специалистов с классическим советским пищевым образованием. Получается, что мы опирались и использовали опыт еще советских кондитерских предприятий. Но вместе с тем требовался и новый подход, за ним мы отправились за рубеж к европейским коллегам, в том числе и австрийским. Мы летали к ним, они прилетали к нам. Вот таким образом мы получили предприятие, в котором органично сочетались славные советские традиции производства кондитерских изделий и европейская рациональность.

*– 97-й год не самый легкий. Вас предстоящие трудности не испугали?*

– Нет. Изначально руководство и собственники компании понимали, что пищевое производство – это та отрасль, которая будет необходима всегда. Люди питались и будут питаться, а уж побаловать себя куском торта (пусть и нечасто) любят абсолютно все. Торт, конечно, это не первая необходимость, но потребность в этом продукте присутствует постоянно. Так что мы были уверены в успехе.

Безусловно, было тяжело. В то время гораздо проще было торговать и перепродавать. Но мы выбрали для себя другой путь.

*– А так ли уж была высока необходимость налаживать отношения с Европой? Ведь наш отечественный шоколад когда-то славился, без преувеличения, на весь мир...*



– Понимаете, тогда только открылся железный занавес, и все, что происходило, было важным и интересным. Наш шоколад всегда был на высшем уровне, но технологические особенности производства в советское время не всегда, скажем так, отличались эффективностью. Да и с ассортиментом все было не просто, его перечень ограничивался ГОСТами.

В Европе немного по-другому смотрели на само производство, где все функционировало более эффективно, более экономно, рационально. Здесь можно было посмотреть и перенять опыт новых рецептов.

Острой необходимости, может быть, и не было, но нам казалось это актуальным, и время подтвердило, что это действительно так. Потому что продукция, рецептуру которой мы переняли у наших коллег, стала необыкновенно популярной.

*– В таком случае расскажите, пожалуйста, как менялся ассортимент вашего предприятия?*

– Как ни покажется это кому-то странным, изначально наш ассортимент был разнообразнее, чем сейчас. Мы занимались производством конфет, зефира, печенья, тортов и пирожных. У нас был представлен все, что только может быть в кондитерском производстве. Но

быстро поняли, что это будет неэффективно – развиваться во всех возможных направлениях. Поэтому остановили свой выбор на мучнистых кондитерских изделиях – тортах и пирожных. Это основное направление нашей деятельности сегодня. Есть еще вспомогательное – хлебобулочные изделия. Этой продукцией потребителей снабжает наш фирменный магазин при фабрике.

*– В чем заключаются особенности производства?*

– Наша особенность заключается в том, что фабрика включает в себя полный цикл производства – от закупки сырья до продажи готовой продукции. Ключевые отделы предприятия – снабжение, производство, транспортный, коммерческий, склады сырья и готовой продукции, бухгалтерия.

Но основа и гордость предприятия, конечно же, производство, в котором мы применяем классические технологии. Мы пробовали работать по инновационным технологиям и рецептурам, но рынок показал, что наиболее востребована именно классика, от этого мы сегодня и отталкиваемся.

На предприятии используется много ручного труда. И это позволяет, в том числе, описать нашу вторую особенность, заключа-

ящуюся в поистине огромном ассортименте мучнистых кондитерских изделий. В настоящий момент он состоит из более чем 180 наименований продукции, производимой нами в разных объемах, исходя из потребности наших клиентов. Основной объем мы реализуем через сетевые и розничные магазины Москвы, Московской области и смежных регионов. В числе самого популярного – торты «Киевский оригинальный», «Наполеон», «Прага», «Сказка», пирожное «Картошка», трубочка, эклеры, профитролы и многое другое.

Хочу обратить внимание на еще одну особенность предприятия. Это наша визитная карточка – торт «Киевский оригинальный», в изготовлении которого используется действительно оригинальная технология: наш бессменный руководитель производства в свое время училась у создателя рецепта этого торта. Поэтому наш торт – самый оригинальный из всех «оригинальных», приготовленный по авторскому рецепту.

Срок годности большинства наших продуктов составляет 5 суток.



**– Следовательно, вы используете только натуральные ингредиенты? Реально ли развивать производство без использования искусственных добавок?**

– Основу нашего производства составляют натуральные ингредиенты. Тем не менее, замечу, что без компонентов, которые позволяют продукту улучшить вкусовые качества, сегодня не обойтись. Такова технология. Но эти компоненты совершенно безопасны и разрешены к использованию. Они есть на любом пищевом производстве, и этот факт производитель обязан отобразить на этикетке.

**– «Натуральность» как-то влияет на конечную цену продукта?**

– Стоимость складывается из нескольких показателей: стоимости сырья, упаковки, стоимости работы, транспортировки и коммерческой наценки. Нередко случается так, что продукция с «химическими» ингредиентами становится дороже натуральной – разные бывают ситуации, много особенностей. Поэтому говорить о зависимости цены от этих факторов не стоит.

#### **Владимир Посажеников:**

*Сегодня кондитеры Московской области сделали реальный прорыв. Во-первых, большая часть торговых сетей до 80 и даже 90-100% кондитерской продукции с коротким сроком хранения поставляет только локальных, – т.е. наших областных производителей. Сетевой ритейл устраивают и качество, и разнообразная продуктовая «линейка», и уровень партнерских взаимоотношений с местными производителями. Уровень производства подмосковных кондитерских цехов и предприятий уже на столько высок, что продукция выходит в другие регионы, покоряет столицу, и занимает свои места на торговых полках других городов и даже стран.*

*Если мы говорим о кондитерской фабрике «ГОСПОДАРЬ», то помимо целого ряда бесспорных преимуществ данного предприятия, я бы выделил ее приверженность к сохранению исконных советских рецептов, советских стандартов и ГОСТ-ов. Причем не просто сохранение, а их полноценное цитирование. Это очень важно для наших потребителей. Благодаря «ГОСПОДАРЬ» наша молодежь может попробовать вкус нашей молодости. А это, уж поверьте, самый лучший вкус!*

**– В связи с экономическими санкциями не испытываете ли вы трудности с поставкой какао и его компонентов?**

– Действительно, в производстве нашей продукции широко используется шоколад, полученный из зарубежных какао-бобов. Они являются важными ингредиентами, и хотя сегодня стоимость этих компонентов выросла, перебоев пока нет, а мы стараемся удержать конечную цену продукта без изменений.

Что касается остальных ингредиентов, то они поставляются нам отечественными производителями и дистрибьюторами, дающими стабильное качество и цену. В связи с тем, что большая часть продукции имеет небольшой срок годности – 5 суток – перебои для нас недопустимы. Поэтому наш отдел снабжения работает с несколькими поставщиками одновременно. Сахар, яйца, мука, шоколад (всего более 100 наименований ингредиентов) поступают к нам без задержек и проволочек в основном количестве из Московской, Нижегородской, Липецкой, Воронежской областей, Краснодарского края и других регионов нашей страны.

**– Каков на сегодня уровень продаж?**

– У каждого предприятия кондитерского рынка есть свой сегмент клиентов. Мы работаем в так называемом среднем и массовом сегменте. И я хочу сказать, что нынешняя экономическая ситуация позволила нам получить положительную динамику объема продаж. За последние два года мы увеличили и количество продукции, и число клиентов. Ведь сейчас спросом пользуются продукты средней цены – в том числе и наши. И мы стараемся удержать наших клиентов сдерживанием цен и поддержанием стабильно высокого качества.

**– Принимаете ли вы участие в каких-либо социально ориентированных проектах?**

– Конечно, это наш гражданский долг. И пусть наши проекты не такие уж и крупные, но достаточно значимые. Уже не первый год наша фабрика участвует в новогоднем празднике первой елки Москвы в ГУМе. В этом

году на елку пришли более 200 детей с ограниченными возможностями, для которых мы не только устроили праздник, но и подарили сладкие подарки.

Инициатором акции является благотворительный фонд «Созидание», и мы всегда откликаемся на его призыв.

**– Только что начался 2016-й год. Наверняка составлены и продуманы планы?**

– Несмотря на сложную экономическую ситуацию, мы считаем, что сейчас самое время для развития. Потому и планы у нас амбициозные – войти в новые сети и увеличить долю рынка. Мы не боимся увеличения объемов производства: система работы фабрики отлажена таким образом, что позволит поддерживать стабильно высокое качество при любых объемах.



**143930, МО, г. Балашиха,  
мкр. Салтыковка,  
Разинское шоссе, д. 1  
тел./факс: (495) 524-05-92,  
(495) 524-05-93  
E-mail: info@gospodar.ru  
http://www.gospodar.ru**

# На прилавке – первая и единственная свежесть!



Крестьянское-фермерское хозяйство Еремкина Т.П. находится в экологически чистом регионе Подмоскovie – селе Петровском Щёлковского района. Из огромного разнообразия видов деятельности КФХ здесь изначально выбрали производство натуральных колбасных изделий. Тот, кто хоть раз попробовал эту продукцию, раз и навсегда становится самым преданным покупателем. Рассказывает исполнительный директор ИП (КФХ) Еремкина Т.П. **Елена Шилина.**

– Почему КФХ основным направлением своей деятельности выбрало производство натуральных колбасных изделий? Да потому что производителей на рынке много, все они похожи друг на друга. Отличаются только этикетками и объемами производства. Мы же маленькое предприятие, которому трудно «тягаться» с монстрами. Поэтому решили, что идеей бизнеса и целью нашей работы должно быть производство натуральной (из хорошего сырья, без лишних ингредиентов) мясной продукции (колбасы, деликатесы, полуфабрикаты). Наша продукция имеет минимальные сроки реализации (не добавляем никаких антиокислителей и консервантов), выпускается только в натуральных оболочках. Для незначительного увеличения сроков реализации мы используем вакуумную упаковку и модифицированную газовую среду. У нас есть серия диетических продуктов, для производства которых используется мясо курицы, индейки и кролика. Есть чисто «говяжья» линейка продукции. Есть «домашняя» колбаса. Поголовье мы не держим. Мы закупаем сырье у фермеров и на небольших откормочных хозяйствах. С промышленными гигантами мы не работаем.



Многие наверняка решат, что «натуральное» значит «дорогое». Да, дорогое, но не за пределами. Оно вполне доступно для большинства населения. Но при этом завоевать рынок, занять на нём лидирующее место достаточно сложно, т.к. в последнее время у народа выработалось определенное отношение к колбасе, если не сказать – недоверие. Это недоверие сформировали наши средства массовой информации на протяжении последних нескольких лет передачами о каких-то ужасных подпольных производствах, где в колбасу кладут все, кроме мяса. Но в компании «пробивают» эти стереотипы,

рассказывают людям о своей деятельности и принципах работы, проводят огромное количество дегустаций, приглашают к себе на производство. Только такая кропотливая работа с людьми дает результат.

– На сегодняшний день, – продолжает Елена Шилина, – мы имеем достаточно большой ассортимент. Основная масса продукции производится в соответствии с ГОСТами. На некоторую продукцию мы разработали рецепты сами, утвердили их документально и выпускаем её по ТУ. Но это не значит, что они чем-то хуже ГОСТовских – просто в ГОСТах таких продуктов не нашлось. Наиболее активным спросом пользуются традиционные продукты: сосиски «Молочные», колбаса «Докторская», сосиски «Куриные», сосиски «Диетические» из индейки, окорок «Тамбовский», полукопченая колбаса «Краковская», продукты из говядины и еще несколько видов продукции. Большое внимание покупатели обращают на калорийность предлагаемых товаров. Поэтому, в некоторых продуктах мы практически не используем животный жир, а для сочности добавляем оливковое масло.



Нашу продукцию оценили. У нас много наград с выставок-ярмарок, в которых мы регулярно участвуем. К сожалению, не можем рассказать об активном участии в каких-то конкурсах. Но сейчас пришли к пониманию, что это для нас необходимо, т.к. способствует продвижению продукции.



География сбыта у предприятия не слишком большая, что обусловлено небольшими сроками реализации. Длительная транспортировка «съедает» большое количество от срока годности, что идет вразрез с философией производства – продукт на прилавке должен быть только свежим!

Потребители могут купить продукцию в Москве, Московской области, г. Санкт-Петер-

бурге, Ленинградской области. Есть предложения и из других регионов, но проблемы с логистикой, к сожалению, пока «перевешивают». Что, впрочем, не мешает думать о будущем и выстраивать стратегию на ближайшее время.

Это и расширение производства, увеличение объемов и ассортимента, и строительство новых производственных мощностей для выпуска сырокопченых деликатесов и колбас.

– Но самое главное и заветное на сегодняшний день – это инвестиционный проект «Строительство птицефермы по выращиванию и первичной переработке курицы», – делится планами Елена Шилина. – Хотя ферма будет довольно большая и современная, мы хотим выращивать птицу на абсолютно натуральных кормах и в условиях, максимально приближенных к естественным, чтобы получить куриное мясо высшего качества, обладающее великолепным вкусом. Большая часть фермерской курицы будет продаваться в охлажденном виде, а небольшую часть будем использовать при производстве деликатесов и колбас. Для этого проекта Правительство Московской области нам выделяет участок земли в Щелковском районе. Мы заказали проект и уже весной, надеемся, приступим к строительству.



#### КОНТАКТЫ

**Адрес:** Московская область,  
Щелковский район,  
село Петровское.  
**Телефон:** +7 (495) 6600460.  
**E-mail:** russkysort@list.ru.



# БЕЛЛАКТ – ДЕТСКОЕ ПИТАНИЕ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ



Волковысское ОАО «Беллакт» – это современное предприятие, лидер на рынке продуктов для детского питания и молочной продукции в Республике Беларусь. Оно ведет свою историю с 1967 года. Именно на этом заводе в 1970г. начали производить те первые детские молочные смеси, которые до сих пор помнят далеко за пределами Беларуси: «Малютка и «Малыш»» для детей раннего возраста.

«Беллакт» является одним из крупнейших предприятий по производству детского питания на постсоветском пространстве. В сутки здесь перерабатывается 700 тонн молока. Производство детского питания на предприятии ведется по двум направлениям: изготовление сухих молочных смесей и каш.

У продукции Волковысского Комбината есть свой секрет. Для производства детской смеси прежде всего необходимо молоко. «Беллакт» - единственный производитель детского питания на территории СНГ, который имеет собственную сырьевую зону. Производство и фермерские хозяйства, которые поставляют молоко на завод, расположены вблизи государственного заповедника Беловежская пуща, в экологически чистом районе. Требования к сырью у производи-

теля очень высокие - молоко для детского питания поступает только из определенных хозяйств, перечень которых утвержден органами ветеринарного надзора.

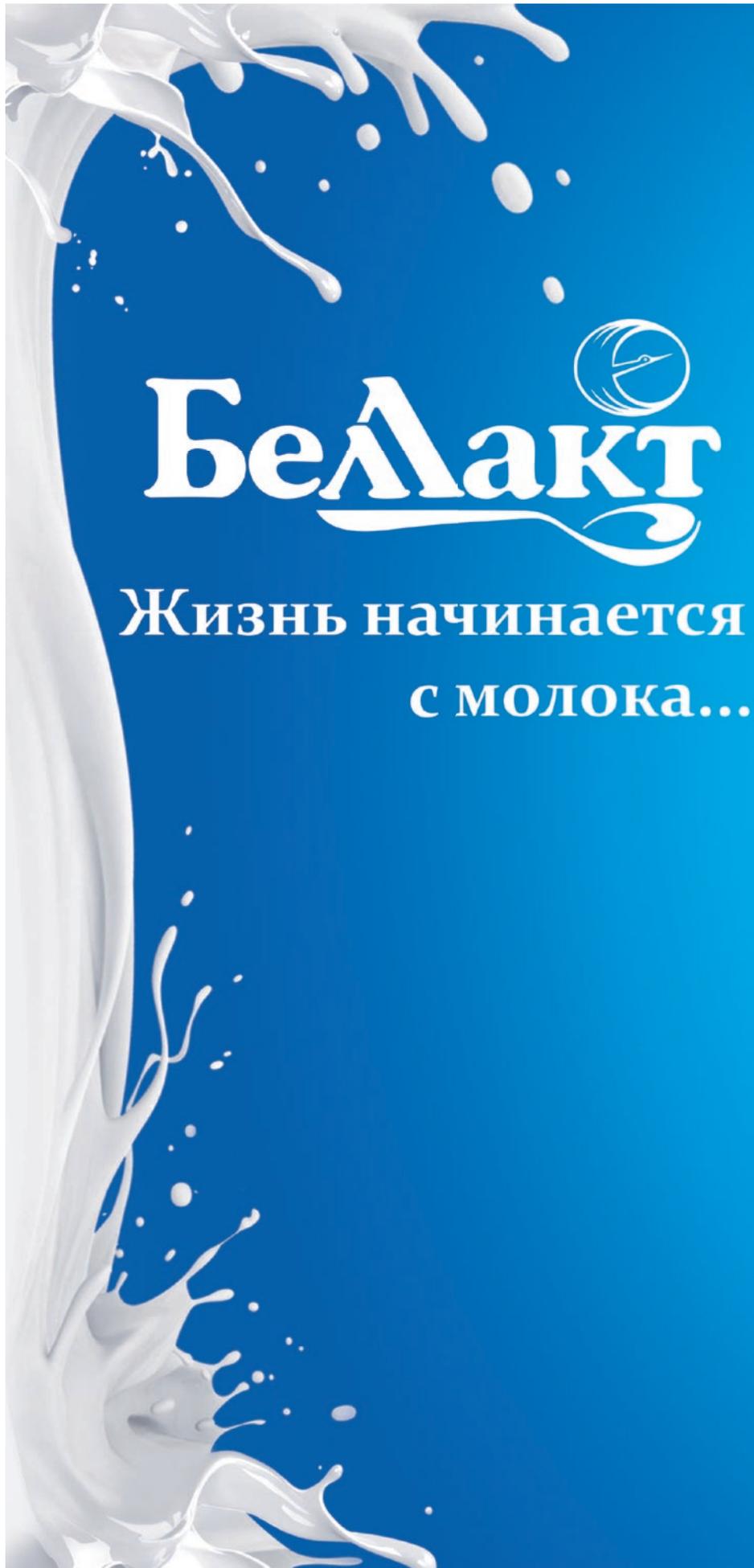
В Россию компания экспортирует более 40 ассортиментных позиций: молочные смеси для здоровых детей, молочные смеси для вскармливания здоровых детей профилактического назначения, лечебные молочные смеси, продукт для беременных женщин и кормящих мам, а также молочные и безмолочные каши. Беллакт постоянно работает над оптимизацией ассортиментной линейки, ожидается запуск новых проектов, таких как жидкое детское питание.

Продукция ОАО «Беллакт» (детское питание и молочное сырье) экспортируется во многие страны мира: Россию, Казахстан, Уз-

бекистан, Ливию, Пакистан, Монголию, Венесуэлу, Украину, Грузию, Азербайджан, Молдову, Туркменистан.

Для обеспечения наиболее эффективной работы с партнерами по реализации продукции ТМ Беллакт на рынке Российской Федерации, вот уже более 5 лет в Москве работает Представительство Волковысского ОАО «Беллакт» в РФ, которое состоит из медицинского и коммерческого департаментов. Сегодня группу компаний Беллакт в России возглавляет Ольга Станиславовна Шелестовская. Благодаря усердной работе в России детское питание Беллакт на сегодняшний день представлено в большинстве городов-миллионников от Калининграда до Владивостока, доступно как в розничных магазинах, так и на молочных кухнях.





  
**Беллакт**

**Жизнь начинается  
с молока...**

# ЗАО «МАТВЕЕВСКОЕ»

В 2015 году предприятию ЗАО «Матвеевское» исполнилось 55 лет. И всё это время предприятие занимается производством овощей и молочной продукции наивысшего качества на самом современном оборудовании.



в эксплуатацию 2,7 га голландских теплиц для выращивания томатов. В теплицах внедрена малообъемная технология выращивания овощей на кокосовых матах, появились новые высокоурожайные гибриды томатов. В новых теплицах значительно возросла урожайность продукции – более 40 кг/м.кв. Общий объем производства овощей тепличного комбината составляет более 2800 тонн продукции в год. Прямо с грядки продукция попадает на стол покупателям Одинцовского района и Подмосковья.

Особого уважения заслуживает биологическая защита растений от вредителей, которой в «Матвеевском» уделяется пристальное внимание. Пока на прилавках магазинов в нашей стране продукция, выращенная с применением биозащитных технологий, является редкостью в силу своей дороговизны. Однако в «Матвеевском» избегать химии в растениеводстве считают делом чести. Серьезная проблема тепличных комбинатов – значительное повышение себестоимости продукции в связи с непрерывным ростом тарифов на энергоносители. Учитывая эту тенденцию, руководство «Матвеевского» осуществляет комплексную программу энергосбережения. Вместо старой котельной с 2014 года отопление тепличного комбината, а также прочих помещений осуществляется от новых котельных.

В 2007 году был построен и введен в действие завод по переработке молока и выпуска кисломолочной продукции. Завод оснащен новейшим технологическим оборудованием. Ассортимент молока и кисломолочной продукции составляет более 20 наименований. Для производства молочной продукции используется молоко наивысшего качества. Для обеспечения молочного завода сырьем и создания кормовой базы племенного животноводства в 2002 году ЗАО «Матвеевское»



Предприятие создавалось с целью обеспечения растущих потребностей населения Москвы и Подмосковья в овощах, молоке, мясе. Земельные угодья ЗАО «Матвеевское» находятся в Одинцовском и Можайском районах Московской области. Тепличный комбинат, построенный в 1972-1975 годах на этих землях, определил специализацию хозяйства по выращиванию овощей в защищенном грунте. За годы работы совхоз «Матвеевский» славился высокими урожаями тепличных овощей, высококвалифицированным кадровым составом. Мясомолочное направление также успешно развивалось, о чем свидетельствует присвоение хозяйству в 1997 году Минсельхозом Московской области статуса племенного репродуктора по разведению крупного рогатого скота.

В 2005 году в ЗАО «Матвеевское» введены



приобрело обанкротившееся хозяйство в Можайском районе ЗАО «Сокольниково». Был построен современный животноводческий комплекс. Сейчас годовой надой молока от одной коровы в ЗАО «Сокольниково» составляет в среднем 9 тыс. кг. На фермах тщательно следят за здоровьем животных, от которого в первую очередь зависит качество молочных продуктов, выпускаемых под брендом ЗАО «Матвеевское».

Опыт последних лет показал, что вырастить овощи и произвести молочную продукцию легче, чем ее продать. Для реализации своей продукции ЗАО «Матвеевское» использует сеть собственных торговых точек – магазинов и тонаров в Одинцово и Одинцовском районе. Покупатели ценят овощную и молочную продукцию, выращенную и произведенную на их земле за особую свежесть, качество экологическую безопасность и чистоту.

И за всем эти стоят люди – главное богатство предприятия. Большинство сотрудников, а на сегодня в ЗАО «Матвеевское» работают более 300 человек, трудятся на предприятии многие годы и имеют солидный опыт и широкие познания в своем деле. Руководство заботится о социально-бытовых условиях для работников предприятия: хозяйство имеет свою кафе-столовую-булинг на 150 мест, гостиницу, детский сад. В 2005 году закончилось строительство жилья для работников и пенсионеров хозяйства, многие работники получили земельные участки. Регулярно оказывается материальная помощь и помощь в натуральном виде пенсионерам хозяйства, участникам и ветеранам Великой Отечественной войны Одинцовского района, благотворительным организациям.

В 2000 году Генеральным директором ЗАО «Матвеевское» избран Николай Васильевич Кырин. Став директором предприятия в сложных экономических условиях хозяйс-



твования, Николай Васильевич добился эффективного развития предприятия за счет умения видеть перспективу, быстро ориентироваться в современных условиях ведения бизнеса.

К своему 55-летию ЗАО «Матвеевское» подошло с хорошими результатами. За эти годы сделано много, но сегодня есть новые перспективные планы дальнейшего развития предприятия. В 2013 году закончилось строительство и введен в эксплуатацию современный складской комплекс общей площадью 30 тыс. кв. м. С 2015 года осуществляется строительство нового комплекса современных теплиц площадью 3 гектара.

«Матвеевское» живет, развивается и процветает. И это главный успех!

---

**Покупатели ценят овощную и молочную продукцию, выращенную и произведенную на их земле, за особую свежесть, качество экологическую безопасность и чистоту.**

---



# НАШ ХЛЕБ – ВАШЕ ЗДОРОВЬЕ

70 лет – немалый срок. За это время наша страна пережила немало потрясений – войну, времена дефицита, экономические кризисы, санкции. Немногие предприятия смогли пережить все эти невзгоды, утвердиться в новых рыночных условиях.

ООО «Воскресенскхлеб» – смог. Он не просто выжил, но и во многом добился успеха.

ООО «Воскресенскхлеб» подошел к этому славному юбилею, сохранив традиции работы команды, традиции в технологии, добросовестный подход к работе и ответственность за результат, которые и являются основными принципами работы.

Коллектив ООО «Воскресенскхлеб» всегда производит продукцию только высокого качества, в полной мере осознавая ответственность перед городом и областью, в которой живет и людьми, для которых работает.

Руководитель предприятия Инга Николаевна Дулова сделала ставку на новую стратегию: продукция должна быть разнообразной и удовлетворять вкусы различных групп покупателей, чьи запросы с каждым годом становятся всё требовательней и избирательней. Продукция ООО «Воскресенскхлеб» стала отличаться по качеству от продукции конкурентов, была разработана новая ассортиментная линейка хлебобулочных и кондитерских изделий, параллельно внедрилась система менеджмента качества. Ежегодные выставки и смотры качества подтверждают качество изделий. Продукция предприятия ежегодно отмечается на различных выставках и конкурсах за отличное качество. В коллекции заслуженных наград – дипломы «100 лучших товаров России» и «Лучший продукт

Подмосковья», медали и дипломы Международной промышленной академии, награды Международного Смотра качества хлеба и хлебобулочных изделий. Оценки жюри подтверждаются и спросом покупателей. Воскресенцы по достоинству ценят хлеб «Донской», технология которого не изменена и производится на заквасках.



Инга Дулова

В мае 2015г. предприятие ООО «Воскресенскхлеб» приняло участие в международной выставке продовольственных товаров «Крым – Юг России 2015», которая проходила на площадях Севастопольского института банковского дела. Крымчанам продемонстрировали новую технологию «глубокой заморозки» хлебобулочных изделий, т.к. замороженные изделия – это новое и перспективное направление для бизнеса. Данное направление поможет обеспечить магазины, кафе, рестораны свежей и вкусной продукцией!

В 2013г. предприятие стало обладателем золотой медали Шестого Международного Кремлёвского Кулинарного Кубка, а также медали за II место в номинации «Пекарский конкурс» чемпионата по кулинарному искусству на Кубок губернатора Московской области.

В 2014 г. к 85-летию Московской области был испечен торт в виде старинной книги, где были прописаны главы из её летописи, за что предприятие заняло 2 место в номинации «Праздничные кондитерские изделия» чемпионата по хлебопечению в г. Щелково.

В январе 2015 г. предприятие достойно выступило в финале XV Кубка России по хлебопечению, который проходил в Москве на ВДНХ, и стало победителем Кубка России по хлебопечению.

Главным приоритетом в работе предприятия является высокое качество продукции, а также его польза для потребителя. Всё сырьё проходит тщательную проверку, к производству допускаются только продукты высокого качества.

В настоящее время предприятие выпускает более 200 наименований хлебобулочных изделий, свыше 100 наименований кондитерских изделий и свыше 50-ти хлебобулочных изделий «глубокой заморозки». Ассортимент вырабатываемой продукции крайне разно-





Озерского и других районов.

Говоря о солидном юбилее предприятия, конечно, нельзя обойти вниманием тех, кто, собственно, и делает его живым и мощным: мастеров своего дела, людей, которых по праву можно назвать патриотами производства.

К успеху предприятия вели целенаправленно его руководители, которые отдали частичку своего сердца и души, развивая производство. Их имена вошли в историю завода. Это Д. Балакирев – первый директор хлебозавода.

- с 1943 г. по 1945 г. – Дьяков Д.А.
- С 1945 г. по 1965 г. – Соколов М.П.
- С 1965 г. по 1975 г. – Шибяев С.Ф.
- С 1975 г. по 1985 г. – Рязанова Р.В.
- С 1985 г. по 1992 г. – Шустов В.М.
- С 1992 г. по 1999 г. – Кинашевер С.Я.

В 2012 г. генеральным директором предприятия назначена Инга Николаевна Дулова. На

предприятии успешно разработана и внедрена система менеджмента качества ISO 9001:2008, в отдельную структуру выделена торговая сеть, открыты собственные магазины.

Именно в фирменных магазинах собирают информацию о вкусах покупателей. Именно в фирменных магазинах впервые появляются все новинки, проводятся презентации, изучаются отзывы покупателей.

Сегодня более 200 сотрудников ООО «Воскресенский хлеб» работают как слаженный механизм, чтобы каждое утро на полки магазинов попадала свежая и качественная продукция.

«Наш хлеб – Ваше здоровье» – это не пустые слова. Каждый сотрудник предприятия: технолог, пекарь, тестовод, формовщик или кондитер – работая, понимает, какую несёт ответственность, и поэтому вкладывают в этот хлеб частичку своей души – для взрослых и детей.

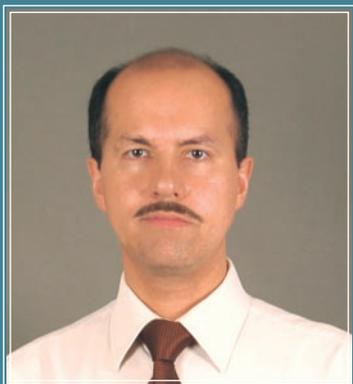
образен: помимо хлебобулочных изделий на предприятии выпускается линейка «здоровых хлебов». Для покупателя, следящего за своим здоровьем, есть ассортимент с добавлением муки грубого помола, т.к. в этой муке есть витамины групп В и Е, кальций, железо и т.д.

С 2008 года на предприятии запустили новую линейку замороженных хлебобулочных изделий. В результате использования уникальной низкотемпературной технологии после выпечки хлеб остается мягким и ароматным.

Предприятие успешно сотрудничает с крупными торговыми сетями, а также с РАЙПО Воскресенского, Ступинского,



# ДЕЛИКАТЕС РОССИЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ



Не поступают в Россию прибалтийские шпроты, поменьше стало на прилавках скандинавской форели. На рынок рыбной продукции медленно, но верно выходят отечественные компании, готовые заполнить продовольственные корзины россиян отечественной рыбой, коей в наших реках и морях предостаточно.

Коммерческий директор компании «Дальфиш» **Кирилл Лебедев** рассказал читателям журнала о том, каким образом рыбные деликатесы, реализуемые этой компанией, попадают на стол потребителей.

– Кирилл, как давно ваша компания занимается рыбным бизнесом?

– Московский офис появился относительно недавно – в марте 2015 года. Изначально мы рассчитывали связать нашу деятельность исключительно с оптовыми поставками мороженой рыбы совместно с коллегами из Якутии, однако в дальнейшем избежать развития ассортимента и работы с розницей не удалось.

Начали с поставок мороженой рыбы – возили ценную рыбу породы сиговых, такую, как муксун, омуль, нельма, чир. Начиная с сентября прошлого года мы расширили ассортимент, выйдя в другие категории продуктов питания, предложив покупателям рыбу холодного копчения, нарезки, пресервы. В ассортимент компании вошли такие традиционные деликатесы, как несколько видов балыка (из различных видов благородной белой рыбы) и даже юкола, известная гурманам, поклонникам сибирской кухни, кухни народов Севера.

В конце 2015 года мы выпустили новую линейку рыбных консервов, под нашей маркой «Рыбы Якутии». Консервы – продукт длительного хранения, всегда востребован покупателями, поэтому мы и решили двигаться, в том числе, и в этом направлении. Работа с консервами омуля и муксуна и сложна и интересна – с одной стороны это не массовые наименования, мало знакомые покупателям. Несмотря на существующие с советских времен ГОСТы, мы оказались чуть ли не пионерами в этом деле. Мы приняли решение предложить потребителям в максимально популярных исполнениях – консервы натуральные, с добавлением масла, в масле, чтобы максимально раскрыть вкусовые характеристики редкой деликатесной рыбы. В ходе работы над качеством нашей консервной продукции, в процессе оформления разрешительной документации, наш ассортимент консервов получил высокие оценки экспер-

тов ВНИРО (прим. – Всероссийский научно-исследовательский институт рыбного хозяйства и океанографии).

К февралю 2016 года в наш ассортимент войдут рыбные снеки – вяленая рыба является не только популярной закуской к пиву, но в целом здоровой и натуральной альтернативой традиционным чипсам. С точки зрения бизнеса – также перспективное направление, сложное и уникальное одновременно. Сложность, конечно же, связана с более высокой ценой – дороже массовых видов рыбы. Уникальность же – в малой интенсивности конкуренции в сегменте снеков из элитной деликатесной рыбы. Уже сейчас сотрудники нашего торгового отдела знакомят магазины и дистрибьюторские компании с вяленой юколой из муксуна и омуля, совершенно не знакомых покупателям Центральной России. Пиковый период для потребления снеков начинается с наступлением лета, и мы уже сейчас ищем партнеров для совместной работы в «высокий сезон».

– Где и каким образом реализуется ваша продукция?

– Для нас стало ценным опытом сотрудничество с ярмарками, которые проходят по всему Подмосковью. Результат нас порадовал, так что сегодня мы выставляем нашу продукцию на многих ярмарках Московской области и Москвы. Узнать нашу продукцию легко по логотипу «Рыба Якутии». Помимо ярмарок мы реализуем нашу продукцию через оптовые базы, откуда она расходуется по торговым точкам. Недавно был приятно удивлен, увидев нашу рыбу на прилавках в магазине в Павшино.

– Какой товар пользуется наибольшим спросом?

– В принципе людям нравится вся наша рыба. Нельма (или белорыбица) сама по себе является предметом ценного промысла. По своей ценности белорыбица занимает первое место после осетровых. Мясо её белого цвета, удобно режется на пластинки и отли-





чается своим вкусом. В продажу белорыбича идёт мороженая или свежепросоленная. В царские времена ее подавали на стол к царю.

Муксун также считается ценной промысловой рыбой, деликатесом. Мясо муксуна очень нежное и жирное, практически без костей. Поэтому назвать очевидного фаворита из представителей породы сиговых не получится. А вот из группы товаров немного активнее продаются омуль холодного копчения и балык муксуна холодного копчения. У нас технология копчения отлажена на высочайшем уровне, никаких искусственных ароматизаторов и красителей не используем – только натуральная щепка. Иное и не нужно – ведь мы работаем с рыбой уникальных вкусов. Поэтому продукт получается с прекрасным товарным видом: это и золотая шкурка, и ровный цвет мякоти, а уж о вкусе и говорить не буду.

**– А откуда к вам поступает сырьё?**

– Мы работаем напрямую с рыбаками, которые вылавливают рыбу в арктической зоне бассейна рек Лены, Индигирки и Колымы. При ловле в теплое время года первичная и единственная заморозка продукта происходит прямо на судне, а зимой «шоковая заморозка» в естественных природных условиях – нормальные зимние температуры -40..-60 градусов мороза обеспечивают прекрасную сохранность вкусовых и органолептических свойств рыбы. Такое качество подготовки рыбы позволяет, например, ресторанам готовить из нашей рыбы не только стейки, но легендарную строганину высшего качества.

Как видите, у нас короткая цепочка товародвижения: рыбак – «Дальфиш» – покупатель. Что влияет на конечную цену товара самым непосредственным образом. Никаких лишних звеньев, посредников, в этой цепочке нет, соответственно, и покупатель приобретает элитную рыбу по более доступной цене. Это позволяет сделать рыбный деликатес более доступным.

**– Скажите, в наше время заниматься рыбой бизнесом выгодно?**

– Это тяжело, но выгодно и одновременно необходимо, учитывая непростую ситуацию, сложившуюся на рынке. Конечно, нам сложно

конкурировать по цене с торговцами рыбой массового вида, популярных столовых видов рыбы, но у нас есть главные преимущества: уникальность, качество и вкус.

Говоря в целом о акваториях... Каспийское море почти опустело из-за нерационального вылова рыбы и пренебрежения экологией. Балтика стала оживленным транспортным перекрестком Европы, делая балтийскую рыбу спорным выбором с точки зрения химического состава. Конечно же, российский Дальний Восток с его богатой природной базой способен накормить страну качественной рыбой, но возможности ограничивают сложности складской и транспортной логистики. И недобросовестные участники рынка. Ведь, говоря о качестве замороженной рыбы, недобросовестные продавцы часто идут на увеличение массы рыбы путем увеличения доли глазури, содержания воды в рыбе, чтобы повысить свою прибыльность. Эти «уловки» отталкивают покупателей, появляется резон выбора более дорогого, но честного предложения. И экологически чистого. Вся наша рыба – из естественной среды обитания, дар дикой природы.

А север России, Якутия – чистая природа и другой менталитет людей... Люди с детства учатся бережному и уважительному отноше-



нию. Водные просторы, рыба много значат в системе ценностей. Там уважительно относятся к природным дарам. Рыбаки не ловят мальков, ставят только калиброванные сети, чтобы не вылавливать подрастающую «мелочь». Рыба в Якутии всегда была в почете, люди ее любят.

Прекрасная экологическая репутация края, культура рыбодобычи мотивируют нас наращивать объемы, предлагать покупателям новые вкусы и готовить почву для того, чтобы выйти на более высокий уровень и обеспечить рыбной продукцией не только Подмосковье и Москву, но и охватить весь Центральный федеральный округ.

Видите ли, я абсолютно уверен в том, что ресурсов нашей родины хватит для того, чтобы наше население, наш конечный потребитель не почувствовал дискомфорта от экономических санкций. Соответственно, мы, как основные поставщики и как рыбаки, со своей стороны сделаем все, чтобы этого не произошло. У нас есть высококачественные альтернативы той же деликатесной средиземноморской рыбе. Которые не зависят от экономических ограничений и курсов валют.



# ВЕКТОР НА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Рентген-оборудование – одно из основных средств диагностики множества заболеваний. Аппараты отличаются по техническим параметрам, условиям гарантийного обслуживания и ценам, хотя работают по одному принципу получения снимка, соответственно в импортном оборудовании рентгенодиагностики, как правило, ничего принципиально нового нет. На отечественном рынке давно существуют компании, готовые удовлетворить потребности медицинских учреждений страны.



Более 20 лет на российском рынке работает группа компаний НПАО «АМИКО», занимающаяся разработкой и производством современной медицинской рентгенодиагностической аппаратуры. «АМИКО» является одним из лидеров на отечественном рынке медицинской техники по количеству поставляемого оборудования.

НПАО «АМИКО» представляет собой крупнейший производственный холдинг, объеди-

няющий несколько дочерних предприятий – заводов, расположенных в Подмоскowie, каждый из которых специализируется на производстве определенного вида изделий:

ЗАО «Апрелевский завод рентготехники» (АЗРТ) специализируется на производстве универсальных рентгенодиагностических комплексов, способных выполнять все виды рентгенографии и рентгеноскопии.

ЗАО «РЕНТГЕНПРОМ» в первую очередь

является крупнейшим в РФ производителем оборудования для массового скрининга – флюорографов и маммографов. Особо стоит отметить передвижные диагностические комплексы на базе автомобилей, позволяющие врачам добраться до самых труднодоступных регионов.

ООО «Рентген-Комплект» производит специализированные аппараты для хирургии и стоматологии, а также широчайший ряд



рентгенозащитных средств: от рентгенозащитной одежды, до защитных кабин для магнитно-резонансных томографов.

Тема импортозамещения является ключевой из задач компании. Производственные мощности наших заводов позволяют говорить о способности заменить импортное оборудования отечественным. Только за последние 5 лет выпущено более 3000 единиц техники. Рентген-аппараты не уступают по качеству и возможностям иностранным аналогам. Технологии производства находятся на высоком уровне, о чем говорит многолетний опыт работы, более 2500 ЛПУ по всей стране оснащены оборудованием компании.

Компания не раз становилась участником крупнейших федеральных проектов по здравоохранению, наше производство входит в перечень организаций, оказывающих существенное влияние на отрасли промышленности и торговли, и имеет стратегическое значение для экономики РФ.

Учитывая широчайший ассортимент, многолетний опыт работы, наличие штата конструкторов и разработчиков, собственные сервисные службы, возможность комплексного оснащения ЛПУ любого уровня, можно с уверенностью говорить, что импортозамещение в российской медицине возможно и осуществимо.

Клиенты фирмы – это сотни лечебных учреждений различного профиля: от небольших поселковых больниц до краевых и республиканских ЦБ, в том числе ЛПУ МЗ РФ, ГУИН, Министерство обороны, МВД, ФСО, ФСБ. И повсюду, благодаря высокому качеству и надежности, продукция «АМИКО» получает положительные отзывы специалистов: врачей-рентгенологов, фтизиатров, хирургов и стоматологов. Но самая важная оценка – это вылечившиеся пациенты, спасенные жизни, ведь здоровье человека – бесценно.



**Максим Сергеевич Чебанов** – победитель конкурса на премию губернатора Московской области А.Ю.Воробьева «Наше Подмосковье».

Его абсолютное первое место можно считать самым громким успехом. Максим Сергеевич выступил как представитель Павлово-Посадского района в номинации «Новые возможности» с проектом «Эффективная модель ведения личного подсобного хозяйства». Это фермерский проект о том, как, начиная с одной коровы, Максим создал целое фермерское хозяйство, насчитывающее 20 голов крупного рогатого скота и производящее большой спектр молочной продукции, среди которых имеются даже йогурты.



## Коровы, молоко, санкции, или история о том, как я стал фермером.

Идея купить первую корову и завести кур родилась в 2010 году, когда моя супруга была на 3-м месяце беременности. Именно тогда мы задумались над тем, где же брать качественные продукты, в первую очередь мясо и молоко. Ведь это важный источник незаменимых аминокислот, минеральных веществ и витаминов, необходимых беременной женщине. Да и сам я всё своё детство провёл в деревне, где всегда можно было утолить жажду кружечкой парного молока, не идущего ни в какое сравнение с магазинным.

Изучив интернет на предмет покупки качественной молочной продукции, я понял, что среди продавцов почти нет производителей, одни перекупщики да бабушки на рынках, предлагающие домашнее молоко в пластиковых бутылках. Посоветовавшись с родителями, взвесив все наши возможности, мы коллегиально приняли решение приобрести корову самим.

На участке в 20 соток выбрали место для будущего сарая, закупили все необходимые материалы, начали строительство. Параллельно искали, где можно в Подмосковье купить дойную корову. Оказалось, это не так-то просто. Всё, что предлагали частники, нам никак не подходило. С трудом всё-таки нашли одного фермера, который продавал 7-8 дойных коров на выбор. Правда, ферма его находилась в 100 км от нас, в Домодедовском районе. Съездили к нему, посмотрели бурёнок, выбрали, договорились о покупке (как только достроим сарай – заберём), решили вопрос по доставке – нашли машину с прицепом, договорились о

перевозке. Когда сарай был готов, мы, хоть и не без приключений, забрали нашу первую корову Ласточку. Одновременно с покупкой Ласточки мы приобрели 25 кур-несушек. Таким образом, первоначальная цель была достигнута – мы обеспечили себя домашним натуральным молоком, домашним творогом, сметаной, яйцами.

Наша Ласточка в сутки даёт от 18 до 23 литров, что в несколько раз больше, чем необходимо нашей достаточно большой семье (6 человек). Поэтому все излишки мы начали

шаек предложение. И мы приняли решение о покупке второй коровы. Теперь нашей целью было не только удовлетворение собственных потребностей в натуральной молочной продукции, но и потребностей наших знакомых, соседей по деревне и жителей близлежащих городов.

На этот раз к вопросу покупки животного мы подошли еще более основательно. Осенью 2010 года на ВДНХ проходила выставка «Золотая осень-2010». Там-то мы и купили нашу Малышку, кстати, серебряную медалистку выставки. Двум бурёнкам стало тесно в небольшой постройке, тем более, что обе они ждали потомство, и весной 2013 года мы приступили к строительству второго большого и просторного сарая, рассчитанного на 5 коров. Вскоре мы купили во Владимирской области ещё одну корову костромской породы, а к концу 2013 года у нас в хозяйстве было уже 5 коров и 100 кур-несушек. К середине 2014 мы увеличили наше поголовье до 9 бурёнок.

В феврале 2014 года мы запустили сайт MILK-FERMA.RU, который стал для нас мощным инструментом в поиске новых покупателей. К этому времени наш ассортимент уже превышал 20 наименований: домашнее молоко, творог, сметана, масло, ряженка, более 6 видов йогуртов, сыры и многое другое. В сентябре 2014 года наше фермерское хозяйство запустило акцию «Наш ответ санкциям», выпустив линейку продукции, оформленную в соответствующем стиле.

Именно благодаря санкциям Запада и введению РФ контрсанкций на ввоз молока и молочной продукции, в декабре 2014 года мы



продавать знакомым и жителям нашей деревни. Слухи о том, что у нас можно купить натуральное парное молоко, расходились все дальше, и через какое-то время мы столкнулись с тем, что спрос значительно превы-



приняли решение о значительном расширении нашего фермерского хозяйства. Взяли в аренду заброшенную ферму в Павлово-Посадском районе, в Луховицком районе купили ещё 7 племенных коров. В июле 2015 года запустили небольшой цех по переработке молока, при нём открыли магазин.

В декабре 2015 году мы стали победителями премии губернатора Московской области «Наше Подмосковье» в номинации «Новые возможности» с проектом «Эффективная модель ведения личного подсобного хозяйства». Теперь никаких сомнений не было, что мы находимся на правильном пути. Но для дальнейшего развития хозяйства нам нужна была земля, и именно благодаря победе в этом конкурсе, мы в кратчайшие сроки смогли решить эту проблему. После прямого эфира с губернатором Московской области А.Ю.Воробьёвым в Павлово-Посадском районе нам предложили участок в 104 Га.

В планах на ближайшую перспективу - создание крестьянско-фермерского хозяйства на базе нашего ЛПХ, строительство новой или реконструкция старой фермы на 200 голов КРС, строительство цеха по производству твёрдых сыров.

В заключении хотел бы развеять миф о том, что сельское хозяйство в России убыточно. Сейчас есть все условия для развития. Это и мощная всесторонняя поддержка государства, и ограничение импорта молочной продукции, и значительно возросший спрос. Нужно только верить в себя и в своё дело.

**Санкции??!!**

Покупай наше -  
**натуральное!!!**

**MILK-FERMA.RU**





## «Eli'n'son» – СТИЛЬНАЯ ОДЕЖДА ДЛЯ САМЫХ МАЛЕНЬКИХ

*Born to be stylish*

Родители уделяют гардеробу ребенка большое внимание, и это не удивительно. Дети – счастье, как бы банально это ни звучало, и им хочется дать все самое лучшее – все самое качественное и красивое.

«Eli'n'son» специализируется на выпуске детской одежды под собственным брендом. Мы предлагаем Вам приобрести для своих детей стильную одежду высокого качества.

Стильная детская одежда сегодня стала обязательным элементом для юных жителей столицы и других городов, так как пословица «встречают по одежке» относится к детям в той же степени, что и к взрослым. Но возникает вопрос: где купить модную детскую одежду, которая бы подчеркнула индивидуальность ребенка, при этом соответствовала высоким критериям качества и надежности?

Стильную детскую одежду в Москве можно найти в традиционных гипермаркетах, однако ассортимент и цены в таких магазинах не всегда могут удовлетворить потребности взыскательного покупателя. При выборе детской одежды не стоит ограничиваться только традиционными магазинами: на виртуальных торговых площадках можно найти намного более широкий ассортимент детской одежды, стоимость которой намного привлекательнее, а качество ничуть не хуже.

Стильная детская одежда в интернет-магазине «Eli'n'son» – это гарантия высокого качества и эксклюзивного дизайна. Дело в том, что в нашем интернет-магазине реализуется одежда под одноименным брендом «Eli'n'son», который уже успел полюбить юным модникам и их родителям.



Купить стильную одежду для девочки всегда было большой проблемой, так как слабый пол более трепетно относится к выбору гардероба, нежели сильная половина человечества. Но при использовании услуг нашего магазина, эта проблема решается практически мгновенно: разнообразие моделей и расцветок одежды для девочек способно удовлетворить даже самую капризную модницу. Стильная детская одежда для девочек представлена самыми яркими моделями платьев, комбинезонов, штанов и свитшотов самых современных расцветок. Будущие мужчины также смогут пополнить свой гардероб удобной и современной одеждой. Стильная детская одежда для мальчиков представлена эффектными штанами, комбинезонами, костюмами и свитшотами.



В нашей одежде ваш ребенок будет выделяться даже в самой пестрой детской компании.

+7 (495) 767-07-87

[elinsonstore@elinsonstore.ru](mailto:elinsonstore@elinsonstore.ru)

ТЦ «Lotte Plaza», 3-й этаж.

Вне зависимости от пола ребенка, в нашей одежде он будет выглядеть привлекательно и чувствовать себя комфортно в любую погоду.

Чтобы приобрести одежду в нашем магазине, не нужно тратить время на походы по магазинам: процесс приобретения товара происходит, не отходя от монитора. Доставка заказа производится либо почтой, либо курьером, а оплата – наличными или банковской картой. При доставке курьером ваш ребенок сможет примерить обновку уже через несколько дней после оформления заказа на сайте.



# МЕБЕЛЬ ДЛЯ СЧАСТЛИВОГО ДЕТСТВА

Детский сад – это мир солнечного детства, любви и заботы. Здесь маленький человечек делает свои первые шаги в познании окружающего мира. А окружающий мир для него начинается с группы в детском саду. И очень важно, чтобы в группе его окружало все самое красивое и интересное – это не только яркие игрушки, но и красивая, грамотно подобранная детская мебель.

Подобрать по-настоящему хорошую мебель для детского сада не так просто, как кажется на первый взгляд. В отличие от классических предметов интерьера, в ней не должно быть острых углов и деталей, которые представляют собой потенциальную опасность для здоровья ребенка. Кроме того, материалы и комплектующие, используемые при производстве детской мебели

должны быть без примесей аллергенов и токсичных веществ, иметь полное соответствие экологическим стандартам и санитарным нормам, обладать всеми качествами эстетичного, комфортного и износостойкого товара. Поэтому, безусловно, самый выгодный для покупателя вариант – это мебель для детского сада от производителя, что называется – из первых рук.





Одним из таких производителей детской мебели является Первая Детская Компания, расположенная в г. Долгопрудный Московской области. Начиная с 2009 года, компания является производителем типовых и эксклюзивных детских товаров эконом- и премиум-класса, оказывающая сложный комплекс услуг высокого уровня по оснащению образовательных учреждений мебелью и оборудованием. Товары Первой Детской Компании имеют массу преимуществ по стоимости, практичности и привлекательности перед импортными аналогами, соответствуют перечню, рекомендованному ФГОС и нормами СанПиНа для образовательных учреждений РФ.

Производство Первой Детской Компании оснащено новейшим высокотехнологичным итальянским оборудованием: CHM PRATIX, SCM OLIMPIC, SCM SYFLEX, VITAP ECLIPSE, MINIMAX ADVANCE и т.д. Производственные мощности дают возможность изготавливать мебель крупными партиями, выдерживая при этом высокое качество. Производство ориентировано как на серийный выпуск мебельных изделий, так и на эксклюзивный разовый выпуск детской и школьной мебели премиум-класса. Квалификация персонала Первой Детской Компании позволяет успешно решать любые по сложности технологические задачи. При производственном отделе функционируют цеха по обработке и покраске массива, по пошиву мягкого инвентаря для спален и спортивных залов,

а также конструкторские, транспортные и сборочные подразделения.

Продукция Первой Детской Компании имеет гигиенические сертификаты, декларации соответствия, производственную гарантию, вся мебель состоит из экологически чистых материалов, а само её производство организовано с соблюдением всех санитарно-гигиенических норм и правил. Рабочие места производственных цехов регулярно проходят аттестацию.

Для разнообразия внешнего вида изделий компанией предусмотрено применение плитных и листовых материалов всевозможных цветов и текстур, их комбинирование и использование разного рода декоративных элементов. Различные цветовые и дизайнерские решения позволяют сделать внешний вид учебных классов разнообразным, обновленным, хорошо продуманным.

Актуальным вариантом для детских на сегодняшний день является «мобильная» или трансформирующаяся мебель. Наборы включают в себя целые конструкции из кроватей, лесенок, горок, игровых зон, шкафчиков, полочек, всевозможных тумб, столов, которые могут «расти» вместе с ребёнком, трансформироваться из одного положения в другое, превращаться из одной кровати в две или даже в три, и т.д. Поэтому детская «мобильная» мебель – лучший вариант как для компактных игровых комнат детских садов, так и для детских комнат многоквартирных домов.

Идея в ногу со временем, летом 2015 г. Первая Детская Компания выпустила эксклюзивную серию мобильной игровой мебели. Категория данной продукции была изготовлена в соответствии с техническими данными импортных аналогов, предлагаемых зарубежными производителями, в связи с чем получила право на участие в программе импортозамещения в области комплектации образовательных учреждений Российской Федерации. Помимо всего прочего Первая Детская Компания предлагает своим клиентам большой выбор продукции для комплектации пищеблоков, прачечных, бассейнов, физкультурных залов, медицинских кабинетов, раздевалок, актовых и читальных залов, узкоспециализированных лингафонных кабинетов, аудиторий химии, физики, информатики любой сложности и модификации.

Подводя итоги еще раз нужно подчеркнуть, что детская мебель должна быть БЕЗОПАСНОЙ, УДОБНОЙ для ребенка, ДОСТУПНОЙ ПО ЦЕНЕ, ИЗНОСОСТОЙКОЙ и ЭСТЕТИЧНОЙ. Компания, осуществляющая производство детских товаров, должна соблюдать данные требования. Мебель Первой Детской Компании не только способна привнести в любое помещение школы или детского сада уют и комфорт, она сочетает в себе все качества надежного и практичного товара. Выбирая мебель от Первой Детской Компании, вы надолго подарите ребенку интерьер, в котором ему будет удобно и приятно жить и полноценно развиваться.

# «Золотой» хлеб Зарайска

История Зарайского хлебокомбината насчитывает почти 80 лет. Сегодня это предприятие ведет отсчет с 2009 года под руководством генерального директора **Андрея Александровича Сыкалова**.

Еще в дореволюционные времена здесь долгое время работала пекарня. В 30-х годах прошлого века на ее месте появился завод, перенявший лучшие традиции хлебопечения. Он благополучно работал вплоть до тех пор, пока новая экономическая действительность не стала диктовать свои жесткие условия. Хлебопекарные предприятия в ближайшей округе не смогли сопротивляться напору, многие не выдержали и были вынуждены закрыть производство. А Зарайский хлебокомбинат выстоял. И более того – смог укрепиться, привлекая покупателей вкуснейшими хлебобулочными изделиями на любой (без преувеличения) вкус.

Конечно, далось это непросто. Наверное, если бы на предприятии решили следовать модным тенденциям менять старое оборудо-

вание на новое, ситуация была бы иной. Но все дело в том, что здесь до сих пор хлеб пекут в настоящих каменных печах. Раньше они топились углем и дровами, сегодня – газом, но суть от этого не меняется. Хлеб получается не просто вкусным, а очень вкусным.

Но секрет, конечно же, не только в печах. Главное, надо помнить, что хлеб – это живой организм, с ним надо разговаривать, причем только о хорошем и в хорошем настроении. И тогда он обязательно ответит – мягкой хрустящей корочкой и непередаваемым вкусом мякиша. Об этом отлично знает весь трудовой коллектив – от водителя до пекаря, поэтому стараются оставлять дурное настроение за воротами завода. Здесь есть такие, кто отработал на предприятии более 30 лет и изучил процесс хлебопечения досконально. Есть и такие, кто со школьной скамьи погру-

зился в процесс. Не так давно сюда пришла работать девушка-технолог с профильным образованием.

Работают дружно и слаженно, приводят сюда своих детей, а некоторые даже внуков. Такие семейные династии здесь только приветствуются. Молодые люди возвращаются на завод после службы в армии, а в отделе кадров каждый день появляются соискатели на место работы: экономический кризис заставил рассматривать варианты трудоустройства неподалеку от места проживания.

**Хлеб – это живой организм, с ним надо разговаривать, причем только о хорошем и в хорошем настроении. И тогда он обязательно ответит – мягкой хрустящей корочкой и непередаваемым вкусом мякиша.**





Затраты на дорогу в Москву стали многим из них не по карману. Учитывая, что Зарайск – город небольшой, и мест для трудоустройства не слишком много, хлебокомбинат стал своеобразной точкой притяжения.

Как готовят хлеб? Процесс это небыстрый. Да и в хорошем деле спешка ни к чему. Закваска начинает делаться с утра, в течении 12 часов её возобновляют, и только ночью из печей выходит ароматный и душистый хлеб. На предприятии выпускается 100 наименований хлебобулочных изделий. Основной продукт – черный «кирпич»-буханка и белый батон. Но есть еще хлеб из гречихи, из отрубей, с картофельными хлопьями и многозерновой, чесночные батоны, булочки с маком, повидлом, изюмом и корицей – всего не перечислить.

Отдельный предмет законной гордости – витаминизированный хлеб для детского питания, но он выпускается сугубо под заказ, на прилавках в магазинах его не найти.



Помимо магазинов хлебобулочная продукция расходуется по социально значимым объектам. Так, предприятие обеспечивает хлебом больницы, сады и школы г.Озеры, Серебряных Прудов, Каширы, Луховиц и, конечно же, Зарайска. Кроме того, зарайский хлеб можно найти на прилавках Коломны и в магазинах Рязанской области.

Тесного сотрудничества с монстрами торговых сетей у комбината не получилось по объективным экономическим причинам. Вместо этого руководство старается решать вопросы размещения возле сетевых магазинов специализированных палаток и павильонов, где срок реализации хлеба составляет всего 24 часа, хлеба в упаковке – 72 часа. «Разве можно назвать хлебом то, что предлагают сети? Срок хранения у него и пять, и десять суток. Такого с настоящим хлебом быть не может!» – справедливо утверждают пекари.

Вкус настоящего зарайского хлеба покупатели оценили давно, сразу и навсегда. В 2015 году объемы производства увеличились на 200 с лишним тонн, в смену здесь выпекают 6-10 тонн хлебобулочной продукции (в зависимости от сезона – летом спрос выше, зимой немного ниже), а «копилка» наград пополнилась сразу несколькими медалями.

«Золото» предприятие получило на выставке, проводимой Российским союзом пекарей Международной промышленной академии. Этой награды удостоился черный хлеб, батон и сдоба с удивительно ласковым названием «Танюшка». Диплом второй степени был вручен руководству предприятия на международной выставке в апреле прошлого года. Еще одной золотой медалью был отмечен фруктовый постный хлеб с кусочками кураги, черносливом и орехами. Фруктово-постный хлеб удостоен медалью 2-ой степени.

При подведении итогов конкурса «Возрождение традиций российского хлеба на заквасках» диплом Зарайскому хлебокомбинату вручал первый зам. министра сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

Вкус настоящего зарайского хлеба покупатели оценили давно, сразу и навсегда. В 2015 году объемы производства увеличились на 200 с лишним тонн, в смену здесь выпекают 6-10 тонн хлебобулочной продукции (в зависимости от сезона – летом спрос выше, зимой немного ниже), а «копилка» наград пополнилась сразу несколькими медалями.

Как любое предприятие, Зарайский хлебокомбинат планирует развиваться, и потому строит долгосрочные и ближайшие планы. Главный из них – обустройство кондитерского цеха. Неподалеку от комбината освободилось здание, в котором когда-то размещался детский сад, переехавший в новое помещение. В этом цеху планируется возродить лучшие традиции производства зарайских пряников и другой кондитерской продукции.

О том, как будет развиваться это направление, можно будет узнать только по истечении определенного времени. И пусть трепетное отношение к выпускаемой продукции и желание сохранить первостепенное качество, а не количество послужит для становления нового производства хорошим подспорьем и станет залогом успеха.



# РЕЦЕПТ НА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

«Медицина поистине есть самое благородное из всех искусств»  
(Гиппократ)



Е. Архангельская

На территории Московской области расположено современное отечественное предприятие ведущей фармацевтической компании НПО Петровакс Фарм, которая уже 20 лет занимается разработкой и производством инновационных лекарственных препаратов и импортозамещением дорогостоящих зарубежных медикаментов.

Компания осуществляет полный цикл производства от разработки молекулы до выпуска готовых препаратов и их продвижения на рынках России, стран СНГ, ЕС и Ближнего Востока. В настоящее время в арсенале Петровакс Фарм 20 международных патентов на оригинальные лекарственные препараты и технологии их производства, а мощность предприятия составляет 160 млн. шприцев, флаконов и ампул в год. В компании реализуются проекты по разработке и производству новых лекарственных препаратов для удовлетворения нужд здравоохранения и пациентов

О работе, планах компании мы беседуем с президентом НПО Петровакс Фарм **Еленой Владимировной Архангельской**.

## КУРС НА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Сегодня важность развития российской фармацевтической промышленности очевидна и для государства, и для всех граждан нашей страны. Именно поэтому многими отечественными фармпроизводителями взят курс на развитие собственного портфеля инновационных лекарственных средств и импортозамещение медикаментов. Стратегия НПО Петровакс Фарм соответствует глобальным задачам государства по переходу российской фармацевтической индустрии на инновационную модель развития.

Продуктовый портфель Петровакс Фарм сформирован только из оригинальных препаратов, выпускаемых по собственным разработкам и в сотрудничестве с ведущими отечественными и зарубежными компаниями. Среди лекарственных средств компании, есть и такие, которые уже стали брендами. Это иммуномодулятор комплексного действия Полиоксидоний®, ферментный препарат нового поколения Лонгидаза®, высокоэффективная вакцина против гриппа, а также 13-валентная пневмококковая вакцина ПКВ-13®. Эффективность и безопасность препаратов, произведенных на производственных мощностях компании, доказана многолетним клиническим опытом применения. Гриппозная вакцина компании с 2009 года успешно применяется в рамках Национального календаря профилактических прививок РФ (НКПП)

для вакцинопрофилактики против гриппа детей, начиная с 6-ти месячного возраста, и беременных женщин. За эти годы ею успешно привито более 100 миллионов человек. С 2014 года в рамках проекта с компанией Pfizer для НКПП компания поставляет пневмококковую вакцину ПКВ-13®, которая охватывает максимальное среди конъюгированных вакцин количество актуальных для нашей страны серотипов<sup>1,2</sup>.



Petrovax Hajime Kimura

**Кор.:** – Над какими новыми лекарственными препаратами работает Петровакс Фарм?

**Е. Архангельская:** – В 2016 году наша компания выводит на рынок новый продукт – косметический крем Имофераза, предназначенный для специализированного ухода за рубцами после травм, ожогов, угревой сыпи (постакне), операций. Также на разных стадиях доклинических и клинических исследований, регистрации находятся несколько собственных оригинальных продуктов. На третьей фазе клинических исследований препарат,

который применяется для лечения острых и хронических интоксикаций различной этиологии. Совместно с нашим российским партнером – отечественным фармацевтическим предприятием СПБНИИВС проведена разработка и технология производства отечественных вакцин против гриппа.

## ПЛОДОТВОРНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Петровакс Фарм нацелен на наращивание международного сотрудничества и расширение экспортного потенциала. Сегодня компания поставляет свою продукцию в Словакию, Украину, Белоруссию, Казахстан, Киргизию, Армению, Узбекистан, Азербайджан, Грузию, Молдавию, а также Иран.

**Е.В. Архангельская:** – 2015 год был очень успешным для компании по экспорту. Самым большим прорывом в экспортном направлении стало сотрудничество с Белоруссией. Наша компания выиграла государственный тендер на поставку более 3,5 млн. вакцины против гриппа для Национального календаря профилактических прививок Республики, выступив единственным поставщиком данной страны. Кроме того в этом же году мы подписали соглашение о стратегическом партнерстве с Минздравом Белоруссии и РУП «Белмедпрепараты» на 10 лет, которое включает локализацию производства противогриппозной вакцины на территории Республики. Не менее важный для нас проект по

<sup>1</sup> Резолюция заседания общественного Координационного совета по пневмококковой инфекции и вакцинации в России. Педиатрическая фармакология 2013/№6/с.90-100

<sup>2</sup> Брико Н.И. Бремя пневмококковых инфекций и направления совершенствования эпидемиологического надзора в России. Эпидемиология и инфекционные болезни. Актуальные вопросы № 6/2013/с.55-59

развитию экспорта в Иране. Наша компания начала поставки вакцины против гриппа в эту страну. В настоящее время Петровакс – единственная российская фармацевтическая компания, которая поставила лекарства в Иран.

**Корр.:** – Какие еще страны вы готовы «завоевать»?

**Е. Архангельская:** – У компании Петровакс есть регистрация препаратов в десятке стран. Это позволяет разрабатывать стратегии развития и увеличения продаж. Потенциально мы ориентируемся на страны СНГ и ЕврАзЭС. В ближайшее время мы подготовим документальную базу и начнем процесс регистрации в странах Евросоюза.

**Корр.:** – В чем особенности, перспективы, значение проекта по выпуску 13-валентной вакцины ПКВ-13 для российского фармрынка?

**Е. Архангельская:** – В рамках программы «Фарма-2020» государство уже давно определило локализацию как один из приоритетов, особенно по такому стратегическому направлению, как производство вакцин. Проект передачи технологии производства полного цикла инновационной пневмококковой вакцины ПКВ-13® – уникальный пример международного сотрудничества для России. (В мире всего четыре страны, где есть производство этой вакцины), в нашей стране подобных примеров глубокой локализации биотехнологического продукта нет. В рамках проекта нашей компанией освоен полностью весь цикл производства: формуляция (подготовка субстанции), розлив готовой субстанции в одноразовые шприцы (первичная упаковка), вторичная упаковка, все входные и выходные контроли качества.

**Корр.:** – Чем явился этот проект для компании Петровакс Фарм?

**Е. Архангельская:** – Для Петровакс Фарм реализация такого проекта – не только значимый этап в жизни компании, но вклад в развитие отечественной фарминдустрии. Благодаря партнерству мы получили уникальные производственные компетенции, повысили уровень профессионализма работников, приобрели бесценные знания и экспертный всесторонний опыт, которые помогут нам не только в развитии дальнейших международных проектов, но и в разработке собственных инновационных продуктов. Российская фарма обогатилась сложнейшими технологиями производства уникального препарата. Однако самое главное – это знаковое событие для пациентов. Важно отметить, что, наряду с населением более чем 100 стран мира, где применяется ПКВ-13®, жители России могут прививаться инновационной вакциной от пневмококка, производимой на отечественном предприятии.

#### СОЦИАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ

С самого начала своей деятельности предприятие активно участвует в адресной помощи общественным организациям, медицинским, образовательным и религиоз-



ным учреждениям. Компания традиционно поздравляет с международным Днем защиты детей, Днем знаний и Днем матери многодетные, приемные семьи Подольского района, которых объединяет общественная организация «Дети Подолья», а также с праздником 9 Мая ветеранов Подольского района. Также Петровакс Фарм выступает спонсором спортивного комплекса «Подолье», участвует в организации донорской акции «Протяни руку – сдай кровь».

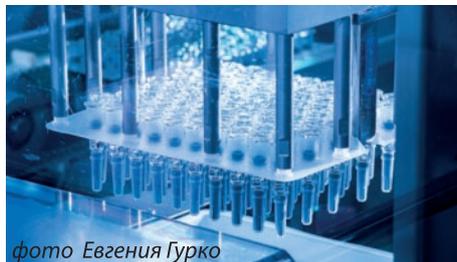


фото Евгения Гурко

Еще одной важной частью корпоративной социальной программы компании является поддержка образовательных проектов, в т. ч. направленных на донесение до населения объективной картины преимуществ иммунопрофилактики, формирование ответственного подхода к своему здоровью.

Одним из приоритетных направлений в деятельности Петровакс Фарм также остается подготовка высококвалифицированных кадров для отечественной фармпромышленности. Петровакс Фарм традиционно поддерживает работу фармацевтического интернационального лагеря инноваций «ФИЛИН», Всероссийской студенческой фармацевтической олимпиады. НПО Петровакс Фарм проводит образовательные лекции, презентации по наиболее актуальным темам фармацевтической отрасли, поддерживает молодых специалистов, организует стажировки для студентов целевых факультетов и кафедр на производстве.

Наряду с этим, НПО Петровакс Фарм – один из крупнейших отечественных работодателей и налогоплательщиков Московской области. Штат компании насчитывает более 600 высококвалифицированных специалистов. Ежегодно компания проводит профессиональное обучение персонала, в том числе и за рубежом. Сегодня НПО Петровакс Фарм успешно выполняет поставленные государством задачи по импортозамещению и открывает новые горизонты для покорения зарубежного рынка российской фармацевтикой.



фото Натальи Тонконог

Официально датой образования ОАО «Жилевская кремнийорганика» является июль 2014 г. Но, если рассматривать этот вопрос с исторической точки зрения, то окажется, что предприятию исполнилось ни много ни мало полтора века. А всё потому, что компания успешно продолжает развивать непростую специфическую деятельность, начатую в далеком 19 веке Жилевским заводом пластмасс.

## ПРОДУКТЫ ОСОБОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Сегодня основным направлением производства являются кремнийорганические клеи, смолы и композиционные прессматериалы на их основе. Эти высококачественные материалы, отличающиеся повышенной прочностью, термо- и дугостойкостью, высокими электроизоляционными свойствами, а также стойкостью к атмосферным воздействиям, находят свое достойное применение в различных отраслях промышленности, начиная от производства деталей для железнодорожного транспорта и заканчивая изделиями узкой специализации для военно-промышленного комплекса страны.

Весомым стимулом для поддержания и развития производства кремнийорганических композитов является современное экономико-политическое состояние химической промышленности России, которое не только не позволяет использовать в стратегических областях импортные составляющие, но и не имеет такой возможности, так как практически все выпускаемые материалы не имеют отечественных или зарубежных аналогов. Параллельно с выпуском широкого спектра кремнийорганической продукции в ассортименте предприятия присутствуют различные

марки аминопластов и перекисный отвердитель, использующийся при переработке полиэфирных смол.

Разработка и внедрение в производство многих материалов проводилась в тесном сотрудничестве с такими институтами, как ВИАМ, НИИПМ, ГНИИХТЭОС и др., профессиональные отношения с которыми продолжают и поддерживаются специалистами ООО «ЖКО» по настоящее время.

Кремнепласты и клеи на основе кремнийорганических смол представляют собой композиции с различными минеральными и другими наполнителями. Диапазон рабочих температур изделий из кремнепластов – от -60°C до +400°C.

– Кремнийорганические смолы КМ-9 и КМ-9М – используются в качестве связующего элемента при производстве кремнийорганических прессматериалов (кремнепластов).

– Кремнепласты марок ПКО-1-1-1, ПКО-1-2-12, ПКО-2-2-6, ПКО-1-2-15, ПКО-1-2-13, ПКО-3-2-14 – прессматериалы кремнийорганические используются для изготовления изделий электротехнического назначения, работающих при высоких температурах:

деталей электротехнических переключателей, разъемов, патронов, электронного оборудования моторов.

– Кремнепласты марок РТП-200, РТМ-6 – предназначены для изготовления теплостойких деталей радиотехнического и электроизоляционного назначения: радиопрозрачных укрытий, и обтекателей техники военного и гражданского назначения.

– Кремнепласт марки ПКО-1-3-11К – применяется для изготовления дугостойких изделий радиотехнического и электроизоляционного назначения: дугогасящих камер контакторов электровозов, лабиринтовых искрогасящих камер и т.д.

– Кремнийорганический клей ВК-2 – предназначен для склеивания различных марок стали, сплавов титана, а также приклеивания к этим материалам неметаллических теплостойких материалов, работающих при температуре 400°C (250 часов) и при 1000°C (5 минут). Клей ВК-2 также предназначается для приготовления уплотнительного материала, работающего при температуре до 350°C (4000 часов). Применяется авиаремонтными заводами для ремонта двигателей.

– Асбест для клеев – переработанный марки А предназначается в качестве минерального наполнителя при изготовлении клеев марок ВК-4, ВК-9, ВК-13, ВК-15.

– Аминопласты стеклонаполненные марок МФСА-1, МФСА-3 – применяются для производства трекинговой изделий электротехнического назначения в электротехнической, машиностроительной, авиационной и судостроительной промышленности в изготовлении деталей распределительной и регулировочной аппаратуры, электрических машин и электрооборудования, трансформаторных подстанций, в т.ч. во взрывозащищенном и рудничном электрооборудовании. Температура эксплуатации изделий до 200°C.

Вся производимая предприятием продукция занимает особую нишу на современном рынке композиционных материалов. Их потребителями являются не только российские предприятия, но и зарубежные компании. На сегодняшний день, при полном обеспечении потребности фактических потребителей, производственные мощности предприятия позволяют увеличить объем поставляемой продукции в несколько раз.

В условиях жесткой конкуренции динамичное развитие предприятия невозможно без модернизации существующего производства, разработки и освоения новых технологий, удовлетворяющих современным требованиям. Учитывая последние тенденции и все более ужесточающиеся требования, предъявляемые к охране окружающей



среды, одним из перспективных направлений развития производства является освоение технологии получения кремнийорганической смолы с более экологически безопасными сырьевыми составляющими.

Начата совместная работа с ГНИИХТЭС по освоению и внедрению в производство линейки пропиточных лаков на основе кремнийорганического связующего. Параллельно с существующим марочным ассортиментом кремнийорганических прессматериалов и композитов предприятие планирует возоб-

новить выпуск эксклюзивных полиэфирных и карбамидоформальдегидных смол, находящих свое применение в различных отраслях промышленности.

Помимо основного производства ООО «Жилевская кремнийорганика» имеет определенное количество незадействованных на данный момент промышленных площадок, которые готово предоставить для партнеров на различных условиях: совместные предприятия, аренда, выпуск продукции по различным технологиям и т.п.



# ОБЫКНОВЕННОЕ ЧУДО

Если так дальше пойдёт, то Раиса Николаевна и Татьяна Алексеевна, создавшие в Химках производство ёлочных игрушек «Стиль Студия», могут остаться без своего любимого бизнеса. Во всяком случае, фразу: «Я хочу купить эту фирму!» они уже услышали. Но не испугались, не расстроились, а наоборот, порадовались. Потому что прозвучала она из уст ребёнка – одного из посетителей этого удивительного «предприятия-музея»...

## «ТО, ЧЕГО НА БЕЛОМ СВЕТЕ ВООБЩЕ НЕ МОЖЕТ БЫТЬ»

Бывали ли ваши дети в новогоднем лесу? Или вы считаете, что там холодно, и нечего им ноги морозить? Да и в сказки они уже не верят? Зря, ведь сказки бывают и без волшебства, без чудес. Нет, не так! Правильнее будет сказать: «Волшебство, чудеса бывают не только в сказках!»

– Люди, которые получили высшее образование по стеклу, говорили, что это невозможно! Невозможно сделать такой колокольчик – генеральный, если не сказать – гениальный, – директор Раиса Васильева показывает мне «чудо» – несколько колокольчиков, которые при желании складываются в один. – Мы же работаем с трубкой определенного диаметра. Вот этот колокольчик здесь сжимаешь в форму наверху, а здесь раздуваешь. Трудность – вот в этой разнице в диаметрах, в этом сопряжении, это – сопромат...

Она рассказывает и показывает игрушки-украшения с гордостью. И – с любовью! Лишний раз доказывая, что без любви к своему делу ничего хорошего из него не получится. У них же с подружкой Татьяной Алексеевной – получилось.

Судьба у них «богатая»: родились в России, жили в Риге, столице Латвии, со времен, когда эта республика ещё была частью СССР. Потом страны разделились, а связи – как человеческие, так и производственные, – сохранялись. Потом... Впрочем, не будем про политику. Раиса Николаевна не любит её «ни в каком проявлении», считает, что не надо на митингах выступать – ни на тех, которые «против», ни на тех, которые «в поддержку», – работать надо: «Если вы будете делать что-то – хоть своими руками, хоть своими мозгами, хоть чем-то ещё – то, я думаю, и в государстве вашем рано или поздно всё обязательно будет хорошо».

Лучше б конечно рано, чем поздно... Потому что, как колокольчики они делают такие, какие сделать невозможно и аналогов которых в мире просто нет, так и производство – не только в нашей стране, но и вообще на бышем «советском пространстве» – она тоже считает делом практически невозможным. Однако... Уже много лет... Сначала в Риге, потом в Зеленограде, затем в небольшом го-



родке Селижарово, что в Тверской области, и наконец – в подмосковных Химках...

В общем, давайте-ка лучше вернёмся в новогодний лес!

## «ШОУ ДОЛЖНО ПРОДОЛЖАТЬСЯ»

С полянки в этом «лесу», «выросшем» в одном из помещений «Стиль Студии», и начинается экскурсия. Вот уже на пеньках вокруг «костра», окружённого заснеженными елями (и при этом – в тепле), расселись не только школьники, но и их мамы с учительницами. Начинается рассказ о новогодних игрушках и о том, как их делают.

Мы же с Раисой Николаевной разговариваем, в общем-то, о том же, но «по-взрослому»:

– Времена пришли такие, что надо зарабатывать. Чтобы фирма была на плаву, чтобы мы могли производить, нам нужны деньги. Мы ушли из сетей – из любых. Делаем только на заказ. Количество разное: от десяти штук до десяти тысяч. И работаем со своим магазином. Сейчас весь мир – шоу, поэтому мы и организовали посещение нашего производства, теперь это наш основной доход. Но мы к этому тоже относимся очень серьёзно и с большой любовью. Нам есть, что рассказать. Дети видят, что, оказывается, можно что-то производить! Делать своими руками! А ведь

люди должны учиться хоть чему-нибудь. Особенно дети. Вы знаете, когда они нас благодарят... Подходят и говорят: «У вас так классно! Большое Вам за это спасибо!» Или пишут: «Мы хотим здесь работать». – Это совсем хорошо. Но бывает и такое: «Я хочу купить эту фирму!» – Тоже хорошо. Значит, мы производим на детей впечатление. На взрослых тоже. Они очарованы. Но взрослые понимают, что это очень трудно...

*– Вот и у меня вопрос: ведь ёлочные игрушки – товар сезонный?*

– Да, увы... Получается, что продукцию свою мы продаём только два месяца в году, а сравнительно недавно это вообще был всего лишь месяц, это в последние годы «предновогодний сезон» как-то расширился. А, значит, и зарабатываем только месяц-два. Сейчас мы пытаемся раздвинуть эти границы ещё немножко – принимаем экскурсии с конца октября, да и сейчас январь, но дети к нам ещё едут.

*– Насколько широк ваш ассортимент?*

– У нас он не может быть очень большим. В привычном понимании ёлочные украшения – это шары. Шары разного диаметра, разного цвета, с разными рисунками: берешь кисточку – вот заяц, вот обезьяна...

– Китайцы вообще не рисуют, а наклейки делают...

– Да, это ещё проще. А у нас не шары, у нас другое направление. У наших игрушек вид очень разнообразный. До 30-40 видов. Но, как мы поняли, в магазине должно стоять не больше 15-20. Чтобы не было конкуренции между собственной продукцией. Это ведь тоже конкуренция. Потому что у покупателей, особенно у детей, глаза разбегаются... У нас же задача: провели дети у нас полтора часа – вышли с покупкой.

**«МУРАНОВСКОЕ ПРОТИВ МУРАНСКОГО»**

– А кто всё это придумывает, разрабатывает?

– Мы с Татьяной Алексеевной – у неё золотые руки и прекрасное чувство красивого. Я больше как конструктор-дизайнер, а она – дизайнер-оформитель. Такое у нас совместное творчество, да и финансовые вопросы совмес-



тно решаем, уже много лет. С годами и интерес у людей меняется. «Вчерашний день» не интересует, а интересуют – позавчерашний и завтрашний. Не привлекает их то, что нравилось 15 лет назад, а вот то, что было 20 лет назад, или что-то новое – нравится. И всё это мы должны учитывать. Я часто сама стою за прилавком, чтобы знать, что дети хотят, что взрослые хотят.

– А по экскурсии это можно определить?

– Конечно, обязательно! И приезжая к нам через годы люди говорят: «А вы всё лучше и лучше становитесь».

Без сомнения вернутся сюда когда-нибудь и те дети, которые во время нашего разговора, переходя из одного помещения в другое видят, как эти удивительные игрушки выдуваются из таких, казалось бы, невзрачных, обычных стеклянных трубок; как приобретают они серебристый оттенок или покрываются различными красками. Причем, можно не только посмотреть, но и самим «выстрелить» струей

---

Времена пришли такие, что надо зарабатывать. Чтобы фирма была на плаву, чтобы мы могли производить, нам нужны деньги. Мы ушли из сетей – из любых. Делаем только на заказ.

---



краски из пульверизатора или нанести свой собственный рисунок кисточкой с клеем, чтобы потом его обсыпали разноцветными блёстками, и этот шар остался на память. А взрослым даже позволяют на минуту стать стеклодувами.

Не поймёшь, у кого в глазах восторга больше: у детей или у взрослых.

А мы продолжаем беседу. Вы, наверное, слышали про «муранское» стекло, которое изготавливается по особым технологиям, разработанным венецианскими мастерами. Раиса Николаевна, смеясь, рассказывает, что девичья фамилия у неё – Муранова, и ей, бывало, хотелось, чтобы её работы тоже были знаменитыми. А что?!

– Пускай это ёлочная игрушка, но она интересная, в неё очень много вложено души и сердца. Нельзя ничего делать без огня в душе! Когда у тех, кто что-то производит, что-то создает, пропадает кураж – всё... Это не «высокие материи», это правда. И так приятно, когда



Пускай это ёлочная игрушка, но она интересная, в нее очень много вложено души и сердца. Нельзя ничего делать без огня в душе! Когда у тех, кто что-то производит, что-то создает, пропадает кураж – все... Это не «высокие материи», это правда. И так приятно, когда наши посетители нас благодарят. Вот они пришли, и мы все рады их видеть.

наши посетители нас благодарят. Вот они пришли, и мы все рады их видеть. Да, дети – это всегда такой шум! А уж если экскурсии одна за другой, то тут «сумасшедший дом»! Но когда они уходят, когда всё затихает, становится так грустно. Оказывается, без этого трудно...

**Алексей Сокольский**  
Фото автора

#### КОНТАКТЫ:

г. Химки, Вашутинское шоссе  
д. 4, ООО «Стиль Студия»,  
Тел. 8 (915) 136-78-99



# В СТРАНЕ ПУШКИНСКОГО ДЕТСТВА

Совсем недавно на музейной карте страны появился Подмосковный Пушкинский музей-заповедник, который расположился в 40 км к западу от Москвы. Он объединил две замечательные, некогда забытые, усадьбы Вязёмы и Захарово, которые сейчас называют поэтической родиной Пушкина – ведь здесь прошло детство поэта. Здесь Пушкин впервые увидел красоту русской природы, крестьянские хороводы, жизнь столичного и провинциального дворянства, услышал народные песни, познакомился с чудесными страницами русской истории, познал материнскую ласку, здесь он начал писать свои первые стихи.

Путь к созданию музея детства поэта был очень долгим. Попытка создания музея в Захарове не раз предпринималась и в конце XIX века, и в XX веке, и только в 1987 г. она увенчалась успехом. На территории двух старинных усадеб Захарово и Вязёмы наконец-то был создан Государственный историко-литературный музей-заповедник А.С.Пушкина.

Со времен Пушкина здесь многое сохранилось. В усадьбе Захарово сохранился парк, пруд, который воспел поэт, фундаменты дома бабушки Марии Алексеевны Ганнибал, на которых был восстановлен усадебный дом детства поэта. Соседней усадьбе Вязёмы, которая принадлежала дальним родственникам Пушкиных – князьям Голицыным, повезло больше: история этого места богаче не только историческими событиями, но и архитектурными памятниками. Здесь сохранился целый дворцово-парковый ансамбль, который чудом дошел до нашего времени. В

центре ансамбля возвышается дворец и два флигеля XVIII века, церковь Преображения с причудливой звонницей времен Бориса Годунова, службы, Конный двор XVIII века. Весь архитектурный ансамбль утопает в зелени старинного липового парка с партером и прудом. Это место связано со временами Бориса Годунова, Смутным временем, петровскими преобразованиями, Отечественной войной 1812 года. Здесь бывали Петр I, Павел I, Наполеон, Кутузов, многие военачальники 1812 года, известные литераторы и писатели. Но прежде всего здесь был сам А.С.Пушкин. Главным свидетельством пребывания здесь поэта стал скорбный памятник на могиле младшего брата поэта Николая, который умер в шестилетнем возрасте в Захарове и похоронен в ограде Вязёмской церкви.

Сельцо Захарово – самобытный подмосковный уголок, живописно раскинувшийся на пологом холме среди полей и рощ.





Впервые оно упомянуто в документах 1586 года. Первый известный владелец сельца Иван Алексеевич Комынин был представителем старинного русского дворянского рода, представители которого верой и правдой служили государству Российской империи. Захаровы в их руках оставалось до конца XVII века, затем переходит в руки князей Урусовых, а с середины XVIII в. в руки Савёловых. В 1781 году Д.П.Савелов продает захаровское имение дворянину Илье Яковлевичу Тинькову, после смерти которого его вдова Катерина Александровна 7 ноября 1804 года продала имение «морской артиллерии второго ранга капитана Осипа Абрамова сына Ганнибалова жене ево Марии Алексеевой дочери за 28 тысяч рублей» с 13 крестьянскими дворами и 134 душами.

Мария Алексеевна Ганнибал владела Захаровым недолго: 21 января 1811 года дважды заложенное имение было продано полковнице Х.И. Козловой (дальней родственнице Марии Алексеевны) за 45 тысяч рублей. Харитина Ивановна обустроивается в новом имении, прикупает крепостных, желая свить здесь свое родовое гнездо на долгие времена. И на самом деле ее дочь, внуки и правнуки (под фамилией Орловых) будут владеть Захаровым целый век.

После продажи Захарова няня Арина Родионовна уедет с семьей Пушкиных, но здесь останется ее младшая дочь Мария Федоровна, выданная замуж за местного крестьянина Алексея Никитина.

В июне 1830 года, накануне женитьбы, А.С.Пушкина вновь посещает Захарово. В Истории села Горюхина А.С.Пушкин так вспоминал свои поездки: «...нетерпение вновь увидеть места, где провел я лучшие свои годы, так сильно овладело мной, что я поминутно погонял своего ямщика... Сердце мое сильно билось я смотрел вокруг себя с волнением неопианным... Березки, которые при мне посажены были около забора, выросли и стали теперь высокими, ветвистыми деревьями. Двор, бывший некогда украшен тремя правильными цветниками, меж которых шла широкая дорога, усыпанная песком, теперь обращен был в некошенный луг, на котором

паслась корова... Я был тронут до глубины сердца, увидя знакомые и незнакомые лица – и дружески со всеми ими целуясь: мои потешные мальчишки были уже мужиками, а сидевшие некогда на полу для посылок девчонки замужними бабами. Мужчины плакали...»

Начало XIX века – «пушкинское» время и в истории Вязем. Начиная с весны 1805 года, когда семья Пушкиных стала выезжать на лето в свое подмосковное имение, юный



поэт часто бывает в Вяземах. В Захарове не было своей церкви, и к обедне Пушкины ходили за три версты в годуновский храм. Не тогда ли и запали в душу впечатлительного мальчика рассказы о Борисе Годунове, поляках, Смутном времени... Князья Голицыны и Пушкины были дальними родственниками: Мария Алексеевна Ганнибал и мать хозяина Вязем княгиня Наталья Петровна Голицына были четвероюродными сестрами. Не исключено, что Пушкины бывали и во дворце, и юный поэт мог почувствовать удивительную атмосферу «родового гнезда», воспетого в незабываемых строках «Евгения Онегина»:

По мнению многих литературоведов, именно сюда А.С.Пушкин помещает своего Онегина, Вяземский дворец становится домом Онегина.

Документально известно, что дядя Пушкина, Василий Львович, брал читать книги из Вяземской библиотеки.

Ту огромную роль, которую сыграли в детских впечатлениях поэта Захаровы и Вяземы, убедительно показал сам Пушкин, включив в свои литературные произведения реалии этих мест. «Дубровский», «История села Горюхина», «Барышня-крестьянка», «Пиковая дама», «Борис Годунов» – это далеко не полный перечень только прозаических сочинений, так или иначе связанных с местами пушкинского детства.

В послевоенные годы владельцем Вяземской усадьбы стал Дмитрий Владимирович Голицын. В 1820 году князь был назначен на пост военного генерал-губернатора Москвы. И вновь «странные сближенья» в судьбах Пушкина и Голицыных: именно на балу у московского генерал-губернатора А.С.Пушкин впервые увидел Наталью Николаевну Гончарову, свою будущую жену.

К середине XIX века усадьба в Вяземах становится хранилищем многих ценных документов семейного архива, обширного книжного собрания, коллекций живописи и декоративно-прикладного искусства.

Последним владельцем Вязем перед революцией стал князь Дмитрий Борисович. Личность князя необычайно интересна. При последнем владельце Вяземская усадьба была примером мудрого и рационального хозяйствования. В начале XX века, когда многие дворянские родовые гнезда разорялись и распродавались, в Вяземах ситуация была вполне благополучной.

Революционные события и гражданская война положили конец налаженному быту Голицынской семьи, вынудив ее представителей скитаться по всему миру. Сам Д.Б.Голицын умер в 1920 году на острове Принчипо в Турции. Его дети и внуки осели во Франции, Швейцарии и США.

Не пощадили революционные годы и Вяземскую усадьбу. Уже в декабре 1917 года из усадьбы была изъята коллекция оружия, а в 1918-19 годах были вывезены художественные произведения и библиотека, которые были переданы в Музейный отдел Наркомпроса и распылены по различным музеям страны. Усадебные постройки заняли самые различные организации. С 1918 по 1987 годы здания и сооружения усадьбы арендовали 16 различных учреждений. Изменена была организационно-пространственная планировка усадебного комплекса: в начале 30-х годов рядом с Главным усадебным домом XVIII века было построено новое двухэтажное здание «под классицизм». Только в 80-е годы, в преддверии 200-летнего юбилея со дня рождения А.С.Пушкина, Вяземская усадьба обрела свою новую «музейную» жизнь.

Если вы не были в местах пушкинского детства, то поезжайте в эти очаровательные русские усадьбы, и вы откроете для себя новый мир – чистый и светлый.

**А.М.Рязанов, директор Государственного историко-литературного музея-заповедника А.С.Пушкина.**

Свежие новости и аналитика  
от экспертов отрасли

# БИЗНЕС Диалог

ПОДМОСКОВЬЕ

#10 ноября 2015



**Минпромторг РФ:**

«Подмосковье  
является лидером  
по количеству  
индустриальных  
парков»

**ОЭЗ «ДУБНА» –**  
территория  
будущего

**Денис Буцаев:**  
«В Подмосковье будет создана  
точка экономического роста»

Инновационные победы и инвестиционный потенциал – в интервью зампреда  
Правительства Московской области – министра инвестиций и инноваций Дениса Буцаева.

# Диалог

БИЗНЕС  
ПОДМОСКОВЬЕ

[www.dialog-biznes.ru](http://www.dialog-biznes.ru)

ПУБЛИКУЕМ ДЛЯ ВАС ГЛАВНОЕ



Новости бизнеса



Все выпуски журнала  
и электронной газеты  
«Бизнес-диалог. Подмосковье»



Интервью с представителями  
власти, бизнеса,  
экспертами



Выпуски телевизионной  
программы  
«Бизнес-диалог. Подмосковье»