

Бизнес

Диалог

business dialog media

Медиа

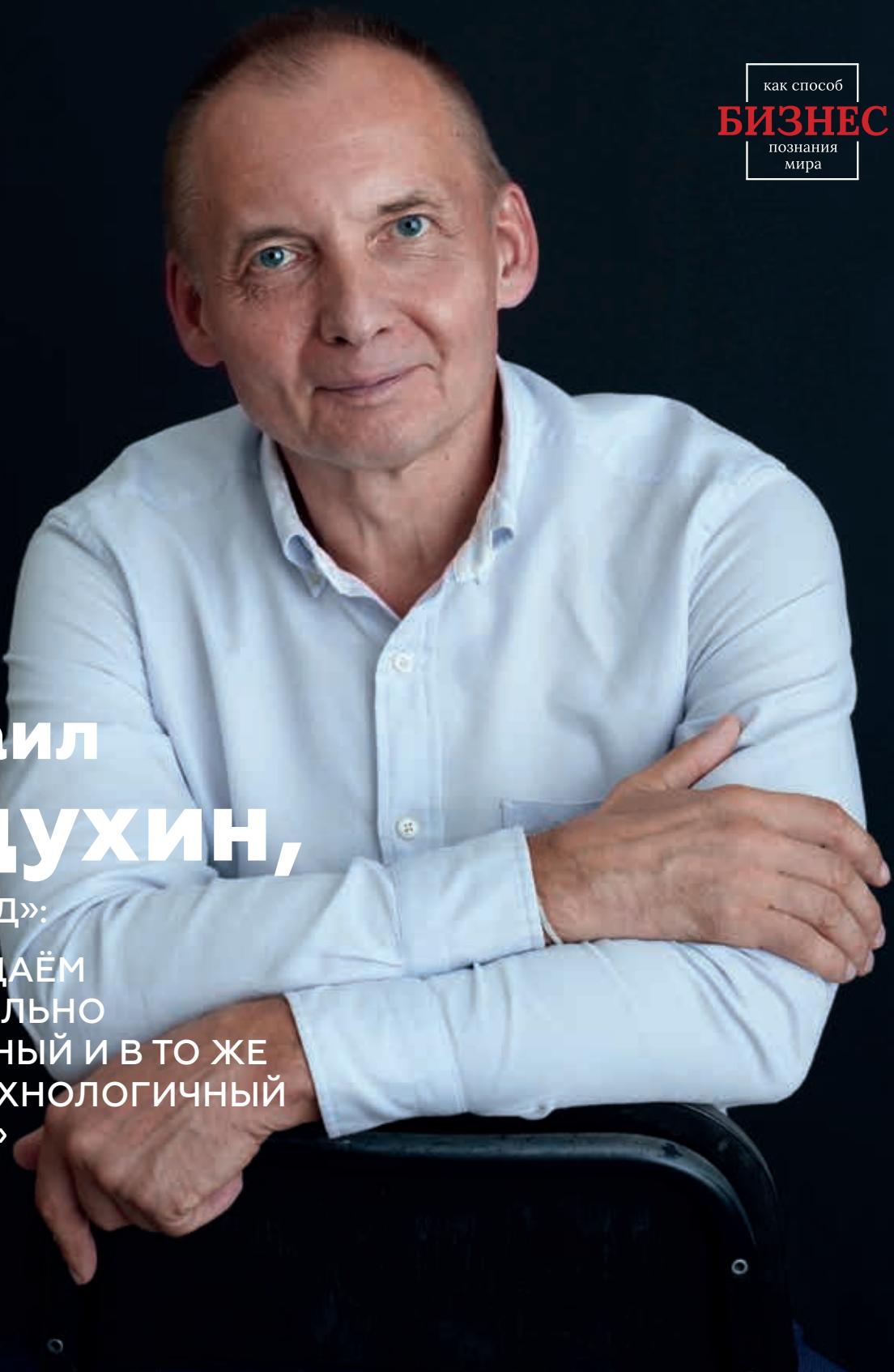
№ 4 /104 ноябрь 2025

как способ
БИЗНЕС
познания
мира

Михаил Бодухин,

«ФОРТФУД»:

«МЫ СОЗДАЁМ
МАКСИМАЛЬНО
БЕЗОПАСНЫЙ И В ТО ЖЕ
ВРЕМЯ ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ
ПРОДУКТ»





КУЛЬТУРНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР В ОДИНЦОВО

Московская область,
Одинцовский район,
Б.Вяземы, Можайское шоссе 2а

+7 968 005 9035

info@volinexpo.ru



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 Винокуров

Главный редактор: Мария Сергеевна Суворовская

Заместитель директора по коммерческим вопросам: Ирина Длугач

Дирекция развития и PR: Ольга Иванова

Дизайн/вёрстка: Елена Кислицына

Фото: Эдуард Целуйко

В выпуске использованы фото: <https://riamo.ru/news/obschestvo/glava-balashih-dal-start-zabegu-v-chest-drnia-narodnogo-edinstva/>; <https://balashika.ru/article/predsedatel-mosobldumy-posetil-kompaniyu-gravis-v-balashike-723616>; <https://mits.mosreg.ru/sobytiya/novosti-ministerstva/28-03-2022-14-47-46-novyj-nfts-otkryt-v-balashikhe>; <https://tramplinsport.ru/info/vidy-iskusstvennyh-pokryty-dlya-tennisnyh-kortov>; <https://balashika.ru/article/deputat-soveta-deputatov-gorodskogo-okruga-balashika-sergej-schuklin-provel-vstrechu-s-zhitelyami-mikrorajona-savino-723261>; <https://gdnk.com/uwB8Hfz>; <https://ozmo.ru/article/den-narodnogo-edinstva-otmetili-v-orehovo-zuevskom-okruge-721644>; <https://mgkh.mosreg.ru/sobytiya/fotogalerii/lucii-po-professii-2025-v-sostizaniu-nominaci-lucii-ekskavatorshik>; <https://ozmo.ru/article/orехово-zuevskij-okrug-stal-ploschadkoj-dlya-provedenija-konkursa-luchshij-po-professii-721116>; <https://gdnk.com/JyVY7Bh0>; <https://ozmo.ru/article/demikhovskij-elektropozd-ep3-perevez-milliardnogo-passažira-na-seti-rzhd-v-2025-godu-722628>; <https://opmosreg.ru/novosti/munitsipalnye-novosti/bogorodskij-g-o/prazdnichnaya-programma-kultura-narodov-rossii/>; <https://xn--e1aasob4fxn-p1ai/novosti/v-cheboksarskikh-pryobodnyat-mosobldumy>; <https://regions.ru/nognis/daily/mesto-kotoroe-izmenit-yash-vecher-pochemu-v-skvere-in-karla-marksa-teper-ne-protolknutsya>; <https://gdnk.com/U6snDjX5>

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР».

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

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы.

Мнение авторов не обязательно совпадать с мнением редакции. Перепечатка материалов и их использование в любой форме допускаются 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. Регистрационный номер средства массовой информации ПИ № ФС77-65967 от 6 июня 2016 года.

Адрес редакции и издателя: 143966, Московская область, г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23; e-mail: mail@b-d-m.ru

Тел.: +7 (495) 528-17-35

Бизнес-Диалог Медиа №4/104 ноябрь 2025 г.

Подписано в печать: 05.11.2025 г.

Дата выхода в свет: 12.11.2025 г., тираж – 10 000 экземпляров. Цена свободная.

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 ООО «Бизнес-Диалог Медиа» смотрите по адресу:
<http://www.rbgmedia.ru/>

Тарифы на оказание рекламных услуг в журнале:

		Размещение на первой обложке +	
1 полоса внутри журнала	72 000 рублей	6 полос внутри журнала	от 470 000 рублей.
2 полосы (1 разворот)	140 000 рублей	2-я полоса обложки	70 500 рублей
4 полосы (2 разворота)	210 000 рублей	3-я полоса обложки	66 500 рублей
6 полос (3 разворота)	280 000 рублей	4-я полоса обложки	79 500 рублей.

«Бизнес-Диалог Медиа» выступал информационным партнёром:

«ВОЛИН-ФЕСТ – 2024», «Развитие электротранспорта в России», бизнес-мероприятия сообщества BRUSNIKA BUSINESS, Первый подмосковный бизнес-клуб, межмуниципальный межотраслевой бизнес-форум «Путеводитель по бизнесу Московской области», Фестиваль рабочих профессий в автомобилестроении – 2024, форум предпринимателей «Бизнес-ReStart – 2023», «Мой бизнес. Время возможностей для самозанятых», форум «Мама-предприниматель», форумы и мероприятия Союза «Содействие женскому предпринимательству», деловые мероприятия Ассоциации «РАСТО».

«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, об управлении технologиях, календарь деловых событий, коллекцию идей из разных отраслей для желающих заняться новым бизнесом или развить существующий. «Бизнес-Диалог Медиа» привлекает товары и услуги отечественных компаний, фирм и предприятий. Редакция приглашает читателей к информационному взаимодействию, а представителей бизнеса – к взаимовыгодному сотрудничеству.

СОДЕРЖАНИЕ

2 НОВОСТИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА БАЛАШИХА

4 НОВОСТИ ОРЕХОВО-ЗУЕВСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА

6 НОВОСТИ БОГОРОДСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА

**8 АНАТОЛИЙ ШЕСТАКОВ:
«БАЛАШИХА – ТЕРРИТОРИЯ БИЗНЕСА»**

12 МАРГАРИТА СМИРНОВА, ВОСТОЧНАЯ ТПП: «НАША СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА – ПРИВЛЕЧЕНИЕ БИЗНЕСА В РЕГИОН»

16 НОГИНСКАЯ ТПП: КАЛЕЙДОСКОП СОБЫТИЙ

**20 МИХАИЛ БОДУХИН, «ФОРТФУД»:
«МЫ СОЗДАЁМ МАКСИМАЛЬНО БЕЗОПАСНЫЙ И В ТО ЖЕ ВРЕМЯ ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ ПРОДУКТ»**

26 ЕЛЕНА ИЩЕЕВА: ОТ КАЛУГИ ДО ВЕТЛУГИ

28 ФОРМУЛА СТОЙКОСТИ: КАК «РЕТИНОИДЫ» 35 ЛЕТ СОЗДАЮТ ЛЕГЕНДУ РОССИЙСКОЙ ФАРМАЦЕВТИКИ

**32 АЛЕКСАНДР КОХ, «НПО ЭНЕРГОСИСТЕМА»:
«У МЕНЯ В ЗАПАСЕ ХОД ФЕРЗЁМ!»**

**38 «КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ»:
ПРОМЫШЛЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ – СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЖИЗНЕННАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ РОССИИ**

**42 СЕРГЕЙ СКРЯБИКОВ, L-SYSTEMS:
«ЗА НАШИМ ИМЕНЕМ УЖЕ СЕГОДНЯ СТОЯТ РЕАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ И РЕПУТАЦИЯ НАДЁЖНОГО ПАРТНЁРА, А ЧЕРЕЗ 5 ЛЕТ ОНИ ПОМНОЖАТСЯ НА ПЯТЬ!»**

46 БИЗНЕС НА ВЫСОТЕ: «ПОДЪЁМ ГРУПП» ПОВЫШАЕТ СТАНДАРТЫ В КРАНОВОЙ ИНДУСТРИИ

СЕРГЕЙ ЮРОВ ДАЛ СТАРТ ЗАБЕГУ В ЧЕСТЬ ДНЯ НАРОДНОГО ЕДИНСТВА



Забег проекта «5 вёрст Пестовский», приуроченный ко Дню народного единства, прошёл в Балашихе. В мероприятии приняли участие глава городского округа Сергей Юров, заместитель главы Михаил Объедков, начальник Управления по физической культуре, спорту и работе с молодёжью Никита Тарасевич, депутаты Со-

вета депутатов Балашихи, а также более 150 жителей города.

Глава Сергей Юров выступил с приветственным словом, поздравил участников с наступающим праздником и дал старт забегу.

«У вас замечательная атмосфера и отличная организация. Движение «5 вёрст Пестовский» – яркий пример того, как жители сами создают спортивные традиции. Мы со своей стороны продолжаем развивать инфраструктуру: в этом году начинаем реконструкцию стадионов «Керамик» и «Строитель». Спорт объединяет, делает нас сильнее и здоровее. Поздравляю всех с Днём народного единства!» – сказал Сергей Юров.

Участники преодолели дистанцию 5 километров по маршруту в Пестовском парке, который включал четыре круга: один

лесной, два городских и снова лесной. Каждый выбирал свой темп: кто-то бежал, а кто-то проходил дистанцию пешком. Среднее время прохождения трассы составило около 30 минут.

«Наши забеги проходят еженедельно, круглый год. Сегодняшний старт особый – мы посвятили его Дню народного единства. Всем финишировавшим вручаем праздничные токены с изображением Минина и Пожарского», – рассказал организатор забега Дмитрий Малов.

Проект «5 вёрст Пестовский» основали в Балашихе в 2022 году, с тех пор он стал популярной площадкой для регулярных любительских пробежек, в которых уже приняли участие более 2 тысяч атлетов-любителей.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ МОСОБЛДУМЫ ИГОРЬ БРЫНЦАЛОВ И ГЛАВА ГОРОДСКОГО ОКРУГА БАЛАШИХА СЕРГЕЙ ЮРОВ ПОСЕТИЛИ КОМПАНИЮ «ГРАВИС»

«Это уникальное предприятие с точки зрения его продвижения на российском рынке. Их деятельность способствует импортозамещению, коллектив нацелен на результат. Применение новых современных технологий позволяет сделать колossalный рывок вперёд», – поделился Игорь Брынцалов.

Во время встречи председателю Мособлдумы и главе Балашихи показали основные цеха, линии производства, рассказали о технологических процессах и о том, где применяются материалы компании.

ООО «Компания «Гравис» производит металлокомпозитные панели. Их используют для облицовки фасадов, отделки

интерьеров и изготовления рекламных конструкций. Кроме производства, компания предлагает услуги резки, вальцовки и фрезеровки, изготавливает фасадные кассеты и детали на заказ. Для покрытий применяются современные технологии окрашивания и нанесения изображений – это обеспечивает прочность и красивый внешний вид.

Материалы компании «Гравис» использовали при строительстве и отделке многих объектов. Среди них – «Арена Омск», торговый комплекс «Европолис», станция метро «Нижегородская», Дворец спорта в Евпатории, Московский театр иллюзии и жилой комплекс «Эталон-сити».



РАСШИРЕННУЮ ЗОНУ ЦИФРОВОГО МФЦ ОТКРЫЛИ В БАЛАШИХЕ

Дополнительная зона удалённого доступа к Региональному порталу государственных и муниципальных услуг открылась в центральном офисе МФЦ городского округа Балашиха. В ней расположились 18 дополнительных мест, где жители смогут воспользоваться электронными услугами.



Новая зона размещена в отдельном помещении. Она оснащена современной оргтехникой, мебелью как для рабочих мест, так и для зоны ожидания. Для соз-

дания благоприятных условий предусмотрены освещение и кондиционирование отдельных зон. В рамках государственной программы «Безопасный регион» установлена камера видеонаблюдения.

«Это знаковое событие для жителей нашего округа – появление расширенной цифровой зоны способствует улучшению качества оказания услуг гражданам. Сегодня жители, прия в МФЦ, могут подать заявление в электронном виде или воспользоваться помощью специалиста при необходимости», – сказал председатель Совета депутатов Балашихи Геннадий Попов.

В новой зоне электронных услуг в соответствии с государственной программой «Доступная среда» оборудованы два рабочих стола для людей с ограниченными возможностями здоровья. Они приспособо-

блены в том числе для маломобильных посетителей, использующих специальные средства передвижения.

«Теперь мы можем предложить нашим жителям комфортную, благоустроенную зону для предоставления услуг в электронном виде. Очень многим людям нужно оформить услугу самостоятельно, но они не могут сделать это дома. Они могут прийти в МФЦ, у нас есть сканеры и новые компьютеры, и жители могут ими воспользоваться», – сказала директор МФЦ Балашихи Наталья Дубовицкая.

На втором этаже размещены ещё два смарт-места, оснащённые современными двусторонними компьютерами. Это даёт возможность консультанту одновременно обслуживать двух посетителей, повышая эффективность работы.

ПЛАНЫ ПО БЛАГОУСТРОЙСТВУ ГОРЕНСКОГО ЛЕСОПАРКА ОБСУДИЛИ С ЖИТЕЛЯМИ

Очередная встреча с жителями, посвящённая обсуждению планов благоустройства Горенского лесопарка, прошла в школе № 33 микрорайона Янтарный 6 ноября. В ней приняла участие начальник Управления благоустройства администрации городского округа Юлия Левковская.

В процессе диалога жители предложили ряд идей, которые будут учтены в концепции благоустройства. Также участники встречи получили ответы на интересующие их вопросы.

«Нам важно видеть отклик людей из каждого микрорайона, такие совместные встречи помогают выработать правильное решение. Одни хотят, чтобы расчистили лес от валежника, убрали сухие и поваленные деревья, сделали дорожки, освещение, детские и спортивные площадки, предусмотрели систему безопасности, разместили лавочки и контейнеры для мусора. Других интересует благоустройство старых спортивных площадок, существующей тропиночной сети и система дальнейшего благоустройства. На все вопросы мы дали разъяснения», – отметила Юлия Левковская.

Во время подобных встреч жителям раздают анкеты, в которых они могут выразить своё мнение и отметить оптимальные для них варианты благоустройства. Приоритетное пожелание горожан – оказать минимальное воздействие на природу при реализации работ.

«Мы с детьми часто катаемся на велосипедах, нам хочется отдыхать рядом с микрорайоном, а не ездить куда-то далеко и уж тем более не пересекать Щёлковское шоссе – это небезопасно. Горенский лесопарк очень большой, он соединяет много микрорайонов Балашихи и Восточный район Москвы. Хочется, чтобы в нём были велодорожки и чистые обустроенные входные группы, которые сейчас замусорены самими же посетителями. Не уверен, что в диком виде природа сохранится лучше», – сказал участник встречи Антон Стадухин.

Подобные встречи позволяют узнать мнение жителей и учесть его при разработке концепции благоустройства.

НОВЫЙ ТЕННИСНЫЙ КОРТ ЗАМЕНИТ СТАРУЮ ПЛОЩАДКУ

Строительство теннисного корта началось в Балашихе. Новый спортивный объект заменит старую площадку у дома № 2 на улице Быковского.

На данном этапе благоустройства ведутся подготовительные работы. На территории проводят демонтаж старого асфальта для создания прочного основания под современные игровые покрытия, а также выполняют расчистку деревьев и кустарников.

«В Балашихе мы последовательно развиваем спортивную инфраструктуру – от крупных стадионов до дворовых

площадок. Теннисный корт на улице Быковского – ещё один шаг в этом направлении. Спасибо всем, кто с вниманием и неравнодушием относится к изменениям в Балашихе, – всё, что делаем, делаем для вас и вместе с вами», – подчеркнул глава городского округа Балашиха Сергей Юрлов.

После завершения благоустройства в Балашихе появится современная, безопасная и бесплатная площадка для занятий теннисом, где смогут тренироваться и профессионалы, и любители.



ЗАВЕРШАЕТСЯ БЛАГОУСТРОЙСТВО ТЕРРИТОРИИ У ДК «САВВИНО»

Депутат Совета депутатов городского округа Балашиха Сергей Щукин осмотрел обновлённую территорию вместе с активными жителями микрорайона Саввино.

По многочисленным обращениям и желаниям местных жителей на территории

провели благоустройство в рамках Народной программы партии «Единая Россия». В ходе работ заасфальтировали дорожки, уложили тротуарную плитку, обустроили газоны, смонтировали систему видеонаблюдения для обеспечения безопасности.

В ближайшее время планируется завершить работы по организации уличного освещения. Это позволит сделать пространство комфортным и безопасным для прогулок в вечернее время.

Сергей Щукин подчеркнул значимость постоянного диалога с горожанами. В ходе встречи основное внимание уделили вопросам детской безопасности вблизи школы – местные жители выступили с инициативой сделать приподнятый тротуар, чтобы обезопасить пешеходов.

«Возьмём данное обращение в работу и в кратчайшие сроки устраним недочёты. Мы получаем множество обращений от жителей и оперативно включаем их в работу для последующего решения», – сказал Сергей Щукин.

Представители администрации регулярно проводят обходы территорий и встречи с жителями, чтобы напрямую от них услышать обращения, предложения и лично ответить на вопросы.



В ОРЕХОВО-ЗУЕВСКОМ ОКРУГЕ ПРОШЛА ВСТРЕЧА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ВОСТОЧНОГО ПОДМОСКОВЬЯ

Встреча с предпринимателями состоялась на Ликинском автобусном заводе.

«Такие встречи дают возможность общаться напрямую, обмениваться опытом, искать точки роста и реализовывать совместные проекты. Сейчас формула «каждый сам за себя» уже не работает: двигаться вперёд можно только вместе», – отметил глава округа, заместитель секретаря местного отделения партии «Единая Россия» Руслан Заголовацкий.

На площадке ЛиАЗа руководители посмотрели не только организацию производственного процесса, но и обсудили вопросы промышленной кооперации, реализации социальных программ и мер финансовой поддержки от Фонда развития промышленности Московской области.



ДЕНЬ НАРОДНОГО ЕДИНСТВА В ДУЛЁВСКОМ ПАРКЕ

В нашей стране так много культур, традиций и праздников! И это разнообразие увидели гости парка культуры и отдыха «Дулёвский».

Яркие национальные костюмы и акция «Шествие дружбы», где встретились представители народов нашей страны. Большой хоровод «Народ России» и самая притягательная точка – гастропечатление

«Дивновкусно». Каждый гость мог попробовать национальные блюда из разных уголков страны. Глаза разбегались!

День народного единства отметили с размахом. Областное мероприятие «Россия. Родина. Единство» прошло в разных точках округа. И везде праздник встречали по-своему!



ОПРЕДЕЛИЛИ «ЛУЧШИХ ПО ПРОФЕССИИ»



Конкурс «Лучший по профессии» проводится Министерством жилищно-коммунального хозяйства Московской области уже в 24-й раз. В этом году площадкой для его проведения стал Орехово-Зуевский округ. За звание лучших соревновались сварщики и экскаваторщики из 40 ресурсоснабжающих организаций Подмосковья.

На этот раз конкурс прошёл в обновлённом формате – с акцентом на оценке компетенций представителей ключевых специальностей: сварщиков, экскаваторщиков, мастеров аварийно-восстановительных бригад и инженерно-технических работников.

От их профессионализма зависит стабильная работа систем водоснабжения и водоотведения региона. Участников оценивают по ряду критериев: скорость реагиро-

вания, знание нормативной базы, качество и время выполнения работ, умение работать с техникой и инструментом. Всё максимально приближено к реальным условиям.

По каждой номинации будут определены три победителя. В финале они получат призы.

«Вместе с замминистра ЖКХ Московской области Игорем Тимофеевым, генеральным директором Мособлводоканала Владимиром Векленко, начальником

Управления Министерства Московской области, руководителем ЖКХ-центра Региной Бурдуковской и председателем координационного совета Ассоциации председателей советов многоквартирных домов Московской области Олесей Тыщенко пожелали удачи участникам соревнований!» – сообщил глава округа, заместитель секретаря местного отделения партии «Единая Россия» Руслан Заголовацкий.



НАЧАЛАСЬ РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА В СФЕРЕ АГРОТУРИЗМА «NOTA BENE»

Вблизи деревни Елизарово началась реализация проекта в сфере агротуризма «Nota Bene». Уже сегодня здесь можно наблюдать первые результаты: установлены четыре уютных домика для уединённого отдыха на лоне природы, а в местный пруд была выпущена рыба.

В планах у предпринимателей – разведение крупного рогатого скота, создание пасеки и строительство специальных апи-

домиков, где каждый гость сможет наблюдать за процессом создания мёда.

Заместитель главы Орехово-Зуевского округа Ирина Говорова обсудила с предпринимателями важные вопросы, касающиеся проведения культурно-технических работ для введения в оборот неиспользуемых земель и получения необходимых мер поддержки.



В ОРЕХОВО-ЗУЕВЕ ДЛЯ ПЕДАГОГОВ ПРОВЕЛИ ВСТРЕЧУ, ПОСВЯЩЁННУЮ ИСКУССТВЕННОМУ ИНТЕЛЛЕКТУ

Искусственный интеллект стал частью жизни, и дети всё чаще прибегают к использованию нейросетей даже в учёбе. Важно, чтобы педагоги разбирались, как устроены эти инструменты, и могли направлять ребят.

Около 200 участников из 16 округов Подмосковья – представители школ, детских садов и Управления образования области встретились на базе Морозовской школы. Здесь прошла встреча, посвящённая искусенному интеллекту.

Главная цель – показать педагогам доступные и безопасные инструменты, а также продемонстрировать рабочие практики, которые можно применять в школах уже сегодня.

ДЕМИХОВСКИЙ ЭЛЕКТРОПОЕЗД ЭП3Д ПЕРЕВЁЗ МИЛЛИАРДНОГО ПАССАЖИРА НА СЕТИ РЖД В 2025 ГОДУ

Юбилейная поездка произошла 5 ноября на Дальневосточной железной дороге (ДВЖД). Обладательницей счастливого билета стала жительница Якутска Мира Лазарева, прилетевшая в Приморье на отдых. Она приобрела билет на электропоезд ЭП3Д, произведённый на Демиховском машиностроительном заводе (ДМЗ, входит в состав ТМХ).

При посадке в экспресс, следующий по маршруту «Аэропорт Кневичи – Владивосток», Миру Лазареву поздравили руководители ДВЖД и представители правительства края. Ей вручили памятный сертификат, сувениры и годовой абонемент на бесплатный проезд в пригородных поездах. Девушка отметила, что во время визитов во Владивосток регулярно пользуется электричками из-за их удобства и скорости.

Заместитель министра транспорта и дорожного хозяйства Приморского края Сергей Цыбулин рассказал, что обнаружить миллиардного пассажира было просто, благодаря использованию автоматизированной системы продажи билетов. «Это очень важное для нас событие. В регионе рекордными темпами обновляется подвижной состав: только в этом году в край поступило пять новых электричек серии

ЭП3Д. Мы добавили рейсы в аэропорт и обратно – по десять в каждую сторону», – добавил он.

Первые электропоезда ЭП3Д поступили на ДВЖД в 2018 году. На сегодняшний день здесь эксплуатируется 18 составов. Поезда оснащены всем необходимым для комфортных путешествий: в салонах есть эргономичные сидения, USB-зарядки для

мобильных устройств, системы климат-контроля, экологически чистые туалетные комплексы. Также в составах создана безбарьерная среда для пассажиров с инвалидностью.

ЭП3Д – лауреат премии «ПРИОРИТЕТ-2018» в номинации «Транспорт», он входит в список «100 лучших товаров России».



В ЦЕНТРАЛЬНОМ ПАРКЕ ПРОШЛА ПРАЗДНИЧНАЯ ПРОГРАММА, ПРИУРОЧЕННАЯ КО ДНЮ НАРОДНОГО ЕДИНСТВА

Посетителей ждали танцевальный флешмоб, выступления артистов, а также тематические квесты и мастер-классы.



Сотрудница Объединённой дирекции парков Богородского городского округа Анастасия Баженова рассказала, что это один из самых важных праздников для страны, ведь именно в единстве – сила России. Анастасия отметила, что, несмотря на пасмурную погоду, в Центральном парке собралось очень много людей. Для них подготовили обширную программу, где каждый нашёл развлечение по душе. Гости смогли попробовать блюда народов России, выпить чай из настоящего самовара, увидеть национальные костюмы в миниатюре и посетить литературный уголок «Голоса народов России». Также для всех желающих работала тематическая фотозона.

95 ЛЕТ ВМЕСТЕ С ЛЮБИМЫМ ЗРИТЕЛЕМ: ТЕАТР МОСОБЛДРАМЫ ПРИНИМАЕТ ПОЗДРАВЛЕНИЯ С ЮБИЛЕЕМ

За вклад в культурную жизнь Богородского края и всего Подмосковья на сцене наградили артистов, ветеранов Московского областного театра драмы и комедии и тех, кто обычно остаётся за кулисами.

Музыкальный подарок подготовили певцы Богородского округа и эстрадно-духовой оркестр под управлением Александра Дубровского.

Коллектив театра порадовал гостей постановкой, посвящённой долгой 95-летней истории Мособлдрамы.



В НОГИНСКЕ ЗАВЕРШИЛАСЬ РЕКОНСТРУКЦИЯ СКВЕРА КАРЛА МАРКСА



Финальным аккордом стала карта Богородского округа, которую установили на входной перголе – круговом навесе. Теперь появилось ещё одно знаковое место, на фоне которого с удовольствием будут фотографироваться жители Ногинска и гости города.

По мнению посетителей обновлённого сквера, пространство существенно преобразилось, но сохранило свою особую эстетическую атмосферу.



В БОГОРОДСКОМ ОКРУГЕ РАСЧИСТИЛИ 10 ПРУДОВ

В Богородском округе продолжается системная работа по приведению в порядок водных объектов. По результатам мониторинга и обращений жителей в этом году для расчистки были выбраны 10 прудов.

Работы прошли в следующих населённых пунктах: с. Мамонтово; д. Борилово; д. Марьино; д. Аксёно-Бутырки; д. Бабёнки; д. Ново (2 пруда); д. Караваево; г. Электроугли; с. Кудиново.

В рамках муниципального контракта:

- убрана акватория и береговые линии от мусора, включая крупногабаритный;
- удалена водная растительность и прочие препятствия для свободного протока воды;
- проведены сводка кустарника и удаление аварийных деревьев.

«Была создана комиссия, которая проверила состояние объектов. Главный результат: с территорий вывезли и утилизировали свыше 90 тонн отходов», – рассказала заместитель главы Богородского округа Надежда Мылова.

Глава Богородского округа Игорь Сухин предложил создать инициативную группу, которая будет мониторить состояние территории.



СТРОИТЕЛЬНАЯ ГОТОВНОСТЬ ПОЛИКЛИНИКИ В НОГИНСКЕ СОСТАВИЛА БОЛЕЕ 80%

В подмосковном Ногинске Богородского округа на улице 2-я Глуховская продолжается строительство поликлиники на 500 посещений в смену.

Строительная готовность объекта превысила 80%.

Работы ведутся в рамках госпрограммы Московской области «Строительство и капитальный ремонт объектов социальной инфраструктуры» в соответствии с задачами нацпроекта «Продолжительная и активная жизнь».

В настоящий момент на объекте заняты более 300 строителей и 10 единиц техники. Заканчивают фасадные работы и

обустройство входных групп с витражным остеклением. Ведут отделочные работы.

Министр строительного комплекса Московской области Александр Туровский сказал: «Посетил стройплощадку, провёл ход работ. Строительство поликлиники ведётся по утверждённому графику, уже идёт подготовка помещений для монтажа тяжёлого оборудования, сборка лифтов, пуско-наладочные работы всех систем».

Поликлиника общей площадью более 12,8 тысяч квадратных метров будет оснащена современной медицинской техникой и оборудованием. Будет включать отделение для взрослых на 350 посещений

в смену и отделение для детей на 150 посещений в смену. На прилегающей территории появятся парковка, детские игровые площадки, зоны отдыха с тротуарами, а также территорию озеленят кустарниками.

Поликлиника предназначена для оказания амбулаторно-поликлинической медицинской, в том числе первичной врачебной медико-санитарной, помощи взрослому и детскому населению. Численность прикреплённого населения составит более 40 тысяч человек.

Завершить строительство планируется до конца 2025 года.

БОГОРОДСКИЙ ГОРОДСКОЙ ОКРУГ ПРИСОЕДИНИЛСЯ К ПРОЕКТУ ГУБЕРНАТОРА АНДРЕЯ ВОРОБЬЁВА «ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ»

Богородский городской округ присоединился к проекту губернатора Андрея Юрьевича Воробьёва «Промышленный туризм Московской области», в рамках которого проводятся экскурсии на предприятиях для участников СВО и членов их семей.

Цель таких экскурсий – ознакомление с условиями работы на предприятиях окру-

га, имеющихся вакансиях для дальнейшего трудоустройства.

Для участников СВО была организована экскурсия на крупное предприятие ООО «Зенит», оно производит и разрабатывает модели фонарей, лазерных целеуказателей, оружейного тюнинга, коллиматорных и теплови-

зионных прицелов, приборов ночного видения.

Участникам экскурсии рассказали о деятельности предприятия, показали производственные процессы, а также обсудили возможность трудоустройства и прохождении практики на производстве.

БАЛАШИХА – ТЕРРИТОРИЯ БИЗНЕСА, ИНТЕРВЬЮ С АНАТОЛИЕМ ШЕСТАКОВЫМ, ПРЕЗИДЕНТОМ БАЛАШИХИНСКОЙ ТПП

Балашиха – крупнейший по численности населения округ Подмосковья, динамично развивающийся муниципалитет, сочетающий в себе близость к природе, мощный промышленный и научный потенциал, богатую историю и современные решения. В системе 138 торгово-промышленных палат России Балашихинская ТПП занимает особое место, являясь надёжным партнёром и опорой для местного бизнеса. О том, как Палата помогает развиваться предпринимательству в Балашихе, о её уникальных проектах и планах на будущее мы поговорили с Анатолием Владимировичем Шестаковым, президентом Союза «Балашихинская Торгово-промышленная палата», Почётным гражданином городского округа Балашиха.



– Анатолий Владимирович, вы возглавляете Палату с момента её основания. Расскажите, с чего всё начиналось? Что Вас привело к этой работе?

– В бизнес я пришёл в начале 1990-х, занимался торговлей и строительством. Успешно, но со временем стало очевидно: бизнесу нужна постоянная поддержка, организация, которая будет обеспечивать актуальной информацией, защищать интересы и наводить мосты между предпринимателями и властью. Идея создания ТПП в Балашихе возникла спонтанно. Помню, увидел вывеску ТПП России и подумал: «Вот то, что нам нужно!». Созвал руководителей градообразующих предприятий, и мы приняли решение о создании городской Палаты. С тех пор вот уже 28 лет я её возглавляю. Был период, когда я работал председателем Совета депутатов Балашихи, но Палату не бросал. Работа в Совете, кстати, помогла мне лучше понимать город, взаимоотношения бизнеса и власти, возникающие повседневные проблемы.

– Вы – коренной житель Балашихи?

– Нет, я приехал в Балашиху в 1980 году из Москвы, по направлению областного комитета КПСС. Работал в горкоме партии, потом стал первым секретарём, а затем ушёл в бизнес.

– В чём, на ваш взгляд, уникальность Балашихинской ТПП?

– Наша Палата – это динамично развивающаяся организация, которая сочетает в себе 28-летний опыт и современные подходы к работе с бизнесом. Мы оперативно реагируем на изменения экономической политики как на внутреннем, так и на внешних рынках. Мы ориентированы не только на предоставление качественных услуг, но и на создание благоприятной бизнес-среды, на развитие партнёрства с городом и участие в соцпрограммах. Активно выстраиваем горизонтальные связи между предприятиями региона.

Наглядной демонстрацией разносторонних возможностей Палаты стали фестивали бизнеса, посвящённые Дню российского предпринимательства. С каждым годом их программы становятся все более насыщенными. К примеру, программа VIII Фестиваля этого года включала 15 мероприятий, в том числе Форум промышленной кооперации, научно-практическую конференцию, бизнес-тренинги, «Альфа-Конфу», участие в Международном торгово-промышленном конгрессе «Инвестиции. Развитие. Кооперация», Школу начинающего предпринимателя, приём предпринимателей городским прокурором, рабочую встречу с и.о. Уполномоченного по защите предпринимателей в Московской области, деловой завтрак с главой городского округа и спортивные турниры.

– Сколько сейчас участников в Балашихинской ТПП и каков их состав?

– На сегодняшний день у нас 240 членов. Это уровень, скорее, региональной палаты. В составе – все градообразующие предприятия, крупные компании из Москвы и других городов, которые нас знают и ценят нашу работу. Конечно, есть и представители МСП, в том числе занимающиеся промышленным производством, небольшие медицинские центры. Структура Палаты полностью отражает структуру экономики Балашихи.

– Недавно вы провели Форум кооперации. Как он повлиял на развитие ТПП?

– Форум промышленной кооперации, который мы провели в рамках VIII Фестиваля бизнеса, стал знаковым событием. Это была уникальная площадка для диалога между представителями крупного, среднего и малого бизнеса. Благодаря презентациям и работе за отраслевыми столами участники смогли установить реальные кооперационные связи. Предприятия из Подмосковья, Москвы и Рязанской области высоко оценили формат и выразили заинтересованность в его продолжении. Это, безусловно, укрепило авторитет нашей Палаты.

– Как родилась идея проведения Форума кооперации? Расскажите о нём подробнее.

– Идея сама по себе не нова. Подобные форумы и конгрессы проводятся в рамках многих российских ТПП. Мы решили, что сейчас в условиях ограничений в экономике и логистике особенно важно использовать ресурс внутреннего сотрудничества. Форум готовили тщательно, широко освещали подготовку, и коллеги из Реутова, Ногинска, Мытищ, Люберца,

Павловского Посада захотели принять в нём участие. В итоге он стал межмуниципальным. А потом к нам обратилась ТПП Рязанской области. Так получился практически межрегиональный форум. 5 июня в East Gate Hotel собралось почти 90 участников: представители бизнеса, крупных госкорпораций, власти, СМИ. Это был настоящий деловой праздник в рамках Фестиваля бизнеса.

– Одна из задач ТПП – усиление инвестиционной привлекательности территории. Форум промышленной кооперации способствовал этому?

– Безусловно. Форум стал витриной производственного и научного потенциала Балашихи. Участники смогли оценить возможности друг друга для размещения заказов и запуска совместных проектов. Такие мероприятия укрепляют репутацию Балашихи как промышленного инвестиционного центра Подмосковья. Мы планируем и дальше проводить подобные форумы. На этот раз мы правильно организовали презентации компаний, разделив их на группы: промышленники, медцентры и производители медицинских препаратов, предприятия ЖКХ, торговли и общественного питания. Стало очевидно, что в городе много предприятий, выпускающих продукты питания: кофе, сладости, пищевые ингредиенты, хлебобулочные изделия и т.д. Их продукцией заинтересовались промышленные предприятия, что позволило им начать закупать продукты для заводских столовых, экономя на логистике и приобретая качественную продукцию. Сейчас мы анализируем итоги форума, чтобы понять, сколько договоров было заключено и кто с кем начал работать. Но уже сейчас большинство участников говорят: «Давайте проводить такие форумы чаще – это очень полезно!».





– Какие цели и задачи стоят перед ТПП в свете развития современных цифровых технологий?

– Наша ключевая задача – сделать помочь бизнесу оперативной, адресной и технологичной. Мы усиливаем информа-

ционное сопровождение руководителей предприятий по вопросам маркетинга, аналитики и правовой поддержки, активно внедряем цифровые сервисы, такие как CRM-система и инструменты на основе искусственного интеллекта. Для оперативного обмена информацией мы используем соцсети, электронную почту и мессенджеры. Современное оборудование позволяет нам проводить обучение, бизнес-тренинги, семинары и консультации в онлайн-режиме.

– Расскажите о цифровых проектах вашей Палаты.

– Мы планируем активно использовать цифровизацию во всех направлениях деятельности: во взаимодействии с МСП, в сопровождении ВЭД, юридическом консалтинге, экспертизе и профориентации. Рассматриваем возможность создания цифрового портала кооперации, который объединит информацию о запросах и предложениях предприятий, включая МСП. Этот подход мы уже применяем в проектах «Рабочие кадры для предприятий» и «Маркировка товаров и услуг».

– В чём, на ваш взгляд, особенности бизнес-сообщества Балашихи?

– Балашиха – город промышленности и науки, город-новатор. Здесь сосредоточены высокотехнологичные предприятия и НИИ, динамично развиваются МСП, инфраструктура, логистика, медицина и образование. Отличительные черты местного бизнеса – активность, открытость к партнёрству и острое чувство социальной ответственности.

– В Балашихе активно развиваются индустриальные парки. Какую роль ТПП играет в этом процессе?

– ТПП оказывает всестороннюю поддержку и сопровождение резидентам ин-

дустириальных парков «Румянцев», «Лунн», «Демидов», «Милованов» и «Соболиха». Мы видим в них ключевые точки роста для местных и внешних инвесторов, перспективные площадки для развития высокотехнологичных производств и реализации молодёжных бизнес-инициатив.

Шесть лет назад, когда мы впервые посетили территорию, предназначенную для индустриальных парков, это было огромное чистое поле. Управляющая компания только начинала свою работу по подготовке к приёму резидентов. Однако уже через год там появились первые предприятия, а спустя три года это был полноценный промышленный кластер.

Пять парков, расположенных на одной большой территории, стали ответом на потребность в промышленных площадях в густонаселённом округе. Сегодня эти индустриальные парки – серьёзное промышленное пространство, куда переселилось немало московских предприятий.

Мы регулярно встречаемся с резидентами парков, выслушиваем их проблемы и помогаем их решать. Общий объём инвестиций в индустриальные парки в 2024 г. составил более 56 млрд руб., что вдвое превышает городской бюджет. Для нас эти парки – важный резерв для работы и развития Палаты.

– Какую продукцию или услуги можно назвать «лицом Балашихи»?

– В Балашихе нет раскрученного местного товарного бренда, такого как, например, тульский пряник. Однако лицом города стали предприятия, известные в России и за рубежом: Криогенмаш, БЛМЗ, НИИИ, НИТИ им. П.И. Снегирёва, Московский АРЗ ДОСААФ, 345 МЗ, АК «Рубин», Капитал-ПРОК, Коттон Клаб и др. «Лицо» Балашихи – это сочетание традиционной промышленности, науки и современных форм организации бизнеса.

– Насколько активно участники Палаты участвуют в импортозамещении и экспорте продукции? Как вы им помогаете в этом?

– Безусловно, наши компании, как и все российские, столкнулись с необходимостью переориентации на новые рынки после ухода европейских партнёров. Палата с первых дней введения санкций включилась в процесс поддержки и помощи таким компаниям.

Наша главная задача – подбор новой логистики для экспортёров и поиск партнёров в КНР, Турции и на Востоке. Мы находили банки, с которыми можно работать в новых условиях, старались не допустить торможения финансовых цепочек, чтобы экспортёры не теряли деньги и клиентов и продолжали импорт.

За эти годы мы научились эффективно решать эти проблемы. Все нашли свои точки соприкосновения, новую логистику и партнёров.

*«Главный
девиз работы
Балашихинской
ТПП: “Палата
остаётся
связующим
звеном между
властью, бизнесом
и обществом,
местом, где
бизнесу доверяют,
помогают расти
и защищают его
интересы”».*



– Поделитесь ближайшими и перспективными планами, в том числе по развитию цифровых инструментов.

– Мы запускаем цикл отраслевых бизнес-сессий, продолжаем образовательные проекты, расширяем информационное партнёрство и планируем создать электронный справочник бизнес-сообщества Балашихи. Также мы работаем над новым витком кооперации с соседними ТПП. Интересным может стать проект «Бизнес Альянс», в рамках которого предприятия предоставляют скидки на свои товары и услуги членам Палаты.

В планах – создание платформы для делового нетворкинга, цифровой витрины услуг членов Палаты, модуля сбора кооперационных предложений и чат-ботов для информационного сопровождения. Создание цифровой платформы, объединяющей все предложения, станет стимулом для развития коммуникаций и городской кооперации.

Важным свидетельством нашего авторитета в системе торгово-промышленных палат России стала государственная регистрация нашей эмблемы в качестве товарного знака. Всего лишь около десяти палат в стране смогли пройти эту непростую процедуру и удостоились такой высокой оценки. Это позволит поднять статус членов нашего бизнес-сообщества, а также надёжность их деловых сделок, заверенных нами.

Балашихинская ТПП – надёжный проводник для бизнеса в динамично развивающемся городе. Благодаря эффективной работе команды Палата продолжает укреплять позиции Балашихи как одного из ведущих экономических центров Подмосковья.

– Что бы вы хотели пожелать членам своей Палаты?

– Продолжать работать, не терять уверенность. Палата всегда рядом, и к нам в любое время можно обратиться за помощью. За 28 лет мы накопили большой арсенал возможностей. Мы эффективно выстраиваем диалог между бизнесом и властью, у нас прекрасные рабочие отношения с муниципалитетом, регионом и другими властными структурами. Мы предоставляем широкий спектр услуг и мер поддержки бизнеса.

Ещё одна важная функция Палаты – защита бизнеса, и здесь у нас много инструментов: Общественная приёмная в Балашихе уполномоченного по защите прав предпринимателей Московской области, которую я возглавляю, а также мы активно сотрудничаем с контролирующими органами и с прокуратурой, помогая нашим участникам в рамках закона решать самые сложные вопросы и проблемы. Поэтому мы говорим всем нашим членам: «Работайте правильно, уверенно и спокойно!».

МАРГАРИТА СМИРНОВА, ВОСТОЧНАЯ ТПП: «Наша стратегическая задача – привлечение бизнеса в регион»

Восточное Подмосковье, городские округа Орехово-Зуевский и Павлово-Посадский – это родина художественных промыслов: шали и фарфор; родина текстильной и машиностроительной промышленности. Павлово-Посадский городской округ знаменит производством всемирно известных павловопосадских платков и шалей. Орехово-Зуевский городской округ, который во времена Морозовых называли «русским Манчестером», знаменит дулёвским фарфором и шерстяными изделиями «Мех ОРЕТЕКС». Не менее значимы сегодня современные инновационные производства, которыедвигают и развивают местную экономику.

Большинство значимых местных производств собрал под своим крылом Союз «Восточная Торгово-промышленная палата Московской области», работающий здесь с 1996 года. На сегодняшний день Палата объединяет более полутораста коммерческих и некоммерческих организаций, предприятий и индивидуальных предпринимателей Павлово-Посадского и Орехово-Зуевского городских округов.

За три десятилетия деятельности в регионе Восточная ТПП МО стала основным консультационным центром, координатором и объединяющим звеном власти и предпринимателей. О том, с какими достижениями Палата встречает свой юбилейный год и в чём служит поддержкой местному бизнесу, мы расспросили Маргариту Смирнову, председателя Восточной ТПП.



– Маргарита Анатольевна, Восточная ТПП МО объединяет более 150 организаций и предпринимателей. Как вы оцениваете этот показатель: много это или мало по отношению к общему числу бизнеса на территории? Представители какого бизнеса: среднего, мелкого или крупного – составляют основу Палаты, и совпадает ли эта структура с общей структурой бизнеса в округах?

– Уже объединяется 168 организаций, 5% от общего числа субъектов бизнеса, юридических лиц в нашем регионе деятельности (Павлово-Посадский и Орехово-Зуевский городские округа). Это самые активные предприниматели, развивающие регион. Основа Палаты – это представители крупного, среднего и малого бизнеса. Мы придерживаемся политики осознанного членства, поэтому с нами те, кому интересно развиваться самому, быть социально активными и заметными в округах.

– Какие сферы экономики являются ключевыми для Павлово-Посадского и Орехово-Зуевского округов сегодня? Изменились ли приоритеты по сравнению с моментом основания ТПП в 1996 году?

– Основа экономики Орехово-Зуевского городского округа – крупные предприятия машиностроения: ДМЗ, ЛИАЗ, «Стекломаш», КАМПО, «Респиратор», Машиностроительный завод «Тонар»; в Павлово-Посадском округе – это «Гофрокомбинат», «ЭКОлаб», «Элемет», «РТК-Электро М», «ЛСР стеновые», наши текстильные предприятия – это «Рахмановский шёлковый комбинат», «Павлово-Посадский камвольщик», «Павлово-Посадский шёлк», «Мех ОРЕТЕКС».

– В чём уникальность именно вашей Палаты? А бизнес-сообщество, которое она объединяет? Под влиянием каких основных факторов исторически формировалось и продолжает развиваться бизнес-сообщество Восточного Подмосковья?

– Восточная ТПП МО создана в 1996 году. Она оказывает весь спектр услуг, делегированный Палатам. Сегодня Палата выполняет и коммерческие услуги, востребованные бизнесом (оценка, различные виды экспертиз, в том числе судебные). Основа нашей бизнес-среды – это узнаваемость, «местечковость». Когда живёшь и работаешь в небольшом городе, все друг друга знают. Для развития Палаты это большой плюс, так как мы объединены территорией, историей, наследием, общей целью создания благоприятных условий для жизни и бизнеса.

– Какие предприятия, по вашему мнению, являются лицом округа, его визитной



карточкой? Насколько активно они взаимодействуют с ТПП и в каких форматах это происходит?

– ООО «Павлово-Посадский гофрокомбинат», ЗАО КДВ «Павловский Посад», ООО «Ультрадекор», ООО «Международная алюминиевая компания», АО «Элемет», ООО «Парфюм Стиль», АО «ЭКОЛаб», филиал АО «Брынцалов А», ООО «РТК-Электро-М», АО «Экситон», ООО «ЛСР. Стеновые», ОАО «Павлово-Посадский камвольщик», ЗАО «Рахмановский шёлковый комбинат» и ООО «Павлово-Посадский шёлк», ОАО «Павловопосадская платочная мануфактура» – это по Павлово-Посадскому городскому округу.

Флагманы Орехово-Зуевского городского округа – это АО «КАМПО», АО «Демиховский машиностроительный завод», ЛИАЗ, ООО «Акзо Нобель Лакокраска», АО «НПП «Респиратор», ПК «Дулёвский фарфор», ООО «Машиностроительный завод «Тонар», ООО «Метадинеа», АО «Ореховохлеб», ООО «Топ Продукт», ООО «Мех ОРЕТЕКС», ООО «ОЗМК», ООО «Комплексные системы производства», ООО «Полигаль Восток», ООО «ЛЕО», ООО «СВС», группа компаний «Стекломаш», ООО «Ирбис Моторз», ООО «БТ СВАП», Ассоциация «Армия и Бизнес».

Наши округа славятся производителями сыров: КФХ «Янин», ООО «Альдини». Мы живём в уникально красивых местах, и развитие сельского туризма у нас в приоритете. КФХ «Унасфера», ИП Беринов А.С., ИП Кузин А.И. (Демидовское подворье) и многие другие сейчас этим активно занимаются на территориях.

Мы – хорошие друзья, соратники и помощники. Взаимодействуем с предприятиями постоянно, это происходит через инициативные группы, комитеты ТПП, советы директоров при администрациях округов.

Мы часто организуем бизнес-экскурсии на местные предприятия, делимся контактами и обсуждаем актуальные темы.

Восточная ТПП Московской области – это звено в большой системе ТПП в РФ.



Мы все активно взаимодействуем, работаем с офисом «Мой Бизнес» АНО «АИР» МО, с администрациями округов, аппаратом Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Московской области.

– В 2026 году Палата отметит 30-летний юбилей. А подготовка к этой дате уже

начата? Располагаете ли вы статистикой из разряда: «было–стало», которая наглядно демонстрирует вклад ТПП в экономическое развитие территории?

– Думаем об этом. Хочется порадовать членов Палаты, поблагодарить их. Но настоящий праздник будет только после нашей победы в СВО.

– **Расскажите, пожалуйста, о внутренней структуре Палаты: какие отделы работают и за что отвечают? Какие услуги и направления помохь бизнесу пользуются наибольшим спросом и почему?**

– Отдел экспертизы, отдел оценки и коммерческих услуг, администрация (кадры, обучение, бухгалтерия), юридический отдел.

Юридические консультации, информирование о мерах поддержки, помохь в сборе документов; обучение и встречи с госорганами, поиск контактов – наиболее востребованные услуги.

Ключевые услуги Палаты – это внешнеэкономическая деятельность (переводы, составление документов, споры и арбитраж), сертификация продукции на экспорт.





– Какие крупные проекты, реализованные или текущие, вы хотели бы отметить? Какие цели они преследуют и что самого интересного Палата готовит до конца текущего года?

– Крупные проекты Восточной торгово-промышленной палаты Московской области включают в себя разработку и реализацию программы «Обучение основам предпринимательства», она помогает развивать бизнес и социальные инициативы в регионе.

Поддержка и привлечение бизнеса для участия в социальных и культурных проектах: благотворительный аукцион с ветеранским объединением, Фестиваль русских традиций, ТекСТИЛЬНЫЙ фестиваль, семейный фестиваль «7Я ФЕСТ», акция «Собери ребёнка в школу», «Рождественское чудо» и другие.

Проведение конкурсов и премий: «Золотой Меркурий», «Лучший предприниматель года» для выявления и поощрения лучших предпринимательских достижений; конкурс бизнес-идей «Начни свой бизнес» для развития предпринимательских инициатив среди школьников, студентов, работающей молодёжи; конкурс знатоков военной истории.

На территории ТПП РФ мы поддерживаем и активно проводим конкурс журналистов «Экономическое возрождение России», «Золотой Меркурий», «Семейный бизнес».

Палата инициирует и объединяет бизнес в рамках благотворительных акций: помочь участникам СВО, детям.

Подробнее об этом можно узнать на нашем сайте <https://vomo.tpprf.ru/ru/>.

– Сегодня стратегические цели ТПП РФ – отлаживание новой логистики и партнёрства с ранее мало задействованными в диалоге странами, поддержка импортозамещения и выхода российского бизнеса на новые мировые рынки. Как поддерживает этот тренд Восточная ТПП МО? Ведёте ли вы работу с представителями компаний из дружественных стран? Сотрудничаете ли с зарубежными ТПП, если да, то с какими? Какие конкретные бизнес-коммуникации удалось наладить?

– Представитель ТПП России в КНР (г. Шанхай) Денис Александрович Гомельский отлично нам помогает. Бизнес активно взаимодействует с Китаем, значит, и мы там. Помогаем нашим предприятиям налаживать деловые контакты с производственными предприятиями в Китае и в Узбекистане. Вопросов много и по поставкам, и по платежам, решаем их с помощью сети представительств ТПП РФ.

С 2022 года АНО «Союзэкспертиза» ТПП РФ является официальным ключевым партнёром программы «Сделано в России», которая реализуется Россий-





ским экспортным центром. Наша задача – привлечь местный бизнес в программу, направленную на продвижение российских брендов и товаров, призванную подтвердить добросовестность отечественного производителя как надёжного поставщика качественной продукции. Для выхода на экспорт поддержка важна, как и желание.

Споры, а их количество увеличилось, рекомендуем бизнесу решать через МКАС при ТПП РФ. Он входит в число наиболее крупных и авторитетных арбитражных центров мира, признанных как отечественными, так и зарубежными предпринимателями. Это ещё раз подчёркивает нашу работу в системе ТПП в РФ.

– Вся эта масштабная работа, конечно, держится на квалификации вашей команды. Как вы подбираете сотрудников и поддерживаете их профессиональный уровень?

– Подбираем только по рекомендации, здесь нам тоже помогает долгая совместная работа с учебными учреждениями округов, как высшими, так и СПО. Учим много, доучиваем до высшего образования, постоянно предлагаем сотрудникам повышать свою квалификацию. Благодарим наш корпоративный университет МИМОП за разнообразные программы обучения, за постоянный рост качества образования и методик обучения.

– Какие вопросы в работе ТПП сегодня стоят наиболее остро? С какими новыми вызовами сталкивается бизнес в ваших округах?

– Мы неотделимы от промышленных предприятий и бизнеса округов: если у них трудности, и нам нелегко. Есть вопросы с кадрами: иногда долго обучаешь человека, а он уходит в самозанятость.

Сейчас волнуют изменения в НК, увеличение ставки НДС, значительного снижения порога перехода на уплату НДС, а так-

же вопрос стоимости и дефицита ресурсов (электроэнергии, газа), высокая стоимость и долгие сроки подключения.

– Как выстроено ваше сотрудничество с администрациями округов? Насколько оперативно они реагируют на запросы и инициативы бизнес-сообщества? С какими типичными вопросами предприниматели приходят в администрации через вас и как быстро эти вопросы решаются?

– Чаще всего это вопросы, связанные с созданием и развитием новых производственных площадок, выделением и оформлением земельных участков, а также получение разрешений на установку рекламных конструкций, вопросы благоустройства: мы привлекаем инвесторов в регион.

– На базе Палаты работает Общественная приемная Уполномоченного по защите прав предпринимателей. С какими наиболее частыми проблемами и запросами приходят туда предприниматели?

– Предпринимателей волнуют проблемы, связанные с установлением высокой кадастровой стоимости на

объекты недвижимости, сносом нестационарных торговых объектов, оформлением защитных сооружений гражданской обороны. Обращаются предприниматели и по проблемам взаимодействия с предприятиями-монополистами, в том числе по вопросам оплаты услуг по договорам на вывоз ТКО, замены приборов учёта.

– Довольны ли вы итогами прошедшего года? Какие стратегические задачи вы ставите перед командой на следующий, 2026-й, год? Чего ждёте от него?

– Итогами довольны. Сохранили команду и чувствуем потенциал в новых сотрудниках. Стратегические задачи перед командой: прежде всего это максимальная помощь бизнесу региона при получении мер поддержки, прохождении сертификации, вхождении в Реестр российской продукции, налаживании работы с Ассоциацией «Честный Знак», помочь в поиске партнёров, продукции, услуг. Задачи – справиться со всеми вызовами, выстоять и стать востребованными в услугах.



НОГИНСКАЯ ТПП: КАЛЕЙДОСКОП СОБЫТИЙ

Девять лет назад идея создания ТПП в Ногинском районе стала ответом на вызовы времени. Так 23 декабря 2016 года на географической карте ТПП РФ среди 180 территориальных палат появилась ещё одна – Союз «Ногинская торгово-промышленная палата».

Под бессменным руководством Магомета Алихановича Сакалова Палата не просто росла – она стала катализатором развития всего окрестного делового сообщества. С момента своего основания

она активно работает, генерируя проекты и события.

Чем живёт Ногинская ТПП сегодня, вступая в свой десятый, юбилейный, год?

Работой по нескольким ключевым направлениям: эффективное сотрудничество с местной властью для улучшения инвестиционного климата, поддержка локальных брендов – лица округа и практическая помощь бизнесу в наши непростые времена. Кроме того, эксперты Палаты помогают с сертификацией, продвижением и организационно-

правовыми процессами, а также активно участвуют во внешнеэкономической деятельности, экономия силы предпринимателей для главного – для развития компаний.

Основу этой разноплановой деятельности составляет квалифицированная команда, которая реализует крупные проекты и готовит значимые события.

Уникальность Ногинской ТПП – в этом сочетании стратегического видения и ежедневной практической работы на благо бизнеса и всего округа.



Ежегодная IX Премия за успехи в области предпринимательства «Меркурон».

Премия – ровесница палаты. За 9 лет в конкурсе приняли участие свыше тысячи предприятий.

Жители округа в этом году определяли победителя и трёх лауреатов в категории «Выбор потребителя». А желающие попробовать свои силы соревновались в категории «Выбор эксперта». Также специальной наградой «За лучший социальный проект» от Общественной палаты БГО были награждены Центр поддержки общественных и социальных инициатив и сообщество предпринимателей «Бизнес-среда». В рамках торжественной церемонии награждения прошла выставка местных предприятий. Локальные производители представили участникам свои товары и услуги.

«Меркурон» заслуженно носит звание престижной премии за предпринимательские успехи не только в Богородском округе, но и за его пределами. Предприниматели и компании из других муниципалитетов также принимают участие в премии и подтверждают свои заслуги победой в конкурсе.



Квест-фестиваль «Торговый город»: весело, познавательно и креативно! Музыка, танцы, викторины, конкурсы на смекалку, спортивную подготовку, меткость, удачу, скорость, знание истории Богородского края. Сотни улыбок на лицах участников, спешивших с флагом и шопером с айдентикой фестиваля на обозначенные на карте локации... Это всё про фестиваль «Торговый город».

Более 200 команд жителей приняли 55 интерактивных локаций! Многие команды творчески подошли к празднику: помимо названия придумали кричалки, одинаковые элементы одежды и аксессуары. У многих команд участие в «Торговом городе» уже стало ежегодной традицией: квест собирает друзей из разных городов.

А 21 сентября в Центральном парке Ногинска состоялось награждение победителей и призёров фестиваля.



Ежегодный Рождественский благотворительный бал. Следуя традициям меценатства в Богородском округе, ТПП оказывает помощь нуждающимся детям.

Бал состоялся в историческом здании Ногинска – бывшей Богородской женской гимназии – в шестой раз.

Предсказания от оракула, остроумные загадки от мудреца, беспроигрышная лотерея и много классических танцев – в этом году гости были приглашены на Бал Белой королевы. Полонез, падеграс, испанский вальс, полька и кадриль перемежались розыгрышем лотереи, призы для которой были предоставлены богородскими умельцами. Главный приз – сертификат на 50 000 рублей от фабрики диванов MOON – был разыгран в конце праздничного вечера. Ни один гость не ушёл с бала без подарка. Сотворив добро для нуждающихся детей, каждый участник сам был одарен Белой королевой.

Собранных на балу средств хватило на закупку необходимого оборудования для детей со сложными диагнозами: специальный велотренажёр, лечебный костюм, беговую дорожку и специальный тренажёр, на другие необходимые вещи для детей с особенностями развития.

Здесь верят, что даже самая малая помощь имеет огромное значение в жизни человека – недаром народная мудрость гласит, что сделанное добро вернётся сторицей!



Масштабный Профессиональный бизнес-форум впервые прошёл в Богородском городском округе на базе спорткомплекса «Знамя». Мероприятие, организованное при поддержке администрации округа, объединило около 150 предпринимателей. В программу вошли пленарное заседание о путях развития бизнеса, где представители Российского экспортного центра и Российско-Турецкого делового совета рассказали о новых рынках сбыта. Также были представлены меры господдержки от Фонда развития промышленности и Фонда микрофинансирования Московской области. Практическая часть включала тематические секции по выстраиванию международных связей и мастер-классы по делегированию и клиентоориентированности от известных бизнес-тренеров. Форум стал важной площадкой для нетворкинга и получения актуальной информации для бизнеса, организаторы надеются сделать его проведение регулярным.



Проект-спутник Ногинской ТПП – сообщество предпринимателей Богородского округа «Бизнес-среда» – сегодня объединяет более 500 предпринимателей.

Свой первый юбилей сообщество предпринимателей «Бизнес-среда» отметило в ресторане «Жар» – 64 участника стали гостями вечера. В программу мероприятия вошли приветственные слова основателей сообщества, коуч-сессия от резидента «Сколково» и награждение самых активных участников. Интеллектуальным развлечением стал тематический квиз. Завершился юбилей танцами под живое выступление и праздничным тортом, символизирующим 5 лет успешного развития бизнес-сообщества.





Магомет Алиханович Сакалов также руководит Общественной приёмной Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Богородском округе, открытой летом в пандемийном 2020 году.

ТПП выпускает собственную газету «Волхонка. Бизнес», которая рассказывает о мероприятиях ТПП, истории предпринимательства в Богородском округе, новостях экономики и последних изменениях в законодательстве.



МИХАИЛ БОДУХИН, «ФОРТФУД»:

«Распространено мнение, что «франшиза было лучше», но это просто ностальгия: ассортимент и качество пищевой продукции СССР и современной России несопоставимы – в пользу современных технологий!»

Майонез, кетчуп, томатная паста, соусы, – та часть нашей повседневной трапезы, которую мы почти не замечаем, когда она под рукой. А вот если майонез или соус закончился или, того хуже, оказался нехорош, то и удачно приготовленное блюдо будет не в радость, – в лучшем случае... А в худшем можно и неприятности со здоровьем заработать! Что уж говорить о кулинарных и салатных производствах или предприятиях фастфуда: нехватка этих ингредиентов грозит остановкой производства, а их плохое качество – неприятностями вплоть до массовых отравлений и краха бизнеса... Неудивительно, что подобные производства крайне требовательны к своим поставщикам.

Компания «ФортФуд» работает на этом рынке с 1998 года, занимаясь разработкой и производством майонезов, кетчупов и соусов высокого качества как по классическим, так и по уникальным рецепттурам для сегмента HoReCa, Retail, Private Label, и является сегодня поставщиком таких известных сетей, как «Гиперглобус», «Ашан», «ВкусВилл», SPAR и других. «ФортФуд» также производит хлебобулочные и кондитерские изделия глубокой заморозки, термостабильные заварные кремы и начинки для этого же сектора потребителей.

С управляющим партнёром компании и человеком удивительной судьбы Михаилом Бодухиным мы побеседовали об истории и сегодняшнем дне компании, о её планах и тенденциях развития рынка в этой отрасли.



– Михаил Владленович, у вас поистине нетривиальный жизненный путь! Я знакома с хирургами, положившими жизнь на это благородное дело. Знаю многих достойных бизнесменов-производственников, строящих долгосрочный бизнес серьёзно и ответственно. Встречала бывших врачей, ушедших в бизнес медицинского профиля. Но чтобы практикующий хирург строил бизнес по принципу: «Землю попашет, попишет стихи» – ни разу ещё не сталкивалась! Как вы несколько десятилетий совмещали работу хирургом в институте им. Склифосовского, при этом стоя у руля коммерческих компаний? Как это сложилось? Случай-то небывалый! И почему было выбрано это направление пищепрома?

– Действительно, я тоже не встречал ничего подобного. Возможно, дело в том, что с одной стороны я врач в третьем поколении, а с другой – мой прадед до ре-

волюции был владельцем крупного, как бы сейчас сказали, агропромышленного предприятия, поставлял продукцию Елесееву.

В 1990-е материальное положение врачей было непростым. Как наследник традиционной земской и советской медицины, я, по принципиальным соображениям денег с пациентов не брал. Платная медицина тоже не для меня, поэтому искал дополнительный доход в бизнесе. Когда бизнес стал развиваться, я получил второе высшее экономическое образование в ВШЭ при Правительстве РФ, но продолжал работать в НИИ СП им. Н.В. Склифосовского, хотя материального смысла в этом уже не было. Не мог бросить основную профессию в экстренной эндоскопической хирургии: помогать людям в критических ситуациях – это призвание, замены которому нет. В результате я написал книгу «За рамками протокола» о работе врачей экстренной меди-

цины, о том, что на самом деле скрывается за сухими строками протоколов историй болезни. При моём большом опыте в эндохирургии заболеваний ЖКТ, знаниях в органической химии, биохимии, биофизике, гастроэнтерологии, гигиене, микробиологии и стерильности выбор пищевого производства был логичен и оправдан. Возможно, это один из факторов успеха нашей компании. Мы создаем продукт максимально безопасный и в то же время технологичный. Я регулярно провожу мастер-классы для клиентов с целью донести до потребителя необходимость сохранения безопасных свойств и правильного применения наших продуктов.

—Итак, группа компаний «ФортФуд» работает с 1998 года. Какие ключевые этапы развития вы бы выделили за эти четверть века на рынке?

—Эти четверть века были переходным периодом от достаточно отсталой и низко производительной пищевой промышленности СССР к высокотехнологичным практикам, применению новых типов сырья, изменению потребительских свойств продуктов и их безопасности.

Очень распространено мнение, что «раньше было лучше», но это не более чем ностальгия по ушедшей молодости. На самом деле ассортимент и качество пищевой продукции в СССР и России несопоставимы по всем показателям в пользу современных технологий. Что касается безопасности, то случаи отравлений в СССР засекречивались, поэтому возникало впечатление, что их нет. Сейчас любой такой случай является предметом детально-го расследования, открытого для прессы. В настоящее время российская пищевая промышленность находится на уровне мировых стандартов и часто превышает их. Наши ГОСТы требовательней и имеют меньше допусков.

Для примера приведу такой факт. В СССР не производилось подсолнечного масла глубокой очистки и майонез имел горьковатый привкус семечки, который компенсировался солью и уксусом, кроме того, при производстве майонеза повсеместно применялась горячая варка для пастеризации. Это приводило к увеличению концен-трации нежелательных примесей, например трансжиров, в конечном продукте.

Мы используем только холодный спо-соб производства без нагревания майо-незной эмульсии и масло высочайшего уровня очистки, в результате продукт не содержит вредных примесей.

—Ваша продукция представлена в раз-ных ценовых сегментах. Как вам удается поддерживать баланс между качеством и доступной ценой?

—У нас относительно небольшое произ-водство, если сравнивать с масс-маркетом. С одной стороны, это недостаток для ра-

боты с массовым ритейлом, но с другой – преимущество за счет большой гибкости производства, позволяющей в одну смену выпускать десятки разных рецептур. Ре-цептуры создаются по запросу конкретных потребителей: салатных цехов, кулинарных производств и т.п. Мы подстраиваем нашу продукцию под требования их тех-нологов, чего производство с большими объемами делать не может. Поэтому по-потребителем 98% нашей продукции явля-ется сектор B2B. Этот сегмент рынка гораз-до более требователен к таким качествам

майонеза, как пластичность, связывающая и консервирующая за счет обволакива-ния способность, устойчивость к рассло-ению эмульсии и т.п. Для домохозяйств мы выпускаем другие рецептуры, в кото-рых определяющим являются органолеп-тические свойства, так как в этом случае нет задачи по доставке готового блюда конечному потребителю, и это принци-пимальное отличие. Салатным и кулинарным производствам важно, чтобы их конечный продукт, например, салат, сохранял свои свойства в течение всего логистического





периода (3-5 дней): не тёк, не окислялся, сохранял структуру. Эти свойства им дает майонез. Все кулинарные производства имеют разное оборудование, разное сырьё и хотят отличаться друг от друга. Для каждого конкретного технолога мы совместно с ним разрабатываем рецептуру, необходимую конкретному производству. Это является нашим основным технологическим и маркетинговым преимуществом, которое обеспечивает нам устойчивый

рост спроса и клиентской базы. Цену мы определяем, исходя из наших производственных затрат и стандартной наценки, в зависимости от условий поставки. Наше ценообразование объективно, прозрачно и понятно, поэтому никогда не выходит за рыночные рамки, даже несмотря на непрерывный НИОКР.

– Кто ваши клиенты? Как вы находитесь, а они – вас?

– Мы работаем с салатными производствами сетей «Ашан», «ВкусВилл», SPAR и другими. В данном сегменте рынка высокая конкуренция по качеству, поэтому, если наша продукция хорошо зарекомендовала себя в одной сети, то другая сеть также обращается к нам, но уже с другими требованиями. Кроме того, у нас большое количество клиентов по всей России, от Калининграда до Сахалина. Наши дистрибуторы по всей стране работают уже с локальными аналогичными производствами. Кроме того, значительная часть продукции уходит на экспорт в Азербайджан, Армению, Белоруссию, Грузию, Казахстан, Киргизию и т.д. Работаем мы с двумя основными брендами: «HOLBERG» и «ДОБРЫНЯ», что позволяет поддерживать эффективную дистрибуцию в регионах и экспорте.

– Ряд ваших сотрудников с вами более десяти лет. Что их привлекает? Расскажите о своём коллективе.

– Основа коллектива действительно работает на предприятии не одно десятилетие, они прошли с нами все кризисы и трудности, сохранив верность в самые трудные времена. Мы очень ценим этих людей и прежде всего на них опирается стабильное качество продукции. Это начальники производств О.В. Руцкая и С.Н. Мальцева, их заместители М.К. Мохова и Т.В. Стариченко, руководитель отдела производственной логистики Е.А. Прошкина,





руководитель склада О.П. Вербенкин, кладовщик П. А. Анисенков, главный механик Н.Н. Лось, варщик А.И. Чернышов и другие: список очень большой. Особо хочется отметить большой вклад в стабильность коллектива, который вносит генеральный директор Роман Александрович Козлов, который работает в компании более 20 лет и мгновенно реагирует на проблемы, связанные с персоналом и технологическим процессом. Также хочется отметить наших бухгалтеров – С.В. Кочкарову и О.Н. Ткач. Однако время идёт, и многие из этих сотрудников уже выше среднего возраста, а производство растёт, технологии развиваются... Сейчас наши старшие обучают молодёжь, и переход к новому поколению произойдёт плавно за счёт стабильности коллектива. К этому есть все предпосылки.

–Вы сотрудничаете с такими крупными сетями как «Глобус», «Метро» и др. Какие требования предъявляют подобные ритейлеры к производителям?

–Наше сотрудничество с «Гиперглобус» длится уже более десяти лет. Тогда ни одно предприятие в России не смогло изготовить майонез, удовлетворяющий запросу по качеству этой немецкой компании, а мы смогли. В 2023 году по их запросу мы выпустили одними из первых майонез без консервантов, который продаётся в дой-паках под торговой маркой «Гиперглобус». Мы прошли строжайший

аудит качества в этой немецкой сети, и компания «Метро» обратилась к нам сама, так как у них был аналогичный запрос по качеству. И конечно, их запрос тоже был нами удовлетворён.

В прошлом году наш майонез под торговой маркой «Гиперглобус» получил золотую медаль Федерального научного центра пищевых систем им. В.М. Горбатова РАН, о чём мы узнали случайно, просмотрев итоги конкурса. Его туда представила сама торговая сеть.

–Вы также работаете с сетями фастфуда. Как строится процесс создания соусов для подобных сетевых операторов и отличается ли он от алгоритма работы на других ваших потребителей?

– Да, это ещё один достаточно специфичный сегмент рынка, который принципиально отличается от кулинарных производств и домохозяйств. Здесь главное – цена и вкус: майонез часто компенсирует недостатки других компонентов. У нас есть универсальные рецептуры для этого





сегмента. Разработка под каждого клиента в данном случае не требуется. Главное – не переходить грань между ценой и качеством в ущерб последнему. Поэтому с дисконтерами в этом сегменте мы не работаем. Фастфуд потребляет много нашего фритюрного масла под брендом «ДОБРЫНЯ», рецептура которого нами была разработана только в этом году и оказалась очень удачной. Прирост потребления его составляет более 100% в месяц.

– Во многих категориях своей продукции вы намеренно отказываетесь от консервантов. Но это же экономически невыгодно, или я ошибаюсь?

– Для обычного человека характерно, негативное отношение к консервантам и мало кто задумывается о том, что сахар, соль, перец, уксус, пастеризация и, наоборот, охлаждение являются универсальными консервантами. Увеличение концентрации любого из них сделает продукт опасным или непригодным для употребления. Из этого потребительского заблуждения сделали маркетинговый ход: «продукция без консервантов». Все дело в дозе. Dosis facit venenum – «доза делает яд», если словно, или «все есть яд, и все есть лекарство»: эту фразу приписывают величайшему врачу Парацельсу. Исходить надо из этого. Снижая дозировку любого из этих или других консервантов, вы снижаете сроки годности продукта, что в результате

сделает невозможным его логистику через распределительные склады и торговые сети. Все используемые нами компоненты находятся намного ниже предельно допустимых доз.

Тем не менее, несмотря на то, что продукция «без консервантов» не более чем маркетинговый ход, количество применяемых в ней компонентов консервации меньше, и это необратимо оказывается на сроках годности. По влиянию на организм эта продукция не отличается от любой другой. Всё решает доза. Для нас нет вопроса: «Выгодно или невыгодно?» Наши критерии – безопасность и польза. Мы не безответственные ЗОЖ-блогеры, которые никого не накормили и не накормят! Мы – компетентные и ответственные производители пищевой продукции.

– В ассортименте компании есть майонезы жирностью от 15% до 80%. Как менялся спрос на разные виды майонезов за последние годы? Замечен ли тренд на снижение жирности?

– Майонезом может называться продукция только свыше 50% жирности, все, что ниже – майонезные соусы. Мы выпускаем майонезы 78% жирности для предприятий японской кухни и ряда кулинарных изделий. Основной объём производства – майонезы 67% жирности, и здесь ничего не меняется. Наши основные клиенты – технологичные кулинарные

цеха. В процессе производства конечного изделия его жирность может быть любой, и это только в малой степени зависит от майонеза.

Спрос следует за изменением вкусовых предпочтений потребителя, а они значительно сместились в зону сбалансированности, к уходу от остроты и концентрированности. Если сравнивать соусы с советскими ГОСТами – горчицу, майонез, – они были значительно более острыми и экстрактивными. Сейчас такое покупать не будут. Трансформация вкусовых предпочтений социума идет медленно, незаметно для потребителя, но отчётливо для производителя. В целом рецептуры от 25-летней давности от современных отличаются как твёрдое от мягкого. Наша основная задача – не только соответствовать этим изменениям, но и определять их. Снижение остроты благоприятно для пищеварительной системы, поэтому мы стараемся всячески поддерживать эту тенденцию.

– Расскажите о вашей лаборатории. Какие самые необычные или сложные заказы на разработку рецептур вам приходилось выполнять?

– Лабораторными исследованиями решаются две основные задачи. Самое главное – проверка качества сырья, так как от него прежде всего зависит качество конечной продукции, и мы должны исключить

любые отклонения его от принятого нами стандарта. Редко, но бывает, что сырьё не проходит контроль, и мы отправляем его обратно поставщику, даже если это повлечёт за собой остановку производства. В данном случае мы готовы нести потери, но не готовы рисковать качеством продукции.

Из самого оригинального нами был создан майонез-паста на основе японского бамбукового уксуса с икрой океанических рыб для известного ресторана. Продукт получился очень интересный и вкусный, но дорогой. Заказчик был доволен. Также мы произвели «майонез васаби» на основе оригинального васаби.

По заказу Троице-Сергиевой Лавры мы первыми создали майонез без животных компонентов, в котором в качестве эмульгатора применяется не яичный желток, а растительное сырье.

Все НИОКР выполняются в нашей лаборатории профессионалами под руководством зав. лаборатории И.А. Пирожковой, которая работает на предприятии практически с даты его основания.

Сначала, исходя из запроса технолога нашего клиента, изготавливается лабораторный образец, дорабатывается в контакте с ним. Потом выпускается промышленный образец, который проходит дополнительное согласование перед запуском в серию. В настоящее время предприятие выпускает более 300 рецептур разных наименований продукции.

—Вы производите термостабильные кремы. В чём их преимущество для HoReCa по сравнению с обычными?



—В принципе, эти крема ничем не отличаются от остальной нашей продукции. Они очень технологичны при производстве конечных кондитерских изделий, работают в разных диапазонах температур, это позволяет наносить их до выпечки на сырое тесто, что повышает вкусовые качества за счёт внедрения частиц крема в само тесто. Крема мы также разрабатываем в сотрудничестве с технологами наших партнёров.

У нас есть небольшой хлебопекарный цех, который выпускает в основном, замороженные тестовые заготовки для ресторанов и пекарен.

Это так же высокотехнологичная продукция, пользующаяся высоким спро-

сом. В основном это «французские» и «клётные» булочки: пшеничные, ржаные, мультизлаковые, круассаны, чиабатта и бургерные булки. Как правило, они выпекаются до 90% готовности и замораживаются в шоковой камере при температуре минус 35°C. Это позволяет полностью сохранить глютеновый каркас и вкусовые свойства хлеба. Потом в замороженном виде поставляются потребителям сегмента HoReCa, где допекаются на оставшиеся 10% и подаются к столу в отелях, ресторанах и пекарнях тёплыми и свежими. Небольшая часть этой продукции поставляется в готовом виде. Этот бизнес для нас является дополнительным, но не менее интересным.



ЕЛЕНА ИЩЕЕВА: ОТ КАЛУГИ ДО ВЕТЛУГИ

Основатели портала Банки.ру открыли новое направление бизнеса, запустив производство минеральной воды в маленьком городке на севере Нижегородской области. Чем подкупила Ветлуга и реально ли «со стороны» попасть на полки сетевых магазинов, рассказывает предприниматель Елена Ищеева.



– Елена Вячеславовна, интересна история вашего бизнеса: с чего всё начиналось?

– Сначала было слово, а именно – портал Банки.ру, который создала и на протяжении 15 лет развивала наша семья. На момент продажи бизнеса в 2020 году это был крупнейший финансовый маркетплейс в России. Спустя два года мы вошли в другой актив, причём не в виртуальный, а в реальный бизнес, купив на торгах у «Роснано» завод по производству пеностекольного щебня в Калужской области. Пеностекло – элитный утеплитель, который изготавливается из переработанного стеклобоя. Нас подкупило то, что это красивая история: взять ненужную пустую бутылку и произвести из неё строительный материал, который будет служить веками.

– А как в вашей жизни появилась минеральная вода?

– Благодаря моему мужу (Филипп Ильин-Адаев. – Прим. ред.), который, как настоящий предприниматель, не может остановиться. У него была давняя мечта – выпускать питьевую воду. Причём он представления не имел, как устроен водный бизнес изнутри, но свято верил в то, что у него получится. И когда поступило предложение купить производство в Ветлуге, его уже было не остановить. А мне, как жене декабриста, пришлось встать рядом.

– Чем вас подкупила Ветлуга?

– Решение о покупке было принято в тот момент, когда мы попробовали воду. Более вкусной и нежной лечебно-столовой воды лично мне встречать не приходилось. Удивительно, что на самом Севере Нижегородской области добывается вода, схожая по составу с кавказскими минеральными водами! Только мягче.

Город словно застыл на месте и пытается решить, куда ему двигаться: в сторону полного забвения или возрождения.

А дальше нас влюбила в себя сама Ветлуга – городок на берегу одноимённой реки. С населением в семь тысяч человек, со следами богатой купеческой истории, 200-летним храмом... С заброшенным ликеро-водочным заводом, печным отоплением, из-за которого в воздухе большую часть года висит сладковатый дым, и с железодорожной станцией в часе езды от города. Никакого производства – Ветлужский завод минеральных вод является единственным промышленным предприятием района. Город словно застыл во времени и пытается



решить, куда ему двигаться: в сторону полного забвения или возрождения.

– Живо рисуется картина маленького провинциального городка...

– Именно! И мы поняли, что обязаны помочь ему выжить. Купили завод, перерегистрировали юрлицо в Ветлуге, чтобы все налоги платить именно в местный бюджет, увеличили численность персонала, подняли всем зарплату. Сделали новый дизайн бутылки, разместив на лицевой части образы русской и марийской девушек кисти Владислава Нагорнова, любимого художника нашей семьи. Погрузили их в обрамление таёжного леса (именно с этих мест начинается тайга). И дали воде новое лаконичное название – «Ветлуга».

– Насколько успешен этот проект с точки зрения бизнеса?

– За этот год мы прошли очень большой путь, но понимаем, что это долгая инвестиция. Мы и не рассчитывали на быстрый успех. Ибо прежде, чем продукция окажется на полках супермаркетов, нужно навести «порядок в доме»: наладить производство, собрать команду, подготовиться к серьёзным отгрузкам. Вот с этими задачами мы успешно справились. Вода активно продаётся на OZONe, получая хорошие отзывы, – их уже больше тысячи. А теперь нам предстоит решить следующий кейс: как маленькому региональному производителю попасть в торговые сети? Предприятий, выпускающих воду, сотни, а «полка» одна.

– Региональные власти вам помогают?

– Они помогают не только нам, но и всему местному бизнесу. У Минпромторга и Торгово-промышленной палаты Нижегородской области есть очень хорошая традиция – День поставщика: руководство крупных торговых сетей приезжает знакомиться с региональными производителями.



Мы принимали участие в нескольких подобных сессиях, и, не поверите, – это работает! После общения с дистрибутором «Сладкая Жизнь» мы оказались на полках торговой сети «Смарт», встреча с менеджерами из «О'кей» закончилась тем, что «Ветлугу» начали продавать в гипермаркетах по всей России. А после недавней сессии с представителями «Магнита» мы ведём переговоры о первых, пусть небольших пока, поставках.

К таким гигантам, как «Магнит», просто так не пробиться, а благодаря Дню поставщика есть возможность провести небольшую дегустацию и пообщаться неформально.

Мы разговаривали с коллегами по водному бизнесу из других регионов – у них такой программы нет. А ведь это реально помогает предпринимателям!

На самом севере Нижегородской области добывается вода, схожая по составу с кавказскими минеральными водами. Только мягче.



– Мне кажется, что вы, встав на ноги, в долгу у местных властей не останетесь?

– Конечно, мы уже стараемся помогать. И на уровне Ветлуги, и на уровне области. Например, выступили «водным партнёром» фестиваля российского кино «Горький Fest», который в 9-й раз с успехом прошёл в Нижнем Новгороде. Известные актёры с удовольствием пили нашу воду и позировали с «Ветлугой». Многих звёзд я лично знаю ещё по ток-шоу «Принцип домино», когда они приходили ко мне в телестудию. Прошло много лет: они – на экране, а я – на заводе. И неизвестно, кто кому больше завидует!



ФОРМУЛА СТОЙКОСТИ: КАК «РЕТИНОИДЫ» 35 ЛЕТ СОЗДАЮТ ЛЕГЕНДУ РОССИЙСКОЙ ФАРМАЦЕВТИКИ

В эпоху глобальных потрясений и санкционных бурь истинную устойчивость демонстрируют лишь те компании, чья бизнес-модель выстроена не вокруг сиюминутной выгоды, а вокруг фундаментальной идеи. Для фармацевтической компании «Ретиноиды» на заре 1990-х такой идеей стала не коммерция, а насущная необходимость воплотить в жизнь прорывные научные разработки, годами пылившиеся на полках в неповоротливой системе советского фармпроизводства. Сегодня, на пороге своего 35-летия, компания представляет собой уникальный пример многопрофильного холдинга, где единая экосистема объединяет фундаментальную науку, современное производство, медицинскую практику и розничные продажи. Это история о том, как семейная компания, начинавшая с производства мазей в перестроенной когда-то под хозяйственныенужды церкви, не только выстояла, но и превратилась в одного из лидеров фармацевтического производства в своём сегменте, чьи стратегии и принципы заслуживают самого пристального изучения. Руководитель компании Константин Ноздрин в эксклюзивном интервью раскрывает нашим читателям детали этого пути, честно говорит о вызовах и проблемах, формулирует амбициозные планы на будущее.



ВИТАМИН А КАК НАСЛЕДСТВО: КАК СТУДЕНЧЕСКАЯ РАБОТА ПРИВЕЛА К СОЗДАНИЮ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

История «Ретиноидов» – это классический пример того, как бизнес рождается не столько из желания заработать, сколько из страстного стремления внедрить и отдать на служение людям результаты многолетних исследований.



Основатель компании, Владимир Иванович Ноздрин, посвятил всю жизнь изучению витамина А и его соединений, известных как ретиноиды. Его интерес начался ещё в студенческие годы, а это

увлеченье определило судьбу нескольких семей и один из векторов развития отечественной фармацевтики.

«Одна из работ, которую он сделал в студенческие годы, была награждена медалью ВДНХ СССР, а в её основу легли изучения фармакологических свойств витамина А. Поэтому можно сказать, что Владимир Иванович посвятил изучению витамина А всю свою жизнь – научную и не только», – с гордостью рассказывает его сын, нынешний руководитель компании Константин Ноздрин.

До прихода в ЦКВИ Владимир Иванович много лет работал на кафедре гистологии в Первом Московском медицинском институте (ныне – Сеченовский университет), где накопил огромный научный пласт. Именно там, в стенах ведущего медицинского вуза страны, и сформировался тот задел, который в будущем перевернёт подход к терапии целого ряда кожных заболеваний. В начале 1990-х, столкнувшись с неповоротливостью советской фармпромышленности, он и его ближайший соратник и друг, Константин Сергеевич Гузев, приняли судьбоносное решение. Объехав несколько фармацевтических заводов и везде получив отказы, они поняли: чтобы внедрить свои ключевые разработки, нужно создавать собственное предприятие. Это был вызов системе и шаг в неизвестность.

«Основным посылом в создании компании было не создание бизнеса, – под-

чёркивает Константин Ноздрин. – Тогда это было что-то вообще неизвестное советскому гражданину. Мы же знаем: на разных этапах советской истории за такое стремление серьёзно наказывали. Поэтому такого яркого желания у граждан в самом начале процесса перехода на «новые экономические рельсы» практически не наблюдалось. Мотивы, побуждавшие людей преодолеть это предубеждение, были, конечно, разные. В нашем случае основным было стремление внедрить созданные наработки. Советская фармацевтическая промышленность оперативностью не отличалась. Не то что сегодня, когда за каждую новую разработку фармпроизводителей хватаются как за возможные будущие бестселлеры. Тогда всё это внедрялось с огромным трудом».

Процесс регистрации компании, тогда тоже ещё неотработанный, занял около 8 месяцев, и 27 марта 1991 года малое научное предприятие «Ретиноиды» было официально зарегистрировано. Это был один из первых частных фармстартапов в новой России, рождённый не в бизнес-инкубаторе, а в научной лаборатории.

ЦЕРКОВНЫЕ МАЗИ И ДЕТСКАЯ ПОМОЩЬ: ПЕРВЫЕ ШАГИ В ДЕРМАТОЛОГИИ

Свою первую лабораторию компания разместила в самом неожиданном месте – в перестроенной под хозяйствственные нужды церкви на территории Центрально-го кожно-венерологического института (ЦКВИ). История этого больничного храма в честь Смоленской иконы Божией Матери Одигитрии, находящегося на территории ЦКВИ, началась в 1901 году, когда в его фундамент положили первые камни Великий князь Сергей Александрович и Великая княгиня, в дальнейшем прославленная в лице святых, Елизавета Фёдоровна. В советское время храм был закрыт, приспособлен для нужд института, разделён на 3 этажа, и часть помещений в нём как раз мы и заняли. Это историческое здание, в котором, хоть и в небольшой его части, сегодня снова проводятся богослужения, и стало в начале 1990-х колыбелью для будущего фармацевтического производства.

«На тот момент эта церковь была перегорожена по вертикали, было устроено три этажа. На третьем этаже этого здания, собственно, и располагались наши лаборатории», – вспоминает Константин Ноздрин.

Именно там, в условиях, напоминающих производственную аптеку с ламинарным шкафом (боксом), создавались первые мази, которые сотрудники в шутку называли «церковными». Атмосфера была по-настоящему семейной: в процессе участвовали не только учёные и технологи, но и их семьи.

«Я тогда был ребёнком – в 1991 году мне было 9 лет. Я много времени проводил с отцом, в том числе на работе, и всё

это происходило на моих тогда ещё детских глазах. Где-то я даже помогал, и дети других сотрудников предприятия помогали. Я помню, с Анной Константиновной Гузевой мы школьниками посуду мыли, для того чтобы потом туда фасовать лекарства», – делится тёплыми воспоминаниями руководитель.

Препараты поставлялись в ЦКВИ и в ближайшую аптеку. Параллельно компания занималась перепродажами и освоила выпуск простейших, но исчезнувших с прилавков лекарств: серно-дегтярных, цинковых, салициловых мазей, – чтобы обеспечить базовую помощь пациентам в условиях тотального дефицита. Уже тогда, в самые тяжёлые времена, был заложен главный принцип: ориентированность на реальные нужды практикующих врачей и их пациентов.

ПУТЬ ЭВОЛЮЦИИ: ОТ АРЕНДОВАННЫХ ЦЕХОВ ДО СОБСТВЕННОГО ЗАВОДА

Путь от нескольких комнат в храме до статуса компании среднего бизнеса был стремительным и напряжённым. После вынужденного переезда из ЦКВИ «Ретиноиды» арендовали значительные площади на остановившемся оборонном заводе НПО «Орион» на шоссе Энтузиастов. Это был гигантский шаг вперёд, позволивший перейти от аптечного производства к промышленным масштабам.

«Там мы развернули полноценное фармацевтическое производство. Построили несколько технологических линеек, довольно простых и по оснащению, и по комплектации, но на тот момент это позволило нам совершить качественный скачок. Появились реакторы, дозаторы, устройства для упаковки. Компания стала быстро набирать обороты», – отмечает Константин Ноздрин.

Но настоящей точкой роста стало строительство собственного завода. Сегодня компания – это современное предприятие

«Ретиноиды»: 35 лет – наука на службе здоровья.

в Балашихе, которое, по словам её руководителя, по оснащению ничуть не уступает лучшим европейским образцам. Здесь внедрены передовые системы контроля качества, автоматизированные линии фасовки и упаковки, а уровень фармацевтической системы качества соответствует строгим международным стандартам GMP.

«Мы можем гордиться этим предприятием. Мы не крупная компания, мы – средняя, и масштаб производства у нас средний. Но по подходам к качеству, подходам к инжинирингу оборудования, уровню персонала и так далее мы очень далеко продвинулись», – уверенно заявляет Константин Ноздрин.

Портфель компании включает 12 лекарственных препаратов, преимущественно дерматологического профиля, многие из них являются оригинальными разработками и защищены патентами. Кроме того, «Ретиноиды» производят более десятка фармацевтических субстанций для собственных нужд и для других фармацевтических предприятий РФ и не только: они развивают линейку косметических продуктов на основе своих дерматологических компетенций и даже производят учебные пособия – гистологические пре-





параты («стёклышки») для медицинских вузов, которые, кстати, также экспортируются.

НАУЧНЫЙ ХРЕБЕТ КОМПАНИИ: ВИВАРИЙ, ЛАБОРАТОРИИ И МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ

Наука – это наследие прошлого, а живой и активно работающий организм внутри «Ретиноидов». Компания принципиально сохранила и приумножила научное подразделение, понимая, что без фундаментальных и прикладных исследований будущее невозможно. Это подразделение сегодня представлено несколькими блоками, а ключевым из них является Экспериментальная биологическая клиника в Орловской области. Она включает в себя виварий и группу лабораторий, где на грызунах изучаются будущие лекарства.

«Сейчас в разработке находятся несколько лекарственных препаратов, которые пока что изучаются, исследуются, находясь на различных стадиях цикла разработки будущих лекарств. Один препарат готовится к государственной регистрации. Кроме того, группа учёных, в основном молодых учёных, которые занимаются этими исследованиями, рождают новые продукты, новые подходы, новые показания к применению уже имеющихся препаратов», – делится планами Константин Ноздрин.



Особую гордость представляет коллектив. В компании работает около 240 человек, многие – с высшим образованием, с учёными степенями, а текучка кадров минимальна. Компания культивирует принцип долгосрочной работы и преданности общему делу.

«Коллектив отличается достаточно высокой интеллектуальной ёмкостью и стабильностью. У нас небольшая текучка персонала, и мы всячески приветствуем, чтобы сотрудники работали у нас долго, часто десятилетиями. Поэтому у нас достаточно стабильный коллектив, команда, которая успешно развивает компанию и производит лекарственные препараты, снабжая ими отечественное здравоохранение. Это благородная миссия, которую мы с нашей командой гордо несём», – говорит руководитель.

Миссия компании сформулирована чётко: «Обеспечение врачей и потребителей эффективными и безопасными лекарственными препаратами». А научный дерматологический центр, ведущий амбулаторный приём, является не только коммерческим подразделением, но и важным звеном в системе фармаконадзора, оценивая эффективность и безопасность препаратов уже после их выхода на рынок в реальной клинической практике.

БИТВА ЗА ПОЛКУ И СТОИМОСТЬ «ЧЕСТНОГО ЗНАКА»: ВЫЗОВЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Одним из самых острых вызовов для российского производителя сегодня является агрессивная политика аптечных сетей. Константин Ноздрин прямо и открыто говорит о системной проблеме, с которой сталкиваются все производители, но о которой не принято говорить вслух.

«Трудно выстраивать эти отношения, скажу вам честно. Конечно, законы рынка никто не отменял, и всем нужно зарабатывать. Но как-то в последнее время товаропроводящая цепочка, мне кажется, убеждена в том, что в этой цепочке самый богатый – производитель, и его нужно трясти по всем фронтам. Это касается и дистрибуторского звена, и розничной аптечной сети», – констатирует он.

Речь идёт о повсеместной практике, когда сети требуют плату за размещение товара на полке, маскируя её под различные бонусы и бэк-маржу.

«Фактически это плата за полку. То есть лекарств и смежных продуктов на рынке десятки тысяч, а аптечная полка способна вместить 3–5, в лучшем случае семь тысяч товаров. Соответственно, производитель, для того чтобы ему было даровано право на этой полке размещаться, должен платить аптеке за это право. Это совершенно не гарантирует продаж, это совершенно не страхует ни от каких рисков, это просто то, что мы теперь вынуждены закладывать в стоимость лекарственного препарата», – с сожалением объясняет Ноздрин.

Ещё одной значимой статьёй расходов, которая напрямую влияет на конечную цену, стала система маркировки «Честный Знак». По словам руководителя, это не только стоимость самого кода.

«У нас, например, в каждой упаковке производимого нами лекарственного препарата, затрат на маркировку порядка 10 рублей, чуть больше даже. Это не только электронная акцизная марка, сам собственно код. Это и оборудование для его нанесения, и очень мощная IT-инфраструктура, для того чтобы вся эта система работала, и более десятка людей, которые занимаются непосредственно



маркировкой и обслуживанием... Конечно, всё это закладывается в цену».

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ: МАРАФОН ДЛИНОЙ В ДЕСЯТИЛЕТИЯ

Несмотря на декларируемый курс, реальное импортозамещение в фармацевтике – это марафон, а не спринт. Руководитель «Ретиноидов» призывает смотреть на вещи реалистично и не ждать мгновенных результатов.

«Реальному импортозамещению не мешает ничего. Просто на это нужно время. Трудно сделать быстро. Об импортозамещении и о поддержке национальных производителей стали говорить относительно недавно, а лекарства создаются десятилетиями. И до этого, до недавних событий, 30 лет фармтрасль развивалась на свой страх и риск, за счёт собственных ресурсов, не имея почти никакой поддержки. Отрасль обязательно справится, но на это нужно гораздо больше времени», – напоминает Константин Ноздрин.

Он отмечает, что большинство иностранных компаний не ушло с рынка, а лишь перестроило логистику и маркетинг. Освободившихся ниш в чистом виде почти нет, конкуренция лишь немножко видоизменилась.

«Я знаю в нашем сегменте всего одного единственного фармпроизводителя, который реально покинул рынок... А все остальные компании остались. Поэтому сказать, что какие-то ниши освободились и нам их удалось занять, не могу. Некоторые препараты уходят с рынка, но этому причина не сами санкции, а иные причины – рыночные, технологические, регуляторные».

Наибольшую поддержку со стороны государства, по его мнению, могло бы окказать не только финансовое субсидирование, но и активное содействие в выходе новых продуктов как на внутренний, так и зарубежные рынки, где российские компании сталкиваются со сложной и часто не до конца отлаженной регуляторикой.

«Я просил бы и о поддержке розничной реализации. Например, в продуктовом рейтинге есть практика бесплатно представлять торговые полки для локальных производителей. Что касается внешних рынков, тут тоже нужна поддержка на государственном уровне. Должно быть взаимное признание требований, документов, стандартов, потому что в каждой стране своя фармацевтическая регуляторика, и она очень непростая. Даже страны ЕАЭС по-прежнему не до конца сформировали общий рынок лекарственных препаратов, хотя занимаются этим уже более 10 лет».

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК ДНК: ПОЧЕМУ КОСМЕТИКА – ЭТО ЛОГИЧНО

Уникальность «Ретиноидов» – в их комплексной модели, которая изначально была заложена в бизнес. Компания успеш-



но совмещает производство, науку, розницу и даже экспорт. Такая диверсификация – это не только страховка от кризисов, но и осознанная стратегия, вытекающая из истории компании и её компетенций.

Косметическое направление, развивающееся в последние 7–8 лет, стало естественным продолжением экспертизы в дерматологии. Это не дань моде, а логичное расширение продуктового портфеля.

«Многие наши лекарственные препараты находятся на стыке между лечением и уходом. Например, препарат Радевит Актив®, который мы много лет производим, используется как для лечения дерматологических заболеваний, так и для ухода за кожей у здоровых людей. Поэтому мы подумали, что линейка такой уходовой косметики очень хорошо впишется в нашу концепцию ухода за кожей. Так и вышло», – поясняет Константин Ноздрин.

Он с лёгким сожалением даже отмечает, что этим можно было бы заняться и раньше.

Медицинский центр, ведущий амбулаторный приём, – это источник бесценной обратной связи от врачей и пациентов, что питает научные разработки и помогает формировать портфель будущих продуктов. Эта замкнутая экосистема «наука–производство–практика – обратная

связь» и является ключевым конкурентным преимуществом.

СТРАТЕГИЯ НА ЗАВТРА: РАЗВИТИЕ РЫНКОВ И РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА

Отвечая на вопрос о главной цели на ближайшие 5 лет, Константин Ноздрин чётко определяет приоритет, отодвигая на второй план даже разработку новых продуктов.

«Развитие рынков, безусловно, можно обозначить как основной стратегический ориентир на ближайшие годы. Всё-таки, если развитие продуктов для нас уже не стратегия, а, скорее, повседневная действительность... А вот развитие рынков – основной стратегический ориентир на ближайшие годы», – уверенno заявляет он.

Это означает две конкретные задачи. Во-первых, полное покрытие аптечной сети России.

«Полное покрытие рынка Российской Федерации, поскольку сегодня нашу продукцию можно найти во многих аптеках, но ещё не в каждой, а нам бы хотелось бы, чтобы в каждой».

Во-вторых, активная реализация экспортного потенциала. Уже сегодня компания экспортирует некоторые препараты и косметику в Беларусь и в другие страны СНГ, а субстанции и учебные пособия – и в более отдалённые регионы. Однако барьеры, в первую очередь регуляторные, остаются высокими.

«Эти планы развиваются, хотелось бы, чтобы они развивались интенсивнее, но, как я уже сказал, есть ряд сложностей».

Таким образом, фокус «Ретиноидов» на ближайшее будущее – это не просто удержание позиций, а активная экспансия, позволяющая нести свою главную миссию дальше: обеспечивать пациентов эффективными и безопасными препаратами, рождёнными из российской науки и проверенными временем. История, начавшаяся в стенах перестроенной церкви, продолжается на современных производственных площадках и в международных контрактах, доказывая, что верность научному призванию – самая надёжная бизнес-стратегия в долгосрочной перспективе.



**Александр Кох,
«НПО ЭНЕРГОСИСТЕМА»:
«У меня в запасе
ход ферзём!»**



Солнце встаёт над древним Сергиевым Посадом. Меняются рабочие смены. Но ни на минуту не останавливается производство в цехах суперсовременного завода «НПО ЭНЕРГОСИСТЕМА». Директор завода Александр Борисович Кох проводит обход производственных помещений.

«Всё должно быть идеально. Начиная с чистоты. Конечно, достичь идеала – утопия, но мы к этому стремимся.

У нас более 20 высокопроизводительных станков с ЧПУ, обрабатывающих центров: токарные, фрезерные, ленточнопильные и т.д. А скоро будет ещё больше. Уже сделали под них площадку. У нас должно быть всё самое лучшее, самое эффективное. Планку снижать нельзя. Сегодня мы – единственное предприятие такого уровня на севере Подмосковья. А будем ещё лучше. Как?»

Станки дышат размеренно, как великаны, выполняющие слаженные движения на тренажёрах в спортивном зале. Но их ра-

бота трансформируется не в силу мыши, а в силу большой страны. В мощь, которая и складывается из таких заводов, как большая река собирается из малых рек и ручейков.

«Так вот, про то, “как”: наша цель – производственный технологический хаб. Это мировой тренд. Технохабы возникают на базе успешных предприятий и являются катализаторами развития экономики.

Люди всегда стремились объединиться для обмена идеями и опытом, для усиления своего потенциала. Мы хотим быть центром притяжения для производственников, инновационных проектов, технологических команд. Есть модное слово – “синергия”, но дело не в моде, а в эффективности.

Мы на практике реализуем инновационные решения в машиностроении. Сложно назвать сферу, где не используются комплектующие, которые мы производим. Это и нефтегазовая сфера, и «оборонка», и Московский метрополитен, и т.д. Делаем детали из стали, сплавов, пластика. Можем изготовить аналог любого конструктива по чертежам, эскизам, по фото и образцам. Импортозамещение – это о нас!»

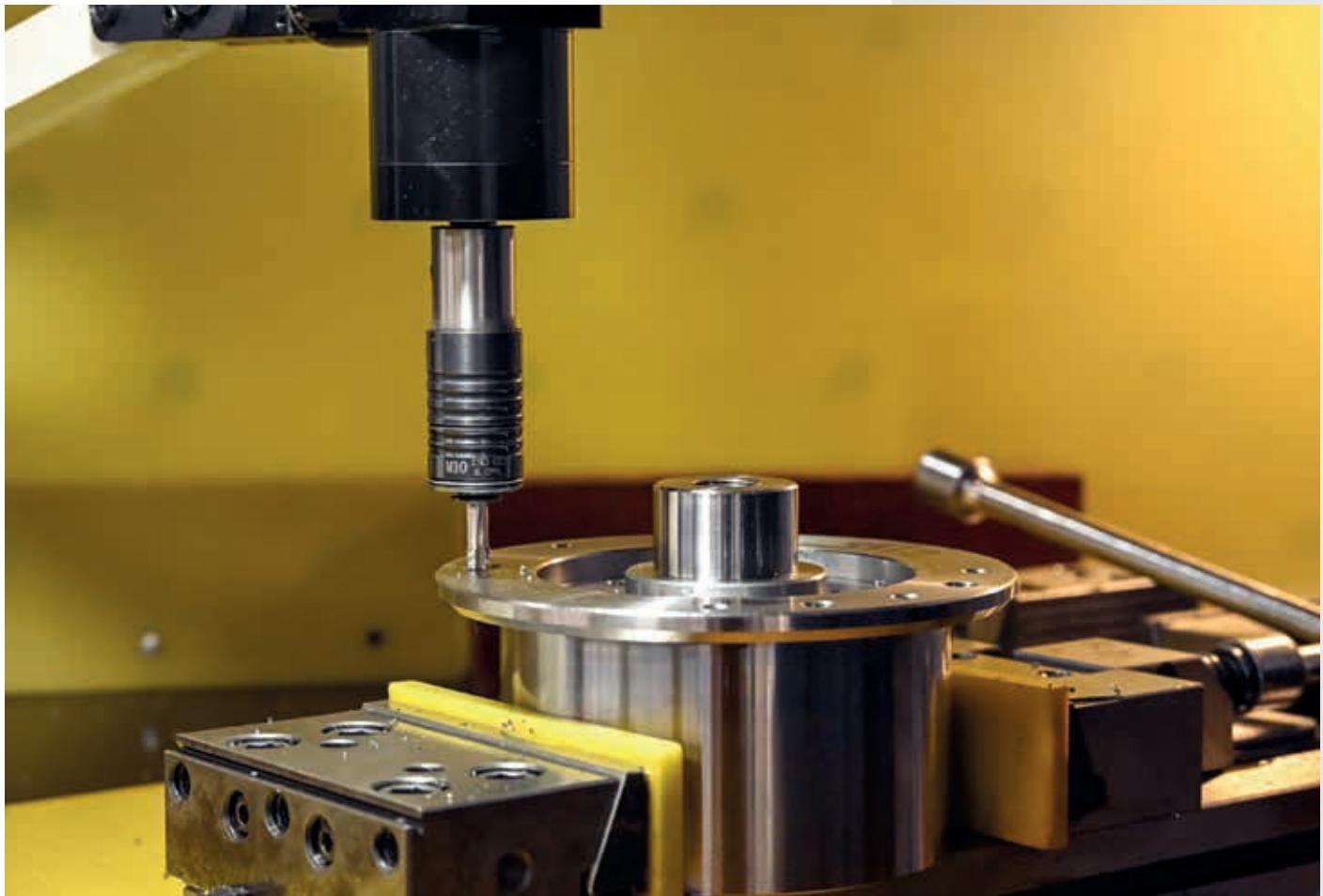
Солнечные блики разбегаются по цеху, отражаясь от тележки с готовыми деталями, которые везут на поверхку. Двухмерные чертежи обрели трёхмерную реальность, и скоро они отправятся на заводы страны, будут летать в космос, погружаться в океаны, углубляться в недра.

«Такой вектор развития приведёт и к созданию комплексного производства, и к расширению номенклатуры изделий,

«Ещё 50 лет назад ленинградская улица научила меня одному правилу: если драка неизбежна, бить надо первым».

B.B. Путин.





причём у всех участников. Разделение труда – основа современной экономики. Резиденты хаба могут пользоваться лучшими решениями коллег на выгодных условиях. Это намного дешевле, чем создавать продукт своими силами, «с нуля».

Вы читали о корпорации «Красная звезда» в романе Нормана Спиннера? О том, как советские предприятия объединились и захватили мировые рынки. Это всё та же идея. Её, к сожалению, не реали-

зовали в своё время. Но и после нокдауна надо вставать и побеждать!»

В новом складском комплексе, рядом с заводом, тоже кипит работа. Сергиев Посад очень удобен с точки зрения логистики. Ещё один плюс.

«Мы имеем интересы и в авиастроении, и в резке металлов, и в сборке электронных блоков, и в системах пожаротушения. Есть и готовые образцы. Вот, к примеру, наша разработка – мотопомпа. Очень технологичное

и, главное, выгодное решение. И мы открыты новым идеям, предложениям от тех, кто не стоит на месте. Кто понимает преимущества модели “тройной спирали”, например».

«Да, в моём кабинете есть боксёрские перчатки. И шахматы... Каким бы странным не казалось сочетание интеллектуального спорта номер один и боевого спорта номер один.

Шахматы – особый тип мышления. Симбиоз логического и абстрактного. Умение не только видеть связи между фигурами, но и предвидеть свои дальнейшие действия, то есть интеллектуальная составляющая. А бокс – физическая. А их синтез даёт ту самую синергию, о которой я уже говорил. Действия, обогащённые тактикой и стратегией, – путь к победе».

Предприятие действует с 2013 года. Ему доверяют ведущие компании России: Росатом, РЖД, Концерн «Калашников», Концерн «Радиоэлектронные технологии», Трансмашхолдинг, Концерн ВКО «Алмаз-Антей», АО «Корпорация “Тактическое ракетное вооружение”», ФГУП «НАМИ», АО «ОКБ КП», АО «Тулаторчмаш», АО «ДМЗ», АО «НПО “СПЛАВ” им. А.Н. Ганичева» и другие.

«Да, у нас завод полного цикла металлообработки.

Да, у нас самое современное оборудование.

Да, у нас свои ноу-хау.

Да, нам доверяют ведущие компании России.







Да, мы делаем качественнее других, в срок и в итоге дешевле.

А почему?

Потому что таких специалистов, как у нас, днём с огнём не найти. А мы нашли, вырастили, воспитали. У нас и в обучении своя система. Я каждого знаю, каждым горжусь.

С таким трудовым коллективом мы горы свернём, уверяю вас!»

Завод работает круглосуточно, 24/7. На производстве трудятся более 100 квалифицированных специалистов. Площадь завода – 4200 м². Ведётся строительство нового корпуса.

«Развитие – вот вектор, сейчас определяющий будущее страны. Причём мощное развитие. Технохабы доказали свою высокую эффективность. Нужны новые заводы, чтобы производить новые ледоходы, космические корабли, военную и гражданскую технику, новые уникальные вещи. И «НПО ЭНЕРГОСИСТЕМА» движется в этом направлении. Мы открыты для сотрудничества».

Сгустки ультрамарина за окном брызгнут из-за облаков. За окном весна, русская весна...

«Послушайте, прямо сейчас, на наших глазах совершается четвёртая промышленная революция – «Индустрия 4.0», как её называют. Это сверхбыстрые технологические изменения, минимизация затрат времени и капитала на реализацию инно-

вационных процессов. Лаг между идеей и готовым образцом сплющивается под гигантским давлением мировой экономики. Кто отстал – тот проиграл.

Я упоминал о модели «тройной спирали». Это тесное взаимодействие науки, промышленности и государства. Инновации всё больше становятся продуктом партнёрства. По сути, это кооперативная модель, которая многократно увеличивает вероятность достижения коммерческого

успеха. Страна, применяющая эту модель, уходит в отрыв, наращивает своё лидерство на мировой арене.

Со стороны государства стремление к этому явно ощутимо. Мы со своей стороны тоже не сидим на месте. Помните, в школе при выращивании кристаллов медного купороса для начала процесса нужен затравочный кристалл, то есть необходима сформировавшаяся точка роста. Я о нашем заводе. Уже сейчас вокруг нас





аккумулируются структуры, понимающие тренд Индустрии 4.0. Мы этому рады. Всячески готовы способствовать этому процессу.

Я хочу, чтобы, прочитав этот материал, человек навёл смартфон на наш QR-код, перешёл на сайт, посмотрел его и связался со мной. Это будет единственно правильной реакцией. Ведь ваш журнал читают не для того, чтобы скоротать вечер, а для того, чтобы начать действовать.

А за окном уже вечер. День пролетел незаметно. Горят в закатном солнце золотые купола Троице-Сергиевой лавры. Самый большой действующий колокол в России разносит благовест над городом. Благую весть для всей нашей великой страны.

«Хороший удар в голову иногда необходим каждому. Чтобы стряхнуть пыль с серого вещества и перезагрузить когнитивные способности. На ринге нет времени думать. Обдумать всё ты обязан заранее, на шахматной доске. И надевать перчатки уже заряжённым, со сформированной стратегией боя. Не всегда получается, но надо стараться делать так. В этом случае даже при тяжёлом стечении обстоятельств, от которого не застрахован никто, у тебя есть преимущество.

Я, например, всегда знаю: у меня в запасе ход ферзём».





«КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ»: Промышленная Безопасность – стратегическая жизненная необходимость России

Суруткин Константин Юрьевич,
генеральный директор компании «Ключевые Компетенции»

В сентябре 2025 года компания «Ключевые Компетенции» получила лицензию Ростехнадзора на проведение экспертизы промышленной безопасности опасных производственных объектов (ОПО).

Это не просто формальность, а подтверждение высокого профессионального уровня специалистов, для которых безопасность промышленных объектов – ежедневный труд на благо страны.

История компании насчитывает более 20 лет практического опыта: эксперты и инженеры компании проводили экспертизы сотен предприятий, от энергетики и химии до нефтегазовой отрасли. Юридическое лицо было создано 3 года назад, но за ним стоит команда, где знания и технологии аккумулировались тремя поколениями специалистов.

Сегодня «Ключевые Компетенции» – федеральная структура, работающая более чем в 80 регионах России, с собственными представительствами в Москве, Московской и Челябинской областях, а также на новых территориях Российской Федерации.

Свою миссию компания формулирует просто, но предельно точно:

«БЕЗОПАСНОСТЬ миллионов – наша ЗАБОТА».



РОССИЯ: МЕЖДУ ИНДУСТРИАЛЬНЫМ ПРОШЛЫМ И БУДУЩИМ

Современная Россия унаследовала от Советского Союза колоссальный промышленный фундамент – тысячи предприятий, десятки тысяч километров трубопроводов, энергоблоков, котельных, химических производств. Этот мощный каркас создавался на века, но время берёт своё.

Сегодня более половины основных фондов промышленности страны превышают нормативные сроки эксплуатации. Это значит, что технический износ, усталость металла, нарушение изоляции и деградация конструкций становятся не исключением, а нормой. И каждое предприятие стоит перед выбором: вкладываться в диагностику и модернизацию или рисковать безопасностью и репутацией.

«Промышленная безопасность – это не просто контроль или формальная проверка. Это защита миллионов людей, их семей и десятков миллиардов капиталовложений», – подчеркивает генеральный директор компании Константин Суруткин. – Наша задача – не допустить повторения техногенных катастроф, которые когда-то дорого обошли стране и людям».

Но вместе с вызовами приходит и новая эпоха. После завершения специальной военной операции страну ждут масштабное восстановление и строительство: новые заводы, технологические линии, энергетические и металлургические комплексы. Однако появляется и испытание – обеспечение безопасности этих объектов, а также модернизация мощностей, построенных ещё в советское время. Именно поэтому спрос на профессиональную экспертизу промышленной безопасности в ближайшие годы станет стратегическим.

По оценкам специалистов компании, более 60% оборудования на промышленных объектах в России выработало нормативный ресурс. Это не повод для паники, а сигнал к действию – для системного обновления и диагностики. Каждая экспертиза, проведённая специалистами «Ключевых

Компетенций», – это предотвращённая авария, спасённые жизни и сохранённые бюджеты предприятий.

ЭКСПЕРТИЗА, ПОДТВЕРЖДЁННАЯ ПРАКТИКОЙ

ООО «Ключевые Компетенции» – одна из немногих компаний, которые могут не просто проводить ЭПБ, но и делать это на уровне федеральных стандартов. За плечами команды более 3000 заключений, зарегистрированных в Ростехнадзоре, более 80 регионов проведения обследований и более 500 предприятий, включая первую сотню компаний из списка Forbes.

Работы компании охватывают всю вертикаль промышленной безопасности: от диагностики и неразрушающего контроля до проектирования и разработки комплексной стратегии и системы по организации промышленной безопасности предприятий.

Собственная аттестованная лаборатория неразрушающего контроля (НК-2024) позволяет применять ультразвуковые, магнитопорошковые, тепловые, вибродиагностические и геодезические методы, а также проводить анализ напряжённо-деформированного состояния конструкций.

В активе «Ключевых Компетенций» – десятки отраслей: нефтегазовая, химическая, энергетическая, metallurgical, пищевая

промышленность, а также объекты газоснабжения, тепловой и электрической энергетики, горнорудной и перерабатывающей отрасли.

Среди текущих проектов – контракты с авиапредприятием «Северсталь», РКЦ «Прогресс» и ЮГМК (Южным горно-металлургическим комплексом). Работы ведутся на действующих и строящихся объектах, включая обследование инженерных коммуникаций, техническое освидетельствование и разработку проектной документации.

ВСЕГДА РЯДОМ С КЛИЕНТОМ

Одно из главных преимуществ компании – принцип территориальной близости. «Ключевые Компетенции» открывают свои представительства прямо на производственных площадках заказчиков. Это не филиалы «на бумаге», это полноценные центры экспертизы, где работают специалисты, ежедневно взаимодействующие с инженерами предприятий. Такой подход позволяет не просто проводить разовые экспертизы, но и вести предприятие постоянно, отслеживая состояние оборудования в динамике.

«Мы не ждём, когда нас вызовут, – мы рядом, – говорит Антон Суруткин. – Наши эксперты живут и работают на местах. Мы видим ситуацию своими глазами, можем оперативно реагировать и предотвращать проблемы до того, как они станут критическими».

По данным «Ключевых Компетенций», в среднем ежегодно экспертиза предотвращает до 200 аварийных ситуаций по всей стране – а это десятки спасённых жизней, сохранённые мощности и миллиарды рублей, оставшихся в экономике.

Сегодня у компании три полноценных представительства:

* **Московская область, город Электросталь.**

Электросталь является центром металлургии и тяжёлого машиностроения – город обладает крупнейшим в стране производством ядерного топлива, высококачественной стали, тяжёлого машиностроения и химической продукции.





Антон Суруткин – успешный управленец, окончил Пензенский государственный университет архитектуры и строительства по специальностям «Маркетинг» (2004 г.) и «Экспертиза промышленной безопасности» (2025 г.), далее обучался на программе МВА «Маркетинг» в РАНХиГС при Президенте РФ (2011 г.), затем – по программе Executive MBA в ИБДА РАНХиГС при Президенте РФ «Стратегическое управление и лидерство» со стажировкой и получением диплома в Кембридже (2018 г.).

Карьера Антона Юрьевича можно сравнить со стремительным подъёмом скоростного лифта на верхний этаж небоскрёба. Родившись в Пензе и получив высшее образование, он уже в 29 лет стал руководителем крупной компании на рынке металлопроката и металлоторговли России. По итогам пандемийного 2020 года за нестандартные бизнес-решения и, как следствие, стремительный рост он был удостоен премии «Руководитель года России» в ТПП РФ, а уже в 2023 году за успешную диверсификацию и цифровизацию бизнеса получил государственную премию «Молодой промышленник года России». В настоящий момент Антон Суруткин является Советником по обеспечению промышленной безопасности Клиентов компании «Ключевые Компетенции».

Основные предприятия: Металлургический завод «Электросталь»; Электростальский завод тяжёлого машиностроения (ЭЗТМ); Машиностроительный завод (МСЗ); ОАО Электростальский химико-механический завод им. Н.Д. Зелинского;

Московская область, Наро-Фоминский городской округ, пгт. Селятино.

Здесь функционируют различные предприятия и организации, самая крупная из них – легендарный трест «Гидромонтаж».

Трест «Гидромонтаж» в Советском Союзе – специализированная организация, занимавшаяся проектированием, изготовлением и монтажом гидротехнических и атомных сооружений, механизмов и мостов;

* город Челябинск – центр металлургической промышленности Урала;

* а также ЛНР и ДНР, где компания уже проводит экспертизы на промышленных объектах, включая ЮГМК (Южный горно-металлургический комплекс).

В 2026 году готовятся к открытию ещё два представительства – в Хабаровске и на Кузбассе. Это позволит компании покрыть территорию страны от западных регионов до Дальнего Востока, фактически создав федеральную сеть экспертизы промышленной безопасности.

ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ЗНАЮТ, ЧТО ТАКОЕ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Сегодня команда «Ключевых Компетенций» составляет более сотни экспертов – инженеров и аттестованных специалистов, включая профессионалов в области промышленной безопасности, экологии и атомного надзора. Многие из них – ведущие эксперты страны по неразрушающему контролю на опасных производственных объектах.

Команда постоянно расширяется: для новых представительств подбираются и обучаются кадры, проводятся внутренние тренинги и наставничество. Опытные эксперты компании командируются в регионы, чтобы выстраивать процессы на месте, обучать местные команды и формировать стандарты качества.

«Мы осознанно инвестируем в человеческий капитал. Наши сотрудники – это

не просто специалисты, это люди, которые разделяют философию компании: ответственность, точность, уважение к человеческой жизни», – отмечает Антон Суруткин.

ПРОМЫШЛЕННАЯ, ПОЖАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ЭКОЛОГИЯ: НЕРАЗРЫВНОЕ ЕДИНСТВО

Компания «Ключевые Компетенции» объединяет промышленную безопасность, пожарную безопасность и экологию в единый комплекс профессиональных услуг. Работа компании выходит за пределы инженерных решений: специалисты не только занимаются проектированием и аудитом, но и активно участвуют в отраслевых конференциях и выставках, сотрудничают с Торгово-промышленной палатой РФ и с профильными ведомствами.

В планах компании – проведение собственных форумов и участие в законодательных инициативах, связанных с надзором, экологией и охраной труда. Основная цель – обеспечить безопасный труд, предотвращая аварии и защищая оборудование, а также окружающую среду: воздух, воду и землю, которые формируют жизненное пространство будущих поколений.

Таким образом, промышленная безопасность рассматривается как комплексная задача, включающая в себя пожарную безопасность и экологические аспекты, что способствует созданию устойчивой и безопасной производственной среды.



«Развитие и модернизация промышленности – наш безусловный приоритет. Поэтому будем и дальше стимулировать внедрение новейших технологий, цифровых решений, передовых экологических стандартов, вместе с бизнесом, регионами, наукой обновлять программы профессионального образования, подготовки и переподготовки кадров, в том числе для таких базовых, системообразующих отраслей, как машиностроение, судо- и авиастроение, станко- и приборостроение, робототехника, выпуск промышленного и энергетического оборудования».



В.В. Путин

ООО «КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ» – ЭТО:

- * более **20** лет опыта в экспертизе промышленной безопасности;
- * **80** регионов России, включая новые территории;
- * **100+** компаний из списка Forbes среди клиентов;
- * **500+** промышленных предприятий среди клиентов;
- * **3000+** заключений, зарегистрированных в Ростехнадзоре;
- * собственные представительства в Центральной России, на Урале и на новых территориях.



ФЕДЕРАЛЬНЫЙ МАСШТАБ И НОВЫЕ ТЕРРИТОРИИ

Особое направление работы – экспертиза промышленных объектов на новых территориях РФ. Правительством поставлена задача – к 2027 году все ОПО должны быть приведены в соответствие с российским законодательством. «Ключевые Компетенции» – первая компания, которая начала эту работу на местах.

Уже подписаны контракты с рядом предприятий, готовится масштабная программа обследования промышленных площадок. К 2026 году компания планирует завершить создание полной инфраструктуры обслуживания новых регионов, обеспечивая промышленный контроль, экологическую экспертизу и обучение персонала на местах.

«Мы – первые, кто реально туда поехал, – отмечает Антон Суруткин. – Наши эксперты уже проводят обследования, и к 2027 году, согласно плану правительства, все объекты на новых территориях должны пройти экспертизу. Мы готовы обеспечить этот процесс качественно и в срок».

Таким образом, компания формирует самую широкую географию присутствия среди участников рынка промышленной безопасности в России.

ЭКОНОМИЯ ЧЕРЕЗ ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ

Промышленная безопасность – это не только защита жизней, но и экономическая выгода для бизнеса. Каждая авария – это десятки миллионов рублей прямых и косвенных потерь: остановка производства, ремонт, штрафы, судебные расходы. Своевременная экспертиза позволяет избежать этих расходов, оптимизировать эксплуатацию оборудования и увеличить срок его службы.

«Мы экономим не просто деньги предприятий – мы сохраняем их стабильность, рабочие места и доверие к отрасли. Ведь

безопасное производство – это конкурентное преимущество», – подчёркивает Антон Суруткин.

«Ключевые Компетенции» – это не просто подрядчик по экспертизе, это партнёр государства и бизнеса, обеспечивающий фундаментальную основу развития промышленности. В эпоху, когда стране предстоит масштабная модернизация, на-

дёжность и профессионализм становятся определяющими.

За два десятилетия работы компания зарекомендовала себя как команда, которой доверяют крупнейшие промышленные гиганты, а её имя стало синонимом надёжности и ответственности.

Подготовила Алина Волкова



Суруткин
Антон
Юрьевич

СЕРГЕЙ СКРЯБИКОВ, L-SYSTEMS: «За нашим именем уже сегодня стоят реальная ценность и репутация надёжного партнёра, а через 5 лет они помножатся на пять!»



– Сергей Алексеевич, расскажите немного о своей компании: о её истории, специфике, сегодняшнем дне?

– Наша компания называется L-Systems. На рынке мы уже 15 лет, были созданы на заре развития IT-сервисов, в частности аутсорсинга и аутстаффинга персонала. Большой и очень ценный навык, который мы приобрели за это время – это доставка и внедрение тяжёлого оборудования. Речь идёт о серверах, видеокамерах, системах контроля и управления доступом (СКУД), телефонии, АТС, коммутаторах, а также о софтверных решениях – виртуализации, программных АТС, различных CRM. То есть мы изначально охватывали полный спектр

IT-инфраструктуры. После возникновения компания активно начала внедрение на российский рынок и, что важно, до сих пор не просто существует, а гармонично чувствует себя в потоке времени, постоянно адаптируясь.

Приобретённые компетенции позволили нам выстроить тесную коллаборацию с различными вендорами, дистрибуторами и производителями софта, успешно, скажем так, развивать с ними бизнес, постоянно меняясь под текущие реалии. В конечном итоге этот опыт позволил нам создать собственную CRM-систему, которой мы сейчас активно пользуемся сами и которую развиваем как продукт.

В сфере высоких технологий сегодня редко встретишь российские компании, которые с одинаковым успехом занимаются и сборкой телевизоров, и разработкой искусственного интеллекта для кол-центров, и строительством данных центров. Российская L-Systems – именно из таких редких универсальных игроков. Гибкая бизнес-модель, позволяющая одновременно вести контрактное производство для других и продавать собственную продукцию, развивать классическую системную интеграцию и экспериментировать с блокчейном, – это про L-Systems.

Какова внутренняя логика и стратегические цели этого многопрофильного холдинга? Об этом нам рассказал генеральный директор компании Сергей Скрябиков.

Как любой жизнеспособный системный интегратор, мы постоянно меняемся и приспосабливаемся: к новой логистике, к сложным условиям получения лицензий на уже закупленное европейское оборудование, к параллельному импорту. И, конечно, к уходу с рынка тех глобальных игроков, которые долгое время задавали стандарты качества, гарантий и вселяли уверенность в надёжности и долговечности оборудования.

Сегодняшний день компании – это центральный конгломерат компетенций. Мы входим в список IT-компаний, аккредитованных Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, у нас есть собственное програм-

мное обеспечение, которое мы развиваем и на котором хорошо зарабатываем. У нас есть саморегулируемая организация (СРО), позволяющая нам производить все виды монтажных работ по СКУД, видеонаблюдению и слаботочным системам. Мы располагаем сильным техническим отделом, который обслуживает мощные инфраструктуры в крупных холдингах. Есть свой штат программистов-разработчиков, которые поддерживают и развиваются нашим ПО.

Имеется мощный отдел маркетинга, который в том числе использует наше ПО для решения внутренних и внешних задач. Кроме того, мы не остались в стороне от современных трендов: мы входим в реестр майннеров, и всё, что связано с блокчейном, нам не чуждо. Мы даже написали собственную систему мотивации на блокчейне Solana. Также у нас есть собственные мощности и дата-центр, который выполняет задачи как по хранению серверного оборудования и предоставлению облачных вычислений, так и по майнингу криптовалюты – всё это абсолютно легально, на официальной основе. Вот такая многогранная у нас компания!

– Есть ли у неё девиз, слоган?

– Да, конечно. Наш девиз звучит так: «Наши партнёры, клиенты, сотрудники всегда на пике инноваций!». Для нас информационные технологии – это не просто инструменты, поэтому мы стремимся делиться с любовью к ИТ с максимальным количеством людей.

– Вы одновременно развиваете контрактное производство (B2B-услуга), и прямые продажи готовых продуктов (B2B/B2G). Не возникает ли здесь конфликта интересов? Например, не боитесь ли вы, что ваш заказчик на контрактное производство станет вашим конкурентом на рынке? И какова главная синергия: вы производите для себя то, что потом продаете, или продажами закрываете избыток мощностей?

– Здесь хотелось бы пояснить, что конфликт интересов вряд ли возникнет, и вот почему. Наше контрактное производство в России и торговые марки, которые мы производим в Китае (под брендом STM Kangbo мы выпускаем телевизоры, телефоны, видеокамеры, планшеты, ноутбуки, мониторы, коммутаторы), – это немного разные «игровые поля». С китайскими партнёрами мы работаем уже много лет, с некоторыми отношениями делятся 10–12 лет, и мы достаточно понимаем весь цикл производства – от концепции до получения товара клиентом. Это отлаженный и предсказуемый процесс.

Что касается контрактного производства в России, здесь мы видим себя скорее в роли коннекторов, своего рода «посольского бюро» для бизнеса. Мы предлагаем услуги по разработке документации, консалтингу, помогаем в общении с Торгово-

промышленной палатой и Минпромторгом, в заполнении заявок на включение в реестр промышленной продукции. И, соответственно, мы предоставляем площадку для сборки оборудования на территории России, а также услуги по подбору комплектующих для пайки электроники в разрабатываемом устройстве. Таким образом, прямая конкуренция между этими двумя направлениями маловероятна, так как они ориентированы на разные рынки и различные бизнес-модели. Синергия заклю-



чается не в перетоке мощностей, а в универсальности нашей экспертизы: глубокое понимание полного цикла производства, от компонентной базы до конечного продукта, которое мы можем применять как в услугах для партнёров, так и в развитии собственных брендов.

– Вы указываете, что разрабатываете устройства под задачи бизнеса. Что именно входит в эту разработку? Это в большей степени подбор и кастомизация готовых компонентов или у вас есть собственная команда, которая занимается схемотехникой и программированием, создавая по-настоящему уникальные продукты?

– Это выражение следует понимать в более широком контексте – как разработку решения от бизнес-задачи. Если мы говорим о программных решениях, мы не просто подбираем ПО и тонко его настраиваем. Самое сложное и ценное – это интеграция в бизнес-процессы, помогая бизнесу выйти на чётко отлаженные метрики. Мы стремимся к тому, чтобы не было ситуаций, когда работа сделана ради работы, или внедрено экономически нецелесообразное решение, которое должно было сэкономить деньги или дать преимущество, а на деле превратилось в чемодан без ручки и лишь потребляет временные и материальные ресурсы. Уже имея опыт на рынке, мы находим решение, договариваемся, понимаем его реальную стоимость, чтобы не было оверрайса, и интегрируем его так, чтобы бизнес не страдал, а сотрудники, привыкшие годами работать по-старому, почувствовали облегчение от нового инструмента.

Что касается аппаратных, «железных» решений, в первую очередь мы смотрим на доступность компонентов, возможность будущих обновлений, лицензионную чи-

стоту, наличие и качество техподдержки. Мы берём с рынка только то, что действительно доказало свою надёжность в эксплуатации и имеет гарантийную поддержку, потому что за этот выбор нам же и отвечать впоследствии. Разводить «зоопарк» оборудования мы не готовы. У нас есть скиллы, сертификаты, статусы «золотых партнёров» у определённых вендоров, которые зарекомендовали себя на рынке. Мы знаем их возможности и пределы, поэтому можем стратегически подобрать бизнесу то устройство, которое будет оставаться актуальным и работать на максимуме своих возможностей в течение 3–5 лет, до следующего планового обновления.

– Часто вхождение в реестр Минпромторга – это «билет» на рынок госзаказа. Насколько сегодня этого достаточно для победы в тендерах? Или это стало базовым требованием, а реальное преимущество вы строите на чём-то другом, например на сервисе, на сроках или на уникальных предложениях, которые вы можете обеспечить благодаря контрактному производству?

– С тем, что реестр Минпромторга – это серьёзный «билет» на рынок ГЗ и КЗ, я полностью согласен. Для оборудования, которое не имеет особых настроек и является, по сути, товаром массового спроса, факт нахождения в реестре и статус российского производителя зачастую является ключевым и единственным конкурентным преимуществом, которое и позволяет победить в тендере.

Однако, если мы говорим о более сложной электронике, допустим, тех же видеокамерах, которые имеют десятки параметров и должны удовлетворять специфические потребности заказчика, – здесь начинаются, скажем так, настоящие «чудеса», и одного наличия в реестре становится недостаточно. Созданный и внесённый в реестр условный телевизор или камера имеет определённый набор характеристик. Но рынок и технологии не стоят на месте: параметры меняются, улучшаются, модернизируются. Найти заказчика, чьи требования на 100% совпадут с зафиксированными параметрами, становится крайне сложно. Поэтому наша стратегия для сложных технических продуктов – это работа под конкретного заказчика и под конкретный объём. То есть реальное преимущество мы строим на гибкости, глубоком понимании потребностей заказчика и возможности предложить то самое уникальное решение, которое закрывает его задачу, а не просто соответствует формальным критериям реестра.

– Рынок камер и телефонов довольно насыщен. Как вы избегаете конкуренции по цене? Делаете ставку на их интеграцию в свои же комплексные решения (например, «камера + ПО для аналитики» или «телефон + CRM»), где ценность уже

не только в самом устройстве, а в связке?

– Безусловно, рынки камер и телефонов очень насыщены, избежать конкуренции по цене не получается, потому что это богатые рынки с высокой прозрачностью цен. Но сейчас они требуют новых интеллектуальных решений, и здесь мы как раз работаем над поиском наиболее интересных заказчиков и коллaborаций.

По второй части вопроса: вы абсолютно правы в своей догадке! Если это телефон, для нас он не только «трубка», но и целый комплекс услуг: подбор под задачи заказчика среди аналогов, настройка, установка, интеграция в существующую инфраструктуру связи. Для этого необходим серьёзный технический отдел, способный экспертно объяснить, какой девайс и почему действительно нужен клиенту. С камерами ситуация аналогичная, но ещё более показательная. Нам помогает то, что у нас есть собственная сильная монтажная команда, которая уже имеет свою клиентскую базу и предлагает нашу продукцию к установке. Это один из успешных каналов сбыта.

Но главная ставка – это именно интеграция и комплексные решения. У нас достаточно плотные контакты и уже реализованные проекты с крупными российскими вендорами в области машинного зрения и видеоаналитики. Наши камеры интегрируются в их системы. Мы хорошо разбираемся в видеоаналитике, в паттернах поведения. Это позволяет нам сразу, под конкретные бизнес-задачи клиента, подобрать не просто камеры, а целый комплекс: какие паттерны отслеживать, какой сервер аналитики для этого нужен, какой бюджет потребуется. И, отталкиваясь от возможностей бизнеса, мы подбираем максимально эффективное решение, но всегда с заделом на будущее масштабирование. Таким образом, ценность смещается с цены устройства на ценность всего решения, которое решает бизнес-задачу.

– Заявленный приоритет «Телефония и ИИ» звучит очень перспективно. У вас уже есть готовые кейсы? Можете привести пример: что именно ИИ делает для телефонии? Например, это голосовые помощники для кол-центров, анализ разговоров или предиктивная аналитика на основе кол-данных?

– Да, у нас уже есть реализованные и работающие кейсы, приносящие измеримый экономический эффект. Мы делаем ставку на то, чтобы с помощью ИИ автоматизировать бэк-офис и административно-управленческий персонал, так как это очень весомая часть себестоимости продукта в тех компаниях, с которыми мы работаем. Мы внимательно смотрим на эту нагрузку и ищем способы её снижения.

Например, в одной компании в отделе делопроизводства, где множество сотрудников вручную занимались перекладыванием и обработкой документов, с помощью технологий машинного зрения мы смогли сократить их количество с 10 человек, обрабатывавших порядка 800–1000 документов в день, до двух. Это был большой успех. В другой компании мы полностью заменили отдел технического контроля или контроля качества на искусственный интеллект. Проект был сложный, но для компании содержание такого важного, но не генерирующего прямых продаж отдела, было тяжёлой ношей. Сейчас они вздохнули с облегчением, причём функция контроля не пострадала, а в чём-то даже стала лучше. Мы настраиваем ИИ так, чтобы в некоторых моментах он работал лучше человека, а если не получается, дорабатываем его или оставляем в помощь человеку, чтобы тот работал ещё эффективнее.

Что касается именно телефонии, мы решали задачи автоматизации кол-центра разными способами: от простых сценарных роботов до полноценного искусственного интеллекта. Мы определились

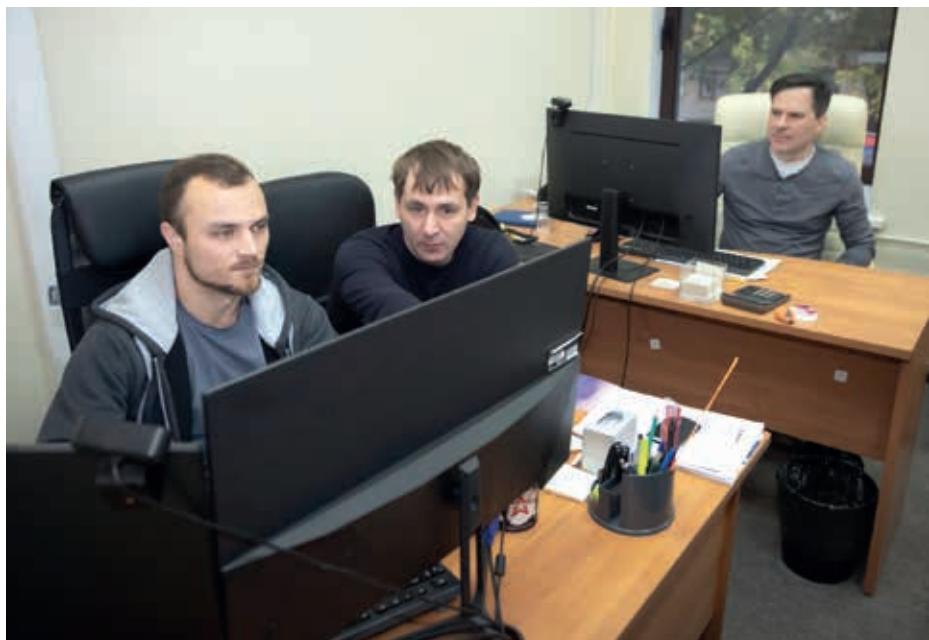
с оптимальными по соотношению «цена/качество» решениями, чтобы стоимость минуты работы такого ИИ-робота была объективно ниже стоимости минуты работы оператора. Внедрённый нами робот работает 24/7, в пиковые нагрузки полностью снимает напряжение с кол-центра, каждый звонок отрабатывается качественно, ни одна заявка не теряется. Клиент почувствовал и экономию, и реальный финансовый результат.

Кроме того, мы разрабатываем своего рода бизнес-ассистента, цифрового секретаря, который может участвовать в совещаниях, воспринимать речь, понимать, о чём шла речь, а затем через мессенджеры напоминать участникам о поставленных задачах и контролировать их выполнение. Сейчас наша ключевая задача – максимально глубоко внедрить искусственный интеллект в нашу собственную CRM-систему, чтобы в будущем представить её как готовое коробочное решение на рынке. Мы убедились: всё, что мы делаем для себя и для своих клиентов, имеет большой потенциал, мы готовы делиться этими успешными наработками, чтобы их модернизировать и масштабировать.

– Ваше производство очень зависит от компонентной базы. Насколько глубоко вам удаётся включиться в импортозамещение? Вы лишь собираете конечное устройство в России или ведёте работу по локализации более глубоких уровней, например печати плат или разработке чипов? Каков ваш самый локализованный продукт?

– Мы активно работаем в этом направлении. Наша компания имеет собственную торговую марку STM Kangbo, под которой мы производим телевизоры, телефоны, видеокамеры, планшеты и другое оборудование вместе с китайскими партнёрами. Это даёт нам глубокое понимание всей цепочки производственного процесса. Понимая тренд на отечественное производство, который никуда не делся, а лишь усиливается, мы начали производить собственное оборудование и в России. В частности, телевизоры и видеокамеры мы собираем на нашем заводе в Дзержинске. Это позволяет нам претендовать на включение в перечень сертифицированного оборудования, что критически важно для работы с госсектором.

На текущий момент речь идёт именно о сборке конечного устройства в России из комплектующих. Работа по более глубокой локализации, такая, как печать плат или, тем более, разработка чипов, – это сложный и капиталоёмкий процесс, до которого мы пока не дошли. Наш самый локализованный продукт сегодня – это как раз те самые телевизоры и камеры, собираемые в Дзержинске, которые проходят необходимые процедуры для получения статуса продукции, произведённой в РФ.





– Какие направления в рамках ваших приоритетов вы считаете наиболее перспективными для инвестиций: развитие AI-алгоритмов для ваших камер, создание собственной IP-АТС или, может, принципиально новые продукты на стыке этих технологий? Какую долю от прибыли вы закладываете на эти исследования?

– В рамках наших приоритетов я считаю наиболее перспективным для инвестиций развитие универсального сервера с искусственным интеллектом. Наша задача – создать такую платформу, которая сможет гибко работать и с камерами, и с IP-АТС, и с любым другим стеком технологий через API, подстраиваясь под уникальные запросы заказчика оперативно и без лишних затрат. Мы хотим сделать по-настоящему универсальный и гибкий инструмент.

Параллельно мы продолжаем развивать нашу CRM-систему, так как она уже является одним из ключевых источников дохода, и мы видим в ней большой потенциал, особенно с внедрением ИИ. Мы постоянно исследуем, модернизируем и развиваем это направление. Что касается доли инвестиций, мы готовы направлять на исследования и разработки, наверное, от 7 до 10% от прибыли, чтобы уверенно двигаться вперёд по всем этим направлениям.

– Исходя из ваших приоритетов, ваш идеальный клиент – это госкорпорация, которая заказывает у вас и производство, и внедрение или средний бизнес, который покупает готовые коробочные решения? В какой сфере вы видите максимальный потенциал роста: госсектор, телеком, ритейл, промышленность? Работаете ли с малым бизнесом?

– Наш идеальный клиент – это скорее средний и крупный бизнес, а также госкорпорации, которые ценят комплексный подход. Наша сила в способности подобрать, адаптировать и внедрить решение под конкретную, часто уникальную, задачу. Госкорпорации интересны нам с точки зре-

ния контрактного производства и поставок оборудования, соответствующего требованиям реестра Минпромторга. Что касается готовых коробочных решений, наша CRM с ИИ как раз претендует на то, чтобы стать таким продуктом для более широкого круга клиентов.

Максимальный потенциал роста мы видим в тех секторах, где есть потребность в автоматизации рутинных процессов и сложных инфраструктурных решениях. Это и госсектор (особенно в части импортозамещения), и ритейл (аналитика, контроль), и промышленность (автоматизация контроля качества, логистики). С малым бизнесом мы работаем точечно, как правило, в рамках поставки стандартного оборудования или каких-то типовых решений, так как объёмы и требования там часто не требуют глубокой кастомизации, которая является нашей сильной стороной.

– На кого вы смотрите как на основного конкурента? На других российских сборщиков, которые также занесены в реестр Минпромторга, или на крупных международных вендоров, чьи решения вы замещаете? В чём ваша тактика для победы над каждым из них?

– Поскольку мы очень разноплановая компания, мы можем заходить к клиенту с различных сторон, предлагая решения, которые системному интегратору подобрать ближе и быстрее, чем узкому вендору или простому сборщику. Поэтому наших конкурентов я бы разделил на две категории.

С одной стороны, это другие российские сборщики и системные интеграторы. Но я бы даже назвал их не столько конкурентами, сколько партнёрами. Мы активно взаимодействуем с крупными игроками на рынке, часто выступая в роли младшего партнёра по определённым направлениям или технологиям. Мы также коллаборируем с меньшими интеграторами для решения комплексных задач, которые им не под силу в одиночку.

С другой стороны, это ушедшие или уходящие с рынка международные вендоры, чьи решения мы помогаем замещать. Наша тактика в конкурентной борьбе с первыми (российскими компаниями) строится на нашей экспертизе, клиентоориентированности и способности предложить более гибкое, заточенное под клиента решение. Против вторых (международных вендоров) мы играем на поле импортозамещения, надёжности поставок, локализации поддержки и зачастую более привлекательной общей стоимости.

Но если говорить глобально, я бы не стал применять слово «конкуренция» в её агрессивном ключе. Сейчас для нас важнее коллaborация, открытый диалог, честность, порядочность и умение держать слово. Мы не пытаемся кого-то переиграть на поле боя. Мы стремимся, видя у клиента альтернативы, в синергии с ним выработать такое решение, где найдётся место и для нашей компетенции. А окончательный выбор клиент делает сам, основываясь на нашей экспертизе и тех выгодах, которые мы объективно демонстрируем. Наша задача – прийти решать задачи, а не заниматься «схемотехникой».

– Если представить идеальный результат через 5 лет, на какой позиции на рынке видится вам L-Systems? О чём мечтаете?

– Если представить такой результат, L-Systems, безусловно, останется системным интегратором, но интегратором нового уровня. Хоть компания и зрелая, в последние 3 года мы сформировали тот самый контур из самостоятельных и экспертных департаментов, а осознание, куда именно двигать эти направления, пришло к нам совсем недавно. В этом смысле L-Systems молоды, и 5 лет – это хороший срок для осознанного развития.

Мы будем целенаправленно прокачивать все наши отделы, увеличивать скиллы сотрудников, работать над прибылью и развитием. Я мечтаю о том, что какие-то наши продукты, например наша CRM с ИИ или универсальный AI-сервер, выйдут на международные рынки. Видится мне, что у нас появится новая, ещё более эффективная система управления компанией, которая позволит нам стать максимально экспертной в своих выбранных направлениях.

И самое главное, о чём мечтается, – чтобы об этой нашей экспертизе услышали и рынок, и заказчики. Чтобы нас знали как компанию, которая своим опытом, словом и делом доказала, что может решать самые сложные вопросы, понимает, что делает, и сверхэкспертна, потому что постоянно учится и развивается. За нашим именем уже сегодня стоят реальная ценность и репутация надёжного партнёра, а через 5 лет, в моём видении, они помножатся на пять!



О том, какие тенденции преобладают на российском рынке башенных кранов, об особенностях техники китайского производителя DAHAN и о том, как модификации кранов поднимают стандарты в отрасли на новую высоту, обеспечивая эффективность и безопасность строительной техники, мы поговорили с Владимиром Кузьминовым, коммерческим директором компании «Подъём Групп».

БИЗНЕС НА ВЫСОТЕ: «ПОДЪЁМ ГРУПП» ПОВЫШАЕТ СТАНДАРТЫ В КРАНОВОЙ ИНДУСТРИИ

– Владимир Алексеевич, как вы оцениваете динамику спроса на башенные краны на российском рынке?

– Ситуация сейчас довольно непростая: кризис, санкции и высокая ставка рефинансирования привели к закрытию целого ряда проектов. Некоторые крупные строительные компании были вынуждены реструктуризовать бизнес, сократить лишний персонал, а те, кто не справился с кредитной нагрузкой и текущей ситуацией в стране, сокращают производство и замораживают стройки. С другой стороны, молодые компании, обладающие достаточными ресурсами и ранее сдерживаемые доминирующими игроками, теперь активно выходят на рынок. Они нередко приобретают новую спецтехнику и краны. С ними необходимо поддерживать диалог и понимать, кто из новых игроков имеет ресурсы для роста, – это суть рыночной аналитики. Правильно оценив ситуацию, можно первыми зайти в эти компании, став их поставщиком. Мы поступаем именно таким образом, так что, с одной стороны, мы видим некоторый спад продаж башенных кранов по рынку, но нас он не коснулся. Как и ранее, мы реализуем 20–30 кранов в год. Объемы поставок только увеличиваются, и я надеюсь, что эта тенденция сохранится.

– Что же выделяет «Подъём групп» среди других поставщиков башенных кранов?

– Мы активно работаем над тем, чтобы улучшать функционал и качество техники, которую мы поставляем. Наш основной партнёр – производитель кранов DAHAN из Китая; с ним у нас сложились крепкие связи. Особенно он привлекает нас тем, что помогает постоянно дорабатывать

продукт, добавляя дополнительные опции по нашему запросу, что увеличивает конкурентоспособность продукции. И на все наши пожелания производитель откликается очень оперативно. Например, в этом году мы добавили полуавтоматическую смазку на системы ОПУ (опорно-поворотное устройство).

Кроме того, уже в следующей поставке мы ожидаем краны, которые полностью оборудованы системой видеонаблюдения. Видеомониторинг и контроль позволяют предотвращать потерю оборудования и аварии, а также повышают безопасность на строительстве объектов.

К примеру, камера с зумом, установленная на хвосте стрелы, наблюдает за всей площадкой – это одна из основных систем контроля, помогающих избежать потери оборудования и несчастных случаев. Например, когда груз на кране со стрелой 60–70 метров приходится заводить за здание, он оказывается в «мёртвой зоне»: машинист не видит, что происходит под краном, и по ошибке груз может быть опущен на работающих на площадке. При наличии камеры машинист полностью контролирует «мёртвую зону». Кроме того, это устройство позволяет не допустить соприкосновения троса со зданием и избежать потери троса, замена которого обойдётся от 500 тыс. до 800 тыс. рублей, в зависимости от высоты крана. Также мы оснастили кабины камерой, которая смотрит на лебёдку сверху, отслеживая намотку троса на барабан, что позволяет не допустить перехлестывания троса, которое также может привести к его потере. Благодаря камере машинист увидит сбой при намотке и сможет вызвать техников,

которые устроят проблему.

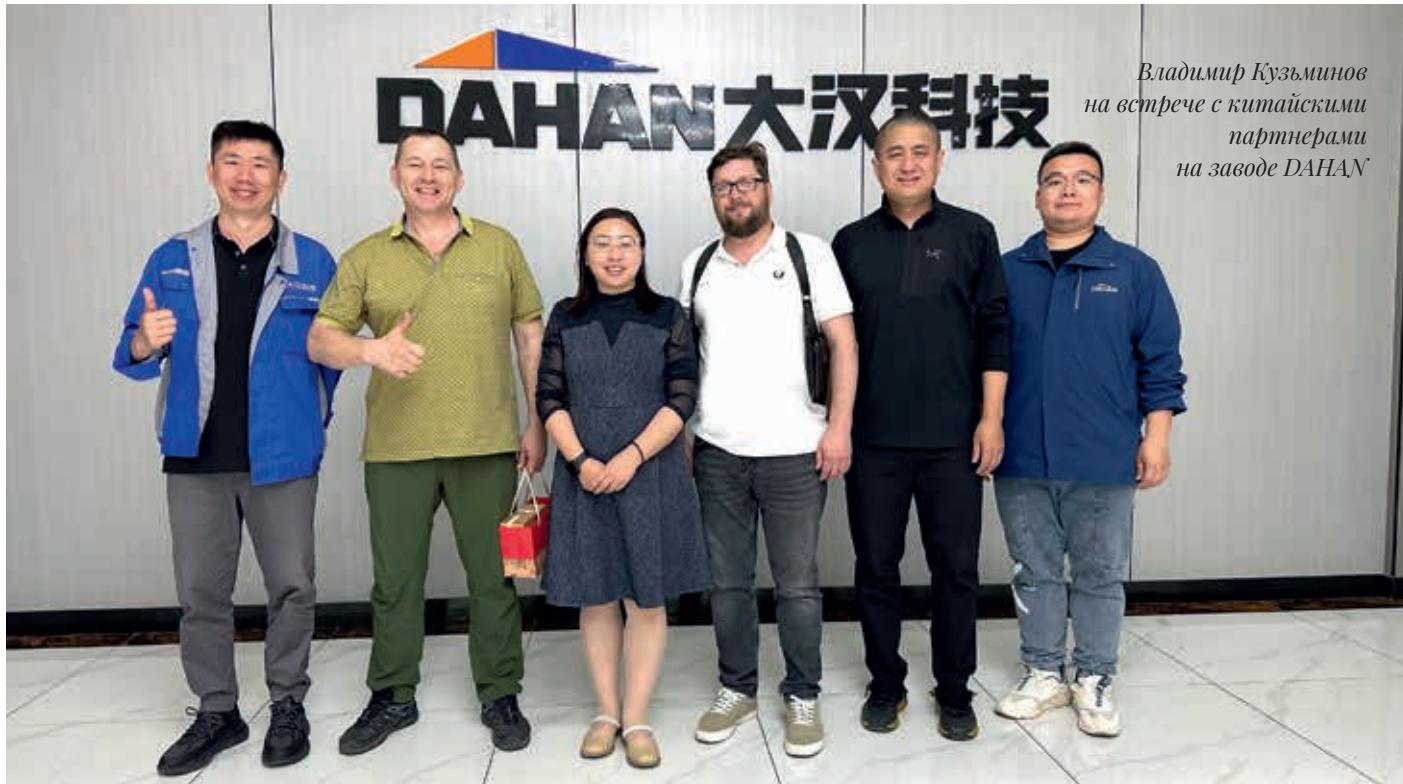
Ещё одна камера ставится на стрелу, позволяя машинисту видеть процесс монтажа крана.

Наконец, четвёртая камера устанавливается внутри самой кабины. Её не очень любят сами машинисты, но контроль за кабиной с земли – важная опция: в конце концов человеку может стать плохо, а оператор это увидит, и помочь будет своевременно оказана.

Кроме того, сегодня мы существенно модернизировали кабины 10-тонных кранов. Башенные краны на российском рынке строительства имеют три основных класса грузоподъёмности: 8, 10 и 12 тонн, – и именно «десятки» занимают 70–80% ёмкости рынка. Мы оснастили их настоящими VIP-кабинами – увеличенными, где вся аппаратура, вся электроника находится внутри кабины, в отличие от обычного размещение аппаратуры на стреле башенного крана, т.е. на улице. Поэтому аппаратура зимой не вымораживается на сильных морозах, не замедляет работу, летом не перегревается, несмотря на жару до +40–50 °C на солнце. В кабине машиниста установлены два кондиционера: один охлаждает оборудование, другой – салон. Это удобно и для сервисного обслуживания, так как техники работают в комфортных условиях, защищены от жары, холода и дождя. Соответственно, они быстрее выполняют работу, что позволяет ускорить момент технического обслуживания и наладки.

– Вероятно, эти улучшения увеличивают стоимость кранов?

– Честно говоря, сейчас в комплектации кранов многое мы улучшаем практически за свой счёт. В первую очередь мы



Владимир Кузьминов
на встрече с китайскими
партнерами
на заводе DAHAN

хотим доработать оборудование, чтобы повысить его конкурентоспособность и предложить рынку интересный продукт. А поскольку улучшения – это наша инициатива, большинство доработок мы финансируем самостоятельно. По нашим расчётом, доработки стоят около 1–1,5 млн рублей, мы же добавляем к цене крана лишь 500–700 тыс. рублей. Но эти вложения со стороны заказчиков полностью себя окупают. И мы это видим по реакции рынка – многие строительные компании начинают запрашивать краны именно с теми доработками, которые увидели у нас.

Более того, я хочу отметить, что мы не стремимся к удешевлению продукта, если это ведёт к потере качества. Например, не планируем отказываться от использования секции мачты для башенного крана L68 – она остаётся разборной, с трубчатым раскосом. Другие поставщики, стремясь удешевить кран и вывести на рынок более доступный продукт, заменяют усиленный трубчатый раскос на уголковый. Это облегчает секцию мачты, делая кран менее металлоёмким, но, соответственно, и более хлипким. Стандартная секция башенного крана (2×2×3 м) весила около 1,6–1,7 тонны. Многие стали облегчать такие секции на 250–300 кг. Однако в результате такие краны быстро изнашиваются на секциях – уже через 3–5 лет на них появляются признаки выработки. Это делает дальнейшую эксплуатацию опасной, поскольку кран, если объяснить просто, начинает сильнее болтаться.

Мы никогда не будем ухудшать качество наших кранов. К слову, это ещё одно преимущество партнёрства с DAHAN – они производят качественные краны как для

внутреннего рынка, так и для российского, без различий в стандартах. И с каждым разом улучшают и дорабатывают продукт, не желая жертвовать качеством в попытке создать более дешёвые варианты.

– Какое время сегодня занимает поставка кранов в Россию?

– Нам удалось сократить сроки поставок кранов до 1,5–2 месяцев (до склада заказчика, а не до складов во Владивостоке или Благовещенске, как заявляют многие конкуренты, чтобы сделать своё коммерческое предложение более привлекательным, без учёта стоимости и сроков доставки по России). Это очень короткий срок поставки для таких больших кранов. Мы достигли таких показателей благодаря богатому опыту в логистике: нашли ряд логистических компаний, которые помогают оптимизировать сроки и скорость доставки, сохраняя при этом качество.

– А как вы решаете вопрос сервисного обслуживания кранов?

– Вопрос сервисной поддержки мы решили очень просто. Благодаря нашему долгому присутствию на рынке у нас с много партнёров, которые занимаются обслуживанием кранов. Мы проводим обучение сервисных бригад по нашим кранам: монтажу, обслуживанию и ремонту (хотя ремонта у нас пока не было) и аккредитуем этих партнёров. На обучение сервисных бригад приезжает инженер из Китая, объясняет особенности настройки и пусконаладки. После этого бригада аттестуется, берёт на себя монтаж и обслуживание кранов, что позволяет нам присутствовать во всех регионах России. У нас

есть аттестованные бригады в Архангельске, Сургуте, Казани, в южных регионах, в Тюмени и Екатеринбурге, в Москве и в близлежащих областях. Все доходы от обслуживания идут бригаде – мы не зарабатываем на этом ничего, поскольку это не наш бизнес. Такой подход позволяет нам не содержать собственную сервисную службу: у нас два своих сервисных инженера, которые подключаются при необходимости.

И отмечу, что ещё до прибытия крана мы готовим сервисную бригаду для приёмки и выгрузки его из контейнеров. Этим занимается не клиент, а бригада, поскольку именно она будет монтировать кран. Важно грамотно провести приёмку: выгрузить и проверить оборудование.

В дальнейшем по согласованию с компанией DAHAN мы планируем получить удалённый доступ к кранам. Это позволит нашему сервисному инженеру удалённо подключаться к любому поставленному нами крану, проводить диагностику и выявлять проблему. После этого неполадку либо устранит местный инженер по рекомендациям, либо она будет оперативно решена в удалённом доступе.

– Подходит к концу 2025 год, с какими результатами вы его завершаете и как видите будущее развития компании?

– В этом году мы поставили рынок около 25 кранов. Реализовали несколько крупных заказов. В дальнейшем планируем увеличивать поставки и, как и сегодня, улучшать и дорабатывать сами башенные краны, делая их ещё более востребованными рынком.

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

ПРИРОДНАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ ВОДА СЕВЕРА РОССИИ



VETLUGA.COM

Реклама



ДЛЯ ОТДЫХА И БИЗНЕСА



г.о. Балашиха,
пр. Ленина, 25

eastgatehotel.ru



+7 (495) 647-79-81

6 км от Москвы,
шаговая
доступность
от городского
парка, удобное
транспортное
сообщение
с Москвой.

EAST GATE HOTEL****

ГОРОДСКОЙ ОТЕЛЬ В ЦЕНТРЕ БАЛАШИХИ

- ◆ Комфортные номера;
- ◆ Конференц-комплекс, SPA;
- ◆ Ресторан VITELLO с летней верандой.



Реклама. Рекламодатель ООО «МАГИЯ» ИНН 7729586675. Erid: 2VSb5zH6iNM