

БИЗНЕС ДИАЛОГ

МЕДИА

business dialog media

№ 7 сентябрь 2020



СЕРГЕЙ ИЛЫИН:
«ВСЁ ЛУЧШЕЕ - ДЕТЯМ!»

ХАКАН АККОЙУН:
«МЫ СОЗДАЁМ
ОРИГИНАЛЬНЫЕ
АВТОРСКИЕ РЕЦЕПТЫ
С УЧЁТОМ ВОСТОЧНЫХ
ТРАДИЦИЙ»

МАКСИМ КУДИНОВ:
«МЫ ЖДЁМ
НОВЫХ КЛИЕНТОВ
И НЕ БОИМСЯ
СЛОЖНЫХ РАБОТ!»

ЗАХАР ВАЛЬКОВ,
исполнительный директор «Радиус Групп»:
**«С КАЖДЫМ КЛИЕНТОМ У НАС ЕСТЬ
ЗАМЕЧАТЕЛЬНАЯ ИСТОРИЯ ЗНАКОМСТВА,
НАЧАЛА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, А ВПОСЛЕДСТВИИ
И ДОЛГОГО СОТРУДНИЧЕСТВА»**



BOGORODSKY INDUSTRIAL PARK

ТОЧКА РОСТА ПЕРСПЕКТИВНОГО БУДУЩЕГО

КОНТАКТЫ

142434, МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. НОГИНСК,
ТЕРРИТОРИЯ «НОГИНСК-ТЕХНОПАРК», ДОМ 3

+7 (495) 287-16-35

+7 (495) 287-16-36

WWW.IP-BOGORODSK.COM
WWW.DEGA-DEVELOPMENT.RU

INFO@PARKNOGINSK.RU
INFO@DEGA-AG.COM

Бизнес-Диалог Медиа

www.rbgmedia.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 Иванович Винокуров

Генеральный директор-главный редактор: Мария Сергеевна Суворовская

Ответственный редактор: Виктория Лукьянова

Заместитель директора по коммерческим вопросам: Ирина Владимировна Длугач

Корреспонденты: Виктория Лукьянова, Елена Александрова, София Коршунова, Камран Рустамзаде

Дизайн и вёрстка: Елена Кислицына

Дирекция развития и PR: Ольга Иванова, Светлана Кравец, Ольга Захарочкина

Фотографы: Павел Судариков, Роман Новиков

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР».

Москва, ул. Электровзводская, д. 20, стр. 3

Материалы, отмеченные знаком 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: mail@b-d-m.ru

Тел.: +7-495-730-55-50

Подписано в печать 28.09.2020 г., тираж – 15000 экземпляров. Цена свободная.

Использованы фотографии: medvestnik.ru, mosreg.ru, norehovo.ru, bez-korony.ru, vk.com > sportivnikvartal

Представительское распространение: администрация губернатора Московской области, правительство Московской области, Московская областная дума, Торгово-промышленная палата Российской Федерации, территориальные Торгово-промышленные палаты Московской области, администрации муниципальных образований Московской области, индустриальные парки и особые экономические зоны Московской области, свыше 30 отелей и загородных клубов Московской области, бизнес-сообщество Московской области.**Нас можно увидеть:**

Стойки в Московской областной думе, 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://www.rbgmedia.ru/

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)	102 500 рублей
3-ая полоса обложки	56 500 рублей	1-ая полоса внутри журнала	69 500 рублей
		Одна полоса внутри журнала	62 000 рублей

«Бизнес-Диалог Медиа» выступал информационным партнёром:

Областной форум «Я – гражданин Подмосквы», 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.

2 Александр Двойных: «Мы друг друга слышим и умеем говорить, не срезая острых углов»

6 Валентин Усов: «Я за развитие предпринимательства в нашей стране в рамках городского округа Домодедово»

10 Аэропорт Домодедово – место, где сойдутся все маршруты

12 Захар Вальков: «С каждым клиентом у нас есть замечательная история знакомства, начала взаимодействия, а впоследствии и долгого сотрудничества»

18 Сергей Ильин: «Всё лучшее – детям!»

24 «От улыбки станет всем светлей»

28 Хакан Аккойун: «Мы создаём оригинальные авторские рецепты с учётом восточных традиций»

32 Максим Кудинов: «Мы ждём новых клиентов и не боимся сложных работ!»

36 Ализаман Рагимов: «Мы строим город!»

40 Экологичный бизнес: подведены итоги премии ECO BEST AWARD 2020



На обложке: Захар Вальков, исполнительный директор «Радиус Групп»
Фото: Роман Новиков



АЛЕКСАНДР ДВОЙНЫХ:

«Мы друг друга слышим и умеем говорить, не срезая острых углов»

О том, какими ритмами живёт городской округ Домодедово, а также о том, как развивается экономическая и социальная жизнь на его территории, рассказал глава городского округа Домодедово Александр Владимирович Двойных.

– Александр Владимирович, расскажите о главных достигнутых целях Домодедовского округа за прошедший год.

– Прошлый год для нас был юбилейным. При поддержке губернатора нам многое удалось реализовать. В рекордные сроки – менее чем за год – была возведена уникальная современная школа. Открылся новый детский сад, капитально была отремонтирована центральная городская больница, благоустроены две городские площади, в городском парке «Ёлочки» открыт новый ЗАГС, реализована большая программа капитального ремонта подъездов и многоквартирных домов. В прошлом году мы презентова-

ли новый бренд городского округа. Нам важно быть узнаваемыми, поскольку мы работаем с иностранными партнёрами и инвесторами.

Кроме того, городской округ Домодедово стал одним из победителей конкурса лучших концепций по развитию территорий муниципальных образований Московской области «Территории роста» с проектом развития центра делового туризма.

Если говорить о реализации крупных инвестиционных проектов, то это продолжение комплексного развития аэропорта Домодедово. Его площадь увеличилась в два раза. Построены новый терминал, уникальный паркинг, а также большая



Дистрибуторский центр «Мираторг»

часть двухуровневой развязки. Совместно с компанией «Мираторг» мы продолжили строительство центра переработки сельхозпродукции. Все эти и другие проекты позволили создать для жителей почти 3000 рабочих мест.

– Как происходит взаимодействие между предпринимателями и органами власти в сложившейся неблагоприятной эпидемиологической обстановке, которая влияет на работу многих организаций округа?

– Мы друг друга слышим и умеем говорить, не срезая острых углов. С вводом режима ограничений создали горячую линию для различных отраслей бизнеса. Организовывали онлайн-встречи представителей бизнеса с сотрудниками контрольно-надзорных органов, специалистами банков, налоговой службы. Инвестиционный блок администрации, Торгово-промышленная палата г. о. Домодедово помогают нашим предпринимателям ориентироваться в федеральных и региональных мерах поддержки.

Если говорить об аэропорте Домодедово, то там самая сложная ситуация. В апреле произошло беспрецедентное падение пассажиропотока в условиях практически полного прекращения полётов, что также сказалось на малом и среднем бизнесе и на бюджете городского округа Домодедово. При этом руководство аэропорта приняло решение не сокращать своих сотрудников. И для нас это очень важно. Часть из них работает удалённо, рабочие места остаются за ними. В непростой ситуации самоизоляции сотрудники службы безопасности аэропорта



Благоустроенная в 2019 году площадь у главпочтамта городского округа Домодедово



Строительство Центральной кольцевой автодороги.
Слева – распределительный центр «АШАН», справа – индустриальный парк «Южные ворота».



Международная выставка коммерческих автомобилей COMTRANS в «Крокус Экспо»,
стенд компании «Кёгель», производящей сборку полуприцепов с российским ПТС
на территории г. о. Домодедово



Московскому аэропорту Домодедово осенью 2019 года присвоено имя Михаила Ломоносова

округе. Каким образом происходят привлечение инвестиций и взаимодействие с инвесторами?

– Этим летом планируется завершить строительство центра переработки сельхозпродукции компании «Мираторг». Мы рады, что для развития высоких технологий компания выбрала Домодедово и планирует реализовать ещё вторую очередь центра площадью 54 тыс. кв. метров.

У нас продолжают развиваться индустриальные парки. В этом году компания Radius Group планирует приступить к строительству нового производственно-складского здания площадью 43 тыс. кв. метров в парке «Южные ворота».

Одна из важнейших точек роста – проект «Аэрополис». Мы над ним постоянно работаем. Также мы смогли найти муниципальную землю для создания промышленной площадки, где будет создано более 400 рабочих мест. Большую поддержку в реализации этой площадки мы получили со стороны Министерства инвестиций, промышленности и науки.

Вообще, Домодедово обладает уникальной инфраструктурой: федеральные

трассы, наличие крупнейшего аэропорта, развитая железнодорожная сеть, строящаяся ЦКАД. Всё это позволяет инвесторам для реализации проектов делать выбор в пользу нашей территории.

– Расскажите, каких целей предстоит достигнуть в нынешнем году с учётом нестабильной экономической обстановки как на территории всей страны, так и в Московской области?

– Несмотря на серьёзные потери в 2020 году муниципального бюджета, мы не планируем резко сокращать наши программы по развитию инфраструктуры, строительству и ремонту социальных объектов. Это касается и тех проектов, где участвуют домodedовские производители стройматериалов. Будем поддерживать, помогать, чтобы люди не потеряли работу. То есть бюджет остаётся одним из драйверов экономики.

На юге Домодедово идёт работа по созданию особой экономической зоны, что позволит сохранить высокий объём инвестиций в округе. Уверен, что нам удастся реализовать все наши планы.

Домодедово помогли в патрулировании улиц, а клининговая служба – в работе по дезинфекции общественных пространств.

– Большое количество домodedовских предпринимателей – это малый и средний бизнес. Какие меры поддержки предусмотрены на территории округа в настоящее время?

– Мы освободили от арендной платы за муниципальное имущество те предприятия малого бизнеса, которые вынуждены были закрыться на период пандемии. Приняли решение об отсрочке на 6 месяцев по уплате платежей за размещение нестационарных торговых объектов. На период действия режима повышенной готовности освободили от уплаты земельного налога собственников зданий и помещений, используемых для торговли, общепита и бытового обслуживания, при соблюдении ими определённых условий.

Недавно на нашем телевидении для домodedовских предпринимателей был создан проект «Поддержи Домodedовское», где они рассказывают о том, как смогли адаптироваться к работе в условиях ограничений. Таким образом мы решили поддержать домodedовский бизнес и рассказать о нём жителям округа.

– Расскажите об инвестиционных проектах, реализуемых в Домodedовском



Проект «Аэрополис»



ВАЛЕНТИН УСОВ:

«Я за развитие предпринимательства в нашей стране в рамках городского округа Домодедово»

Городской округ Домодедово является одним из наиболее инвестиционно привлекательных на территории Московской области, вошёл в топ-10 самых активно развивающихся городских округов.

Домодедовская торгово-промышленная палата – это площадка, где решаются самые актуальные вопросы предпринимателей, оказываются поддержка и помощь по всем направлениям ведения бизнеса.

Сегодня мы общаемся с Валентином Усовым, президентом ТПП городского округа Домодедово, и узнаем, какие успехи были достигнуты самой молодой ТПП на территории Московской области.

– Валентин Александрович, расскажите, пожалуйста, в каком году была основана ТПП городского округа Домодедово и как она развивалась?

– Она основана в 2017 году и является самой молодой ТПП в Российской Федерации. Нами найдены возможности для создания не совсем классической ТПП. Мы практически не осуществляем деятельность по выдаче

сертификатов происхождения товара. Наша палата существует как проектный офис, и мы развиваем её в этом ключе. ТПП производит на свет проекты, которые приносят пользу городскому округу Домодедово.

– Сколько членов входит в состав ТПП? Насколько активно сотрудничество между ними?

– На сегодняшний день это почти 120 предприятий и организаций всех форм собственности и всех отраслей экономики. Одна из основных целей ТПП – развитие внутренней кооперации. Например, мы продвигаем продукцию местных производителей. Ни для кого не секрет, что организации, находящиеся «через забор», иной раз ничего не знают о своём соседе, хотя и нуждаются друг в друге. Такие исто-

рии часто случаются. Мы знакомим наших членов на различных мероприятиях, в ходе личных встреч и встреч с главой городского округа, через социальные сети.

– Каким образом ТПП осуществляет взаимодействие с представителями малого и среднего бизнеса?

– Мы взаимодействуем через мероприятия, администрацию, областную ТПП и находимся в постоянном контакте с нашими членскими организациями. Несмотря на небольшой штат, оперативно реагируем на текущее состояние и запросы предпринимателей.

ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА ГОРОДСКОГО
ОКРУГА ДОМОДЕДОВО –
ЭТО СЕРВИСНАЯ КОМПАНИЯ
ДЛЯ БИЗНЕСА.

– Какие преференции получают предприниматели или организации, став членом вашей ТПП?

– Совершенно разные. Например, материальные, в виде скидок на наши услуги. Мы можем делать скидку на платные услуги. Кроме того, широкий круг общественности получает информацию о наших членах.

Предлагаем бесплатное участие в организованных нами мероприятиях, в том числе с администрацией и контрольно-надзорными органами, которые находятся на нашей территории. К примеру, недавно мы проводили традиционный гольф-турнир, и наши членские организации принимали в нём участие бесплатно.

– Какие услуги ТПП наиболее популярны среди современных предпринимателей?

– Одной из наиболее востребованных услуг среди всех ТПП является выдача сертификатов происхождения товаров, это функция и обязанность, которую нам делегировало государство. Наша ТПП тоже выполняет эту функцию, но она не считается самой главной в нашей работе.

Наиболее популярны в ТПП г.о. Домодедово услуги, связанные с земельно-имущественными отношениями. Мы очень плотно работаем по вопросам привлечения инвестиций в городской округ Домодедово именно через земельно-имущественный блок.

Например, при поддержке ТПП создана промышленная площадка «Прогресс» – это четыре новых производства в нашем округе. Объём инвестиций – порядка 2 млрд руб.

На подведении итогов деятельности ТПП в Российской Федерации, ТПП г.о. Домодедово заняла второе место среди всех.

Проект «ТПП – Недвижимость» – работа в сфере земельно-имущественных отношений. Это такой пласт деятельности, где на раз-два вопросы не решаются. В силу особенностей Московской области часть полномочий у муниципалитета, другая – у субъекта. Мы разбираемся, консультируем, помогаем заполнять документы, возим их в правительство Московской области, согласовываем замечания и исправляем их. ТПП создан банк данных недвижимости в городском округе Домодедово. Там есть вся актуальная информация по жилой и коммерческой недвижимости, земле. Данный проект успешно работает.

Юридические услуги – тоже большой блок работы. Бизнесменам зачастую некогда вникать в особенности законодательства Российской Федерации. Потому у нас есть штатный юрист, который консультирует наших членов. И это всё делается бесплатно в рамках членского взноса.

Рекламная деятельность. Например, по заказу администрации мы рисовали архитектурно-художественный облик улиц, где

большое количество многоквартирных домов. Это большая работа, которую делали год. Гордимся, что администрация приняла её. Теперь вывески и рекламные конструкции на домах в Домодедово упорядочены.

Спектр наших работ остаётся очень большим. Ни от чего не отказываемся, стараемся разобраться в каждом вопросе, подробно изучив его.

– Какие комитеты работают в составе вашей ТПП?

– Мы совершенно недавно начали углубляться в отраслевые сообщества. Членских организаций не такое большое количество, поэтому необходимость в комитетах была для нас не такой очевидной. Но в период пандемии мы столкнулись с тем, что профессиональное сообщество объединилось на нашей базе. Туда входят не обязательно члены ТПП, но и предприниматели, которые нуждались в помощи. Это подтолкнуло нас к созданию комитетов. При ТПП месяц назад мы создали Комитет Торгово-промышленной палаты городского округа Домодедово по поддер-



жке и развитию индустрии красоты. На очереди у нас комитеты в сфере дополнительного образования, ресторанного бизнеса.

– Много ли к вам было обращений в период пандемии? Как вы решали проблемы бизнеса? Как происходило взаимодействие?

– Вопросов было огромное количество. Сразу, как ввели ограничительные меры, мы создали ситуационный центр при ТПП в формате кол-центра, куда поступали вся информация и проблемные вопросы бизнеса. Совместно с администрацией консультировали, разъясняли, объясняли и помогали бизнесу всевозможными способами. Обработали порядка 1,5 тыс. обращений. Для нас это количество оказалось очень большим. Приятно, что бизнес так оперативно отреагировал, уверен, что нареканий к нам нет и мы справились с работой. Вместе с тем начали использовать современный формат проведения онлайн-конференций. Серьёзные совещания прошли с главой городского округа Домодедово Александром Владимировичем Двойных, Роспотребнадзором и УФНС. В режиме реального времени отвечали на все вопросы наших предпринимателей. Главным итогом совещаний стало понимание людей того, что им делать, что их не бросили со своими проблемами одних, наш офис не закрывался в период



пандемии. Эксперты соблюдали удалённый режим работы, я же постоянно находился на работе.

– Какое обучение в настоящий момент предлагает ТПП своим членам?

– ТПП реализовывает проект «Образование». Сначала мы формировали его как

обучающий центр для бизнеса с мастер-классами по различным направлениям: реклама, инвестиции, криптовалюты, охрана труда. Сейчас в силу ограничительных мер запрос на такие мероприятия упал. Несмотря на это, проект живёт, мы продолжаем им заниматься.

– В настоящий момент какие наиболее важные задачи стоят перед вашей ТПП? Какие проекты запланированы для реализации в нынешнем году?

– У нас одна задача – успешное развитие наших предпринимателей. Это способствует развитию города и приносит пользу людям. Мы стараемся всячески соответствовать нашей миссии. На сегодняшний день делаем большой упор на проект «ТПП – Недвижимость». Большой проект – «ТПП – Дошкольное образование». В его рамках реализуется проект «Дети в танцах». Суть заключается в преподавании танцев детям в детских садах. Совместно с нашей танцевальной школой будем обучать более 700 детей. При ТПП создана и функционирует шахматная школа. Здесь у нас нет ограничений по возрасту и весу.

Успешный бизнес – это рабочие места, довольные люди с высокой заработной платой, пополнение бюджета за счёт налогов и, как следствие, красивый и благоустроенный город Домодедово.





**ДОМОДЕДОВО –
ТОЛЬКО ВПЕРЁД!**



АЭРОПОРТ ДОМОДЕДОВО – *место, где сойдутся все маршруты*

Ежедневно на пассажирских самолётах летает более 3 миллионов человек во всём мире. Связующим звеном в авиаперелётах является аэропорт. Именно там на свой рейс спешат пассажиры, и именно туда они прилетают. Аэропорт производит неизгладимое первое впечатление о целой стране на туристов, а обслуживание на его территории влияет на психологическое состояние человека в момент перелёта.

Городской округ Домодедово немислим без одноимённого аэропорта, расположенного на его территории. Благоприятная атмосфера в терминале, внедрение современных технологий и налаженная инфраструктура также не могут оставить своих гостей равнодушными.



«ЕДИНЫЙ ТЕРМИНАЛ ПОД ОДНОЙ КРЫШЕЙ»

Именно такая концепция легла в основу развития аэропорта Домодедово. Это позволяет повысить комфорт и скорость прохождения предполётных формальностей. Особенно концепция приходится по душе авиапутешественникам. Им не надо переезжать из одного терминала в другой и самостоятельно переносить багаж. Запланированный запуск сегмента T2 увеличит площадь аэропорта Домодедово до 500 тыс. кв. м и сделает его одним из крупнейших в Европе терминалов типа «UNDER ONE ROOF» (единый аэровокзал под одной крышей).

В 2019 году аэропорт реализовал ряд инфраструктурных проектов, чтобы обеспечить высокое качество обслуживания пассажиров. Так, в сентябре того года был открыт западный атриум в зоне внутренних воздушных линий. Новое появившееся пространство открывает возможность для осуществления выставочных и коммерческих



проектов. Открытие автомобильной эстакады с зоной посадки и высадки пассажиров со специально выделенной пешеходной зоной протяжённостью 300 метров позволяет свободно и быстро загрузить или разгрузить багаж, сложить или разложить детскую коляску. А многоуровневый паркинг на 1500 машин, который был введён в эксплуатацию к старту Чемпионата Мира – 2019, позволяет автолюбителям меньше чем за минуту оказаться в здании аэровокзала, чтобы встретить или проводить гостей.

Аэродромный комплекс Домодедово соответствуют самым высоким мировым стандартам. Это единственный аэропорт московского авиаузла со вторым уровнем слот-координации, а значит, он может полностью удовлетворить интересы иностранных и российских авиакомпаний в предоставлении удобного для пассажиров времени вылета и прилёта.



Контракты с ведущими игроками рынка авиаперевозок – символ качества работы аэропорта. Так в 2019 году было продлено долгосрочное соглашение с авиакомпанией Lufthansa Group. Председатель правления Deutsche Lufthansa AG Карстен Шпор отметил, что аэропорт Домодедово – лучший выбор для перевозчиков Lufthansa Group, выполняющих рейсы в Москву.

Одно из преимуществ для пассажира – большое количество направлений для авиапутешествий. Маршрутная сеть аэропорта охватывает порядка 200 на-

правлений Европейского, Азиатско-Тихоокеанского регионов, Ближнего Востока, Северной и Центральной Америки, 44 из которых являются уникальными для Московского авиационного узла: совершить путешествие по ним можно только из Домодедово.

МИССИЯ ВЫПОЛНИМА: ПРОЙТИ НА САМОЛЁТ МОЖНО ПО МОБИЛЬНОМУ ТЕЛЕФОНУ!

Домодедово продолжает тестировать и внедрять уникальные для российско-го авиарынка IT-решения и применяет комплексный подход к организации пассажирского обслуживания. Основной подход – внедрение современных и технологичных сервисов, благодаря которым пассажиру будет комфортно проходить предполётные процедуры и ожидать свой рейс.

Так в 2018 году Домодедово стал первым аэропортом в России, который приступил к обслуживанию пассажиров по электронным посадочным талонам. Для этого он внедрил автоматизированные турникеты (eGate), которые распознают 2D-штрихкод и QR-код как на бумажном, так и на электронном носителе. При условии готовности авиаперевозчика к данной технологии для прохождения предполётного контроля и посадки на рейс достаточно предъявить документ на мобильном устройстве, распечатывать его не нужно.

В аэропорту есть все условия для комфортного ожидания рейса: Wi-Fi, специальные зоны с креслами-шезлонгами, стойки для зарядки гаджетов и ноутбуков. Все сервисы предоставляются бесплатно в круглосуточном режиме. Чёткий отлаженный механизм работы аэропорта Домодедово – залог комфортных авиапутешествий в любую точку мира без траты времени на предполётные формальности. Здесь ценят ваше время и ваши пожелания!

Фото LEX – Алексей Приходько

ЗАХАР ВАЛЬКОВ:

«С каждым клиентом у нас есть замечательная история знакомства, начала взаимодействия, а впоследствии и долгого сотрудничества»

Инвестиционно-девелоперская компания «Радиус Групп» более 10 лет успешно работает на рынке складской и производственной недвижимости. Миссия предприятия заключается в проектировании, строительстве, финансировании и управлении высококачественными объектами складской и производственной недвижимости. За годы работы компания превратилась в одного из крупнейших партнёров Московской области и вышла на второе место в рейтинге работодателей в городском округе Домодедово. О принципах работы «Радиус Групп» нам рассказал исполнительный директор компании Захар Вальков.

«МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ
САМОЕ
СОВРЕМЕННОЕ
ПРОГРАММНОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ
В ДЕВЕЛОПМЕНТЕ
НЕДВИЖИМОСТИ».



«Мы всегда интересовались новыми технологиями. Наша компания стала первой, кто сертифицировал в России складские здания по стандартам BREEAM и LEED. «Радиус Групп» является участником глобального рейтинга устойчивого развития в сфере недвижимости –GRESB.

Наши здания всегда являлись инновационными с точки зрения инженерной инфраструктуры. Даже первые объекты, которые мы строили, были оснащены вентиляционным оборудованием, резервированием электроснабжения, высококачественными системами пожаротушения. Но самое важное – наша команда стала думать о снижении рисков при развитии и применении современных технологий в строительстве. Так мы обратились к технологиям BIM – информационному моделированию зданий. BIM позволяет контролировать процесс девелопмента с помощью не только 3D-моделирования, но и отслеживания всего проекта (как на стадии проектирования, так и на этапе строительства) путём добавления нескольких измерений – бюджета и времени.

Теперь наши проекты реализуются на базе собственной разработанной платформы 5D Radius InSite. Благодаря этому мы можем на любом этапе ведения проекта контролировать срок его реализации, бюджет и всегда понимать, что происходит.

Плюсом являются и применяемые сопутствующие технологии: несколько лет назад мы стали использовать дроны для того, чтобы оцифровывать строительные площадки, поскольку промышленные здания, как правило, не являются многоэтажными, но занимают большие «пятна». Соответственно, любая ошибка на этапе проектирования может очень сильно повлиять на бюджет. Путём оцифровки мы можем уже на этапе проектирования определить, сколько будет стоить проект, сколько необходимо вывезти грунта и как сделать это наиболее эффективно, а потом, на этапе строительства, предметно, с глубоким пониманием деталей проконтролировать генерального подрядчика.

Мы используем наиболее современное программное обеспечение от ряда компаний, в частности от компании Autodesk, которое позволяет всё это реализовывать. С учётом сформировавшегося на рынке спроса мы планируем продолжать строительство и развитие парка «Южные врата», – Захар Вальков.

– Что получает компания, став резидентом парка «Южные врата»?

– В первую очередь, стратегическое местоположение. Мы находимся в региональном транспортном хабе, где пересекаются три федеральные трассы; М4 Дон, А 107 и А 113, а это современная многоуровневая развязка, близость к аэропорту Домодедово и трасса, по которой можно доехать до МКАД меньше, чем за 20 минут.

Итак, первое преимущество – уникальное местоположение. Второе – качество актива. Мы говорим о современном международном проекте именно с точки зрения подхода к мастер-планингу и проектированию, что обуславливает наличие всей необходимой инфраструктуры: это буферные парковки и разворотные площадки, многополосная дорожная внутриплощадочная сеть, два КПП, система видеонаблюдения и контроля на въезде с автоматической системой распознавания знаков, три технические зоны с двумя котельными, собственные очистные сооружения, несколько независимых источников электроснабжения. Помимо этого, парк может предоставить беспрецедентные возможности для роста и расширения бизнеса. Третье – это профессиональная управляющая компания, осуществляющая эксплуатацию зданий, которая позволяет нашим резидентам чувствовать себя комфортно, сфокусировавшись на оперировании своим профильным бизнесом. Так осуществляется постоянное взаимодействие между управляющей компанией и резидентами парка, это помогает

предотвратить ряд сложностей, например миграцию персонала.

Здание управляющей компании расположено непосредственно в парке. Резиденты могут разместить здесь свой временный офис (например, при запуске проекта – для найма персонала), провести важные переговоры. Все эти преимущества получает наш арендатор, резидент, покупатель в рамках нахождения на площадке.

– Какие проекты сейчас реализовываются на территории парка «Южные врата»?

– Мы продолжаем застраивать наш парк. Его общий потенциал очень большой – порядка 650 тыс. кв. м, при этом сейчас в парке реализовано около 500 тыс. кв. м. В текущем году, буквально через пару недель, мы запускаем строительство новой очереди. Это здание, представляющее собой достаточно большой блок – 43 тыс. кв. м площади с объёмом инвестиций более миллиарда рублей. Завершение строительства запланировано на конец первого квартала следующего года. Параллельно со стройкой мы будем запускать процесс проектирования и следующей очереди – порядка 30 тыс. кв. м.

– Сейчас был непростой период для бизнеса: девальвация рубля, пандемия... Как вы его пережили? Какие предприняли меры?

– Пандемия и неблагоприятная общеэкономическая ситуация, в первую очередь, «ударили» по нашим клиентам, резидентам и арендаторам. Мы были в



«В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ МЫ ЗАКЛЮЧИЛИ БОЛЬШОЙ ОБЪЁМ СДЕЛОК, ЧЕМ ЗА АНАЛОГИЧНЫЙ ПЕРИОД ПРОШЛОГО ГОДА».

постоянном контакте с ведущими игроками сегмента, собственниками и девелоперами и обратили внимание на то, что объём бизнеса, который был радикально подвержен негативному воздействию, составил 5-7% от общего портфеля. Мы столкнулись с двумя-тремя компаниями в нашем портфеле (25-30 тыс. кв. м занимаемых площадей), у которых наметились сложности. Во многом они связаны с тем, что эти организации задействованы в наиболее пострадавших отраслях (в частности, ретейле) и при этом ещё не запустили в полном объёме свои онлайн-магазины и интернет-платформы. Ввиду этого такие игроки одновременно перестали получать какой-либо доход, что не могло не отразиться на арендных отношениях, то есть платежах собственникам. Но в целом нам удалось сохранить всех наших арендаторов, при этом с кем-то были достигнуты договорённости в рамках принятых правительственных постановлений об отсрочке арендных платежей. И всё же ситуация оказалась достаточно стабильной.

Что касается нас как операционного бизнеса: мы сравнительно небольшая компания, являемся в чистом виде девелоперской и управленческой структурой (65 сотрудников в двух офисах – в Домодедове и в центре Москвы). Мы и в настоящее время работаем в удалённом режиме с целью минимизации каких-либо рисков для персонала. В силу специфики и того, что давно применяем различное программное обеспечение (электронный документооборот, CRM), нам удалось без ущерба для операционной деятельности вести проекты, привлекать клиентов, работая в прежнем режиме каждый день. Более того, в период пандемии мы заключили больший объём сделок, чем за тот же период в прошлом году. Это, к примеру, сделки с компаниями «Маршрут» и «ВсеИнструменты.ру». Последняя сначала арендовала один блок, потом расширилась ещё на два, при этом общая площадь сделок составила более 40 000 кв. м.

В целом для нас ничего не поменялось. Мы лишь немного изменили формат работы и взаимодействие внутри компании и с клиентами. Ничего радикально негативного для нас не произошло.

– Какие возможности вы увидели для себя в этот кризис?

– Возможности во многом связаны с более активным развитием нового сегмента – электронной коммерции. Произошедшее с нашей и глобальной экономикой оказало огромное влияние на поведение потребителей. Все мы были вынуждены больше заказывать онлайн. И надо понимать: эта привычка последних 3-4 месяцев останется с нами. Степень проникновения электронной коммерции





«МЫ СЕЙЧАС НАБЛЮДАЕМ
ЗНАЧИТЕЛЬНУЮ
ЭВОЛЮЦИЮ РОССИЙСКОГО
КОРПОРАТИВНОГО
СЕКТОРА В ЧАСТИ
РАЗВИТИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ
В ЛОГИСТИКЕ».



в нашу жизнь увеличивается, что, в свою очередь, даст очень сильный толчок развитию логистики. По сути, те компании, которым не требуются офлайн-магазины, аутлеты, лоты в торговых центрах, нуждаются только в высококачественном складском комплексе.

За это время мы увидели просто всплеск спроса как со стороны ретейлеров, которым необходимо было разместить большие запасы, так и со стороны онлайн-ретейлеров, которые поняли, что сейчас как раз то время, когда нужно обеспечивать платформу для своего развития. Такая платформа представляет собой современные складские комплексы, которые позволят им наращивать стоки, размещать автоматизацию для повышения эффективности бизнеса в части скорости и качества обработки товарных запасов.

– Насколько хорошо налажен диалог с местной властью? Каким образом ваша компания оказывает поддержку городскому округу Домодедово?

– Конечно же, с таким масштабным проектом мы являемся стратегическим партнёром Московской области по целому ряду проектов. Мы много контактируем и получаем большую поддержку со стороны Министерства инвестиций и инноваций МО, а также разных подразделений на уровне правительства и министерств Московской области. Активно сотрудничаем и с городским округом Домодедово.

На нашей территории периодически проходят визиты официальных лиц. Очень часто принимаем гостей, чтобы показать, какие компании оперируют в городском округе Домодедово.

Будучи крупным инвестором в регионе, мы считаем должным оказывать поддержку в виде благотворительной помощи, связанной с социальными объектами (детские сады, школы).

Уже почти 15 лет находимся в Домодедово и выступаем важным элементом экономической структуры округа, что обуславливает наши планы развиваться в нём ещё долгие годы. Нас нельзя представить без округа Домодедово, как и округ нельзя представить без индустриального парка «Южные врата». Наша площадка являемся вторым после аэропорта Домодедово работодателем в округе.

– Как вы считаете, почему компании выбирают «Радиус Групп»? Благодаря чему удалось завоевать достойную репутацию на рынке?

– Это важный для нас вопрос с точки зрения работы нашего бизнеса. Философия компании «Радиус Групп» строится на трёх основных ценностях: открытость, партнёрство и принцип can-do approach («нет ничего невозможного»), один из главных элементов в реализации бизнес-процессов с партнёрами.

Очень долгое время мы фокусировали внимание на иностранных компаниях, основываясь на том, что они больше ценят высококачественную инфраструктуру логистики. В то же самое время в последние годы мы наблюдаем значительную эволюцию российского корпоративного сегмента. Компании понимают: нужно инвестировать в логистику, а значит, следует выбирать стратегическое местоположение и высококачественную инфраструктуру. Поэтому пул наших партнёров и резидентов стал смещаться в пользу российского бизнеса. Это крупнейшие игроки в сфере доставки, например компания «СДЭК». Когда мы реализовывали проект вместе с данной компанией, проявили гибкость в решении её проблем, показали высокую скорость и качество работы. Суть проекта заключалась в том, что наше стандартное



складское здание было в максимально сжатые сроки адаптировано под сортировочный центр. Это то же промышленное здание, но оно было реконструировано, оснащено дополнительной инженерной инфраструктурой, электрическими мощностями, что, в свою очередь, обеспечивает стопроцентное резервирование и позволяет вместить большее количество

персонала. Фактически мы сделали здание кросс-докинговым, что на тот момент стало совершенно уникальным решением для нашего клиента. Так мы работаем с каждым клиентом. У нас есть замечательные истории знакомства, начала взаимодействия, а впоследствии и долгого, многолетнего сотрудничества. Как правило, те компании, которые стратегически смотрят



на собственную логистику, приходят к нам в качестве долгосрочных партнёров, остаются ими более 10 лет.

– Как вы планируете развивать парк «Южные ворота»? Какие возможности получат резиденты в будущем?

– Наша стратегия умеренно консервативна. Мы не тот игрок, который набирает большой земельный банк и запускает огромное количество параллельных проектов. Мы поступательно развиваемся, притом делаем это стабильно, с минимальными рисками для финансовых партнёров и акционеров. Поэтому основа нашего развития – дальнейшая реализация проекта «Южные ворота» и строительство дополнительно порядка 150 тыс. кв. м путём адаптации нового продукта. То, что мы строили 10, 5 лет назад, уже отличается от нынешних требований рынка: несколько иные блоки, пространственно-планировочные решения, отказ от, например, мезонина в здании как от избыточной площади. Параллельно мы активно продолжаем смотреть ряд вне-



шних площадок: так мы успешно реализовали проект для компании «Ашан» на соседнем земельном участке в непосредственной близости от парка. При этом развитие за пределами парка будет реализовываться в зависимости от рыночной конъюнктуры.

В ближайшие 5 лет мы продолжим поступательно инвестировать в «Южные

ворота», что позволит нам полностью реализовать проект, который станет одним из крупнейших в Московской области по своему объёму. Он будет не просто располагаться рядом с важной развязкой, пересечением трёх федеральных трасс на юге Московской области, а сам превратится в крупный транспортно-логистический хаб.



СЕРГЕЙ ИЛЬИН: **«ВСЁ ЛУЧШЕЕ – ДЕТЯМ!»**

Программа благоустройства территорий – одна из первоочерёдных задач, которую ставят себе многие страны. Вместе с тем благоустройство включает в себя не только облагораживание территорий, но и иные комплексы и меры, способные сделать жизнь населения максимально комфортной и разнообразной.

Дети – это та самая категория жителей нашей планеты, о которой мы стараемся особенно заботиться, развивая не только их интеллектуальные способности, но и физические. Как известно, физическое развитие наиболее активно формируется при досуговой и игровой деятельности. Поэтому игровые и спортивные площадки – лучшее комплексное решение для поставленной задачи.

Сегодня мы общаемся с Сергеем Ильиным, советником генерального директора ГК «Забава», которая смогла не только модернизировать «типичные» детские площадки, но и внедрить целые игровые и спортивные комплексы для детей разных возрастов.

– Сергей, здравствуйте! Как давно существует ваша компания? Почему выбрали направление строительства детских площадок?

– Наша организация существует более 25 лет. На заре своей деятельности компания занималась производством металлоконструкций и изготовлением индивидуальных заказов для благоустройства частного сектора.

В 2001 году нами было открыто новое направление по производству детского уличного игрового и спортивного оборудования.

В двухтысячном году у нас (владельцев компании) были маленькие дети и мы видели, где они играют. Состояние детских площадок в те времена было ужасающим и травмоопасным для детей.

Мы не сомневались, что именно это направление (детский здоровый досуг) надо развивать. Всё лучшее – детям!

– Детские площадки должны соответствовать не только ГОСТу, но и быть современными, сочетая в себе дизайнерское решение. Каким образом вы разрабатываете игровые комплексы? Все ли они универсальные или есть под ключ?

– Наше оборудование соответствует ГОСТу и внутренним стандартам производства, которые, в свою очередь ориентированы на соблюдение требований технического регламента Евразийского экономического союза (ТР ЕАЭС 042/2017), устанавливающего нормы при проектировании и строительстве детских игровых зон.



Несмотря на продление сроков переходных положений вышеуказанного регламента до 01.12.2021 г., наша организация уже сейчас завершила сертификацию всей линейки производимого детского оборудования и ударогасящего резинового покрытия для игровых площадок в соответствии с данным документом. У нас уже внедрены и используются стандарты производства работ, в соответствии с требованиями технического регламента.

В ГК «Забава» существует конструкторское бюро, в котором работают креативные специалисты, дизайнеры, инженеры и конструкторы. Эти люди создают модели наших новых современных комплексов.

15 лет назад детские площадки были со стандартным набором детских игровых элементов от 5-10 наименований, а сегодня мы проектируем и строим современные игровые зоны с уникальным дизайном, оборудованием и ударогасящим покрытием. Предлагаем как типовые решения, разработанные нашими дизайнерами, так и индивидуальные, исходя из технического задания заказчика.

Наша компания обустроивает парковые пространства под ключ, начиная от проектирования территории и заканчивая полным благоустройством, включая инженерные коммуникации, элементы для игр и отдыха, ландшафтный дизайн.





ториями, товариществами собственников жилья (ТСЖ) и т. д.

ГК «Забава» реализует проекты по всей России и за рубежом. Мы поставляем игровое оборудование в страны СНГ (Казахстан, Белоруссию, Узбекистан) и страны Балканского полуострова (Сербию, Болгарию).

– У вас есть собственное производство?

– У нас есть собственное производство, расположенное на территории Московской области в г. о. Домодедово, где производится вся наша продукция.

Производственные площади располагаются на трёх площадках, которые находятся на равном удалении друг от друга.

– Что входит в перечень услуг компании?

– Как я уже говорил ранее, помимо производства детского игрового и спортивного оборудования, мы оказываем следующие услуги: подготавливаем основания для будущих площадок, осуществляем качественный профессиональный монтаж оборудования, укладываем бесшовное безопасное резиновое покрытие, прокладываем инженерные коммуникации, осуществляем ландшафтный дизайн территории.

Мы не только строим детские площадки, но и реализуем проекты спортивных объектов: стадионы с искусственным покрытием, гимнастическим оборудованием для воркаута, хоккейные коробки, спортивные площадки для игр во дворе (мини-футбол, волейбол, баскетбол и т. д.).

– Кто является вашим заказчиком? Каков ареал реализации игровых комплексов?

– Мы работаем со всеми. Сотрудничаем с физическими лицами, строительными компаниями, детскими учреждениями, муниципалитетами, домами отдыха/сана-





Следовательно, досуговые зоны будут более комфортными, а самое главное – безопасными для пользователей.

– Какие материалы используются вами в работе и почему?

– Для производства детского оборудования требуется множество компонентов. При производстве ГК «Забава» использует самые совершенные и безопасные комплектующие и материалы.

Если речь идёт о металлических конструкциях, то весь металл проходит оцинковывание и двухслойную порошковую покраску.

Площадки игровых комплексов дополнительно покрываются ударогасящим резиновым покрытием при использовании специальной технологии на горячий металл.

Пластиковые элементы изготавливаются из пищевого полиэтилена низкого давления (ПНД) с добавлением специального антистатика и защиты от ультрафиолетового излучения.

В 2019 году мы включили в линейку материалов для производства наших комплексов компакт-ламинат HPL. Этот материал современный, безопасный в эксплуатации, износостойкий, удобный в нанесении дизайнерских решений, что позволило вывести производимое оборудование на новый уровень качества и безопасности.

– Существует ли какая-либо планка стандартов игровой площадки, насколько изменились эти стандарты за последнее десятилетие?

– Существует, ранее об этом говорились: ГОСТ и технический регламент.

Безопасность – это высокая ответственность перед детьми и родителями.

За последнее десятилетие стандарты и требования существенно изменились. Например, раньше оборудование можно

было производить в соответствии с ГОСТом и оно не попадало под обязательную сертификацию: та была добровольной, а ГОСТ носил рекомендательный характер. Сейчас все правила производства ужесточились, вступил в силу новый технический регламент. Теперь сертификация продукции является обязательной, что, в свою очередь, исключает выход на рынок некачественного игрового и спортивного оборудования, а также недобросовестного производителя.





Также для наших канатных конструкций мы используем современный синтетический канат с металлическими тросами внутри, что позволяет конструкциям быть интересными и долговечными.

В бюджетном варианте мы применяем фанеру, дерево хвойных пород, безопасные краски на водной основе.

– Вы создаёте продукцию на протяжении полного цикла. Есть ли у вас ещё недостигнутые позиции? Каковы ваши планы на будущее?

– Планы у нас серьёзные и по-хорошему амбициозные. О них в сложившейся ситуации можно говорить много и долго. Если коротко, то мы готовим экспансию в Европу и Южную Америку и на внутреннем рынке увеличиваем серийное производство электромеханических каруселей, которым нет аналогов в мире. Всё остальное – это модернизация существующего производства, создание инноваций для детей и их родителей.



«ОТ УЛЫБКИ СТАНЕТ ВСЕМ СВЕТЛЕЙ»

Как известно, улыбка — это визитная карточка. Красивая же улыбка напрямую зависит как от здоровья зубов, так и от их эстетичного вида. Перед каждым человеком рано или поздно встаёт выбор: кому же доверить свои зубы? Ведь самого процесса лечения боится большое количество людей, мало тех, кто не испытывал бы волнений на этот счёт. Каждому пациенту хочется к себе особенного отношения, безболезненного лечения и грамотной консультации специалиста. Сегодня мы общаемся с руководителем Иваном Емельяновым и главным врачом Евгением Ждановым клиники «Домодент», той самой стоматологии, где здоровье и комфорт пациентов — главная цель компании!

– Иван Вадимович, здравствуйте! Ваша клиника существует достаточно давно. Расскажите, в чём заключается ваше конкурентное преимущество и каких принципов придерживается компания?

– Наша компания существует более 20 лет. Можно сказать, её управление – это дело одной династии. Сам по себе город Домодедово не является большим, и нами была выбрана тактика «обеспечить максимальное качество, пусть и не по самым низким ценам». Услуги относительно дорогие, но если посмотрим на рынок цен в нашем городе и в Москве, то увидим: наша ценовая политика ниже на 25-50% при условии, что уровень качества там такой же, как у нас.

Мы работаем на качество, в первую очередь! Хотим, чтобы от лечения был результат не 2 года, а лет 10-15. Кстати, у нас есть пациенты, которые обращаются повторно после лечения в нашей клинике через 15 лет. Такая политика обеспечила хорошее отношение к нам и репутацию.

– То, что вы нацелены на результат, говорит о многом. Но всё же он, прежде всего, зависит от опыта самих врачей. Скажите, как в компании решается кадровый вопрос?

– Безусловно, профессионализм врачей очень важен. И основной костяк персонала работает с нами более 20 лет. У нас в штате примерно 40 врачей. Я работаю в компании 6 лет. За это время мы расстались только с одним или двумя врачами. Мы заинтересованы в своих сотрудниках, а они заинтересованы в нас. Такие отношения помогают нам развиваться вместе. У нас отличная команда, и мы не жалеем средств на повышение квалификации своих специалистов. С их стороны получаем огромную отдачу. Уходят от нас только в декретный отпуск и возвращаются в строй.



– Помимо опыта врача, результат зависит и от материалов, с которыми он работает. По каким принципам вы выбираете препараты, инструменты и расходные материалы?

– Как я и говорил ранее, мы, в первую очередь, рассчитываем на высокое качество оказываемых услуг. У нас лучшие материалы из тех, что может предложить текущий рынок. Как и в любой компании, были истории, когда мы выбирали дорогие материалы, которые не отвечали нашим требованиям и не оправдывали себя. Сейчас же для нас важно качество материалов, проверенное временем.

В 2014 году, когда российский рынок столкнулся с девальвацией рубля, нам пришлось решать проблему, связанную с поиском альтернативы нашим материалам. Оценив все имеющиеся варианты, мы пришли к выводу, что, сэкономив на затратах буквально 5%, не получим желаемого результата. Поэтому было принято решение не экономить на материалах, оставляя максимальное качество.

– Лечение зубов, поддержание их эстетичного вида, наращивание, установка мостов и имплантатов – это волнение не только с позиции какого-то общего страха перед процедурами, но и финансовое. Скажите, существует ли у вас система бонусов или программа лояльности, для того чтобы пациенты не ощущали столь весомых финансовых затрат?

– Действительно, некоторые процедуры очень дорогие, но оно того стоит. Вообще, мы транслируем своим пациентам идеологию того, что не стоит доводить состояние зубов до рубежа, когда помогут только удаление и вставные челюсти. Гораздо дешевле приходиться один-два раза в год на плановые приёмы врача, который будет тщательно следить за состоянием зубов.

У нас в компании есть программа лояльности UDS. Ранее мы работали по скидочным картам, которые вызывают ряд неудобств, связанных с их утерей. Сейчас же UDS легко решает поставленные задачи путём привязки индивидуального счёта к номеру телефона. Это позволяет всегда держать его под рукой. Накопленными баллами за счёт кешбэка можно оплатить до 10% стоимости услуг в нашей клинике. И если мы говорим о дорогом лечении, то сумма получается вполне эффективная.

– Всегда здорово, если у пациента есть врач, к которому он возвращается и доверяет. Однако вы находитесь в относительно маленьком городе, что диктует меньший охват территории, нежели в крупном мегаполисе. Скажите, вы собираетесь расширять ареал своего присутствия, открыть сеть клиник в Подмосковье или Москве?

– Мы рассматривали идею открыть ещё несколько клиник. Но реальность такова, что за расширением неизбежно падает качество оказания услуг. Результат зависит не от обстановки, не от инструментов

и материалов, а от команды! Очень тяжело подобрать себе новую команду, которая будет слаженно работать.

Вообще, стоматологию условно можно рассматривать в двух направлениях: стоматология как медицина и стоматология как бизнес.

Это будут две абсолютно разные истории, где первый сценарий может развиваться и в сторону убытков, и в сторону работы в ноль. Мы, в первую очередь, действуем в интересах нашего покупателя. Бывали случаи, когда мы выполняли работу безвозмездно и понимали, что пациент не сможет с нами расплатиться ещё лет 5, но всё равно заканчивали её. Ведь в противном случае мы потеряли бы весь промежуточный результат лечения, а пациенту было бы только хуже.

У нас есть своя операционная, она заняла практически весь третий этаж. Её площадь составила около 40 квадратных метров. Техническое оснащение позволяет выполнять работы даже при условии полного отсутствия электроэнергии. У нас достаточно сильная стоматологическая хирургия. К нам часто направляют людей, имеющих проблемы операционного характера. После хирургического вмешательства они получают возможность продолжить лечение у стоматолога-терапевта, стоматолога-ортопеда, пародонтолога, ортодонта.

Отмечу работу наших детских стоматологов. Пациенты, проходившие лечение в детском возрасте и вернувшиеся к нам уже взрослыми, до сих пор уверены, что



им замораживали зубы специальным лазерным устройством, настолько безболезненным было лечение. Это действительно важно, потому что детские воспоминания о зубных врачах вызывают во взрослом возрасте либо страх, либо благодарность. Мы рады, когда наблюдаем грамотных дальновидных родителей.

Мы не приветствуем многопрофильную специализацию врачей. Наша политика заключается в том, чтобы каждый врач занимался своим делом профессионально: детский стоматолог лечил исключительно

детей, стоматолог-терапевт не имел дело с хирургией, а стоматолог-ортопед не занимался постановкой имплантов. Каждому пациенту пытаемся найти «своего» врача. Все люди исключительно разные по темпераменту и желаниям. Врачи тоже разные: одни более общительные, вторые более спокойные. Кто-то из пациентов боится анестезии, кто-то относится к ней доверительно. От желания пациентов тоже многое зависит. Так, однажды к нам пришла девушка, которая хотела, чтобы её зубы стали ровными, но при этом она хотела выйти замуж и связывала 2 данных события как единое целое. В подобных ситуациях мы предлагаем пациенту ещё раз подумать, чтобы решение было взвешенным и ответственным.

Такую же политику применяем и в отношении детей. Уже в 12 лет юный пациент может иметь осознанное желание исправить прикус или выровнять зубы. Если же он этого не хочет, то будет делать всё, чтобы этого не случилось, и все уговоры доктора и родителей окажутся неубедительными.

– Каковы ваши планы на будущее?

– Как я уже говорил ранее, мы пришли к выводу не расширяться, потому что ценим собственное имя, своих специалистов и оказываем высококачественные услуги. Планируем расширить количество услуг, сертифицировать их. Можно сказать, что мы хотим развиваться не вширь, а вглубь.



«ОДНА РАДОСТЬ НА ДВОИХ»

О том, как работают врачи в стоматологических клиниках, какая работа самая кропотливая и чему по-настоящему рад каждый доктор, рассказал Евгений Жданов, главный врач стоматологии «Домодент».

– Евгений Валерьевич, здравствуйте! Развитие частной медицины пришлось на нулевые годы. Особенно в эту категорию попали стоматологии и узкий круг специалистов. Как вы считаете, с чем связан такой интерес к частной медицине?

– Та стоматология, которая была, перестала отвечать требованиям общества, поэтому уступила место частной стоматологии. Мы, как частная структура, имеем преимущество: развиваться по тем направлениям и клиентским сервисам, которые считаем более перспективными. Однако люди боятся стоматологии независимо от того, какой статус она имеет. В городских стоматологиях они боятся уйти недообследованными, боятся, что им окажут мало внимания, в то время как в частной клинике настораживает излишнее внимание к себе, которое может повлечь большие финансовые траты. Однако нам удалось достичь понимания и доверия пациентов. Люди приходят, лечатся семьями, поколениями.

– Выполнение всех рекомендаций врача и доверие к нему являются залогом успешного лечения. Скажите, как же устанавливается доверие? Есть ли универсальная схема?

– Каждый врач является интуитивным психологом, понимает, какой пациент пришёл, и помогает решить возникшие и



поставленные задачи. Великолепно, когда приходит понимание о необходимости поддерживать здоровье полости рта. Пациент следит не только за собственным здоровьем, но и за здоровьем своих детей, родных и близких. Устраняется причина обращений в острых стоматологических состояниях.

Мы полностью прозрачны для наших посетителей. У нас в клинике ведётся фотопротокол всех наших работ. Мы наглядно показываем пациенту тот перечень вмешательств, которые необходимо выполнить. Именно таким образом и складывается доверие к нам. Мы берём на себя ответственность за результат, с которым пациент вернётся через 3 года, 5 или 15 лет. Не все клиники, к сожалению, работают на длительную перспективу.

– Люди обращаются в стоматологию с абсолютно разными проблемами. Скажите, какие самые сложные работы выполнялись у вас в клинике? Имеет ли место мнение, что работа стоматолога-терапевта легче работы стоматолога-хирурга?

– Работа стоматолога-хирурга подразумевает большой опыт и мастерство, в том числе безупречные знания анатомии лица. Хирургия в стоматологии – это не только зубы. Здесь необходимы знания по физиологии, неврологии, дерматологии и онкологии. Не могу не отметить тонкую мануальную работу пародонтологов. И хирургическая и нехирургическая пародонтология успешно применяется в клинике «Домодент».

Мастерство стоматолога-терапевта, эндодонта можно сравнить с работой ювелира. Лежит огромная ответственность, например, за зубы молодых людей, которые лечат наши терапевты под микроскопом: они должны прослужить, так скажем, ещё лет 50. Однако мы имеем отличные отдалённые результаты лечения.

Самое всеобъемлющее направление – ортодонтия. Высший пилотаж. Здесь присутствуют знания каждого специалиста. Ортодонт может работать в паре с хирургом, терапевтом, ортопедом, детским стоматологом. Прогнозирует, планирует и выполняет самые сложные задачи.

В последнее время появляются вообще новые направления, например цифровая стоматология. В этой сфере чаще всего задействованы молодые специалисты, отлично ладящие с компьютерной техникой.

Самые сложные работы, которые нам довелось выполнять, были связаны с полной потерей зубов, реконструкцией костной ткани и осложнённым соматическим статусом. Выполняем такой перечень работ, который позволит человеку нормально питаться, красиво улыбаться, радоваться жизни. Мы вместе с пациентами испытываем в этих ситуациях счастье!

Такой успех – отличная благодарность!



A portrait of Hakan Akkoyun, a man with dark hair and a light beard, wearing a grey suit jacket over a white shirt. He is standing with his arms crossed in an office setting, with a framed picture on the wall behind him.

ХАКАН АККОЙУН:

*«Мы создаём оригинальные
авторские рецепты
с учётом восточных
традиций»*

Одной из наиболее заметных тенденций последних лет на пищевом рынке является положительная динамика роста халяльной продукции. В настоящее время потребители меняют свои подходы к выбору продуктов, а покупательский спрос активно смещается в сторону здорового питания. Всё больше людей выбирают для себя продукты «Халяль», ориентируясь на высокий уровень качества и отсутствие вредных составляющих. Сегодня мы общаемся с Хаканом Аккойун, генеральным директором компании ООО «Оптимум», продукция которой известна под брендом «Эколь».

– Продукция компании «Эколь» известна многим покупателям и представлена в крупных торговых точках. Скажите, как зародилась история компании? С каких позиций начинала свою деятельность ваша компания? Какие события оказали влияние на развитие предприятия?

– История компании началась 22 года назад. На момент возникновения предприятия «Эколь», категория продуктов «Халяль» только начала своё развитие на российском рынке. Основатель компании и её идейный вдохновитель – Мустафа Чалкан. Его бизнес-идея успешно росла и развивалась, и сегодня «Эколь» – это известная марка мясных полуфабрикатов и колбасной продукции, которую любят миллионы покупателей. Её ценят за вкус и стабильно высокое качество.

– Вы используете вакуумные технологии для снижения естественных процессов в мясной продукции. Скажите, является ли такая технология вашим конкурентным преимуществом?

– С самых первых дней запуска производства предприятие ориентировалось на строгое соблюдение всех требований, которые предъявляются к выпуску халяльной продукции: от забоя до готового упакованного продукта. Работая исключительно на охлаждённом мясном сырье с собственной бойни, «Эколь» имеет не-



Деликатес пастырма из говядины

оспоримое преимущество как во вкусовых характеристиках продуктов, так и в сроках их хранения. Производственные цеха предприятия оснащены самым современным европейским оборудованием, которое позволяет ежемесячно наращивать объёмы выпуска готовой продукции.

– Помимо мясного цеха, у вас есть и колбасный. Скажите, сколько наименований продукции всего в настоящее время?

Собираетесь ли вы увеличивать количество продукции? Или всё же вы работаете над расширением количества торговых точек?

– Колбасное направление активно развивается, это и новые перспективные продукты, и новые регионы продаж. Продукция реализуется через различные каналы, начиная с небольших розничных магазинов «у дома» и продуктовых рынков, заканчивая крупнейшими федеральными сетями. «Эколь» ориентируется на различные покупательские сегменты: сейчас ассортимент колбасной продукции составляет более 100 наименований, большая часть из которых стала уже «визитной карточкой» предприятия: «Пастырма из говядины», «Суджук», «Колбаски восточные» и многое другое. Большой перечень продуктов и фасовок позволяет каждому покупателю выбрать продукт по своему вкусу и кошелюку. «Эколь» – это классические колбасные рецептуры и одновременно оригинальные авторские рецепты с учётом восточных традиций.

– Скажите, в каких регионах России можно встретить вашу продукцию? Представляет ли вы её в другие страны?

– Благодаря современным технологиям производства и упаковочным решениям колбасная продукция «Эколь» имеет длительные сроки хранения, и её можно



Камеры варки и копчения мясной продукции



Сырокопчёная колбаса

встретить на полках магазинов во многих регионах страны. А охлаждённые мясные полуфабрикаты широко представлены в магазинах Центрального федерального округа. Для осуществления доставки по Москве и области активно развивается интернет-магазин ekolmarket.ru. Есть у

компании опыт международных продаж как в страны ближнего зарубежья, так и в Объединённые Арабские Эмираты. Это направление предприятие оценивает как перспективное и специально для зарубежных рынков готовит предложения, адаптированные под особенности их спроса.

– Какие особенности характерны для вашего производства?

– Предприятие с момента своего существования было ориентировано под собственный забой. Это важный момент во всём процессе производства с максимально жёсткими требованиями к ка-



Говядина для антрекота



Копчёная колбаса

честву: не принимается в переработку мясосырьё иностранного производства; животные закупаются с проверенных ферм, где не используются антибиотики и запрещённые составляющие для кормов. Забой животных производится вручную, а специалисты цеха каждый год подтверждают свою квалификацию и строго соблюдают требования «Халяль».

– Ваша компания существует почти четверть века и достигла больших результатов в своей сфере. Скажите, какие планы и цели поставлены перед компанией?

– Сегодня компания производит продукты абсолютно для всех. Поэтому ассортимент «Эколь» в ближайшее время ждёт ряд интересных новинок, которые обязательно оценят все любители мяса. Покупателей ждут новые вкусы колбас, эксклюзивные мясные деликатесы и удобные в готовке полуфабрикаты. Предприятие продолжает наращивать производственные мощности и в ближайшее время планирует запустить холодильные камеры для выпуска мясных полуфабрикатов в замороженном виде, что позволит существенно увеличить географию продаж. С самого начала и до сегодняшнего дня компания «Эколь» остаётся лидером в сегменте «Халяль» и не собирается уступать свои позиции. Компания полна амбиций и ориентирована на активное развитие.



Линия упаковки



МАКСИМ КУДИНОВ: «МЫ ЖДЁМ НОВЫХ КЛИЕНТОВ И НЕ БОИМСЯ СЛОЖНЫХ РАБОТ!»

Продукция ООО «Монтажник-2» находит широкое применение в различных сферах строительства. Вот уже несколько лет компания занимает уверенные позиции в нише строительства и предоставляет только самые современные решения.

Среди клиентов компании можно встретить как небольшие частные предприятия, так и крупные фирмы. На протяжении ряда лет «Монтажник-2» тесно сотрудничает с международным аэропортом Домодедово.

Сегодня мы общаемся с генеральным директором компании Максимом Кудиновым.

– Максим Николаевич, здравствуйте! Ваша компания была основана в 2001 году. Расскажите, с каких позиций вы начинали свою деятельность? Какие события задавали темп развития компании?

– Компанию создал мой отец, Кудинов Николай Сергеевич, работавший ранее в крупной организации «Трест «Авиа-СпецМонтаж» ГА». Именно поэтому часть наших работ была и остаётся связана с аэропортами, аэродромами и вертолётными площадками. Ввиду территориального расположения тесно сотрудничаем с аэропортом Домодедово: реализуем наши преимущества при выполнении заказов по металлоконструкциям пассажирского и грузового терминалов и взлётно-посадочных полос, принимаем участие в строительстве новой ВПП и терминала. Что касается аэродромов и вертолётных площадок, получаем заказы от компаний, работающих по всей России.

– Вы осуществляете изготовление и монтаж металлических конструкций различного уровня сложности, от типовых до индивидуальных проектов, а также по



чертежам заказчика. Сколько человек вовлечено в изготовление индивидуального проекта? Какие задачи и функции на них возложены?

– Количество человек всегда зависит от объёма и сложности конкретного заказа. Работы проводятся в цехе и на территории нашей производственно-технической базы либо на объекте строительства. Основные профессии наших работников – электро-сварщики-станочники по механической обработке металла, а также монтажники МК. Остальные задачи, связанные с обеспечением заказов (проекты, договоры, снабжение и т. д.), находятся в моей компетенции.

– Скажите, почему вы решили связать свою трудовую деятельность именно с этой отраслью? Как долго вам пришлось учиться?

– По образованию моя специальность «инженер-программист» (кафедра кибернетики). После выпуска, уже работая несколько лет по специальности в Росатоме, я знал, что рано или поздно буду продолжать заниматься семейным делом, которое мне больше по нраву, а непрофильное образование этому не препятствует.

– Кто является вашим заказчиком? С какими крупными проектами вы ранее работали?

– Заказчиками производства металлоконструкций являются в основном коммерческие организации разного рода деятельности (авиационная тематика, жилые комплексы, торговые площадки, складские помещения и многое другое).

Что касается авиационных заказов, это конструкции по большому счёту для светосигнального оборудования ИВПП. Также мы занимались производством и монтажом складского оборудования для грузовых терминалов. С 2017 года принимали участие в работах по армированию каркасов дождеприёмных лотков вдоль новой взлётно-посадочной полосы и на перроне в аэропорту Домодедово.

Мы тесно связаны с рядом компаний, работающих в сфере строительства жилых комплексов. Исполняем подрядные работы по устройству конструкций из чёрной и нержавеющей стали (технические двери, ворота, ограждающие конструкции, лестничные перила, марши и иные работы).

Из наиболее крупных проектов – в плане габаритов – были павильоны и целые торговые ряды, которые до сих пор используются на территории городского округа Домодедово.

– Какой цикл проходит продукция на вашем предприятии? Есть ли у вас собственный цех?

– Наша производственно-техническая база находится в аренде с 2001 года и расположена территориально рядом с аэропортом Домодедово. Техническое оснащение производственных мощностей – это кузнечно-прессовое, токарно-фрезерное оборудование, станки для раскроя и механической обработки листовой и сортаментной стали (гильотины, ленточные пилы и т. д.), сварочные посты и полуавтоматы, отдельная покрасочная зона и многое другое. Нередко приходится кооперироваться с другими производствами, например – горячего и гальванического цинкования. Так и проходит полный цикл изготовления продукции.

– Вы уверенно занимаете высокие позиции на рынке. Расскажите, в чём заключаются ваши конкурентные преимущества?

– Отсутствие лишних людей и постоянный контроль над производством, что позволяет соблюдать плотный график и качественно выполнять заказы в установленные сроки, а также умение себя зарекомендовать и поддерживать взаимоотношения с заказчиками – вот наши конкурентные преимущества.







– Скажите, а бывают ситуации, когда вам не хватает рабочей силы? Как вы решаете такую проблему?

– Всё зависит от количества заказов. В строительный сезон нередко приходится размещать объявления с вакансиями в местных газетах или в интернете, а также обращаться в кадровые агентства. Но в зимний период, как правило, большое количество сотрудников нам не требуется. Есть постоянный костяк, и есть люди, которых приходится привлекать. Но мы стремимся постоянно увеличивать производство.

– Существуют ли определённые стандарты работы в вашей сфере? С какими сложностями вам приходится сталкиваться?

– По большей части наша продукция не подлежит обязательной сертификации, достаточно сертификатов на используемый материал. За исключением противопожарных дверей, для производства которых проходили испытания и оформляли соответствующий сертификат. Проблемы с получением таких документов могут возникнуть, например, если это новый и срочный заказ, который нам вполне под силу, а получение сертификата занимает много времени.

– Какие планы вы ставите перед собой на будущее? Насколько собираетесь расширить ареал своего присутствия?

– В планах, конечно же, увеличение объёма заказов (путём развития и продвижения сайта, соцсетей и другой рекламы), усовершенствование оборудования на производстве и, возможно, выход на частных клиентов как дополнительных заказчиков. Также, что не менее важно, уход от аренды.



www.montagnik-2.ru
E-mail: montagnik-2@mail.ru

АЛИЗАМАН РАГИМОВ:

«МЫ СТРОИМ ГОРОД!»



Долгое время строительство остаётся не только одной из самых важных отраслей экономики, но и важной сферой в градостроительстве и благоустройстве городов. Дома, объекты социального значения – необходимость каждого населённого пункта. Сегодня мы общаемся с Ализаманом Рагимовым, генеральным директором компании «Гюнай», которая построила более 30 жилых и коммерческих объектов в городском округе Домодедово.

– До основания компании «Гюнай» вы работали на Домодедовском заводе по производству огнеупорных материалов. Скажите, почему решили начать свой собственный бизнес в сфере строительства? С чем это связано?

– До распада Советского Союза я действительно несколько лет работал на огнеупорном заводе, который находился за железнодорожной линией. Это один из старейших заводов городского округа Домодедово. В своё время он был филиалом подольского завода, а позже стал самостоятельным предприятием. На моих глазах завод, который производил трубы для военной промышленности и другую, в том числе уникальную, продукцию, стал разваливаться, оказавшись никому не нужным. Тогда в 1992 году я организовал

частное предприятие. Вначале это было ЧП (частное предприятие). Постепенно юридические названия менялись: ТОО, ТОО, теперь ООО. Я пробовал себя в различных сферах деятельности, занимался и инвестициями. В своё время вместе с близкими по духу людьми мы участвовали в инвестировании жилых домов сначала в Ленинском районе, затем в Домодедово. Набирались опыта в этой работе и думали, как расширить сферу своей деятельности: не только участвовать в инвестировании, но и развивать собственный строительный бизнес и выступать в роли генерального подрядчика, застройщика, заказчика. А микрорайон Северный стал одним из первых в нашем начинании, такой стартовой площадкой строительной фирмы «Гюнай».

– Пандемия коронавируса и режим самоизоляции оставили неизгладимый след на работе многих предприятий. Несмотря на то, что первым этапом послабления режима самоизоляции стал выход на производственные мощности работников в строительной сфере, более месяца строительство всех социальных и жилых объектов было заморожено. Как время простоя скажется на строительстве?

– Для нашей компании время простоя было временем испытания на прочность, в первую очередь – собственных производственных и человеческих ресурсов. Ведь на различных этапах развития компании мы всегда ставим на первое место социальную защищённость наших сотрудников. И как правило, получаем

взамен большую самоотдачу. Только вместе мы сможем выстоять перед испытаниями.

– Многие граждане нашего региона, да и всей страны в целом, претерпели существенные изменения в вопросе трудоустройства и обеспечения благосостояния своих семей. Многие семьи уже не готовы брать ипотеку в ближайшее время, до становления экономической системы в стране. Скажите, как такие настроения и экономическое положение отразятся на секторе ипотеки? Может ли ваша компания предложить особые условия?

– Сегодня любое вмешательство в бизнес извне, будь оно административное или стихийное, сразу же влечёт за собой целый ряд экономических последствий. Для своих клиентов мы всегда стараемся подбирать наиболее комфортные условия покупки. Да и к каждому относимся индивидуально. Все наши клиенты – это, прежде всего, люди со своими особенностями, потребностями и ожиданиями.

– Вы работаете по программе комплексного освоения территорий, в ос-



нову которого входит строительство объектов социального значения, а также дорог. Скажите, какие плюсы и минусы данного вектора существуют? Ведь вам приходится не только строить, но и планировать остальные значимые объекты

с учётом современных стандартов комфорта, доступности и благоустройства территории...

– Наш подход к комплексному освоению территорий позволяет предусмотреть и заблаговременно рассчитать все



возможные благоприятные и неблагоприятные факторы, которые могут возникнуть в процессе эксплуатации застраиваемой территории и размещённых на ней объектов. При разработке проектов строительства микрорайонов мы в первую очередь учитываем возможности и необходимость обеспечения жителей на долговременной основе условиями комфортного проживания: рабочие места, школьное и дошкольное образование, отдых, бытовые условия, медицинское обеспечение, транспортная доступность и т. д.

Чисто с экономической точки зрения преимущество комплексной застройки против точечной состоит ещё и в том, что позволяет на отведённой территории максимально сконцентрировать ресурсы предприятия и существенно экономить на организационных мероприятиях по освоению территории, энергетических ресурсах, затратах по возведению временных зданий и сооружений. Намного проще решаются вопросы привлечения, размещения и перевозки работников, занятых на строительстве объекта. В любом случае ор-

ганизация работ на единой площадке даётся легче, проще и дешевле во всех отношениях.

Реализация наших проектов по времени и объёму требует значительных ресурсов. Собрать их воедино в необходимых объёмах и в установленные сроки – непростая задача. В этом и есть основная проблема, а в остальном – это дело техники. В настоящее время предприятие целиком не перешло на новую систему финансирования строек и в основном объёме всё происходит по старому методу, по договорам долевого участия. А по системе «эскроу» процесс финансирования ещё не запущен, что, безусловно, сказывается на результатах работы. В то же время организационные и технические ресурсы есть в достаточном количестве, а работа сама по себе нас не пугает.

Не могу не затронуть фактор потребительского рэкета. Дело дошло до того, что уже на стадии начала работ по строительству жилого дома находятся люди из числа «блуждающих – специализирующихся» юристов, которые целенаправленно агитируют дольщиков, желающих (а поче-

му бы и нет, если законом предусмотрено) получить кругленькую сумму неустоек за несвоевременный ввод объекта в эксплуатацию. И в ожидании сбоя строителей (в условиях нестабильного финансирования и систематического роста цен на исходные материалы и услуги при наших фиксированных ценах) они довольно потирают руки в предчувствии халявной доходной части. Далее следуют судебные иски и решения не в пользу строителей.

Следовало бы законодательно ограничить величину штрафных санкций за несвоевременный ввод объектов в эксплуатацию – не более 5% от стоимости по договору. Сложившаяся практика в этом направлении ничего кроме разорения предприятий строительного сектора не дала и не даст.

– Сейчас очень модно привлекать к работе над проектами крупных архитекторов международного уровня. А как вы относитесь к российским зодчим, у них есть сегодня потенциал? Готовы ли вы привлекать к проектам архитекторов из России?





– Можно или нет привлекать к работе над проектами крупных архитекторов международного уровня зависит от вкуса застройщика и конечных целей проекта. Не следует забывать о том, что мы работаем над решением простых социальных задач, в первую очередь это решение насущных житейских проблем населения в совокупности с социальной инфраструктурой. И для решения этих вопросов у нас имеются в достаточном количестве собственные, международного уровня специалисты, способные решать задачи по проектированию объектов на высочайшем уровне и с учётом современных потребностей и возможностей населения. Моё предприятие не ведёт проектирование и строительство сооружений дворцового характера, а потому наши зодчие с успехом справляются со своими обязанностями, да и привлекать иностранных специалистов не патриотично. И с чего вдруг вы решили, что иностранное – это самое лучшее, что иностранцы лучше, чем

наши отечественные специалисты? Следует прекращать самобичевание и помнить о том, что ничего нового и хорошего иностранцы нам уже не предложат.

– Ваш прогноз: каким будет рынок жилья в ближайшие пять лет, что будет с ценами? Чем будут конкурировать застройщики?

– В ближайшие пять лет рынок жилья будет развиваться в незначительных показателях, и это связано, прежде всего, с состоянием экономики в целом. Потребность в жилье существует на довольно высоком уровне, но покупательная способность населения низкая и без вмешательства государства в этот процесс существенных сдвигов не получится. Ипотечное кредитование – хорошее решение, но процент по нему ещё довольно значительный и простому труженику такая услуга не по карману. Нужно исходить из показателя максимум 3% годовых, недостающую банковскую маржу государство

должно взять на себя. В этом случае строительная индустрия заработает с большей отдачей, с большим наращиванием объёмов строительства и большими налоговыми отчислениями в бюджеты разных уровней. Что же касается цен на жильё, то они будут расти. И определяются они внутренними инфляционными процессами. Постоянное удорожание энергоресурсов и, как следствие, повышение цен на исходные материалы и услуги в сфере строительства.

Застройщики будут конкурировать между собой качеством предлагаемых услуг, включающих в себя планировочные решения квартир, состав и качество выполняемых работ и исходных материалов, территориальное размещение микрорайонов, их планировочные и компоновочные решения, транспортную доступность, энергообеспечение, ценовую политику и т. д. Всё сказанное в совокупности и будет определять конкурентную среду среди застройщиков.

ЭКОЛОГИЧНЫЙ БИЗНЕС: ПОДВЕДЕНЫ ИТОГИ ПРЕМИИ **ECO BEST AWARD 2020**

17 июля состоялось официальное объявление итогов IV премии ECO BEST AWARD, независимой общественной награды, вручаемой российским и международным компаниям за лучшие продукты и практики в области экологии, энерго- и ресурсосбережения.



Соблюдение экологических стандартов особо важно для компаний, чья деятельность связана с активным потреблением природных ресурсов. Проблема сохранения окружающей среды уже давно является остросоциальной проблемой, требующей внимания как обычных граждан, так и организаций, обладающих ресурсами для её устранения. В этом году экспертным советом премии были отмечены компании, которые вносят неоспоримый вклад в развитие осознанного потребления благодаря реализации социальных инициатив и внедрению эффективных экосистем: МТС, Дирекция скоростного сообщения – филиал ОАО «РЖД», ГК «ЭКО ЦЕНТР», МИА «Россия сегодня», Nord Stream 2 AG, СУЭК-Красноярск, сеть магазинов Fix Price.

Минимизация экологического следа является отличным показателем развития ответственного бизнеса. «Greenway выступает за сохранение природы: восстанавливает леса, уничтоженные пожарами, принимает на переработку собственные товары, давая им вторую жизнь, и заботится о животных. Мы создаём не просто товары для жизни, а настоящую экопродукцию для осознанного потре-

бления. С 2020 года компания оказывает постоянную финансовую поддержку АНО «Научно-экологический центр спасения дельфинов «Дельфа», – рассказывает об успехах компании в области экологии генеральный директор Greenway Светлана Семенова.

Общими усилиями эоактивистов и социально ответственных компаний число последователей eco-friendly образа жизни растёт из года в год: тренд на экологичность заставляет потребителя задуматься не только о том, из чего создан продукт, но и что с ним будет после использования. Удовлетворение спроса этого взыскательного потребителя – приоритетная задача прогрессивного ритейла. Конечно, ещё далеко не все B2C-компании осоз-

нали новую реальность, но число тех, кто это понимает и идёт навстречу клиенту, увеличивается во всех сегментах – от масс-маркета до премиальных брендов. Лучшими в этом, по мнению экспертов премии, стали «Гринкосметик Групп», Greenway, Organic Kitchen, Faberlic, Essity (TM Tork), Greenworks, «НЕОЛаб», TM GREEN LOVE, «Мирра-М», СПП «Юг», Мастерская Олеси Мустаевой.

«Мы очень рады, что жюри ECO BEST AWARD отметили линейку Tork Xpressnap в номинации «Продукт года». Сегодня это одна из самых экологичных систем для салфеток на рынке, которая позволяет минимизировать количество отходов. Забота о природе – один из приоритетов компании Essity, и мы делаем всё, чтобы

ОБЩИМИ УСИЛИЯМИ ЭКОАКТИВИСТОВ И СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ ЧИСЛО ПОСЛЕДОВАТЕЛЕЙ ECO-FRIENDLY ОБРАЗА ЖИЗНИ РАСТЁТ ИЗ ГОДА В ГОД: ТРЕНД НА ЭКОЛОГИЧНОСТЬ ЗАСТАВЛЯЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ ЗАДУМАТЬСЯ НЕ ТОЛЬКО О ТОМ, ИЗ ЧЕГО СОЗДАН ПРОДУКТ, НО И ЧТО С НИМ БУДЕТ ПОСЛЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.

наша продукция соответствовала самым высоким экологическим стандартам», – комментирует успех Максим Барков, коммерческий директор профессионального ассортимента Tork компании Essity.

Екатерина Лобасова, бренд-директор отдела «Бытовая химия» компании Faberlic, рассказала о новом бренде бытовой химии: «Мы благодарим жюри премии ECO BEST за высокую оценку продуктов линии Home Gnome Greenly. Home Gnome Greenly – это не только эффективные, но и экологичные средства. В рамках этой серии мы используем подлежащую переработке упаковку, которая частично состоит из вторичных материалов. Мы рады, что наши клиенты поддерживают компанию Faberlic в общем деле – заботе об окружающей среде!»

В этом году итоги премии были подведены в вынужденном заочном формате:

организаторам пришлось отказаться от ставшего уже традиционным фестиваля ECO LIFE FEST. «Такое решение далось нам нелегко, однако здоровье каждого из наших гостей – превыше всего. Мы надеемся, что в следующем году эпидемиологическая обстановка позволит нам вернуться к привычному формату, и мы с новыми силами при поддержке наших партнёров организуем самый масштабный в нашей истории фестиваль, вовлекая ещё больше небезразличных граждан в дело сохранения природы», – поделилась планами на будущее директор премии Елена Хомутова.

В состав экспертного совета премии входят представители государственных органов власти и экспертного сообщества. Премия проводится при экспертной поддержке Всероссийского общества охраны природы, FSC России, Департамента

здравоохранения г. Москвы, Московского энергетического института и Российского Зелёного креста. Организатор – Фонд «Социальные проекты и программы».

Премия проводится при информационной поддержке журналов «Профиль», «Эксперт», «Устойчивый бизнес», «Стратегия», «Национальный банковский журнал», «Наука и жизнь», Russian Business Guide, «Работница», «Справочник эколога», «ЭкоГрад», «Аналитический банковский журнал», «РУБЕЖ», газеты «Наша версия», порталов «Гарант», Recycle, «Бизнес и общество», «Финам», «Заповедная Россия», «Агентство независимой журналистики», «Ева.ру», «Утро.ру», Promportal.su, «Арктика», Stoneforest, teleprogramma.pro, iXBT, Elec.ru, Organic Woman, The Dairy News, «Политика сегодня», телеканала «Про Бизнес».

Пресс-служба ECO BEST AWARD



ЗАО «Концерн «АЙСРООС»

КОМПЛЕКСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



- СДАЧА В АРЕНДУ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДЕЙ В ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ ДОМОДЕДОВО
- РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ НА СИТИБОРДАХ И БИЛБОРДАХ
- РАЗВИТИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Тел.: +7 (495) 723-10-76

E-mail: info@iceroos.ru

www.iceroos.ru