БИЗНЕС
Диалог
медиа

№ 26 / июль 2017

Торговая сессия Подмосковья: ориентир на лёгкую промышленность

Интервью с министром **ВЛАДИМИРОМ ПОСАЖЕННИКОВЫМ**

ВИНТАЖНОЕ ДОМОДЕДОВО

ИЛИ проект по перезагрузке рынков

ПОДМОСКОВЬЕ-ТЕХАС

Объединяющая сила АРСП

Павел Добжинский:

«Успешный бизнес делают правильные люди»

Бизнес как способ познания мира

НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ
Изделия глубокой заморозки

ВОСКРЕСЕНСКХЛЕБ

- ХЛЕБА
- БАГЕТЫ, ПОЛУБАГЕТЫ
- СЛОЕНЫЕ ИЗДЕЛИЯ
- СДОБНЫЕ ИЗДЕЛИЯ
- ТЕСТА: сдобные, дрожжевые, бездрожжевые, для пиццы

реклама

ООО «ПК «ХлебникЪ»
140200, М. О., г. Воскресенск,
ул. Стандартная, д. 13.
Тел.: 8-496-44-2-00-22; 8-496-44-1-15-43
www.vkhleb.ru market@vkhleb.ru

УВАЖАЕМЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ПОДМОСКОВЬЯ!

Торговля является динамично развивающейся отраслью в регионе, в этой сфере задействованы квалифицированные специалисты, благодаря усилиям которых решается одна из главных задач – удовлетворение социальных потребностей жителей. Московская область уверенно занимает лидирующие позиции среди регионов России по объёмам оборота розничной торговли.

Мособлдума, в свою очередь, работает в тесном сотрудничестве со всеми профильными ведомствами для решения задач, поставленных Президентом по импортозамещению и обеспечению жителей качественными продуктами питания.

Подмосковный парламент также уделяет особое внимание тому, чтобы жители региона могли приобретать недорогие подмосковные фермерские продукты. Так, недавно думой был принят закон, которым перенесены сроки переезда сельскохозяйственных рынков в капитальные сооружения с 2018 на 2020 год. Переход в капстроения повлечёт повышение цен на продукцию, что негативно скажется на материальном состоянии как небольших предпринимателей, фермеров, садоводов, владельцев личных подсобных хозяйств, осуществляющих торговлю с использованием временных сооружений, так и жителей, покупающих продукты на этих рынках, где цены на них более доступны. Мы должны пойти навстречу организаторам – законы мы принимаем для того, чтобы сфера развивалась.

На сегодняшний день в регионе реализуется проект ярмарок выходного дня, также планируются сезонные ярмарки в пиковые урожайные месяцы, на которых будет представлена свежая, только что поспевшая продукция. В регионе в течение 2017 года пройдет не менее 60 социальных ярмарок «Ценопад». Наиболее перспективным форматом реализации продукции локальных производителей в последнее время становятся магазины и торговые точки, объединённые в областную сеть фермерских продуктов «Подмосковный фермер». Сейчас в Подмосковье насчитывается порядка 80 таких магазинов, в которых могут быть представлены местные производители.

Профильное министерство Московской области регулярно организовывает Торговые сессии, посвящённые различным видам товаров и услуг. Такие мероприятия позволяют производителям пообщаться с компаниями, представленными в нашем регионе, найти пути для реализации своей продукции. Наша ключевая задача – показать, что Московская область – это регион, у которого немало собственных производств.

Особенно отрадно то, что предприниматели Подмосковья проявляют неподдельный интерес к участию в Торговой сессии и готовность представить и презентовать собственную продукцию.

Уверен, что очередная Торговая сессия пройдёт успешно, и по её итогам будет заключено немало перспективных контрактов.

Желаю всем дальнейших успехов в бизнесе и эффективной работы на благо жителей Московской области!

Председатель Московской областной думы
Игорь Брынцалов

Содержание

Бизнес-Диалог Медиа
www.b-d-m.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса

«БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»: РАЗГОВОР О БИЗНЕСЕ И ДЛЯ БИЗНЕСА 16+

Учредитель и издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа»
Председатель редакционной коллегии: Вадим Винокуров
Генеральный директор-главный редактор: Мария Суворовская
Ответственный редактор: Наталья Варфоломеева
Заместитель директора по коммерческим вопросам: Ирина Длугач
Корреспонденты: Мария Башкирова, Наталья Варфоломеева, Алексей Сокольский.
Дизайн и верстка: Елена Иванова.
Фото: Павел Судариков, Александр Падежов.
Дирекция развития и PR: Сергей Миронов, Валентина Русанова.

Отпечатано в типографии ООО «Вива-Стар», г. Москва, ул. Электрозаводская, д.20, стр. 3
Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не обязательно должно совпадать с мнением редакции. Перепечатка материалов и их использование в любой форме допускается только с разрешения редакции журнала «Бизнес-Диалог Медиа».
Рукописи не рецензируются и не возвращаются.
Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа»
Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-65967 от 6 июня 2016 года
Адрес редакции: 143966, Московская область, г. Реутов, ул. Победы, д.2, пом.1, комн. 23, e-mail: dialog_media@list.ru
Подписано в печать 18.07.2017 г., тираж – 10000 экземпляров. Цена свободная

Использованы фотографии: www.cbc.ca, lexandbusiness.ru, i.huffpost.com, en.tepbel.ru, www.necturajuice.com, www.evidero.de

Представительское распространение: администрация губернатора Московской области, правительство Московской области, Московская областная дума, Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Торгово-промышленная палата Московской области, территориальные торгово-промышленные палаты Московской области, администрации муниципальных образований Московской области, индустриальные парки и особые экономические зоны Московской области, Общественное объединение «Деловая Россия», свыше 30 отелей и загородных клубов Московской области, бизнес-сообщество Московской области.
Нас можно увидеть:
Стойки в Московской областной думе,
В Торгово-промышленной палате Московской области,
В Торгово-промышленной палате РФ,
В Доме правительства Московской области,
В загородных отелях и клубах Московской области.
Подробнее об услугах «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА» смотрите по адресу:
http://dialog-biznes.ru/услуги

Тарифы на оказание рекламных услуг в журнале

2-ая полоса обложки	60 500 рублей	4-ая полоса обложки	69 500 рублей
2-ая полоса обложки+1-я полоса	113 500 рублей	Разворот (две полосы)	81 500 рублей
3-ая полоса обложки	56 500 рублей	1-ая полоса внутри журнала	69 500 рублей
		Одна полоса внутри журнала	44 000 рублей

«Бизнес-Диалог Медиа» выступал информационным партнером:
Областной форум «Я – гражданин Подмосковья», Международный агропромышленный молочный форум, Международный аграрный форум «Овощкульт», финал Национального чемпионата «WorldSkillsRussia», Всероссийская премия «Благое дело», Первый Франко-Российский бизнес-форум, бизнес-форум «Атланты», Российско-Казахский инвестиционный форум, Российско-Азиатский международный бизнес-форум, форум «Энергоэффективное Подмосковье».

«Бизнес-Диалог Медиа» на своих страницах предлагает обзоры деловых новостей и трендов современного бизнеса, рейтинги, интервью, новости экономической и финансовой жизни Московской области, статьи о практических аспектах предпринимательства, управленческих технологиях, календарь деловых событий, коллекцию идей из разных отраслей для желающих заняться новым бизнесом или развить существующий. «Бизнес-Диалог Медиа» продвигает товары и услуги отечественных компаний, фирм и предприятий. Редакция приглашает читателей к информационному взаимодействию, а представителей бизнеса к взаимовыгодному сотрудничеству.
Реклама: 8 (916) 954 78 87; irina_dlugach@mail.ru

Мария Суворовская,
главный редактор

Серьезные преобразования, произошедшие на потребительском рынке региона за последние годы, позволили отрасли широко шагнуть вперед, стать экономически эффективной и значимой для Подмосковья. Наряду с промышленным комплексом она стала флагманом в социально-экономическом развитии региона, обеспечивая повышение уровня жизни людей, привлекая инвестиции. По объемам оборота розничной торговли в России Московская область уступает первенство лишь Москве.

Оборот розничной торговли Подмосковья в январе-мае 2017 года составил 820,9 миллиарда рублей, что в сопоставимых ценах составляет 103,3 процента к соответствующему периоду предыдущего года. Такие показатели достигаются совместными усилиями бизнеса и власти, реализуемыми проектами и огромным желанием поддержать подмосковного производителя.

Свежий номер «Бизнес-Диалог Медиа» посвящён потребительскому рынку Московской области, его разнообразию – сетевым магазинам, ярмаркам, фермам, рынкам и многому другому.

От первого лица:

4 В Московской области дан старт подготовке к Торговой сессии. Интервью с министром Владимиром Посаженниковым.

Территория торговли:

8 АРСП: Сделано в России!

Крупным планом:

10 ОРЦ «Радумля»: взгляд в будущее.

Потребрынок:

16 От базара до торгового центра. ТК «Зенино».

Обмен опытом:

18 К новому формату, сохраняя традиции. «ЭкоБазар».

На фото: Павел Добжинский – генеральный директор оптово-распределительного центра «Радумля»

Сделано в Подмосковье:

20 Вкусно и полезно! Хлеб из Воскресенска.

22 «Это ярмарки краски…»

23 Есть «Егорка» на всякую стройку.

24 Ставка на перспективу. «Экспо-МедиаСервис».

25 «Всему голова…» Зарайский хлебокомбинат.

26 Что такое ярмарка?

Взгляд на проблему:

28 Хакерская атака как ОБСТОЯТЕЛЬСТВО ФОРС–МАЖОРА.

29 Минимум препятствий для фермерской торговли.

Новости партнёров:

30 Покупай больше – плати меньше.

32 Мнение эксперта. Онлайн-кассы.

Мосты сотрудничества:

34 Стирая границы.

Новости партнёров:

34 «Созвездие Созидателей». Кинофестиваль.

38 Будущее российского туризма в надёжных руках.

40 Искусство не знает границ.

Наши мероприятия:

42 «Предприниматель года – 2017».

Социальные ориентиры:

44 «Винтажное» Домодедово.

ВЛАДИМИР ПОСАЖЕННИКОВ:

«Торговая сессия Подмосковья впервые возьмет ориентир на легкую промышленность»

В Московской области дан старт подготовке к VII Торговой сессии

Торговые сессии в нашей области стартовали на волне санкций. Как только появилась угроза дефицита целого ряда запрещенных к ввозу в страну продуктов питания, был запущен новый инструмент – Торговая сессия Подмосковья. Шесть мероприятий, организованные профильным Министерством потребительского рынка и услуг Московской области, прошли на «ура». Сессии посетили послы и торгпреды зарубежных государств, на сессиях активно предлагался крымский ассортимент, подписывались серьезные контракты между федеральными розничными сетями и областными фермерами и производителями. В этом году состоится очередная выставка, и на этот раз она будет посвящена моде. В рамках подготовки проходит отбор участников сессии – подмосковных представителей легкой промышленности. О том, легко ли быть модным регионом, мы разговариваем с министром потребительского рынка и услуг Московской области Владимиром Посаженниковым.

– Почему легкая промышленность? Или мы готовимся к импортозамещению и в данной сфере?

– К импортозамещению надо быть готовыми всегда. И лучше всего с большим запасом прочности, а в идеале – надо быть независимыми. Торговые полки наших магазинов не должны зависеть от политических веяний на международной арене, от курса валют на мировом рынке. Потребитель должен иметь возможность жить в реальном рынке – выбирать то, что ему нравится. А это возможно при большом предложении, которое в идеальной модели будет по максимуму обеспечено местными производителями. Легкую промышленность выбрали для очередной Торговой сессии по двум причинам. Во-первых, в Подмосковье сформировался сильный пул местных производителей. Во-вторых, есть определенный запрос от покупателей и розничного сектора – на новые бренды, на свежие идеи дизайна и моды. Эта сессия должна дать старт постоянным встречам производителей, дизайнеров и владельцев торговых сетей, а также небольших магазинов, бутиков и прочей специализированной мелкорозничной торговли.

– Какие результаты дал предварительный мониторинг производителей?

– В течение года мы вели предварительную подготовку к мероприятию. Смотрели ассортимент в рознице, вели мониторинги продаж на наших «Ценопадах» – здесь всегда есть и производители верхней одежды и аксессуаров, и детских товаров, произведенных в регионе. Хороший вывод. Свое производство есть, причем серьезного уровня. И есть стабильный спрос имен-

ПОТРЕБИТЕЛЬ ДОЛЖЕН ИМЕТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ЖИТЬ В РЕАЛЬНОМ РЫНКЕ – ВЫБИРАТЬ ТО, ЧТО ЕМУ НРАВИТСЯ. А ЭТО ВОЗМОЖНО ПРИ БОЛЬШОМ ПРЕДЛОЖЕНИИ, КОТОРОЕ В ИДЕАЛЬНОЙ МОДЕЛИ БУДЕТ ПО МАКСИМУМУ ОБЕСПЕЧЕНО МЕСТНЫМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

Московская область – это модный регион, у которого немало собственных производств одежды, обуви и аксессуаров, а также талантливых дизайнеров.

но на местную продукцию – по причинам качества, адекватного ценообразования и интересных дизайнерских решений, а количество потенциальных участников VII Торговой сессии увеличивается ежедневно. Кроме того, муниципалитеты провели большую работу. На расширенное совещание, которое прошло весной в Минпотребрынка, практически все представители органов местного самоуправления приехали с потенциальными участниками Торговой сессии. Это и дизайнеры вязаной одежды, и владельцы авторских дизайнерских студий, и производители обуви, детской, женской, мужской одежды, а также много других интересных предприятий в сфере легкой промышленности, которые готовы представить и презентовать собственную продукцию на VII Торговой сессии Подмосковья.

Мы чувствуем большой интерес к мероприятию. На нашу электронную почту приходит масса заявок от подмосковных производителей одежды, а также от розничных магазинов, включая небольшие торговые объекты.

Но есть еще много и много вопросов. Производителей надо продвигать, их надо популяризировать, их надо учить взаимоотношениям с розничной торговлей, надо показывать преимущества мелкорозничного сектора, их надо презентовать в федеральных сетях.

Одним словом, необходимо наладить систему, а на это потребуется определенное время.

– В чем состоит задача первой «модной» сессии Подмосковья?

– Во-первых, презентовать самых интересных, самых активных производителей. Московская область – это модный регион, у которого немало собственных производств одежды, обуви и аксессуаров, а также талантливых дизайнеров.

Во-вторых, заинтересовать профильную розницу, акцентировать внимание администраций муниципалитетов. Легкая промышленность сравнима с фермерством. Речь идет о замкнутом цикле производства, и чем сильнее мы мотивируем сбыт готовой продукции, тем сильнее становится производитель, который сначала производит, условно, пиджак из импортных тканей и ниток, а затем начинает производить и собственную ткань, и фурнитуру. А это все рабочие места, это инвестиции и качество

жизни. Наш мониторинг показывает, что одежда и обувь наших областных производителей на порядок выше импортных аналогов из Китая, Турции. Есть такие беспрецедентные примеры качества и дизайна, которые можно легко сравнивать с европейскими аналогами.

– А у Подмосковья есть своя модная специализация?

НАШ МОНИТОРИНГ ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО ОДЕЖДА И ОБУВЬ НАШИХ ОБЛАСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ПОРЯДОК ВЫШЕ ИМПОРТНЫХ АНАЛОГОВ ИЗ КИТАЯ, ТУРЦИИ. ЕСТЬ ТАКИЕ БЕСПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ПРИМЕРЫ КАЧЕСТВА И ДИЗАЙНА, КОТОРЫЕ МОЖНО ЛЕГКО СРАВНИВАТЬ С ЕВРОПЕЙСКИМИ АНАЛОГАМИ.

– Да. Во-первых, очень много качественных производств детского ассортимента, начиная от сумок и ранцев и заканчивая высококачественной обувью. Во-вторых, специальная одежда – я бы вообще посвятил данному сектору отдельную Торговую сессию. Все, что касается униформы и спецодежды – здесь речь идет о межрегиональном содействии, о помощи в выходе в другие города и области. Много хороших производителей по теме верхней одежды, вечерних нарядов. Фактически в плане изделий легпрома мы можем стать на 100% самодостаточным регионом, абсолютно независимым ни от импорта, ни от поставок из других городов.

Например, в Московской области существует предприятие «Академ-Текстиль», основанное в 1998 году, специализирующееся на головных уборах. На данный момент предприятие выпускает более 2 миллионов изделий в год. Сама фабрика расположена на более чем 6000 кв.м площади, суммарный объем перерабатываемой пряжи достигает 350 тонн ежегодно. Предприятие предоставляет более 100 рабочих мест. Отпускная цена на изделия колеблется от 150 до 2500 рублей.

Такие предприятия являются поддерживающим звеном в развитии легкой промышленности на территории Московской области, а их производственные мощности позволяют предоставить федеральным и локальным сетям большой объем продукции, а также широкую ассортиментную линейку.

Подобные компании, конечно же, заинтересованы в дальнейшем развитии и расширении. Наша Торговая сессия, участниками которой будут представители розничной торговли не только из Подмосковья, но и других регионов России, может стать отличной площадкой для поиска новых площадок сбыта.

– Сколько стендов запланировано на VII Торговой сессии?

– Порядка 50-ти и это те, кого мы отобрали. Желающих гораздо больше. Модные сессии будут проходить по графику. Например, совместно с ТПП Московской области мы планируем проводить профильные деловые завтраки. Уверен, что совместными усилиями мы сможем сделать дорогу к потребителю для легкой промышленности более доступной.

СДЕЛАНО В РОССИИ!

Ассоциация региональных сельхозтоваропроизводителей (АРСП) существует немногим более года, но уже зарекомендовала себя как эффективный инструмент поддержки малых форм хозяйствования. АРСП проводит множество ярмарочно–выставочных мероприятий в Московском регионе, в которых принимают участие аграрии из различных уголков Российской Федерации. Причем большинство из них участвует в ярмарках на безвозмездной основе, торговые точки при необходимости обеспечиваются оборудованием, холодильными витринами. Вся эта работа направлена на продвижение и поддержание отечественного, российского производителя, относящегося к категории «малый бизнес», а, значит, и на реализацию программы импортозамещения. Сегодня наш разговор с председателем Ассоциации региональных сельхозтоваропроизводителей (АРСП) Сергеем Архиным.

– Сергей Борисович, вы особое внимание уделяете межрегиональной кооперации. С какими регионами сотрудничаете?

– Их более десяти, и работа по налаживанию контактов с новыми республиками не останавливается. У нас теплые отношения с Чувашской республикой, Марий Эл, Удмуртией, Саратовской областью. В наблюдательный совет АРСП входит министр сельского хозяйства Тульской области Дмитрий Вячеславович Миляев. Много участников из Белгородской, Орловской, Ростовской областей, Краснодарского и Ставропольского краев, из Самарской, Тверской, Кировской, Ивановской, Волгоградской, Тамбовской областей.

– А какую работу вы проводите в Московской области?

– Начну с того, что ассоциация РСП зарегистрирована в Волоколамском районе Московской области. Год назад Министерство потребительского рынка Московской области любезно предоставило нам возможность участвовать в V торговой сессии в Доме правительства в Красногорске. Мы воспользовались этой возможностью, чтобы показать в рамках новой для Подмосковья на тот момент ярмарочной тематики «Товары регионов России» отечественную продукцию из Тульской и Белгородской областей, республик Марий Эл и Чувашии, пригласили представителей правительств этих регионов. Также пригласили чувашский само-

бытный ансамбль «Телей», состоящий из деревенских бабушек, их выступление произвело настоящий фурор в Доме правительства.

– Вы и культурную программу организовываете?

– Обязательно, это неотъемлемая часть ярмарочных мероприятий. Помимо мастер-классов ремесленников, анимации и скоморохов мы часто приглашаем в подмосковные города академические национальные ансамбли. Например, в городе Видное при поддержке муниципальных администраций организовали национальные гуляния Чувашии и Марий Эл – Чуклеме и Упучмыш – с традиционными для этих народов угощениями, костюмами, выступлениями фольклорных коллективов. На днях на замечательном, возрождающем старинные традиции мероприятии, посвященном преподобному Иосифу Волоцкому, организованному администрацией Волоколамского района Московской области у стен одноименного монастыря, мы помимо региональных производителей представили два творческих коллектива: межрегиональный «Российский стиль» и «Шардан» из Чувашии, придав этому выдающемуся событию действительно общероссийский характер. Творческий коллектив «Шардан» совсем недавно украшал презентацию товаропроизводителей Чувашской республики для жителей городского округа Лосино-Петровский Московской области.

– Вы являетесь одним из ведущих ярмарочных операторов в Москве, не мешает ли это работе в Московской области?

– Конечно же нет, для осуществления нашей основной деятельности: поддержки небольших сельскохозяйственных предприятий регионов России, например, путем организации ярмарок – не должно существовать территориальных разграничений. В Москве мы представляем производителей регионов России официально, нам делегируют это право республиканские правительства. Благодаря этому мы имеем возможность постоянно увеличивать количество участников ярмарок, приглашать новых производителей и фермеров, интегрировать их в рынки Московского региона. Для осуществления этих целей совмещение работы в Москве и области приносит ощутимый эффект. Например, в марте 2017 г. в составе делегации департамента торговли и услуг г. Москвы я посетил республику Удмуртия. Нас очень тепло встретили, заместитель министра сельского хозяйства республики Евгений Иванович Шкарупа познакомил с интересными предприятиями, такими, как Сарапульская кондитерская фабрика, молокозавод «Милково», птицефабрика «Вараксино», Увимский мясокомбинат и многие другие. Незадолго до этого мы побывали в Клинском районе Московской области, который является побратимом Удмуртии, где познакомились с самобытными республиканскими ремесленниками. Благодаря всему этому, мы смогли организовать красивую насыщенную региональную ярмарку Удмуртской республики в Москве. Теперь планируем порадовать жителей Клинского района Московской области качественными товарами производителей региона-побратима, скооперировать их с местными товаропроизводителями. Открывая мероприятия в МО, мы всегда приглашаем на них и местных предпринимателей и производителей из того района, где проходит ярмарка, а самых интересных – реализовывать свою продукцию и в Москве.

– Можете подробнее остановиться на этом?

– Мы проводили мероприятия в Волоколамске, Зарайске, Видном, Лобне, Лосино-Петровском, Ногинске, Клину, Голицино и т. д. Например, в Зарайске мы познакомились со множеством небольших интересных производственных предприятий. Вы не поверите, но они реализовывали на ярмарке качественные глазированные сырки по цене 5 рублей за штуку. Мы, конечно же, пригласили их сначала поближе к Москве в Ленинский район, где администрация трепетно относится к социальным ценам, далее планируем предоставить для них места на ярмарках в Москве. Также поддерживаем ремесленников и сельхозтоваропроизводителей из Волоколамска, всегда присутствует продукция Лотошинского, Одинцовского, Шатурского, Озерского, Каширского, Ступинского, Чеховского районов Московской области.

*– На сайте ассоциации **arsp.info** я увидела информацию о международной деятельности, в частности, о вашей поездке в Хьюстон на Техасское родео. Могли бы вы рассказать об этом?*

– В нашем с вами предыдущем интервью я анонсировал международную деятельность, и в уставе ассоциации прописано взаимодействие с международными организациями. Прежде всего, конечно, это обмен опытом. В свете этого я не мог не воспользоваться приглашением президента и исполнительного директора крупнейшего животноводческого шоу (Houston livestockshowandrodeo) Джоела Коули (Joel Cowley) посетить это мероприятие.

Хочу поблагодарить представителей Министерства иностранных дел, а именно Генерального консула Российской Федерации в штате Техас Захарова Александра Константиновича за оказанную поддержку. Отдельная благодарность – профессионалу в высоком смысле этого слова, консулу Российской федерации в штате Техас Шелудько Дмитрию Петровичу, который сопровождал меня во всех поездках по Техасу. Было множество интересных встреч с руководителями родео, представителями министерства сельского хозяйства штата Техас, фермерами из Арканзаса, Айовы, Оклахомы, Калифорнии. По предложению членов Наблюдательного совета АРСП мы обсудили возможность взаимодействия в области племенного животноводства, селекции, садоводства, рыбных хозяйств и, конечно же, ярмарочно-выставочной деятельности, инвестиций. Большой интерес вызвали презентации российских регионов и особенно

Волоколамского и Зарайского районов Московской области.

Могу заметить, что прием был более чем радушный, мне рассказали о структуре родео, показали работу комитетов и, конечно же, предоставили возможность не только посмотреть само шоу, но и поучаствовать в его открытии на арене NRG STADIUM. Прежде всего меня заинтересовала деятельность ассоциаций, поддерживающих малые и начинающие предприятия на предмет обмена опытом. В США очень развит этот сектор и достаточно серьезно финансируется. Малым предприятиям и предпринимателям оказывается всевозможная поддержка с момента начала деятельности и вплоть до вывода на международные рынки. Сейчас, в период импортозамещения, применение подобного опыта является особенно актуальным у нас, и важным инструментом для этого являются профессиональные некоммерческие организации.

Будем надеяться, что политические разногласия не будут большой помехой для дальнейшего сотрудничества.

Беседовала Наталья Варфоломеева.

ОРЦ «Радумля»: *взгляд в будущее*

Наш разговор с генеральным директором оптово-распределительного центра «Радумля» Павлом Добжинским о начале большой работы в Солнечногорском районе Московской области.

МЫ ХОТИМ СОКРАТИТЬ ДИСТАНЦИЮ МЕЖДУ ПОСТАВЩИКОМ И ПОТРЕБИТЕЛЕМ И СНИЗИТЬ ИЗДЕРЖКИ ПОСТАВЩИКА.

– Павел Даниилович, как у вас возникла идея создания ОРЦ?

– Строительство объекта началось в 2013 году. На тот момент концепцией предусматривался непродовольственный логистический комплекс класса «А». Но спустя год, проанализировав рынок, мы решили создать на базе уже возведенных зданий оптово-распределительный центр. Основная причина для изменения концепции – наличие порядка миллиона квадратных метров пустующих сухих складов в Подмосковье. Необходимо было диверсифицироваться и не только сдавать склады и холодильные камеры в аренду, но и предоставлять своим резидентам ряд других услуг.

– Почему вы выбрали название «Радумля»?

– Мы его не выбирали, можно сказать, оно само нас нашло. Центр находится рядом с населенным пунктом Радумля – отсюда и название. И создание именно ОРЦ здесь вполне логично: место очень хорошее – прямо на пересечении Малого Московского кольца и трассы М-10 Москва – Санкт-Петербург. Здесь идут все транспортные потоки между двумя столицами, да и местные жители уже сотни лет занимаются исключительно транспортной логистикой. Так что мы возобновили традиции.

– В чем заключается основная задача ОРЦ?

– Наша главная задача – обеспечение максимального ассортимента сельскохозяйственной продукции, особенно в сегменте «фреш» – это фрукты, овощи и ягоды. Мы хотим сделать этот ассортимент максимально доступным для потребителя, сократить дистанцию между поставщиком и потребителем и снизить издержки поставщика. Стараемся добиться равновесия цены и качества, чтобы и продавец реализовал скоропортящийся товар в короткие сроки и по конкурентоспособной цене, и покупатель приобрёл продукцию высокого качества, свежую и за адекватные деньги.

– Расскажите, пожалуйста, поподробнее об объектах, которые уже введены в эксплуатацию.

– У нас запущено тридцать девять холодильных камер, появились первые арендаторы. Наполняемость пока не очень большая, но процесс только начинается. Камеры арендуют и под долгосрочное хранение, и под прямые продажи.

Существует услуга ответственного хранения, а также мы предоставляем услуги по упаковке продукции, погрузке, разгрузке, у нас есть фитосанитарный контроль. Служба логистики включает также транспортные услуги.

Действует открытая площадка, которая делится на три сектора. Первый сектор – это оборудованная стоянка для грузового и легкового транспорта. Здесь на какое-то время может остановиться автомобиль с транзитным грузом, причем мы пускаем

только машины с продуктами питания. Первый месяц стоянка бесплатная. Второй сектор – это торговля с борта машины, услуга особенно актуальна для небольших аграрных и фермерских хозяйств. А третий сектор – это сезонная ярмарка. Мы уже установили первый шатер на шестьсот квадратных метров. Здесь рассчитываем увидеть продукцию производителей Центрального федерального округа, прежде всего Московской области. Первые десять фермеров и аграриев получат торговые места бесплатно на целый год!

– Какие у «Радумли» есть преимущества для поставщиков и арендаторов?

– Прежде всего, наши арендаторы получают прямой доступ к сетям и другим крупным и средним потребителям.

Мы помогаем снизить издержки поставщиков на упаковку и транспортировку, как следствие, они могут предложить сетям товар по конкурентной цене и соответствующий всем требованиям по упаковке, сопроводительной документации и другим параметрам.

Небольшому поставщику сложно обеспечить необходимый ритейлу объем товара единолично. Мы можем сформировать крупную партию товара, объединив несколько мелких поставок от разных производителей в одну большую.

Мы осуществляем входной контроль сельхозпродукции. Если продукция выходит под нашим брендом, мы несем полную ответственность за ее качество.

Как правило, у торговых сетей есть свои распределительные центры и свои крупные поставщики, в том числе и из-за рубежа. Но на такие товарные группы, как фрукты и овощи, практически невозможно обеспечить регулярное стопроцентное закрытие заявки по действующим контрактам. К сожалению, фрукты и овощи – скоропортящийся товар. И если сети испытывают дефицит, они вынуждены искать новых поставщиков, надежных, с прозрачными схемами поставки и качественными товарами. Вот на этом этапе как раз возникаем мы, помогаем найти нужный товар и обеспечи-

ПЕРВЫЕ ДЕСЯТЬ ФЕРМЕРОВ И АГРАРИЕВ ПОЛУЧАТ ТОРГОВЫЕ МЕСТА БЕСПЛАТНО НА ГОД

ваем его поставку. Мы открыты для любых резидентов и с удовольствием работаем с небольшими производствами, которые ответственно относятся к своей продукции, помогаем им вывести товар в сети.

ОРЦ «Радумля» располагает довольно широким набором инструментов, у нас установлено очень хорошее оборудование, продуманная система учета товарных групп. Среди сопутствующих услуг – бухгалтерское сопровождение, транспорт и логистика, погрузочные работы. И главное, есть площади и мощности для развития.

Наш центр очень удачно расположен. Я уже говорил, что мы находимся на пересечении торговых путей, это особенно выгодно для тех, кто ориентируется на работу с северо-западом и Санкт-Петербургом. К тому же на северо-западе есть только один ОРЦ – и это «Радумля», другие похожие объекты находятся к югу от Москвы.

– Чему в своей работе вы стараетесь уделять наибольшее внимание?

– Как управляющий и генеральный директор, я считаю своей главной задачей поддержание репутации надежного

бизнес-партнера. Это, прежде всего, обеспечение материальной и экономической безопасности наших резидентов и клиентов; прозрачность в отношениях с партнерами, вся работа выстраивается исключительно на договорной основе. Сейчас на «Радумле» максимальный уровень безопасности, в широком смысле слова, таким он останется и впредь.

Самое главное – мы предоставляем максимально комфортные условия как для наших резидентов-арендаторов, так и для их клиентов и потребителей. Второе – это поддержание высокого уровня услуг и конкурентных тарифов на них.

– Какова структура поставщиков? Какие регионы в ней преобладают?

– У нас в основном, конечно, представлены поставщики из Центрального федерального округа, в частности, из Дмитровского района Московской области, есть компании из Средней Азии, Таджикистана и Узбекистана, торговый дом, учрежденный совместно с партнерами из ЮАР. В общем, география поставщиков у нас очень широкая.

– Планируете ли вы дальнейшее расширение своей деятельности? Будете ли строить новые объекты?

– Никаких противопоказаний к этому нет. Но это стратегическое решение, которое мы будем принимать на основе анализа первого этапа нашей деятельности осенью.

Беседовала Валентина Русанова.

УЖЕ НЕ БАЗАР, А ТОРГОВЫЙ КОМПЛЕКС

Затевая ремонт, мы стараемся «убить» сразу несколько зайцев: сделать его быстро, качественно и по приемлемой цене. Как человек, недавно закончивший свою полугодовую ремонтную эпопею, смело могу утверждать:

а) Однозначно, совсем не хочется объезжать всю область в поисках нужного стройматериала;

в) Порой снятся сны, что вместо потерянных многих и многих выходных ты приезжаешь в одно место и скупаешь, не сходя с места, все, что тебе надо, за один раз;

с) И еще… Всё когда-нибудь заканчивается… Это касается и ремонта.

Универсальный рынок «Зенино» – настоящее открытие для новоселов и тех, кто решил обновить свое любимое жилище. Открывшись всего чуть более года назад, этот торговый центр по праву завоевал любовь и признание многочисленных покупателей. Ведь здесь можно не только приобрести нужные строительные материалы (причем в необходимом вам количестве, т.к. склады всех продавцов находятся здесь же), а попутно еще и продукты питания, зоотовары, товары для хозяйственных нужд как российского, так и импортного производства. А также заказать мебель по индивидуальному проекту, кованые изделия, фрески, да много чего еще… В каждом торговом павильоне действуют индивидуальные условия для покупателей. Такой же политики придерживаются владельцы рынка и в отношении продавцов – скидки на арендную плату и персональный подход к каждому арендатору.

Довольно приятный бонус всем покупателям: как и принято на любом цивилизованном рынке – здесь можно торговаться! И этот увлекательный процесс возможно принесет вам неплохую скидку.

Существует доставка крупногабаритных грузов. А пока вы гуляете по рынку, можно совместить приятное с полезным и доверить свою машину круглосуточной автомойке либо отремонтировать колеса и поменять масло в СТО. Весь автосервис входит в структуру рынка «Зенино». Вообще

новизна и творческий подход чувствуется здесь во всем: расположение, стиль, оформление, фоновая музыка, большая удобная парковка и… отличный ресторан для тех, кто устал от хозяйственных хлопот.

Чтобы идти в ногу со временем и привлечь как можно больше клиентов, помимо розничной торговли развивается и продажа товаров через интернет. У торгового комплекса существует договор с интернет-провайдером, что позволяет предоставлять каждому арендатору высокоскоростной доступ в интернет. Соответственно, продавцы имеют возможность организовать свой интернет-магазин. Однако, традиционный способ продаж все же преобладает, что, по мнению директора управляющей компании рынка «Зенино» Андрея Папичева, дает возможность покупателю убедиться в качестве приобретаемого товара, что называется, «пощупать» его.

– Андрей Иванович, что сегодня – строительный рынок?

– Наш обыватель привык видеть рынок, состоящий из убогих лоточков, неказистых ларечков и страшных палаток, где задачей всегда было продать товар любого качества. Современный рынок должен выглядеть как неплохой европейский торговый комплекс, к чему мы и стремимся. Мы, как управляющая компания рынка, стараемся следить за качеством продаваемого нашими арендаторами товара и за хорошим качеством обслуживания наших покупателей. На современном рынке можно не только что-то купить, но и с пользой провести время. Для этого необходимо поддерживать чистоту и создавать дополнительные услуги. У нас на территории есть автомойка и шиномонтаж, которыми можно воспользоваться во время выбора покупок. Также в ближайшем времени открывается ресторан с домашней кухней и уютным интерьером, где покупатели и арендаторы смогут вкусно покушать и приятно провести время. Для удобства наших гостей на территории комплекса организованы отдельные парковочные места для арендаторов – для того, чтобы не занимать парковку для посетителей ТК.

– Как вы в целом оцениваете строительный рынок в Подмосковье?

– Я бы сказал, что положительно. Правительство Московской области в недавнее время выпустило несколько правовых актов, регламентирующих рыночную деятельность. Мы согласны с такой позицией: современный рынок должен состоять из капитальных строений, построенных из качественных материалов и имеющих красивый вид и хорошую безопасность для людей. Должны быть организованы качественные туалеты, видеонаблюдение, освещение, охрана, звуковое оповещение об опасности и т.д. Всё это дает положительную динамику развития рыночной отрасли Московской области, так как старые стандарты рынков, к которым мы привыкли еще с 90-х годов, уходят в прошлое и появляются все более качественные, красивые и современные ТК, которые и рынком–то назвать трудно. Вот именно к такому пониманию и такой организации и необходимо стремиться.

Наталья Варфоломеева.

«ЭКОБАЗАР»:

«СОХРАНЯЯ ТРАДИЦИИ, СОЗДАЕМ НОВЫЙ ФОРМАТ»

Фермерские рынки являются неотъемлемым звеном взаимодействия между городской и сельской средой. Они приобретают все большую популярность, в основном, благодаря растущей заинтересованности потребителей в получении свежей продукции прямо с фермы. Рынки открывают покупателям доступ к качественной натуральной продукции, а фермерам предоставляют возможность налаживания взаимоотношений с потребителями. О перспективах и векторах развития бизнеса управления рыночной недвижимостью мы расскажем на примере одного из лидеров в этом сегменте – сети фермерских рынков «ЭкоБазар».

СПРАВКА.

Холдинг недвижимости «КорпЭстейт» был создан в 2005 году в целях консолидации и эффективного управления инвестиционной собственностью Корпорации «Ростик Групп», и возглавляет сегодня одно из стратегических направлений деятельности Корпорации – развитие сети фермерских рынков «ЭкоБазар».

СТРОИТЕЛЬСТВО РЫНКОВ НОВОГО ФОРМАТА

Одним из первых почувствовав наличие неудовлетворенного спроса на фермерскую продукцию и потребность в качественных изменениях российских рынков как торгового формата, в 2008 году холдинг «КорпЭстейт» обратился к лучшему мировому опыту организации рыночной торговли и совместно с Институтом муниципальных рынков Барселоны (IMMB) **разработал концепцию фермерского рынка нового поколения.**

В 2011 году был воплощен образ нового рынка, соединившего в себе традиции фермерской торговли и достижения современных форматов ритейла в части архитектурных и интерьерных решений, инженерного обеспечения, технологии и качества сервиса, в г. Мытищи Московской области. Сегодня фермерский рынок «ЭкоБазар» – заметный объект на карте торговых объектов в **г. Мытищи.**

В сентябре 2014г. второй фермерский рынок под торговой маркой «ЭкоБазар» открылся в **г. Обнинск** Калужской области.

В отсутствие профессиональных операторов фермерских рынков, разделяющих видение и ценности Корпорации, пришло понимание о необходимости создания **своей управляющей компании,** для того чтобы обеспечить на «ЭкоБазаре» широкий выбор фермерской продукции с различных регионов России и СНГ, а также гарантировать покупателям безопасность продуктов и высокий уровень сервиса. Сегодня **управляющая компания с радостью делится опытом и предоставляет бизнесу услуги по организации и управлению рынками нового формата.**

ПОЧЕМУ СТОИТ ОБРАТИТЬСЯ ЗА ПОМОЩЬЮ К ПРОФЕССИОНАЛАМ, ИЛИ ПОКУПАЯ ЗНАНИЯ, ПОКУПАЕШЬ ВРЕМЯ

Сегодня любой бизнес требует тщательного подхода и взвешенных профессиональных решений. На первый взгляд может показаться, что при наличии инженерно-технической функции и административного штата, можно самостоятельно разработать проект рынка и привлечь профессиональных брокеров для его заполнения. Управление, по мнению многих владельцев торговых центров, также не требует специальных навыков, так как, по сути, рынок – это тот же арендный бизнес, с одной лишь разницей, что сдаются в аренду не площади, а торговые места. «Какой смысл в этом случае нанимать управляющую компанию и оплачивать ее услуги?» – зададутся вопросом многие.

Ответ прост – покупая знания и опыт профессиональной управляющей компании, специализирующейся именно на рыночной торговле, вы покупаете время! Время, которое вам пришлось бы затратить на поиск эффективных решений и исправление ошибок, прежде чем достигнуть желаемого результата.

Можно выделить несколько основных проблемных моментов, с которыми придется столкнуться в процессе реализации проекта:

1. На сегодняшний день отсутствуют какие-либо методические рекомендации и стандарты проектирования рынков нового формата.

Существующие технологические требования к рынкам, санитарные нормы и правила, во-первых, морально устарели, а во-вторых, разбросаны по ряду разных документов и нормативных актов.

2. Технология поиска фермеров и производителей отличается от существующих подходов к брокериджу торгового центра.

На рекламу о сдаче торговых мест на фермерском рынке откликнуться в лучшем случае 30% арендаторов. Остальных придется искать самостоятельно. Единого справочника сельхозпроизводителей, увы, нет. Необходимо устанавливать **контакты с региональными Минсельхозами, ассоциациями фермерских хозяйств и кооперативами, посещать специализированные выставки, ярмарки и форумы,** а если вам важна деловая репутация – **объезжать фермерские хозяйства** с целью проверки качества и условий производства сельхозпродукции.

3. Фермеры, как правило, не имеют опыта розничной торговли и обладают своим, весьма специфическим, менталитетом.

Для обеспечения надлежащего уровня сервиса нужно **разработать стандарты** обслуживания покупателей, **обучить арендаторов** правилам торговли и на систематической основе **осуществлять контроль** за выполнением установленных стандартов и правил.

4. На рынке возможны сговоры между арендаторами.

Торговля на рынке стимулирует арендаторов к самоорганизации и кооперации. Во избежание возможных сговоров и коллективных обращений в администрацию рынка о пересмотре коммерческих условий договоров аренды вам потребуется найти **индивидуальный подход к каждому предпринимателю и завоевать лояльность арендаторов.**

5. Собственник рынка не может прямо влиять на ценовую политику арендаторов.

Необходимо понимать, что цены на рынке впрямую не зависят даже от величины арендных ставок. Единственное, что действительно определяет ценовую политику арендаторов – это посещаемость и уровень конкуренции на рынке. На этапе разработки концепции важно определить оптимальное количество торговых мест по категориям товаров, исходя из прогнозируемой посещаемости объекта и норм рентабельности по каждому виду продукции. Но даже если Вы все правильно спланируете, нет никакой гарантии, что арендаторы не будут поднимать цены по мере роста спроса на фермерские продукты. Следует на регулярной основе проводить **внутренний мониторинг цен и анализ ценовой политики ближайших конкурентов,** чтобы вовремя реагировать на необоснованный рост цен и принимать соответствующие административные меры.

6. Забудьте все, чему Вас научили торговые сети, на рынке действуют совершенно другие технологии маркетинга.

Это не означает, конечно, что общие принципы и законы маркетинга не применимы к рынку. Но здесь требуются нестандартный подход и креативное мышление. Основная сложность заключается в том, что арендаторы рынка в большинстве случаев по закону не обязаны иметь приборов строгой отчетности, на практике лишь на некоторых торговых точках устанавливаются кассовые аппараты. Это исключает возможность внедрения системы управления программами лояльности клиентов. Как следствие, даже для запуска стандартных маркетинговых акций приходится **изобретать новые инструменты учета покупок.**

НОВЫЙ ЭТАП – ФЕРМЕРСКИЙ РЫНОК В ИНТЕРНЕТЕ

В июне 2017 состоится запуск интернет-магазина «ЭкоБазар» по адресу: www.ekobazar-online.ru.

Сегодня формат интернет-торговли все активнее используется как продавцами, так и покупателями. Цель запуска интернет-магазина проста – повышение уровня сервиса. «ЭкоБазар» в принципе отличается от «колхозного» рынка в традиционном понимании: здесь есть тележки для тяжелых сумок, лифты для мам с колясками, в лаборатории проверяется безопасность продуктов, постоянно проводятся развлекательные и социально-ориентированные мероприятия. Запуск сервиса доставки на дом – следующий шаг по пути повышения уровня сервиса.

ОЛЬГА ПИГАЧ,
директор по развитию группы компаний «КорпЭстейт»:
«При создании концепции фермерского рынка нового формата мы изначально ориентировались на развитие сети. Поэтому сегодня мы готовы предоставить нашим клиентам не только продуманные технологические и интерьерные решения, но и эффективное управление в соответствии с высоким уровнем стандартов сети «ЭкоБазар».

У вас нет времени или сил после рабочего дня идти в магазин? Не беда. «ЭкоБазар» берет доставку на себя! Формат онлайн – это не только современный подход к покупкам. Заказывая продукты с рынка через сайт ekobazar-online.ru, вы гарантированно покупаете вкусные полезные и, что немаловажно, безопасные продукты от лучших производителей. Здесь представлено более 500 товаров на любой вкус и кошелек. Более того, с каждым заказом вы получаете приятный сюрприз от «ЭкоБазара».

Доставка на первых порах будет осуществляться по Мытищам и Королеву, впоследствии география будет расширена.

Наталья Варфоломеева.

ВОСКРЕСЕНСКХЛЕБ

ВКУСНО И – ПОЛЕЗНО!

Воскресенские хлебопеки стали победителями XVII Кубка России по хлебопечению

В финале 17 Кубка России по хлебопечению, который проходил 9 июня 2017 г. в Москве на ВДНХ, пекари «Воскресенскхлеб» получили три кубка за 1 место в номинациях «Сдобное хлебобулочное изделие», «Декоративная выпечка» и «Хлеб» и стали победителями этих соревнований в командном зачете.

Целью проведения этих соревнований, организованных Российской Гильдией пекарей и кондитеров, является популяризация профессии пекаря в России, организация ежегодного профессионального конкурса хлебопекарного мастерства, обмен опытом между хлебопеками России и подготовка команд для представления интересов нашей страны на международных соревнованиях по хлебопечению.

Новинки, которые представил на этот конкурс «Воскресенскхлеб», пользовались большой популярностью у его гостей и участников. Каждый имел возможность подойти к стенду, оценить качество и вкус выпеченных изделий.

Официальная дата рождения нашего предприятия – 1945 год, когда хлебозавод был построен и запущен, но история его началась намного раньше – ещё в 30-е годы XX века, когда для снабжения хлебом растущего населения Всесоюзной стройки химического комбината было принято решение построить свою пекарню.

Много чего пришлось за эти годы пережить нашей стране и её населению. Что же касается предприятий, то далеко не все из них смогли преодолеть смены общественно-экономических формаций, переход на рыночные условия, кризисы… А «Воскресенскхлеб» – смог. Предприятие не просто выжило, но и добилось новых успехов. Трудно перечислить все, что было сделано коллективом за минувшие годы.

В настоящее время наше предприятие выпускает более двухсот наименований хлебобулочных изделий, свыше ста наименований кондитерских изделий и свыше пятидесяти – по изделиям «глубокой заморозки». Ассортимент вырабатываемой продукции крайне разнообразен: помимо хлебобулочных изделий на пред-

приятии выпускается линейка «здоровых хлебов», ведь покупатель сегодня следит за своим здоровьем, и для такого потребителя есть ассортимент с добавлением муки грубого помола, поскольку в такой муке есть витамины групп В и Е, кальций, железо и другие полезные для организма элементы.

ХЛЕБА на ЗАКВАСКАХ

Это уникальные по вкусу хлеба: тесто готовится на закваскаx и с добавлением морской соли, некоторые сорта выпекаются в деревянно-бамбуковых формах. Для приготовления используются различные добавки – морковь, лён, кунжут, клюква, чернослив, курага, инжир и другие. Секрет таких хлебов не только в самой закваске, но и в том, как и до какой степени выбраживается тесто. Процесс их приготовления длительный и занимает от нескольких часов до суток. В этих хлебах нет кислотности ни во вкусе, ни в аромате. Они имеют сладковатый нежный сливочный вкус.

КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ

Если вы решили украсить праздник и удивить гостей – торт на заказ станет одним из кульминационных моментов застолья. Он удивит и обрадует оригинальным внешним видом и потрясающим вкусом!

ИЗДЕЛИЯ «ГЛУБОКОЙ ЗАМОРОЗКИ»

Это глобальный тренд - когда хлебобулочные изделия поставляются в розничную торговлю после шоковой заморозки, что продлевает сроки их хранения до 6 месяцев. Производителям это позволяет упростить логистику и иметь устойчивый сбыт, торговым организациям – уйти от затрат на организацию собственной выпечки. И при этом покупатель получает на выходе свежий, ароматный хлеб с сохранением всех его качественных характеристик.

ИНТЕГРИРОВАННАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ

Это безопасность продукта, как основа доверия наших клиентов.

Это польза продукта, внедрение линеек здоровых витаминизированных хлебов.

Это натуральное происхождение ингредиентов, ведь потребитель желает быть уверенным в традиционном, природном происхождении сырья, будь то мука, смеси или начинки, и быть максимально проинформированным об их подробном составе.

И, конечно же, залогом хороших продаж является качество обслуживания.

«Наш хлеб – ваше здоровье» – это не пустые слова. Каждый сотрудник предприятия: технолог, пекарь, тестовод, формовщик или кондитер – работая, понимают, что они несут ответственность за безопасность и качество выпускаемого продукта, ведь этот продукт не только для взрослых, но и для маленьких детей.

Сегодня более 250 сотрудников на предприятии работают как слаженный механизм, чтобы каждое утро на полки магазинов попадала свежая и качественная продукция. И поверьте: каждый работник вкладывает в этот хлеб частицу своей души.

СТРАНИЧКИ в СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ!

Мы решили быть еще ближе к вам и создали свои страницы в ведущих социальных сетях. Теперь мы сможем общаться напрямую и в любое время суток будем открыты для вас!
Присоединяйтесь к нам и будьте в курсе всех событий в жизни компании, а также принимайте участие в наших конкурсах и опросах.

https://vk.com/vskhleb (Глеб Хлебников)

https://www.facebook.com/vkhleb (Глеб Хлебникъ)

https://www.instagram.com/voskresensk_hleb/ (voskresensk_hleb)

https://www.instagram.com/__take_bake__/ (__take_bake__)

сайт: http://www.vkhleb.ru

8-49644-2-00-22, 8-916-759-62-10

МО, г. Воскресенск, ул.Стандартная, 13

ХлебникЪ

«ЭТО ЯРМАРКИ КРАСКИ...»

Традиция проведения ярмарок стала «сердцем» русского предпринимательства, ибо ярмарки были для России своего рода биржами.

Фестивальный ярмарочный формат образует взаимовыгодную связку между предпринимателем и потребителем. С точки зрения бизнеса – это прекрасная площадка для сбыта собственной продукции.

Наша компания ООО «XXI век» создана в 2006 году и занимается организацией и проведением ярмарок и фестивалей. За 11 лет безупречной работы на данном рынке мы провели свыше тысячи мероприятий. Нас знают не только в Москве, но также в Московской области, в Санкт-Петербурге, Ярославской области, в Великом Новгороде.

Фестивали и ярмарки для любого города (мегаполиса) – это двигатель туризма, деловой активности и малого бизнеса. По сути, ярмарки являются эффективными бизнес-инкубаторами, то есть инфраструктурой, позволяющей с минимальными затратами и рисками начинающим предпринимателям открывать торговое дело, а мелким отечественным производителям, а также производителям из стран-членов ЕАЭС – получать дополнительные и гарантированные каналы сбыта с последующим расширением своих производств.

Мы считаем, что залог успеха кроется в способности наших сотрудников организовывать все на высшем уровне.

Эльнара Авакян,
заместитель генерального директора компании ООО «XXI век».

Есть «ЕГОРКА» на всякую стройку!

Что там, говорят, мужчине сделать надо? Вырастить сына, посадить дерево и построить дом. Ну, на худой конец, в старом ремонт сделать... И вот – дети растут, деревья тоже посажены, а на строительство, так сказать, «родового гнезда» или даже на ремонт всё время чего-то не хватает: то времени, то денег, то настроя, желания, вдохновения. Потому что когда появляется этот последний фактор, то обычно находятся и время, и деньги. Только где ж его, это вдохновение, найти? Можем подсказать адресок: Люберецкий район, поселок Малаховка, универсальный розничный рынок «Егорка».

Несколько цифр: 40 тысяч квадратных метров площади, 350 павильонов, 500 тысяч товаров, скидки на которые достигают 50 процентов. И не хотел строиться, и не думал о ремонте, а посмотрел на это разнообразие...

В магазинах торгового центра предложен самый большой выбор сантехники, инструментов, отделочных материалов, электротоваров, покрытий, лакокрасочных материалов, предметов интерьера, товаров для обеспечения безопасности. Декор и отделочные материалы от популярных брендов, инновационные строительные технологии от ведущих компаний, аксессуары и оборудование от лучших торговых марок и тысячи товаров от известных производителей – всё это ожидает самых требовательных покупателей в «Егорке». Реализуемая здесь продукция соответствует европейским стандартам качества и позволяет выполнять разные виды строительных работ на высоком уровне.

– Ассортимент строительных материалов, товаров для ремонта, декоративно-отделочных материалов, инструментов и оборудования, мебели, сантехники, аксессуаров у нас действительно очень широкий, – рассказывает предприниматель Юрий Давыдов. – Но, несмотря на такое разнообразие и внушительные размеры площадей нашего рынка, найти нужный товар или аксессуар не составит труда. Магазины расположены по периметру и параллельными рядами. Для удобства посетителей каждый ряд имеет буквенное обозначение, а магазины пронумерованы. Каждый магазин имеет возможность загрузить только что купленный товар прямо в ваш автомобиль.

Действительно, удобно организованная торговая площадь, развитая инфраструктура, коммуникации, обустроенная парковка, индивидуальный подход к каждому покупателю, доступные цены на товары делают покупки в «Егорке» приятными. А выгодными они становятся благодаря сезонным предложениям – скидкам, акциям, распродажам...

Ну, как? Не решились ещё на строительство или ремонт? Тогда вперёд, в «Егорку»! За вдохновением и – за покупками!

Алексей Сокольский

«Экспо-МедиаСервис» – ПРАВИЛА КАЧЕСТВА

В последнее время со стороны Министерства потребительского рынка и услуг Московской области значительно возросли требования к организации ярмарок, к их организаторам. В частности, теперь значительное внимание уделяется внешнему виду самой ярмарки, павильонам, форме продавцов, ценникам и другим необходимым атрибутам. И хотя в законе об организации ярмарок эти требования были прописаны, обращать на них внимание муниципалитеты стали в последнее время особенно пристально. Анна Червякова, генеральный директор «Экспо-МедиаСервис», рассказала о том, как отреагировала компания на ужесточение правил.

…Наша компания идет в ногу со всеми требованиями, предъявляемыми органами власти в данной сфере. Организаторы ярмарок, по большому счету, отличаются друг от друга по основным параметрам весьма незначительно (я имею ввиду, что основная масса участников ярмарок – одни и те же люди, палатки, в которых они работают, тоже практически одинаковые у всех организаторов). Разница лишь в том, что один организатор более ответственно подходит к вопросу организации мероприятия, стараясь, чтобы ярмарка не превратилась в балаган, а другой относится к этому процессу проще.

Поэтому сейчас в связи с возросшими требованиями к внешнему виду и оформлению ярмарок можно выделиться, персонализировав ярмарку, что мы и начали активно внедрять в жизнь. Так, например, для работы на территории Одинцовского

района нами были произведены брэндированные палатки в соответствии с бренд-буком района.

Сейчас эта же идея тиражируется и для других районов, в которых мы присутствуем. Для работы в больших павильонах с застройкой был разработан дизайн ярмарки «Универмаг» (начиная от ценников и заканчивая скатертями на столах, внешний облик ярмарки теперь единообразен). Следующий этап в плане нашей работы – активная проработка ассортимента, предлагаемого на наших ярмарках. Мало отличаться только внешними атрибутами, мы хотим и по качеству отличаться от конкурентов, что гораздо сложнее и требует времени и представления особых условий для предпринимателей с интересными товарами, фермеров, производителей.

Мария Башкирова.

«Всему голова...»

Прогресс – оно, конечно, здорово, но почему же тогда так сильно порой тянет... к основам, к истокам, к традициям? А уж в вопросах питания – и подавно. Тут – чем меньше «инженерии», тем лучше. ООО «Зарайский хлебокомбинат» выпекает хлеб по классическим рецептам, с использованием старых методов хлебопечения, которые были заложены на Руси. В его продукции ингредиентов, кроме традиционных, нет. О предприятии рассказывает его генеральный директор Андрей Александрович Сыкалов.

– Зарайский хлебокомбинат работает с 1933 года. Основные виды продукции: ржано-пшеничный хлеб на молочнокислых густых закваскаx и хлеб пшеничный на опарной технологии. Ежемесячный выпуск продукции составляет 210 тони и насчитывает более чем 100 наименований хлебобулочных и кондитерских изделий: хлеб «Донской», батон нарезной, хлеб деревенский, сельский, фруктово-постный, хлеб с гречневой крупой, из отрубей, многозерновой хлеб, чесночные батоны. Выпускаем еще и бездрожжевой хлеб, приготовленный на натуральной закваске, выращенной технологами предприятия, а также булочки с маком, повидлом, изюмом, сочники с творогом, пироги и т.д. Своей продукцией Зарайский хлебокомбинат известен не только в Московской области, но и за пределами.

Основные рынки сбыта – Зарайский, Озёрский, Луховицкий, Коломенский, Серебряно-Прудский районы Московской области. Доля продаж в Зарайском районе составляет 80%. Основными потребителями продукции являются частные магазины. Кроме того, хлебобулочная продукция расходится по социально значимым объектам: в детские сады, школы, больницы, социально-реабилитационные центры и т.д.

Численность работников в 2016 году составляла 105 человек.

Наше предприятие уникально тем, что с 1933 года и до настоящего времени выпечка хлеба производится в печах кирпичной кладки ХПП-25 и ФТЛ-2. Аналогичных печей в Московской области нет. Кроме того, Зарайский хлебокомбинат – единственное в области предприятие, сохранившее с момента основания классическую традиционную технологию производства.

У нас выпекается хлеб на натуральных закваскаx и опарах, используется только натуральное сырьё. Мы ориентируемся на разных покупателей, всё выпекается по классическим рецептам, с использованием старых методов хлебопечения, которые были заложены на Руси.

Наш коллектив не раз принимал участие в различных выставках и конкурсах как областного, так и федерального уровня. Так, на конкурсе «Лучший хлеб России» «Зарайский хлебокомбинат» завоевал малый кубок второй степени за хлеб фруктово-постный, золотую медаль за высокое качество хлеба «Донского», батона нарезного, сдобы «Танюшка» и бронзовую медаль за хлеб «Многозерновой».

Такое признание мы получили благодаря сохранению старинных рецептур и технологий хлебопечения.

Останавливаться на достигнутом нельзя, и мы планируем развивать предприятие и далее. У нас имеется инвестиционные проекты по созданию кондитерского цеха по выпуску пряников, конфет, снековой продукции. Будем и далее расширять ассортимент выпускаемой продукции. При этом мы понимаем, что в настоящее время на рынке довольно много конкурентов. В первую очередь, мы настроены на сохранение качества. Продукция должна быть не только вкусной, но и полезной. Сейчас коллектив трудится над созданием брендовой продукции для расширения рынка сбыта.

Алексей Сокольский.

Гусь да баба – торг,
Два гуся, две бабы – ярмарка.

Ярмарку начинаем, гостей приглашаем!

Что такое ярмарка? В первую очередь, это место для торговли. И пусть сегодня нет на них танцующих медведей и цыган с лошадьми на продажу, зато сохранился ярмарочный дух и праздничное настроение. И это в полной мере смогли оценить участники и посетители ярмарок, проводимых ***Ольгой Георгиевной Некрасовой*** *– частным предпринимателем, вкладывающим в любимое дело душу и сердце.*

– Каждой ярмарке присущ ее стиль, – рассказывает Ольга Георгиевна. – Есть он и у нас. Наши павильоны оформлены в едином стиле «хохлома» и украшены воздушными шарами. Праздничное, яркое оформление неслучайно: ярмарка – это, в первую очередь, праздничное действо, участниками которого становятся как отечественные товаропроизводители, так и предприниматели из стран ближнего зарубежья.

За семь лет присутствия на рынке Ольга Георгиевна наладила деловые отношения с производителями из Республики Беларусь, чья продукция неизменно пользуется стабильным спросом у российских покупателей. Как надежные партнеры показали себя липецкие и рязанские предприниматели. И, конечно, постоянными участниками ярмарок являются подмосковные товаропроизводители. Кто-то предлагает товары повседневного спроса, кто-то – промышленную продукцию, а кто-то рад предложить людям отведать натуральные, экологически чистые продукты питания.

– Кто заинтересован в ярмарках больше – продавцы или покупатели?

– Ярмарки необходимы участникам в качестве коммуникационных возможностей, – уверена Ольга Георгиевна. – Все участники знакомятся друг с другом, заводят деловые отношения, знакомятся с ассортиментом товара. И в плане формирования ценовой политики коммуникационные связи будут весьма полезны.

Ну, а про заинтересованность покупателей и говорить нечего. Возможность поторговаться, выбрать именно приглянувшийся товар по достаточно приемлемой цене – в магазине такого удовольствия и такой возможности покупатель не получит никогда. Приятным дополнением к этому идет неизменная вежливость продавцов, оформленные с требованиями закона торговые павильоны и обязательно – книга отзывов и предложений (забегая вперед, сразу отметим, что за всю историю проведения ярмарок в ней не было записано ни одной жалобы – только благодарности).

– У нас оформлен уголок потребителя, есть контрольные весы, информационные стенды с полной информацией о том, кто является организатором ярмарки, о сроках ее работы, контактные данные администрации, – говорит Ольга Георгиевна. – А у каждого участника в торговом павильоне обнародована информация о регионе, о самом продавце и производителе.

По словам Ольги Георгиевны, без содействия руководителей муниципалитетов было бы трудно реализовать задуманное. «Поэтому моя благодарность руководителям администраций Щелковского, Пушкинского, Красногорского и ряда других районов Подмосковья за понимание и поддержку», – говорит организатор.

Замечательная ярмарка при поддержке администрации проводилась в ЗАТО Власиха Одинцовского района, она была приурочена к празднованию Дня любви семьи и верности. В итоге мероприятие получилось необыкновенно ярким и красочным

– Ведь ярмарка должна оставаться ярмаркой – качественным торжищем со стороны и правильным мероприятием изнутри. Мне нравится, когда покупатели довольны. Только в этом случае нам будет гарантирован успех.

Мария Башкирова.

Korston
PRIVATE RESIDENCES

18+

КВАРТИРЫ

С ГОСТИНИЧНЫМ СЕРВИСОМ

В СОБСТВЕННОСТЬ

- 126 ВАРИАНТОВ КОМФОРТА
- СВОБОДНАЯ ПЛАНИРОВКА
- СОВРЕМЕННАЯ ИНЖЕНЕРИЯ
- ПАНОРАМНЫЕ ОКНА
- ЦЕНТРАЛЬНОЕ КОНДИЦИОНИРОВАНИЕ
- КОНСЬЕРЖ СЕРВИС
- ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ
- УНИКАЛЬНОЕ ИПОТЕЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
- ИНФРАСТРУКТУРА КОМПЛЕКСА

ОТ **52 000*** РУБ/М²

КЛЮЧИ В ДЕНЬ ПОКУПКИ

ПАРКИНГ

БЕЗОПАСНОСТЬ

ХИМЧИСТКА

УБОРКА ПОМЕЩЕНИЙ

ROOM-SERVICE

КЛУБНАЯ ПРОГРАММА

РЕСТОРАНЫ

СПА/ФИТНЕС

ТОРГОВЫЙ МОЛЛ

КИНОТЕАТР

КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛЫ

ДЕТСКИЙ ПАРК

+7 (495) 665-81-95

ХОЧУЖИТЬВКОРСТОН

* Акция. Ограниченное предложение.

реклама

Хакерская атака как ОБСТОЯТЕЛЬСТВО ФОРС–МАЖОРА

В последнее время всё чаще приходится слышать о хакерских атаках на компьютерные сети компаний и государственных учреждений.

В сравнительно недалёком прошлом смысл этого термина был совершенно иным. Хакерами называли высококлассных специалистов, а хакерской атакой – их совместный мозговой штурм, направленный на решение нестандартных задач. К сожалению, сегодня хакерские атаки ни с чем хорошим не ассоциируются. Сейчас под этим термином понимается злонамеренные действия, цель которых – похищение информации, установление контроля над удаленной системой, выведение систем и компьютеров из строя, а в последнее время – для шантажа и вымогательства.

В СМИ появились сообщения о появлении вируса-вымогателя Petya, который стал причиной масштабной атаки на нефтяные, телекоммуникационные и финансовые компании РФ и Украины. Этот вирус атакует компьютер под управлением ОС Microsoft Windows путем шифрования файлов пользователя, после чего выводит сообщение о преобразовании файлов с предложением произвести оплату ключа дешифрования в биткоинах в эквиваленте суммы 300 долларов для разблокировки данных.

В настоящее время под названием «хакерская атака» понимается словосочетание «покушение на систему безопасности». Поэтому любая хакерская атака представляет собой не что иное, как попытку использовать несовершенство системы безопасности компании–жертвы, а причиной любой удачной атаки является профессионализм хакера и ценность информации, а также недостаточная компетенция администратора системы безопасности, в частности, несовершенство программного обеспечения и недостаточное внимание к вопросам безопасности операционной системы.

Понятие непреодолимой силы существует уже тысячелетия и означает высшую силу, «Божий промысел», событие, превосходящее по силе те человеческие силы, которые можно ему противопоставить, а потому и освобождающие человека от ответственности. Это понятие было известно еще римскому частному праву классического периода, а в российском гражданском праве непреодолимая сила традиционно определяется как чрезвычайное и непреодолимое при данных условиях обстоятельство (Ст.85 ГК РСФСР 1964 года, п.3 Ст.401 действующего ГК РФ). В данном пункте ГК РФ в легальном определении понятия «непреодолимая сила» в качестве её признаков названы «чрезвычайность» и «непредотвратимость».

При этом под чрезвычайностью понимается невозможность предвидения при данных условиях наступления соответствующих обстоятельств, а под непредотвратимостью понимается невозможность их предотвращения имеющимися в распоряжении данного общества техническими и иными средствами. Поэтому когда возникает вопрос, касающийся отнесения конкретной хакерской атаки к обстоятельствам, подпадающим под определение «непреодолимая сила», основное внимание эксперта сосредотачивается на выяснении вопроса – «все ли имеющиеся в распоряжении компании технические или иные средства были использованы для того, чтобы возможная хакерская атака на операционную систему компании оказалась неудачной?» Получение подробной информации на этот вопрос дает однозначный ответ, как может быть идентифицирована та или иная попытка хакерской атаки – как обстоятельства форс-мажора или как непрофессиональное отношение системного администратора к своим обязанностям.

А.Д. Виноградов, главный эксперт-оценщик Торгово-промышленной палаты МО.

МИНИМУМ ПРЕПЯТСТВИЙ

Министерство потребительского рынка и услуг Московской области запустило пилотный проект по льготному размещению нестационарных торговых объектов.

По итогам совещания рабочей группы «Подмосковный фермер» в Одинцовском районе запущен «пилот» по льготному размещению нестационарных торговых объектов. Речь идет о предоставлении права фермерам, владельцам КФХ, производителям сельскохозяйственной продукции устанавливать нестационарный торговый объект без торгов. Проанализировав итоги «пилота» в Одинцово, по словам министра потребительского рынка и услуг Владимира Посаженникова, будет запущен второй аналогичный проект – уже в Люберцах.

По словам министра потребительского рынка и услуг региона Владимира Посаженникова, льготное размещение фермерами нестационарных торговых объектов является оптимальным решением для прямого доступа фермерских хозяйств на розничный рынок.

«Первым этапом нашей работы стала сеть «Подмосковный фермер» – формат подходит для тех хозяйств, которые не хотят отвлекаться на розничный бизнес. Сегодня в регионе уже почти 90 магазинов, а до конца года их будет не меньше 100. Вторым этапом стала работа над юридическим обоснованием возможностей для льготного размещения нестационарных торговых объектов непосредственно фермерами и сельскохозяйственными производителями. «Пилотом» стал Одинцовский район», – сказал профильный министр.

Данное право распространяется на установку только одного нестационарного торгового объекта в пределах Одинцовского муниципального района (по месту жительства (регистрации); на размещение мобильных торговых объектов на базе транспортных средств и лотков по реализации сезонной продукции. По указанной льготе могут быть размещены только нестационарные торговые объекты, где основным ассортиментом (более 80% от количества наименований) является продукция КФХ, сельскохозяйственная продукция и социально значимая продукция. Размещение нестационарных торговых объектов без торгов осуществляется в любом случае за плату в бюджет Одинцовского района, которая рассчитывается в соответствии с методикой определения размера платы по договору на размещение нестационарных торговых объектов на территории муниципалитета.

«По итогам «пилота» в Одинцовском районе будет запущен аналог в Люберцах, – сказал Владимир Посаженников. – Нам важно при реализации льготы не упустить из виду законодательные нюансы, а также на 100% соблюсти права наших фермеров и сельхозпроизводителей. Опыт в двух муниципалитетах будет основой для разработки уже региональной программы по поддержке нестационарной розничной торговли фермерской продукцией».

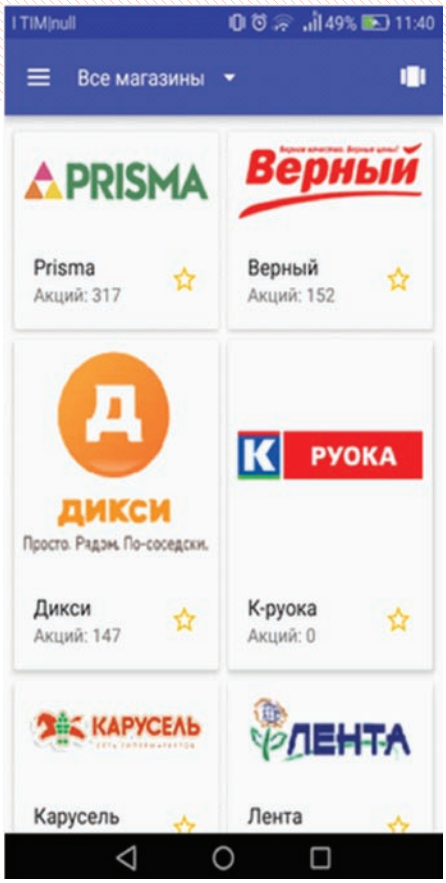
http://mpru.mosreg.ru

Как меньше платить за продукты, используя смартфон

Сэкономить на еде можно, если подойти к вопросу с умом и... гаджетом

Каждому знакома ситуация: заходишь в очередной продуктовый магазин и с досадой замечаешь, что несколькими минутами ранее существенно переплатил за пакет сока или кусок сыра в соседнем магазине. Ваше расстройство по этому поводу понятно, как и наше общее желание сэкономить. За хлебом, молоком и другими продуктами мы ходим каждый день, и было бы здорово делать это выгодно, без утомительных поездок в дальние гипермаркеты. Например, ходить за горошком для салата именно в тот из трёх магазинов у дома, где он дешевле всего. Решение есть: просто возьмите в руки свой смартфон и поставьте хотя бы одно приложение. Как работают такие приложения и в чем их преимущества, рассказывают специалисты компании МТС.

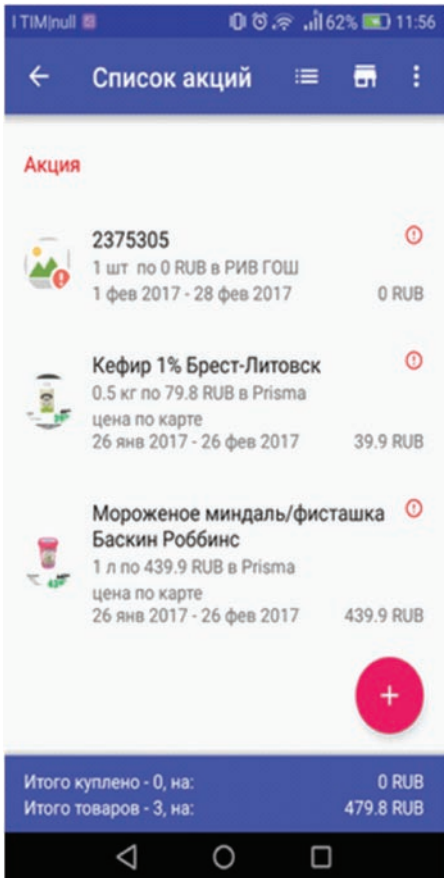
Важный плюс этого приложения в том, что оно рассчитано не только на москвичей, но и на жителей всей страны – выбирайте свой регион и город, а, может, и страну, находите скидку на нужный вам товар в пару касаний.

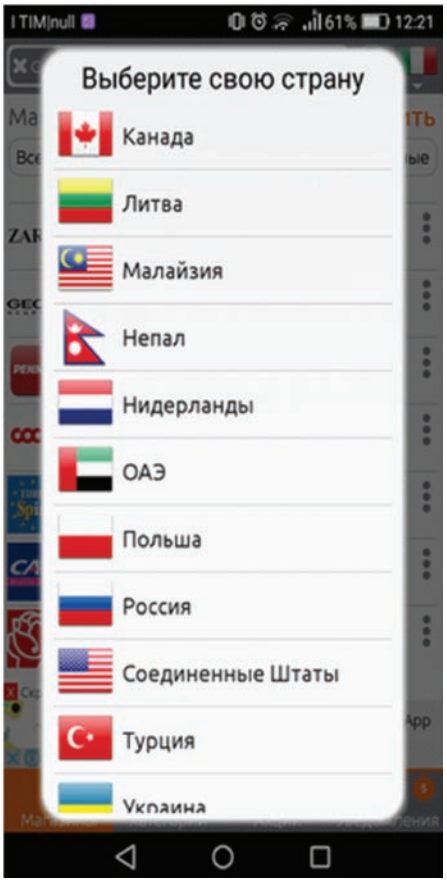


В программе собрана информация о текущих скидках и их продолжительности в магазинах «Пятерочка», «Авоська», «Билла», «Виктория», «Дикси», «Карусель, «Магнит», «Перекресток» и так далее. Для поиска вы можете выбрать продукт, категорию товаров или магазин, узнать и сравнить цены. И это касается не только съестного.

Кстати, просматривая предложения, можно составлять собственные списки, чтобы потом не забыть купить что-то важное. Сохраненные товары затем можно найти в разделе «Список акций».

Ещё одно универсальное приложение, позволяющее находить скидки не только в продуктовых сетях, но и заодно в магазинах одежды, парфюмерии и косметики, гаджетов и бытовой техники – всего более 1000 магазинов. На любой товар можно поставить уведомление о появлении на него скидки – удобно при планировании крупных покупок.





Несомненный плюс приложения – в нём найдутся скидки для магазинов 24 стран мира, а, значит, программа может вам пригодиться и в путешествиях. Достаточно выбрать страну, в которой вы сейчас находитесь, и вы получите список всех ближайших магазинов и акций в них, узнав цены в местной валюте.

Недостаток тоже имеется: нет разделения по городам выбранной вами страны. Пожалуй, полезность программы в городском округе Истра придётся оценить опытным путём.

Приложение собирает скидки и акции в супермаркетах и специализированных магазинах. Здесь можно найти конкретный магазин на карте, изучить его скидочный ассортимент или посмотреть интересующие товары во всех магазинах в разделе «Акции по категориям». Приятно, что в «Едадиле» есть не только продукты питания, но и, например, детские товары, товары для дома, косметика.

Разработчики также добавили возможность составлять собственные списки, что, безусловно, очень удобно для планирования покупок. Готовый список покупок при необходимости из приложения можно отправить друзьям или членам семьи, чтобы они зашли в магазин... вместо вас.

Экономьте время, деньги, а лучше и то, и другое сразу.

ПРИЛОЖЕНИЯ ПРОДУКТОВЫХ СЕТЕЙ

Для поиска недорогих продуктов можно пойти другим путём. Почти у каждой большой сети магазинов есть свое приложение для смартфона, в котором вы можете узнать цены и скидки. Такие приложения есть у «Пятерочки», «О'кей», «Ленты», «Магнита», «Metro Cash&Carry» и других сетей. Просто поищите в магазине приложений те продуктовые, мимо которых вы регулярно ходите. Возможно, такой вариант вам покажется более удобным.

Предложенные нами программы будут особенно полезны там, где вы живете и работаете, например, жителям Истры, но они не раз помогут, когда вам будет нужно купить что-то в незнакомом районе, скажем, по пути в гости. Часть программ позволяет сориентироваться на месте, найти не только скидку, но и магазин поблизости, выбрать, что лучше: пройти лишних пять минут пешком и получить килограмм сосисок на 10% дешевле или купить чуть дороже, но прямо за углом. Экономьте время, деньги, а лучше и то, и другое сразу.

По материалам МТС-Медиа.

Онлайн-кассы – техника нового поколения

Налоговые органы при реализации контрольных функций в сфере применения контрольно-кассовой техники ориентируются на применение риск-ориентированного подхода, который позволил с 2011 по 2015 год снизить по России количество проверок на 38% и одновременно повысить их результативность с 54% до 86% (по данным с сайта Федеральной налоговой службы https://www.nalog.ru). Современный уровень развития технологий позволяет существенно упростить действующий порядок и одновременно повысить его эффективность, причем как для налогоплательщиков, так и для налоговых органов, о чем свидетельствует мировой опыт. В целях совершенствования действующего порядка – затратного, трудоемкого и административно неудобного – была предложена идея его реформирования на основе применения современных автоматизированных систем. Об этапах перехода на новый порядок и том, как проходит этот процесс в Подмосковье, рассказывает председатель Общественного Совета УФНС МО, председатель редакционной коллегии «Бизнес-Диалог Медиа», сопредседатель регионального Московского областного отделения «Деловой России» **Вадим Винокуров** *(https://www.facebook.com/vinokurovvadim).*

ЭТАПЫ ПЕРЕХОДА НА НОВЫЙ ПОРЯДОК ПРИМЕНЕНИЯ КОНТРОЛЬНО-КАССОВОЙ ТЕХНИКИ

15 июля 2016 года вступил в силу Федеральный закон от 03.07.2016 №290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Закон предусматривает поэтапный переход к новому порядку применения ККТ. Со дня его вступления налогоплательщикам предоставлена возможность добровольно перейти на применение контрольно-кассовой техники нового поколения, позволяющей в режиме онлайн передавать данные о расчетах в налоговые органы.

С 1 февраля 2017 года налоговые органы регистрируют только кассовые аппараты, отвечающие требованиям нового порядка, а с 1 июля 2017 года старый порядок прекратит свое действие для большинства организаций и индивидуальных предпринимателей, ведущих наличные расчеты с населением.

Налогоплательщики, осуществляющие деятельность в сфере услуг, а также лица, применяющие систему налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности или патентную систему налогообложения, должны будут перейти на новый порядок применения ККТ с 1 июля 2018 года.

ПРОЦЕСС ПЕРЕХОДА НА ОНЛАЙН-КАССЫ В ПОДМОСКОВЬЕ

Налоговые органы стремятся создать все условия для спокойного перехода на новую технику. В Личном кабинете налогоплательщика реализована возможность регистрации кассового аппарата в режиме онлайн. Обеспечено ведение реестров и формирование конкурентного рынка: 28 производителей включили в реестр 80 моделей ККТ, в том числе бюджетные модели стоимостью до 18 тыс. рублей; три производителя включили в реестр четыре модели фискальных накопителей; десять организаций получили разрешения на обработку фискальных данных.

В начале 2017 года компаниям, имеющим большой парк ККТ, была предоставлена возможность самостоятельно разработать графики замены устаревших моделей касс.

В настоящее время на территории Московской области зарегистрировано порядка 54 тысячи онлайн-касс, из них с применением электронных технологий,

посредством Личного кабинета налогоплательщика на сайте ФНС России, зарегистрировано 92,3 процента касс.

Внедряя в повседневный обиход онлайн-кассы, налоговая служба оказывает всевозможную помощь в регистрации новой техники и работе с ней. Налоговики проводят обучающие семинары и открытые уроки, где рассказывают о преимуществах использования онлайн-касс, о специфике работы с ними, вместе с предпринимателями выясняют, надо ли заменить используемую технику или можно ее модернизировать. К участию в семинарах привлекаются специалисты центров техобслуживания, которые знакомят пользователей с модельным рядом и особенностями эксплуатации той или иной модели ККТ.

ИСКЛЮЧЕНИЯ ИЗ ПРАВИЛ

Принимая во внимание повышенные требования к качеству интернет-соединения, его скорости и устойчивости при работе на онлайн-кассах, и учитывая, что не все населенные пункты в регионе соответствуют данным критериям, правительство Московской области приняло решение освободить предпринимателей от обязательного применения касс нового поколения в режиме онлайн-передачи фискальных данных в 2000 населенных пунктов с недостаточным качеством интернета. Об этом говорится в распоряжении Министерства потребительского рынка и услуг Московской области от 27.04.2017 г. № 17РВ-10. В документе приведен перечень удаленных от сетей связи местностей, где предприниматели могут использовать кассы нового поколения в режиме, не предусматривающем обязательную передачу информации о продажах в налоговые органы в электронной форме через оператора фискальных данных.

Новый порядок применения контрольно-кассовой техники позволит легализовать оборот торговли и услуг, создаст равные конкурентные условия для бизнеса, упростит жизнь предпринимателям за счет возможностей бесконтактной системы администрирования кассовой техники, поднимет на качественно иной уровень защиту покупателя.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРИМЕНЕНИЯ ОНЛАЙН-КАСС ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Новый порядок применения контрольно-кассовой техники обеспечивает бизнесу:

– возможность электронной регистрации кассовых аппаратов без визита в налоговый орган, отказ от ежегодной замены памяти кассового аппарата, что существенно экономит время и деньги;

– использование инструментов бизнес-аналитики онлайн, что позволяет эффективно управлять своим бизнесом и контролировать персонал;

– возможности применять личные телефоны и планшеты в организации работы кассы;

– возможность направлять электронные чеки покупателю без затрат на чековую ленту;

– сокращение издержек за счет отказа от обязательного технического обслуживания и увеличения срока службы фискального накопителя;

– удобство онлайн-торговли для бизнеса, а именно: отсутствие необходимости печатать чек и доставлять его покупателю, достаточно направить его в электронном виде;

– отказ от обязательного ведения форм первичного учета кассовых операций;

– снижение числа проверок со стороны налоговых органов за счет дистанционного мониторинга и риск-ориентированного подхода к контрольным мероприятиям.

КАК ИЗМЕНЯТСЯ ПОКУПКИ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ С ПРИХОДОМ ОНЛАЙН-КАСС

С введением нового порядка покупатель будет иметь возможность получить чек в электронном виде на свою электронную почту или мобильный телефон. По чеку он сможет получить полную информацию о совершенном расчете, с помощью бесплатного мобильного приложения «Проверка кассового чека» проверить корректность чека, убедиться, что он сформирован зарегистрированной кассой, и именно такую информацию о покупке продавец предоставил в адрес налоговой службы. Информация о чеках будет храниться как у налоговых органов, так и в фискальном накопителе кассового аппарата. И, конечно же, предлагаемая технология защищает права потребителей по возврату товаров. Покупатель, потерявший бумажный кассовый чек, всегда сможет его восстановить и вернуть товар.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ВНЕДРЕНИЯ НОВОЙ ТЕХНОЛОГИИ

Внедряется новый инструмент управления экономикой, которого нет ни у одной страны в мире. Несколько миллионов точек по всей стране в режиме реального времени будут передавать полные данные о продажах, которые невозможно исказить или не передать. Значение полученной информации и возможные способы ее полезного использования трудно переоценить. Среди них:

– принципиально новый уровень контроля за розничными продажами, что приведет к дополнительным налоговым поступлениям за счет легализации сферы потребления, сокращения теневого оборота;

– возможность получения в режиме реального времени ключевых параметров потребления для оценки ситуации в целом по стране и по регионам в частности, таких, как стоимость потребительской корзины, динамика цен, контроль предельной наценки на социально важные товары, структура среднего чека, контроль наличия товаров;

– возможность формирования рейтингов регионов на основании информации о развитии бизнеса, конкуренции, цене, наличии товаров, структуре потребления населения региона;

– активное вовлечение населения в систему гражданского контроля.

Заместитель руководителя ФНС России по Московской области
НИКОЛАЙ НИКОЛАЕВИЧ БАЦЕНКОВ:
– Задача налоговых органов - обеспечить бизнесу максимально комфортные условия для перехода на новый порядок. По инициативе налоговой службы Минфином России 30 мая 2017 года выпущено официальное письмо-разъяснение. В нем указано, если организация или индивидуальный предприниматель заказали и оплатили ККТ и фискальный накопитель, но до даты вступления в силу нового порядка их не получили, и поэтому не могут работать по новым правилам, то они могут работать на старых кассах, не боясь быть привлеченными к административной ответственности. Указанные разъяснения основываются на положениях части 1 и 4 статьи 1.5 КоАП, согласно которым лицо подлежит административной ответственности только за те правонарушения, в отношении которых установлена его вина. При наличии обстоятельств, указывающих на то, что лицом, совершившим административное правонарушение, были приняты все меры по соблюдению требований закона, указанное лицо в такой ситуации к ответственности привлекаться не должно. Таким образом, при своевременном принятии необходимых мер по переходу на новый порядок налогоплательщики не будут привлекаться к административной ответственности.

E-trading platform
RUNITRADE
Bringing business opportunities

Стирая ГРАНИЦЫ

Технологическое решение, предложенное российской компанией, может стать новым инструментом международной торговли

В настоящее время процесс развития торгово-экономических отношений между Россией и другими странами сталкивается с рядом ограничений. Но даже в этих условиях бизнес продолжает искать партнеров и осваивать новые рынки. В решении этих задач призвана помочь первая в истории российского бизнеса экспортная торговая платформа электронной коммерции B2B RUNITRADE. ЭТП является инструментом совершения сделок купли/продажи между поставщиками в России и покупателями, находящимися в других странах по всему миру.

БЕЗОПАСНОСТЬ И КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ

Основное преимущество ЭТП RUNITRADE заключается в решении важнейших вопросов ведения бизнеса.

ПЛАТФОРМА RUNITRADE ПОМОГАЕТ ПОСТАВЩИКАМ И ПОКУПАТЕЛЯМ НАЙТИ ДРУГ ДРУГА, ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ИНСТРУМЕНТЫ КОММУНИКАЦИЙ И СОХРАНЕНИЯ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ, ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ СОГЛАСОВАНИЯ И ЗАПУСКА МЕХАНИЗМОВ ОПЛАТЫ СДЕЛКИ; ЯВЛЯЕТСЯ СРЕДСТВОМ ПРОВЕРКИ СЕРЬЁЗНОСТИ НАМЕРЕНИЙ И ФАКТИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СТОРОН ПРИ СОВЕРШЕНИИ СДЕЛКИ.

RUNITRADE удобна: она делает возможным весь цикл сделки (заключение договора, юридическое сопровождение, финансовые расчеты, таможенное оформление, страхование, логистические решения) осуществлять в «одном окне».

Реализацией этого проекта занимается логистическая компания «Трейлтранс Логистикс», имеющая высокий рейтинг грузоперевозчика 4PL. Являясь действующим членом ТПП Псковской области, компания зарекомендовала себя как надежный партнер.

Многолетний опыт «Трейлтранс Логистикс» гарантирует слаженный, качественный и выгодный сервис для клиентов. «Наш проект нацелен прежде всего на честные и эффективные отношения. Для нас это очень важно, поскольку мы уже много лет сотрудничаем с крупными представителями экспортно-импортного бизнеса», – подчеркивают в «Трейлтранс Логистикс».

Технологическое решение, предложенное российской компанией, может стать новым инструментом международной торговли.

СУТЬ ВОПРОСА

– Платформа RUNITRADE нацелена на то, чтобы упростить взаимодействие торговым партнерам и оказать все необходимые сопроводительные услуги, – говорит генеральный директор Увэм-Эдимо Сампсон. – Зарегистрировавшись на сайте, компании могут не только знакомиться с существующими предложениями купли/продажи, общаться и заключать бизнес-сделки, но и получать полное сопровождение сделок, включая логистику, таможенное оформление, страхование и сюрвейерские услуги по проверке отгрузки и выгрузки. Мы, в свою очередь, выступаем гарантом в интересах обеих сторон, чтобы компании были уверены как в качестве отгруженного товара, так и в обязательной его оплате и своевременной доставке.

Важно, что у бизнеса всегда остается право выбора: оформляя сделку на RUNITRADE, компании не обязаны соглашаться на все сопроводительные услуги – можно оформить сделку «под ключ» или с частичным сопровождением. Компании

Платформа RUNITRADE нацелена на то, чтобы упростить взаимодействие торговым партнерам и оказать все необходимые сопроводительные услуги

могут отказаться от дополнительного сервиса, а при необходимости через некоторое время вновь воспользоваться услугами RUNITRADE.

– Финансовая сторона взаимодействия очень гибкая: она не завязана только на стопроцентных предоплатах или оплатах при получении — мы используем более широкие финансовые инструменты. Система позволяет проводить только честные финансовые операции под контролем крупных надежных банков, – уверен Увэм-Эдимо Сампсон.

Проект существует не только как электронная торговая платформа, но и как представительство интересов одной из сторон в стране, где будут осуществляться торговые отношения.

ПО ВСЕМУ МИРУ

– Мы планируем открыть представительство RUNITRADE в каждой стране присутствия для выполнения действительно качественного сервиса сопровождения, — поясняют организаторы проекта.

Сайт RUNITRADE доступен для бизнеса на английском языке, что обеспечит доступ более широкой аудитории к предложениям российских компаний. Чтобы избежать сложностей при регистрации на сайте, специально для российских участников предусмотрен перевод на русский язык. Сам же процесс регистрации на сайте не вызовет каких-либо сложностей у компаний благодаря многочисленным подсказкам, а специальная презентация на двух языках поможет найти ответ на любой вопрос. На сайте также предусмотрена система отзывов и рейтингов, которая позволит максимально верно оценить возможного партнера по бизнесу.

В настоящее время активно идет процесс регистрации крупных российских предприятий на экспортной ЭТП «RuNiTrade». Флагманы российского производства – компании, представляющие различные отрасли промышленности – зарегистрировались на «RuNiTrade» и размещают свою продукцию для продажи в другие страны. На экспортную площадку поступают запросы от заграничных партнеров, которые транслируются на предприятия.

На ЭТП осуществились контакты и достигнуты договоренности между российскими заводами и крупнейшими компаниями Индии, Омана, Перу на поставки из России крупных партий сельхозпродукции и специальной техники.

НА ЭТП ОСУЩЕСТВИЛИСЬ КОНТАКТЫ И ДОСТИГНУТЫ ДОГОВОРЕННОСТИ МЕЖДУ РОССИЙСКИМИ ЗАВОДАМИ И КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ ИНДИИ, ОМАНА, ПЕРУ НА ПОСТАВКИ ИЗ РОССИИ КРУПНЫХ ПАРТИЙ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ И СПЕЦИАЛЬНОЙ ТЕХНИКИ.

– Развитие российского экспорта как нельзя лучше укладывается в процесс реализации концепции импортозамещения на внутреннем рынке. Мы твердо верим, что наша электронная торговая платформа не только поможет российским компаниям выйти на мировой рынок, но и сделает экспортную деятельность в России более эффективной и прибыльной, — убеждены создатели RUNITRADE.

ВАЖНО, ЧТО У БИЗНЕСА ВСЕГДА ОСТАЕТСЯ ПРАВО ВЫБОРА: ОФОРМЛЯЯ СДЕЛКУ НА RUNITRADE, КОМПАНИИ НЕ ОБЯЗАНЫ СОГЛАШАТЬСЯ НА ВСЕ СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ — МОЖНО ОФОРМИТЬ СДЕЛКУ «ПОД КЛЮЧ» ИЛИ С ЧАСТИЧНЫМ СОПРОВОЖДЕНИЕМ.

Вопросы по работе с платформой RUNITRADE вы можете направить в адрес:

sales@trailtrans.ru

или обратиться по телефонам:

8-800-200-3789 или +7 (8112) 33-11-12

www.runitrade.com

Группа компаний «Трейлтранс Логистикс»

«Созвездие Созидателей»

Каннский кинофестиваль, кинофестиваль в Торонто, «Кинотавр», Берлинский кинофестиваль, ММКФ... Кинофестивали бывают разные, фильмы, представленные на них, тоже. Нынешней весной список кинематографических премий пополнился еще одной: «Созвездие Созидателей».

Первый в своем роде кинофестиваль «Созвездие Созидателей»,организованный «Деловой Россией» и Обществом купцов и промышленников «Коммерсантъ» при поддержке фонда «История Отечества», был посвящен выдающимся предпринимателям прошлого и настоящего, направлен на возрождение лучших традиций отечественного предпринимательства и российской деловой культуры. Кинофестиваль приурочили к празднованию Дня российского предпринимательства.

Президент кинофестиваля – российский кинорежиссер, актер, сценарист, педагог, народный артист РФ Владимир Хотиненко. В состав жюри вошли предприниматели «Деловой России», а также известные деятели киноискусства, такие, как Борис Токарев – актер, режиссер, продюсер, Заслуженный деятель искусств РФ, лауреат Государственной премии РФ; Владимир Герчиков – экс-президент Гильдии неигрового кино и телевидения, режиссер, продюсер, Заслуженный деятель искусств РФ, лауреат Государственной премии РФ.

В конце мая прошла церемония закрытия кинофестиваля. В каталог фестиваля вошло более 60 фильмов и телепрограмм из 30 регионов страны. За награды боролись 16 работ, предварительно отобранных жюри.

На протяжении двух дней жюри кинофестиваля отсматривало работы, представленные в четырёх номинациях: «Строители державы», «Верность традициям», «Наши достижения» и «Реклама по-русски» – конкурс рекламных роликов о продукции и услугах российских предприятий.

В номинации «Строители державы» были представлены фильмы и телепрограммы о выдающихся предпринимателях и меценатах прошлых веков. Победителем стал фильм «Богатство обязывает» Оксаны Куколевой из Москвы, номинантами – «Фёдор Чижов. Воскрешение из небытия» Виктора Елманова из Костромы и «История армян Крыма. Айвазовский» Лусинэ Марянян из Симферополя.

В номинации «Верность традициям» оценивались фильмы и телепрограммы о современных предпринимателях, строящих свой бизнес на основе традиционных российских ценностей. Победил фильм «Грибушин. Повторение пройденного» Варвары Кальпиди из Пермского края. Номинанты – «Закон Бернулли» Галины Леонтьевой из Свердловской области и «Любите родину, как он» Владимира Костюка из Подмосковья.

Номинация «Наши достижения» включала рекламно-представительские фильмы, рассказывающие о развитии российского бизнеса в 21-м веке. Победителем стала работа «Цена золота» Веры Михалевой из Москвы, номинантами – «Земляки. Владимир Зотов. Живу по принципу: не подвести!» Татьяны Свищевой из Белгородской области и «The ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ» Жанны Калининой из Москвы.

В номинации «Реклама по-русски» статуэтку и диплом кинофестиваля «Созвездие Созидателей» получила работа «Нижегородские купцы» Виталия Паукова из Нижнего Новгорода.

Победители получили золотые статуэтки кинофестиваля, диплом лауреата и денежный приз в размере 250 тыс. руб. Номинанты были награждены серебряными и бронзовыми статуэтками и дипломами.

12 работ были отмечены специальным призом «Во славу Отечества» – жюри отметило высокую профессиональную работу команды создателей фильмов, роликов и циклов передач:

1. ***«Сотворить благо. Рукавишниковы»,*** Марина Труш, Москва.
2. ***«Первый среди сограждан. Башенин»,*** Алексей Перевозчиков, Ижевск.
3. ***«Промышленники Мальцевы»,*** Михаил Савкин, Калуга.
4. ***«Быль о белом горностае»,*** Анна Медведева, Иркутск.
5. ***«Киномагнат»,*** Юлия Киселева, Свердловск.
6. ***«Сибирская История»,*** Ольга Ринчинова, Иркутск.
7. ***Цикл передач «Пешком»,*** Михаил Жебрак, Москва.
8. ***Цикл «Династии»,*** Андрей Леонтьев, Москва.
9. ***«Савва Иванович Мамонтов»,*** Марина Смарагдова, Ярославль.
10. ***«Архангельск Дмитрия Юркова»,*** Дмитрий Юрков, Архангельск.
11. ***«Своя дорога»,*** Владимир Вороков, Нальчик.
12. ***«Антисанкции»,*** Ирина Журавлева, Леонид Преображенский, Москва.

Кроме того, в рамках фестиваля прошёл питчинг – презентация проектов об отечественных предпринимателях и меценатах. В шорт-лист попали восемь документальных фильмов: «Атаман» Алексея Кубасова, «Больше, чем бизнес» Андрея Проскурякова, «Губонин» Людмилы Гладунко, «Дело жизни» Никиты Тихонова-Рау и Ольги Арлаускас, «Краснодарская долина» Олега Богатова и Елены Алферовой, «Создать свой мир» Владимира Морозова, «Судьба сквозь века» Ирины Толмачевой и «Школа Ткаченко» Максима Смирнова.

Издательско-коммуникационная группа «Бизнес-Диалог Медиа» выступила информационным партнером фестиваля и поучаствовала в качестве номинанта. За фильм «Сила притяжения» в номинации «Наши достижения» «БДМ» был отмечен дипломом.

«В обществе сегодня непростое отношение к предпринимательству, но это надо преодолевать, предпринимательство и меценатство чрезвычайно необходимы нашему обществу», – убеждён президент кинофестиваля, Народный артист РФ, кинорежиссёр, актер, сценарист, педагог Владимир Хотиненко. «Во всякой профессии важна первооснова и традиции. Но, как известно, история российского предпринимательства оказалась прерванной в советский период», – заметил вице-президент «Деловой России», координатор проекта «История российского предпринимательства» Илья Сёмин. Новый кинофестиваль станет той площадкой, которая поможет восстановить провалы в профессиональном «фундаменте» и восполнить последующие недостающие звенья, не сомневается он. Глава старшины Общества купцов и промышленников «КоммерсантЪ» Александр Дударенко считает, что новый кинофестиваль поможет привлечь внимание кинематографистов к проблематике предпринимательства – и наоборот. При этом его предполагается сделать регулярным, а значит, следующий киносмотр пройдёт уже в 2018 году.

«Победители кинофестиваля получили золотого «Меркурия», диплом лауреата и приз 250 тыс. руб. Номинанты были награждены серебряными и бронзовыми статуэтками и дипломами. 12 работ были отмечены специальным призом «Во славу Отечества» – жюри отметило высокую профессиональную работу команды создателей фильмов, роликов и циклов передач», – поделилась ФлидаГаббасова.

Ирина Захарова, вице-президент «Деловой России»: «Я могу с гордостью и уверенностью сказать – наш кинофестиваль получился совершенно победоносным!

Он состоялся! Состоялся потому, что было высокое жюри, профессиональные авторы, лучшие фильмы. Фестиваль получился еще и потому, что мы очень старались его сделать, готовили его от души, верили, что он обязательно получится, потому как тема, поднимаемая на фестивале, важна для всех. Сил было положено очень много, но их не жалко, потому как положены они на хорошее дело. Мы не хотели делать Каннский фестиваль, мы хотели свой: демократичный, открытий, дискуссионный, честный. На фестивале поднимались заслуги предпринимателей прошлого, настоящего и заслуги тех, кто об этом рассказывает. Это тоже очень важно».

По словам участников и гостей фестиваля, особенно важно, что именно деловое сообщество выступило с инициативой этого проекта. Слова благодарности прозвучали в адрес организаторов и партнеров, в частности, в адрес вице-президента «Деловой России» Ирины Захаровой.

Проект «История российского предпринимательства» – совместный проект «Деловой России» и Российского исторического общества. Организаторы кинофестиваля неигрового кино и телевидения «Созвездие созидателей» – «Деловая Россия» и Общество купцов и промышленников «Коммерсантъ» при поддержке фонда «История Отечества». Кинофестиваль нацелен на создание киноистории российского предпринимательства от истоков до наших дней и на формирование позитивного отношения к предпринимателям, меценатам и благотворителям современности.

Предполагается, что «Созвездие Созидателей» станет регулярным, а значит, следующий киносмотр пройдёт уже в 2018 году.

ДЛЯ СПРАВКИ:

КИНОФЕСТИВАЛЬ ПРИЗВАН АКТУАЛИЗИРОВАТЬ В ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ ВОПРОСЫ, СВЯЗАННЫЕ С СОЗИДАТЕЛЬНОЙ РОЛЬЮ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТАНОВЛЕНИИ РОССИИ; НАЦЕЛЕН НА СОЗДАНИЕ ПОЛНОЦЕННОЙ КИНОИСТОРИИ О РОССИЙСКОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ (ОТ ИСТОКОВ ДО НАШИХ ДНЕЙ) И ФОРМИРОВАНИЕ СРЕДСТВАМИ КИНОИСКУССТВА НОВЫХ ТРЕНДОВ ПОЗИТИВНОГО ОТНОШЕНИЯ К БИЗНЕСУ И ЛЮДЯМ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ, МЕЦЕНАТАМ, БЛАГОТВОРИТЕЛЯМ СОВРЕМЕННОСТИ.

Так можно определенно заявить после прошедшего 7–8 июня Первого Всероссийского форума выпускников туристских вузов «Проектирование траектории профессионального роста в сфере индустрии туризма и гостеприимства», проведенного Федеральным агентством по туризму на базе ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса».

Будущее российского туризма **в надёжных руках!**

Программа форума была насыщена профессиональными тренинговыми и дискуссионными площадками, на которых выпускники и студенты знакомились с лучшими практиками, представленными ведущими российскими экспертами и успешными молодыми START UP проектами в области индустрии туризма и гостеприимства:

Тематическая сессия «Лидеры в профессии – секреты успеха»;

Экспертная (коучинг) сессия «Рождение и развитие успешной туристской практики»;

Дискуссионная площадка «Профессионалы – начинающим»;

Тематическая сессия «Подготовка кадров для туриндустрии - объединение теории и практики. Проблемы практики и трудоустройства»;

Коуч-сессия «Реализация карьерного роста в сфере туризма. Нужные связи»;

Коуч-сессия «Travel-журналистика: журналистика путешествий – современные технологии»;

16-часовая образовательная программа «Туристский START UP: от идеи к бизнесу», по итогам которой слушатели программы из числа участников форума получили удостоверения/сертификаты о повышении квалификации.

На форуме в рамках тематической сессии «Подготовка кадров для туриндустрии – объединение теории и практики» представителям академического и предпринимательского сообществ были представлены: новая интегративная модель туристского образования и примерные основные образовательные программы по направлениям подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело», разработанные в инициативном порядке коллективом РГУТИС с привлечением ведущих ассоциаций работодателей в сфере туризма. Данные инновационные решения получили всестороннее одобрение и рекомендации к широкой реализации в туристских вузах России.

РГУТИС демонстрирует интеграцию российского образования с отечественным бизнесом.

Особый интерес у аудитории в первый день работы форума вызвала масштабная выставка молодежных туристских проектов «РГУТИС – ТУР – маркет-2017». Ключевая тема выставки – «Новые проекты и нестандартные молодежные идеи для роста внутреннего туризма страны».

Выставка подобного рода проводится в стенах университета впервые. Как, впрочем, и в стране. По задумке организаторов, на выставке 40 выпускников вуза публично защищали свои дипломные работы в абсолютно новом формате. Каждая дипломная работа представляет собой готовый туристический продукт, выполненный по заказу коммерческих туристских компаний России. Таким образом, университет демонстрирует реальное взаимодействие инновационной образовательной среды вуза с крупнейшими игроками отечественной туриндустрии. Данный формат – новаторская образовательная технология, впервые

предложенная профессорско-преподавательским коллективом университета академическому сообществу туристского профиля, демонстрирующая реальное взаимодействие инновационной образовательной среды вуза с предпринимательским сектором.

Нельзя не отметить и экспозицию выставки, которая стала первой и на сегодняшний момент единственной в России площадкой, на которой осуществляются презентации туристских проектов, выполненных студентами на этапе дипломного проектирования и проинвестированных работодателями.

На выставке демонстрировались передовые инновационные методики, не имеющие аналогов в мировой практике, а также беспрецедентные отечественные технологии, способные вывести туристическую отрасль на принципиально новый уровень российской экономики.

Тематика работ охватывает, по сути, весь спектр отечественной туриндустрии. Среди готовых работ выпускники презентуют такие проекты, как «Активный туризм в Подмосковье», «Россия спортивная», «Музейные проекты», «Россия гостеприимная», «Гжель», «Узоры России», «Туризм в малых городах», «Этнопарк «Кочевник», «Живые уроки» и многие другие.

Партнёрами мероприятия выступили Федеральное агентство по туризму, Министерство культуры Московской области и ведущие компании российской туристской индустрии.

Первый Всероссийский форум выпускников туристских вузов «Проектирование траектории профессионального роста в сфере индустрии туризма и гостеприимства стал уникальной открытой дискуссионной площадкой для обмена опытом и эффективного взаимодействия профессионалов индустрии туризма, выпускников и студентов образовательных учреждений туристского профиля, способствующей повышению качества туристского образования, престижности профессий в сфере индустрии туризма, успешному вхождению молодежи в профессиональную деятельность, расширению профессиональных и творческих горизонтов, открывающей новые возможности для профильного трудоустройства, личностного и карьерного роста, выразив уверенность в необходимости его ежегодного проведения.

ЦИФРЫ ФОРУМА: В РАБОТЕ ФОРУМА ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ 370 ДЕЛЕГАТОВ ИЗ 7 СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: 124 ВЫПУСКНИКА, 129 СТУДЕНТОВ, 40 ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ИЗ 25 ВУЗОВ И 7 УЧРЕЖДЕНИЙ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ПОДГОТОВКУ КАДРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ТУРИЗМ; 9 ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ И ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ; 46 РУКОВОДИТЕЛЕЙ И СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА; 22 ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КУЛЬТУРНО-ТУРИСТСКОГО СООБЩЕСТВА.

ИСКУССТВО не знает границ!

Наверное, немного таких детей, кто не мечтает стать настоящей Звездой! Но мало кто из них знает, что такая возможность есть абсолютно у каждого. Всероссийский благотворительный проект «Поколение М», придуманный и реализуемый компанией МТС, объединяет в себе идею развития творческих способностей ребят по разным направлениям искусства и сбор средств на лечение тяжелобольных детей. Благодаря такому проекту, стираются границы между городами, и таланты находят друг друга.

Что же это за проект? На виртуальных творческих площадках проекта — сайте pokolenie.mts.ru, в группе в «ВКонтакте» и на странице в Instagram — дети могут проявить таланты, участвуя в конкурсах, мастер-классах и интерактивных упражнениях от российских «звезд». В творческую группу «Поколения М» входят признанные режиссеры Владимир Хотиненко и Владимир Грамматиков, аниматор Константин Бронзит, руководитель детского ансамбля «Непоседы» Елена Пиджоян, популярная певица и композитор Полина Гагарина, модельер Вячеслав Зайцев и многие другие. За выложенные работы, отданные голоса на портале, а также за «лайки» и «репосты» в социальных сетях пользователи получают баллы и таким образом пополняют общий благотворительный счет, который в режиме реального времени обновляется на главной странице сайта проекта. В конце года МТС переводит баллы в реальные деньги и направляет их на лечение детей. За три года в рамках «Поколения М» собрано более 15 миллионов рублей, которые направлены на операции 35 детям.

За время своей работы проект набрал необычайную популярность и у ребят, и у их родителей, и у педагогов. В рамках конкурса в течение всего учебного года творческая молодежь со всей страны выкладывала на сайт проекта «Поколение М» (pokolenie.mts.ru) свои музыкальные зарисовки, дизайнерские эскизы, видео со своими первыми фильмами, ролями, гитарные соло, импровизации на фортепиано, перфомансы, делились удачными фотосъемками... В мае наставники проекта, артисты и педагоги продюсерского центра «Эколь» оценили все полученные в онлайн работы подростков по направлению вокала и хореографии и выбрали самых талантливых. Кроме того, профессионалы назвали лучших юных инструменталистов, которые стали участниками новой музыкальной группы.

28 мая в рамках гала-концерта «Super-Дети Поколения М» на сцене столичной музыкальной площадки «Известия Hall» блистали юные «звезды». Ребята получили уникальную возможность выступить под сопровождение оркестра «Фонограф» Сергея Жилина. На одной сцене собрались призеры прошлых сезонов проекта МТС «Поколение М», которые уже стали известными вокалистами: Алиса Кожикина, победительница первого сезона «Голос. Дети», Елизавета Качурак, победительница четвертого сезона «Голос. Дети», Даниил Плужников, победитель третьего сезона проекта «Голос. Дети» и те, кто только еще делает на большой сцене свои первые шаги. Зал также «зажгли» легендарная группа «Земляне» и кумиры подростков, артисты продюсерского центра «Эколь» Даша Волосевич, Грегори, Ранэль Богданов и другие.

«С помощью передовых интернет-технологий, на которых построен проект «Поколение М», мы предоставили ребятам из всех уголков страны равную возможность стать частью настоящего музыкального бэнда. Мы в очередной раз демонстрируем, что у талантливых детей, независимо от места проживания или социального статуса родителей, есть доступные инструменты для развития. Наблюдая за историями успеха участников проекта и непрерывно расширяющейся аудиторией, мы понимаем, что этот инструмент работает. Всего за три года победителями или призерами проекта по разным творческим направлениям стали 167 детей из 53 регионов России. Сегодня они проходят стажировки на крупнейших анимационных и киностудиях страны, учатся в главных творческих ВУЗах страны, выступают на одной сцене со «звездами», — отметила лидер проекта МТС «Поколение М» Елена Новожилова.

«Два года назад мы стали партнерами всероссийского творческого движения МТС «Поколение М». И сегодня мы видим, каким эффективным каналом для поиска талантливой молодежи является площадка проекта. С каждым годом уровень присылаемых на конкурс работ растет, и все чаще, просматривая работы участников «Поколения М» в онлайн, мы видим ребят с настоящей «искрой», — отметила мастер проекта «Поколение М», генеральный директор Продюсерского центра «Эколь» Татьяна Аникина.

ПРОЕКТ «ПОКОЛЕНИЕ М»:

- Лауреат премии Станиславского в 2014 году за развитие талантов детей в регионах России, срочную и деятельную помощь тяжелобольным детям;
- Финалист главной международной премии в области связей с общественностью, брендинга и управления репутацией SABRE Awards 2015 (Великобритания);
- Победитель в номинации «Геймификация и онлайн-конкурсы» в конкурсе In2 SABRE Awards 2015 (Великобритания);
- Лауреат премии Рунета в номинации «Культура, СМИ и массовые коммуникации» в 2015 году;
- Обладатель награды «Лидеры корпоративной благотворительности 2015» за творческий подход к благотворительности;
- Победитель премии «HR-бренд» за 2016 году в номинации «Большое сердце» как самый социально ориентированный проект среди лучших работодателей России;
- Лауреат премии «DigitalCommunications AWARDS – 2017» в номинации Digital-проекты и стратегии / КСО-коммуникации.
- Лауреат премии «EffieAwardsRussia 2017» в номинации «Вклад в общее благо. Социальная ответственность и устойчивое развитие».

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ГОДА – 2017 в Московской области

«Предприниматель года-2017»

8 июня прошла торжественная церемония награждения лауреатов бизнес-премии по версии издательства «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА» «Предприниматель года – 2017». Премия состоялась при поддержке Московского областного отделения «Деловая Россия», Союза журналистов Подмосковья и партнеров. Церемония награждения прошла в изысканной обстановке отеля Park Inn by Radisson Одинцово. Героев года чествовали: заместитель министра инвестиций и инноваций Московской области Надежда Карисалова, генеральный директор Корпорации развития Московской области Тимур Андреев, председатель Комитета по вопросам образования, культуры и туризма Мособлдумы Олег Рожнов, известный блогер Юлия Алферова, министр энергетики Московской области Леонид Неганов, председатель Союза журналистов Подмосковья Наталья Чернышова, руководитель аппарата Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Московской области Наталья Чудакова, общественный представитель Агентства стратегических инициатив в Московской области Константин Гусельников, ректор Международного института менеджмента объединений предпринимателей (МИМОП) ТПП РФ Анна Палагина, сопредседатель регионального Московского областного отделения «Деловой России», председатель редакционной коллегии «Бизнес-Диалог Медиа» Вадим Винокуров, член Общественного совета при Уполномоченном по правам ребенка Московской области, директор благотворительного фонда «Лизонька» Светлана Исаева, актриса, общественный деятель, автор тренинга «Могу стать мамой» Елена Борщова, руководитель Центра содействия строительству Московской области Андрей Балук, начальник управления распоряжения имуществом казны Министерства имущественных отношений МО Елена Лоскутова, заместитель министра ЖКХ Московской области Анжела Пухова, генеральный директор «Бизнес-Диалог Медиа» Мария Суворовская, главное управление административно-технического надзора МО в лице Михаила Голика, Министерство культуры МО в лице Ларисы Исаевой, ректор РГУТиС Александр Федулин.

Право открыть церемонию награждения было предоставлено генеральному спонсору мероприятия банку «Возрождение». К слову сказать, на премии банк «Возрождение» выступил в не совсем обычной для себя роли и представил выставку фотографий «Бизнес в объективе», с которой гости и номинанты могли ознакомиться перед началом торжественной части. Лицо малого бизнеса: цели, задачи, планы и мечты нашли отражение в фотографии. На каждой из них – конкретная личность со своей историей, пример для начинающих или только думающих об открытии своего дела. Настоящим украшением и примером удачного инновационного стартапа стал припаркованный у входа в отель автомобиль «Тесла». Его окружали победительницы конкурсов красоты «Краса Истры-2017», «Московская Красавица-2017» и «Русская красавица-

2017». К слову сказать, из рук этих настоящих принцесс номинанты получали свои награды. Лауреатами в номинации «Производство года» стали: ООО «Хюбнер ООО», ООО «Эйлитон», ООО «ПСК ПЛАСТМЕТАЛЛ», ООО «Группа ПОЛИПЛАСТИК», ООО «Русская Косметика».

В номинации «Территория для жизни»: ООО «Металер», ЗАО «Концерн «АйсРоос», ООО «АК- Проект», ТК «Владимирский Тракт», ОРЦ «Радумля», ООО «Наро-Фоминская платная дорога».

В номинации «ЖКХ Подмосковья»: ООО «ВОДЭКО-СТРОЙ», Макрорегиональный филиал «Центр» ПАО «РОСТЕЛЕКОМ», ООО «Домодедовская эксплуатирующая компания», «БизнесПартнер-СВ», ООО «ИнжСтройИнвест».

В номинации «АПК Подмосковья»: ЗАО «Матвеевское», Агрохолдинг АО «ОСП Агро». ***В номинации «Территория инвестиций»:*** АО «ОЭЗ ТВТ «Дубна», Группа компаний «Виктория Эстейт», Индустриальный парк «Dega-Ногинск».

В номинации «Энергия Подмосковья»: ГУП МО «Мособлгаз», АО «Мособлэнерго», Холдинг БООС ЛАЙТИНГ ГРУПП.

В номинации «Продуктовый бренд Подмосковья»: Кондитерская фабрика «Господарь», ООО «Воскресенскхлеб», Агропромышленная компания Лукес-Д (сеть магазинов «Фермач»).

В номинации «Женщина в бизнесе»: Светлана Тананова, Наталья Пинягина, Татьяна Ерёмкина, Ирина Данилова, Людмила Зенкова, Марина Айрапетова.

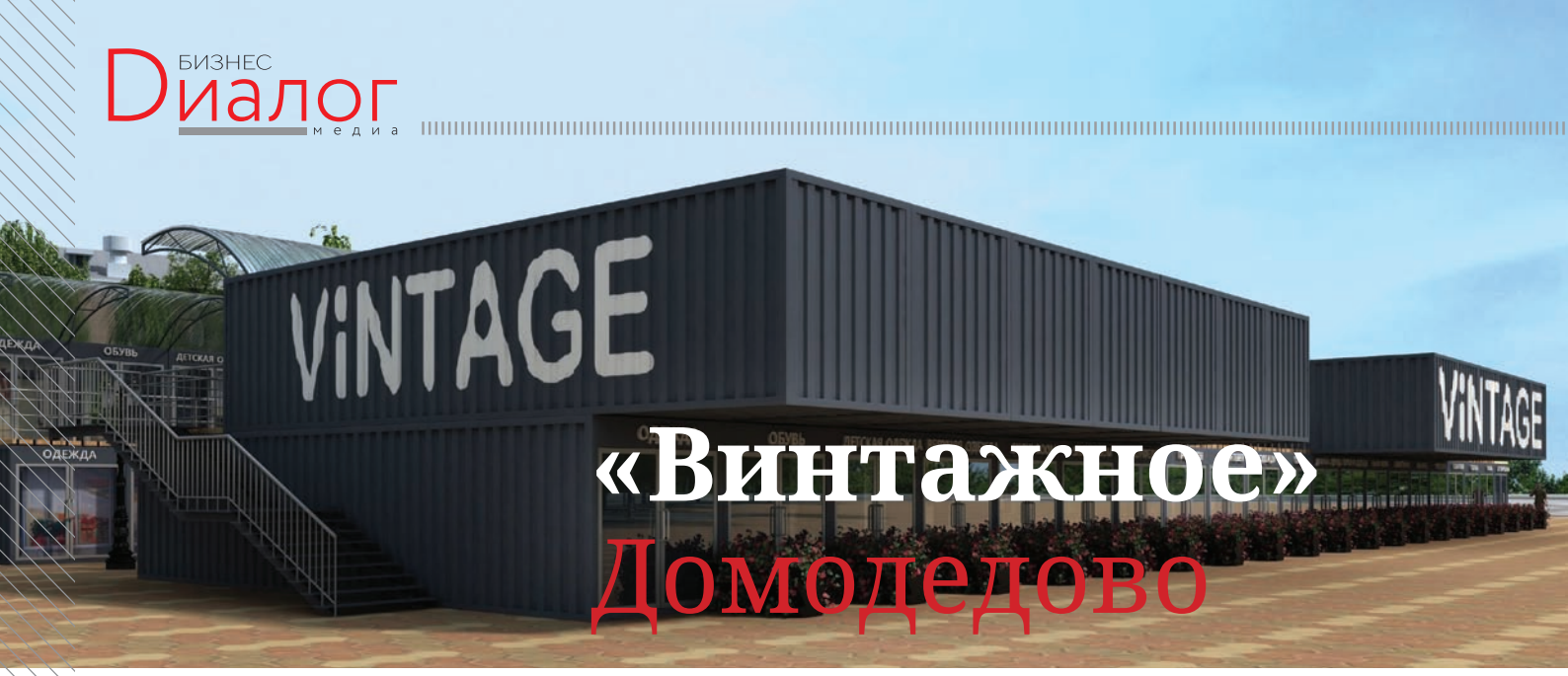
В номинации «Бизнес за здоровое детство»: «Мир детства», ООО «Поколение», Группа компаний «АВЕН-М», ООО «Торговый дом Беллакт», компания «Bambinizon».

В номинации «Бизнес для отдыха и туризма»: отель Park inn by Radisson Одинцово, гостиница «Царская деревня», «Прованс-отель 4 сезона», комплекс отдыха «Усадьба Пешково».

В номинации «Социальный проект»: социальный проект «Экобокс», гончарная мастерская Екатерины Соколовой, ООО «МЕДЦЕНТР «ПАРАЦЕЛЬС», сеть частных медицинских центров «ГлавВрач», медиахолдинг «Радиосити», ПАО «МТС», ООО «Медфарм».

В номинации «Банк Подмосковья»: банк «Возрождение».

Кто не рискует, тот, как известно, не пьет шампанского. А одни из самых рисковых людей на планете, конечно же, бизнесмены. Поэтому выпить по бокалу игристого напитка в компании коллег и друзей все переместились на открытую веранду отеля на праздничный фуршет от шеф-повара ресторана. Развлекали гостей праздника своим выступлением потрясающие друзья-артисты «Бизнес-Диалог Медиа» Юлия Райнер, Забава, Леся Ярославская, Максим Щербицкий. Наступившее лето, теплая погода и яркое солнце обеспечили заведомо праздничное настроение как гостям церемонии, так и номинантам. Торжественное мероприятие прошло при поддержке правительства Московской области, регионального отделения «Деловая Россия», Агентства стратегических инициатив, Союза журналистов Подмосковья, Корпорации развития Московской области, ТПП региона. «Бизнес-Диалог Медиа» благодарит за помощь и оказанную поддержку в проведении мероприятия: банк «Возрождение», ПАО «МТС», отель Park inn by Radisson Одинцово.



«Винтажное» Домодедово

Если немного переделать одно известное изречение, то получится примерно так: «Вам что-то не нравится? Вы просто не умеете этим правильно воспользоваться!» А те, кто умеет, создают, например… «Винзавод» – центр современного искусства в стенах, точнее, в цехах некогда реального винного завода. Или если даже упоминание о спиртном вам неприятно – «Красный Октябрь». Впрочем, совсем не обязательно переделывать заводы и фабрики – пусть модернизируются и работают себе дальше. Если у людей есть фантазия или, скажем по-современному, креатив, тогда украсить город могут… ну, например, контейнеры. Не верите? А зря…

КОНТЕЙНЕРНАЯ ТОРГОВЛЯ МЕРТВА. ДА ЗДРАВСТВУЕТ КОНТЕЙНЕРНАЯ ТОРГОВЛЯ!

Пока вы не начали вспоминать «Большой Черкизон» в Москве и несчетное количество маленьких «черкизончиков», расплодившихся в своё время во всех «городах и весях» нашей Родины, мы сами вам о них напомним. Как напомнили организаторы состоявшегося в коворкинге «Старт» городского округа Домодедово круглого стола на тему развития современных форматов торговли. И не просто напомнили, а показали фотографии из серии «Неужели мы так жили?!» Да что там – «жили». И по сей день «кое-где у нас порой» так живут. Но в Домодедове будут жить теперь по-новому! А контейнеры… нет, металлолом подождёт. Они ещё пригодятся! Но, возможно, вы не сразу признаете в них «старых знакомых». Итак…

– В Домодедово на улице Корнеева появится отличная благоустроенная концептуальная торговая площадка, которая станет отличной альтернативой ныне действующим палаточным рядам, внешний вид которых уже давно не радует город, – Юлия Алферова, вице-президент межрегиональной общественной организации «Деловые люди», организатор круглого стола и автор концепции проекта этой современной торговой контейнерной площадки в Домодедово, приготовила для участников круглого стола не только старые фотографии, но и «картинки из будущего» – визуализацию того, как будет выглядеть новый стильный современный торговый комплекс под названием «Винтаж».

С первого, а то и со второго взгляда даже можно и не понять, что такая красота собрана из обычных, привычных и, казалось бы, «страшных» контейнеров! А когда приглядишься, сразу же и удивишься: действительно красиво, реально современно, факт – стильно!

КАК В ЛУЧШИХ КОНТЕЙНЕРАХ ЛОНДОНА И ДУБАЯ

Картинки на экране сменяли друг друга. На них – не только проектируемые, но и вполне себе уже действующие, функционирующие архитектурные сооружения. Да-да – из Лондона, из Дубая и из «примкнувшего к ним» подмосковного Красногорска, где подобный проект уже осуществлён, но возможно не все даже видевшие его понимают, из какого «конструктора» он собран.

Способ возведения таких комплексов действительно чем-то напоминает конструктор или компьютерную игру, в которой создают себе «жизненное пространство» приобщенные к виртуальному миру дети. Но здесь всё – «по-взрослому». Как рассказала Юлия Алферова, в Красногорске проект появился и был реализован довольно быстро, причём на том месте, где торговли до этого не было, а в Домодедове речь идет о сохранении уже существующей зоны торговли, но – с её переоборудованием, с «переоблицовкой» под формат цивилизованной торговли.

– Примеры визуализации можно посмотреть и брать за основу, не изобретая велосипед, – сказала она. Хотя, с другой стороны, почему бы и не поизобретать?!..

Тем более, что идею поддерживает и главный архитектор городского округа Домодедово Георгий Белухин.

В МАГАЗИН ЗА ПОКУПКАМИ И – ЗА ЭМОЦИЯМИ!

Георгий Алексеевич к тому, что уже было сказано и показано, добавил «фактор времени»: приближается Чемпионат мира по футболу... А Домодедово – это, во-первых, аэропорт, через который команды-участницы и болельщики будут прибывать в нашу страну, а во-вторых, в округе расположены две площадки для базирования и тренировок спортсменов – это дом отдыха «Бор» и стадион «Авангард». Да и местным жителям тоже не помешало бы жить в чистоте и красоте.

– Нам нужно привезти в порядок и привокзальную площадь, здесь высокий трафик, большой поток людей. В такой работе нуждаются и сама железнодорожная станция, и фасады торговых центров. Со стороны площади находится рынок в формате девяностых годов. Стоит задача сохранения торгового формата этого места, его внешний вид не выдерживает никакой критики. Один из гуру уличной моды говорил когда-то, что нужно научиться делать недорогие, мобильные, легкоконструируемые комплексы. В Лондоне такой проект был создан как торговый центр из двадцати боксов. Перед нами стоят задачи создания нового восприятия данной проблемной территории, нового формата и нового ее вида.

Действительно, как заметил, президент ТПП Домодедово Александр Пашков, «люди ходят в магазины не только за покупками, но и за эмоциями». Недостатка в них у посетителей нового комплекса точно не будет.

– Хочется создать здесь приятную среду, смягчить дизайном сами конструкции контейнеров, попробовать эксперимент с крышами, переходами, с малыми архитектурными формами, – поделился планами директор архитектурного бюро «Аквамарин» Саша Исакович. А Юлия Алферова добавила, что важно сделать этот проект не просто коммерческим, а социально значимым. Здесь будет одна из городских велопарковок, но главное, пожалуй, – в «Винтаже» установят сцену, на которой местные музыканты смогут представлять горожанам свое творчество.

Несмотря на то, что из «кирпичей»-контейнеров можно сложить и многоэтажные конструкции, пространство решили не перегружать и ограничиться двумя «ярусами».

ОСТРЫЕ УГЛЫ КРУГЛОГО СТОЛА

Но круглый стол был организован не только для того, чтобы «оповестить» предпринимателей о предстоящей

«перестройке». Все желающие могли высказаться, поделиться надеждами и сомнениями, задать вопросы. Всё это на встрече звучало:

«Хотелось бы, чтобы в первую очередь места в новом комплексе давали своим, местным предпринимателям».

«А как будут убирать снег?» – вопрос, согласитесь, даже для нынешнего лета актуальный, что уж говорить о зиме...

«Как будет осуществляться переезд с ныне действующих на этом месте торговых павильонов?»

И даже: «Не превратится ли со временем всё это в «новый черкизон»...

Ответом на эти опасения мог служить рассказ Ксении Малашенок – автора проекта кофейни Make My Day Coffee и действующего арендатора проекта BOXCITY в Красногорске. Ее кофейня умещается на 28 квадратных метрах. Она показала дизайн своего помещения, зеркальные стены которого настолько «расширили

его границы», что помещение внутри казалось гораздо больше, чем снаружи. Но главный её совет: тщательно подбирать арендаторов, следить за чистотой и порядком.

Действительно, красота и уют в первую очередь зависят не от гостей, а от хозяев. А добросовестных предпринимателей организаторы, по словам Юлии Алферовой, бросать один на один с проблемами не намерены. Домодедовским же производителям готовы предложить особые условия.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ, НОВОЕ НАСТРОЕНИЕ...

Возможно, у этого проекта будут не только восторженные сторонники, но и не менее эмоциональные противники, не говоря уже о «сомневающихся»: мол, всё равно ж это – контейнеры, хоть и «оттюнингованные» до неузнаваемости. Не лучше ли строить торговые центры, так сказать, «основательно»?.. Но, думаю, это только до той поры, пока проект не будет осуществлён. А ждать осталось недолго...

К тому же скептикам не помешает вспомнить некоторые «капитальные» сооружения, про которые сказать, что они улицы и площади наших городов «не украшают», было бы, пожалуй, слишком мягко... И если быстровозводимые конструкции при необходимости можно так же легко и разобрать или же перестроить – так же быстро – в ещё более оригинальную конструкцию, то железобетонные «монстры», к сожалению, «окапываются» в наших городах настолько «всерьёз и надолго», что и захочешь избавиться – да не получится.

Заместитель главы администрации городского округа Домодедово Константин Бочаров отметил новый проект как безусловный шаг вперёд. Важным он считает и факт обсуждения этого проекта как с предпринимателями, так и с широкой общественностью.

Высказался Константин Васильевич и о новых возможностях, которые откроются вместе с чудесным преображением старого рынка в новый современный торговый комплекс: например, домодедовские компании-производители смогут проводить здесь выставки своей продукции.

Главное, чтобы вместе с изменением внешнего вида менялась и культура торговцев, чтобы она соответствовала новому времени, новому стилю, новому настроению, которое, без сомнения, подарит городу «Винтаж». Впрочем, разве может быть иначе?

Алексей Сокольский.

ПРОЕКТ VINTAGE

Модульные строения из контейнеров давно получили широкое распространение за рубежом. Торговые центры, музеи, общежития – что только не строят из контейнеров, обретающих в такой архитектурной форме новую жизнь. Есть даже опыты железнодорожных мостов, жилых зданий и небоскребов. Теперь новые технологии добрались и до нас. Современный концептуальный рынок из контейнеров появится в городском округе Домодедово в Подмосковье до конца 2017 года.

Операторами выступят арендаторы продовольственной группы товаров: фрукты, овощи, мясо, колбасы, хлебобулочные изделия. В проекте сделан акцент на домодедовских предпринимателей, часто испытывающих конкуренцию со стороны сетей и не всегда имеющих возможность арендовать места с хорошим трафиком и в благоустроенных местах. Такой современный рынок появится не «с нуля», а на месте десятилетиями работающих рыночных рядов, вблизи железнодорожной станции. Только действующий формат уже давно устарел. Особенно с учетом обновления городского облика.

Мировой опыт использования контейнеров для организации торгового пространства показал российскому рынку, что контейнеры – это не всегда нецивилизованный формат торговли 90-ых годов. Подобный как за границей модный проект Подмосковье увидело год назад в Красногорске. А в Домодедово контейнерный конструктор поможет его владельцам визуально и конструктивно обновить народный рынок. Да, рынки теперь становятся не только красивыми, но и удобными для работы малого бизнеса, что очень важно с учетом развития предпринимательства.

В октября-ноябре будет осуществлен монтаж рыночных рядов и смонтирована новая площадка. В декабре 2017 проект будет запущен в новой форме.

Это первый проект по перезагрузке рынков Подмосковья. И это только начало...

МОСОБЛГАЗ

Создайте тепло в доме

- Подключение газа
- Автономная газификация
- Тепло под ключ

Сохраните тепло в доме

- Техническое обслуживание внутридомового газового оборудования
- Оплата газа онлайн
- Покупка газового оборудования в интернет-магазине Мособлгаза

shop.mosoblgaz.ru

Мособлгаз. Тепло в каждый дом!

+7 (495) 597-55-55

Почта: info@mosoblgaz.ru

Сайт: www.mosoblgaz.ru

Магазин: shop.mosoblgaz.ru

ГУП МО «Мособлгаз»

143026, Московская область, Одинцовский район, р.п. Новоивановское, ул. Калинина, д.1

реклама

будь ярче

parkinn.ru/hotel-moscow-odintsovo + 7 (495) 594 16 00

Отель Park Inn от Radisson Одинцово расположен вблизи международного аэропорта Внуково, инновационного центра «Сколково», выставочного центра «Крокус Экспо», клинического госпиталя «Лапино»

- 126 комфортабельных номеров
- Номера включают разнообразные удобства, бесплатный интернет Wi-Fi, минеральная вода, телевизор, кондиционер, рабочая зона, телефон, сейф
- Ресторан, бар и обслуживание в номерах
- Современные переговорные комнаты для мероприятий и конференций
- Услуги прачечной
- Охраняемая парковка
- Услуги Такси

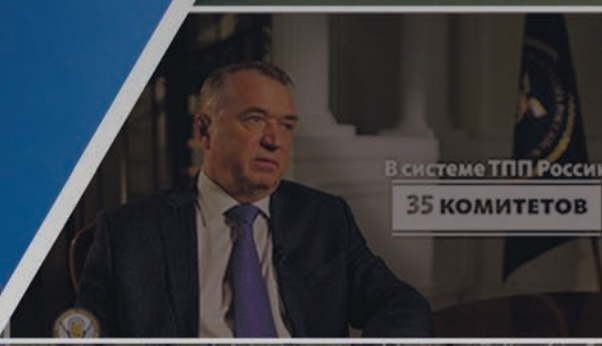
park inn by Radisson

СТРАНА
ТЕЛЕКАНАЛ

СОЗДАЁМ СТРАНУ САМИ

- РЕГИОНЫ И ИХ ТОЧКИ РОСТА
- МАСШТАБНЫЙ БИЗНЕС И ЭФФЕКТИВНЫЕ СТАРТАПЫ
- ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ДОБИЛИСЬ УСПЕХА В СВОЁМ ДЕЛЕ

www.strana-tv.ru



ИТ ПОЗНАНИЕ

МОЯ ПЛАНЕТА телеканал · ЖИВАЯ ПЛАНЕТА телеканал · НАУКА · 24 DOC · ИСТОРИЯ телеканал · ТЕЛЕКАНАЛ · ПЛАНЕТА HD телеканал · СТРАНА ТЕЛЕКАНАЛ