

Business DIALOG Media

# RBC

Russian Business Guide

37/159 декабрь 2021



With the  
support of the  
CCI of Russia

[www.tpprf.ru](http://www.tpprf.ru) •

12+

ТЕКСТИЛЬНАЯ  
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ  
РОССИИ

**Сергей Лукьянов,**  
основатель ТОО «Монолит»:

**С НАС НАЧИНАЕТСЯ МОДА!**





# 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](http://WWW.IP-BOGORODSK.COM)  
[WWW.DEGA-DEVELOPMENT.RU](http://WWW.DEGA-DEVELOPMENT.RU)

[INFO@PARKNOGINSK.RU](mailto:INFO@PARKNOGINSK.RU)  
[INFO@DEGA-AG.COM](mailto:INFO@DEGA-AG.COM)

Russian Business Guide  
www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса в России и за рубежом.  
12+

Учредитель и издатель:

ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

при поддержке ТПП РФ

Редакционный совет:

Максим Фатеев, Вадим Винокуров,

Наталья Чернышова

Главный редактор:

Мария Сергеевна Суворовская

Редактор номера:

Елена Анатольевна Александрова

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Владимировна Длугач

Дизайн/вёрстка: Александр Лобов

Перевод: Мария Ключко

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

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

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА»,

публикуются на правах рекламы. Мнение авторов

не обязательно должно совпадать с мнением

редакции. Перепечатка материалов

и их использование в любой форме

допускается только с разрешения редакции

издания «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Адрес редакции:

143966, Московская область,

г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23.

E-mail: mail@b-d-m.ru

Тел.: +7 (495) 730 55 50 (доб. 5700)

Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа».

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в

сфере связи, информационных технологий и массовых

коммуникаций. Свидетельство о регистрации

средства массовой информации ПИ № ФС77-65967

от 6 июня 2016.

Russian Business Guide № 37/159 декабрь 2021

Дата выхода в свет: 22.12.2021

Тираж: 30000

Цена свободная.

Russian Business Guide  
www.rbgmedia.ru

Business publication about development, industries, prospects, business personalities in Russia and abroad.  
12+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

with the support of the CCI of Russia

Editing Group: Maxim Fateev,

Vadim Vinokurov, Natalia Chernyshova

The editor-in-chief: Maria Sergeevna Suvorovskaya

Managing Editor: Elena Aleksandrova

Deputy Marketing Director: Irina Vladimirovna Dlugach

Designer: Alexandr Lobov

Translation: Maria Klyuchko

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ул. Elektrovzvodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does

not necessarily coincide with the editorial opinion.

Reprinting of materials and their use in any form is

allowed only with the permission of the editorial office

of the publication Business-Dialog Media.

Materials are not reviewed and returned.

Address: 23-1-2 ul. Pobedi, Reutov,

the Moscow region, 143966

e-mail: mail@b-d-m.ru

tel.: +7 (495) 730 55 50, доб. 5700

Publisher: Business-Dialog Media LLC

Registered by the Federal Service for Supervision of

Communications, Information Technology, and Mass

Media. The mass media registration certificate

PI # FS77-65967 from June 6, 2016.

Russian Business Guide № 37/159 December 2021

Date of issue: 21.12.2021

Edition: 30000 copies

Open price

2

МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ СООБЩАЕТ

6

СЕРГЕЙ ЛУКЬЯНОВ, ТО «МОНОЛИТ»:  
«С НАС НАЧИНАЕТСЯ МОДА!»

14

АНАСТАСИЯ ЧЕПКАНИЧ: «КРЕДО МОДНОГО БРЕНДА MALINA BONITA:  
«БУДЬ СОЗДАНА ДЛЯ ВОСХИЩЕНИЯ!»

18

ЮЛИЯ ПЕТРОВА:  
«RIONA – ФИРМА В ТРЕНДЕ»

20

АЛЕКСАНДР БОРИСЕНКО, «КАМЫШИНСКИЙ ТЕКСТИЛЬ»:  
«НАША ЦЕЛЬ – ЕВРОПЕЙСКИЕ РЫНКИ»

22

КРЕСТЕЦКАЯ СТРОЧКА –  
НАРОДНЫЙ ПРОМЫСЕЛ СО 150-ЛЕТНЕЙ ИСТОРИЕЙ

24

«ШУЙСКИЕ СИТЦЫ»: «ГЛАВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРОИЗВОДСТВА –  
КАЧЕСТВО И ЭКОЛОГИЧНОСТЬ ПРОДУКЦИИ!»

26

ТРЁХГОРКА»:  
ИСТОРИЯ СТАРЕЙШЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ МОСКВЫ

28

ИСКУССТВО ПАВЛОВСКОГО ПОСАДА:  
ЦВЕТЫ РОССИИ НА ВАШИХ ПЛЕЧАХ

30

«ВОСТОК-СЕРВИС»: «СИЗ – ПОСЛЕДНИЙ БАРЬЕР  
МЕЖДУ ЧЕЛОВЕКОМ И ОПАСНОСТЬЮ НА ПРОИЗВОДСТВЕ!»

32

ФАБРИКА «ПАРИЖСКАЯ КОММУНА»:  
В 2022 ГОДУ – 100 ЛЕТ!

34

«МАНУФАКТУРЫ БОСКО» –  
РОССИЙСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ С ИТАЛЬЯНСКИМИ КОРНЯМИ

36

ЧЕМУ УЧАТ В ШКОЛЕ? В ШКОЛЕ САМОЗАНЯТЫХ...



На обложке:

создатель текстильного  
объединения «Монолит» и бренда  
MONA LIZA Сергей Лукьянов.  
Фото из личного архива



## Товарооборот России со странами СНГ за десять месяцев почти на треть превысил результаты 2020 года



15 декабря 2021 года в формате видео-конференц-связи состоялось десятое, юбилейное заседание Совета по межрегиональному и приграничному сотрудничеству государств-участников СНГ. Российскую делегацию на мероприятии возглавил заместитель министра экономического развития России Дмитрий Вольвач.

«В январе-октябре 2021 года объём товарооборота России со странами СНГ составил 75,8 млрд долларов США. Эта цифра уже превышает итоги 2020 года на 27,6%. Ожидаем, что в текущем году товарооборот превысит показатель 2019 года», – отметил заместитель министра.

Взаимодействие в рамках союза осуществляется на различных уровнях, в том числе на межрегиональном. Существует ряд инструментов, способствующих этому. Так, например, действует свыше 400 согла-

шений о сотрудничестве между субъектами Российской Федерации и регионами либо высшими исполнительными органами государственной власти стран-участниц СНГ. В текущем году Минэкономразвития России обеспечено рассмотрение и проработка 54 проектов соглашений органов государственной власти субъектов РФ об осуществлении международных и внешнеэкономических связей.

Участники заседания обсудили состояние межрегионального и приграничного сотрудничества, а также ход реализации Концепции межрегионального и приграничного сотрудничества государств-участников СНГ на период до 2030 года. Напомним: концепция была утверждена главами правительств государств-участников СНГ 6 ноября 2021 года. Документ способствует активизации международного сотрудничества регионов, в том числе приграничного, направленного

на устойчивое социально-экономическое развитие.

Также была отмечена важная роль межрегиональных форумов и конференций как одного из наиболее эффективных форматов межрегионального сотрудничества на пространстве СНГ. В 2021 году такие мероприятия проведены с Арменией, Белоруссией, Казахстаном, Таджикистаном и Узбекистаном. В трёх из них – с Белоруссией, Казахстаном и Узбекистаном – приняли участие главы государств.

Отдельно участники обсудили сотрудничество стран в гуманитарной сфере. «На регулярной основе проводятся дни культуры российских регионов в странах СНГ и, соответственно, дни культуры стран Содружества в субъектах Российской Федерации. Действует около 40 филиалов российских вузов в странах СНГ, шесть совместных высших учебных заведений», – подчеркнул Дмитрий Вольвач.

## Russia's trade turnover with the CIS countries in ten months exceeded the results of 2020 by almost a third

On December 15, 2021, the tenth anniversary meeting of the Council for Interregional and Cross-border Cooperation of the CIS Member States was held via videoconference. The Russian delegation at the event was headed by Deputy Minister of Economic Development of Russia Dmitry Volvach. "In January-October 2021, Russia's trade turnover with CIS countries amounted to \$75.8 billion. This figure already exceeds the results of 2020 by 27.6%. We expect that this year's trade turnover will exceed the 2019 figure," the deputy minister noted. Interaction within the Union is carried out at various levels, including interregional. There are a number of instruments contributing to this.

For example, there are over 400 agreements on cooperation between subjects of the Russian Federation and regions or supreme executive bodies of state power of CIS countries. This year the Ministry of Economic Development of the Russian Federation ensured the consideration and elaboration of 54 draft agreements on international and foreign economic relations between the subjects of the Russian Federation. Participants of the meeting discussed the condition of interregional and cross-border cooperation as well as the implementation of the Concept of Interregional and Cross-Border Cooperation of the CIS Member States until 2030. We would remind you that the concept was

approved by the heads of the governments of the CIS Member States on November 6, 2021. The document promotes the activation of international cooperation of regions, including cross-border cooperation aimed at sustainable socio-economic development. The important role of interregional forums and conferences as one of the most effective formats of interregional cooperation in the CIS was also noted. In 2021, such events were held with Armenia, Belarus, Kazakhstan, Tajikistan and Uzbekistan. Three of them – with Belarus, Kazakhstan and Uzbekistan – were attended by the heads of state. Separately, the participants discussed cooperation between the countries in the humanitarian sphere. "On a regular basis are held days of culture of the Russian regions in the CIS countries and, accordingly, the days of culture of the Commonwealth in the subjects of the Russian Federation. There are about 40 branches of Russian universities in the CIS countries, 6 joint higher education institutions," Dmitry Volvach emphasized.





## Сергей Галкин: «Особые экономические зоны доказали свою эффективность»

Заместитель министра экономического развития России Сергей Галкин рассказал об итогах деятельности особых экономических зон и оценке их эффективности в рамках презентации итогов Национального рейтинга особых экономических зон России. В мероприятии также приняли участие губернатор Республики Башкортостан Радий Хабиров и директор Ассоциации кластеров, технопарков и ОЭЗ России Андрей Шпиленко.

Как отметил Сергей Галкин, за время существования ОЭЗ была выстроена система управления и оценки эффективности ОЭЗ, основанная не только на бюджетных показателях, но и на данных о деятельности резидентов, органов управления ОЭЗ, сроках существования площадок. «Особые экономические зоны доказали свою эффективность. Объём уплаченных в бюджет платежей резидентов ОЭЗ почти в три раза превысил объём полученных льгот. Платежи резидентов также превысили бюджетные инвестиции в инфраструктуру ОЭЗ. Резидентами уже уплачено 229 млрд рублей налогов, таможенных платежей и страховых сборов. При этом получено льгот на 84 млрд рублей. В создание инфраструкту-

ры ОЭЗ за счёт федерального и региональных бюджетов направлено около 225 млрд рублей», – прокомментировал Сергей Галкин.

В 2021 году в рейтинг инвестиционной привлекательности вошли 27 ОЭЗ из 21 региона России. Лидерами среди ОЭЗ стали «Технополис Москва» и ОЭЗ «Алабуга» (Республика Татарстан). В 2021 году впервые в национальный рейтинг были включены все ОЭЗ старше одного года. Оценка производилась с учётом ряда критериев, в том числе качества взаимодействия с инвесторами и обеспеченности площадок инфраструктурой.

Как отметил Сергей Галкин, в 2021 году был запущен ряд механизмов для развития инфраструктуры ОЭЗ. Регионы получили возможность направлять на создание инфраструктуры средства, высвобожденные после реструктуризации бюджетных кредитов, а также привлекать инфраструктурные бюджетные кредиты.

«Всего в рамках этого механизма регионы направят более 20 млрд рублей на инфраструктуру ОЭЗ. Будут построены дороги, инженерные сети и коммунальная инфраструктура для 55 резидентов в 14 особых экономических зонах. Кроме того, одобре-



но более 22 млрд рублей инфраструктурных кредитов на развитие инфраструктуры преференциальных режимов. Это позволит создать около 14 тыс. новых рабочих мест и даст дополнительный импульс для развития экономики», – сообщил Сергей Галкин.

«Целью «Бизнес-навигатора по особым экономическим зонам России – 2021» и V национального рейтинга инвестиционной привлекательности ОЭЗ является определение наиболее инвестиционно привлекательной ОЭЗ, обеспечивающей инвестору наилучшие условия реализации проекта в кратчайшие сроки и с наименьшими издержками. Особенностью рейтинга текущего года является его максимально широкий охват: в него включены не только ОЭЗ, давно зарекомендовавшие себя как успешно функционирующие, но и недавно созданные ОЭЗ, находящиеся в стадии развития. «Бизнес-навигатор по особым экономическим зонам России» – это настольная книга российских и зарубежных инвесторов», – прокомментировал Андрей Шпиленко.

## Sergey Galkin: "Special economic zones have proven their effectiveness"

Deputy Minister of Economic Development of Russia Sergey Galkin spoke about the results of special economic zones and the assessment of their effectiveness during the presentation of the results of the National rating of special economic zones in Russia. The event was attended by Governor of Bashkortostan Rady Khabirov and Andrei Shpilenko, director of the Association of Clusters, Technoparks and Special Economic Zones of Russia.

Sergey Galkin noted that during the period of SEZ existence there has been built a system of management and efficiency evaluation of SEZ based not only on budgetary indicators, but also on the activity of residents, management bodies of SEZ and terms of existence of sites.

"Special economic zones have proved their effectiveness. The volume of payments paid to the budget by SEZ residents almost 3 times exceeded the volume of benefits received. Residents' payments also exceeded budget investments into SEZ infrastructure. Residents

have already paid 229 billion rubles in taxes, customs duties and insurance fees. And also privileges for 84 billion rubles have been received. In the creation of infrastructure for the SEZ at the expense of federal and regional budgets has directed about 225 billion rubles," – said Sergei Galkin.

In 2021 the rating of investment attractiveness included 27 SEZs from 21 regions of Russia. Leaders among the SEZs are Technopolis "Moscow" and SEZ "Alabuga" (Republic of Tatarstan). In 2021 for the first time all SEZs older than one year were included into the National rating. The assessment was made on the basis of several criteria, including the quality of interaction with investors and the provision of sites with infrastructure.

As noted Sergey Galkin, in 2021 a number of mechanisms for the development of infrastructure SEZ was launched. Regions have received the opportunity to send the funds released after the restructuring of budget loans, as well as attracting infrastructure

budget loans for the creation of infrastructure.

"Within the framework of this mechanism, the regions will allocate more than 20 billion rubles to the infrastructure of the SEZ. Roads, engineering networks and utilities infrastructure will be built for 55 residents in 14 special economic zones. In addition, more than 22 billion rubles of infrastructure credits for the development of infrastructure of preferential regimes are approved. This will allow to create about 14 thousand new jobs and will give an additional impulse for the development of the economy", – reported Sergey Galkin.

"The goal of "Business Navigator for Special Economic Zones of Russia – 2021" and the V National rating of investment attractiveness of SEZ is to determine the most investment attractive SEZ, which will provide the investor with the best conditions for project implementation in the shortest possible time and at the lowest cost. This year's rating is distinguished by its maximum wide coverage: it includes not only SEZs which proved to be successful for a long time but also recently created SEZs which are in the development stage. "Business Navigator for Special Economic Zones of Russia" is a handbook for Russian and foreign investors," commented Andrey Shpilenko.

## Россия присоединилась к двум новым переговорным форматам ВТО по «зелёной» тематике

Всемирная торговая организация (ВТО) приняла три многосторонних министерских заявления по различным аспектам взаимосвязи торговли и охраны окружающей среды.

Россия присоединилась к двум из них. Проблемы взаимосвязи торговли и экологии являются принципиально важными на фоне стремительной активизации усилий России и её крупнейших торговых партнёров по борьбе с изменением климата и достижению углеродной нейтральности.

Первый документ посвящён запуску Структурированных дискуссий ВТО по вопросам торговли и устойчивости окружающей среды. Министры 71 члена ВТО, включая Россию, приняли Совместное заявление о начале системного обсуждения комплекса вопросов международной торговли и устойчивости окружающей среды. Оно будет включать в себя темы экономики замкнутого цикла, устойчивости глобальных цепочек добавленной стоимости, либерализации доступа на рынки экологических товаров и услуг.

«Климатическая повестка, переход на «зелёную» энергию, отказ от газа, нефти и

угля – то, что уже меняет мировую экономику. Для принятия взвешенных решений в этом направлении необходимо вырабатывать общие подходы и вести согласованную политику. Именно для этих целей ВТО и сформированы эти декларации», – прокомментировал министр экономического развития РФ Максим Решетников присоединение к инициативе.

«Для России это возможность отстаивать свои интересы. Ценность ВТО – в либерализации, в упрощении торговли. И этот принцип работы должен быть сохранён, чтобы вместе с новыми «зелёными» правилами не появлялось новых ограничений. Поэтому наша страна готова работать в новом переговорном формате», – заключил министр.

Второй документ – Совместное заявление министров о запуске Неформального диалога ВТО по загрязнению окружающей среды и экологически устойчивой торговле пластиком. Цель этого диалога – выработка общих подходов и рекомендаций для перехода к более экологически устойчивой торговле пластиком и решения за счёт этого пробле-

мы загрязнению окружающей среды пластиковыми отходами. Участниками процесса являются 67 членов ВТО, в том числе Россия.

Данный переговорный трек, безусловно, актуален для России. Отечественный химический комплекс уже сориентирован на соблюдение принципов экономики замкнутого цикла. Подходы, заложенные в Стратегию развития промышленности по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов производства и потребления на период до 2030 года, могли бы быть использованы в качестве основы для будущих рекомендаций ВТО. Существующие и ещё только строящиеся предприятия комплекса в большой степени ориентированы на поставку пластика на мировые рынки. Поэтому важны выработка общих подходов к будущему регулированию, обмен информацией и наилучшими практиками по другим вопросам, связанным с загрязнением окружающей среды и экологически устойчивой торговлей пластиком.

Новые «зелёные» многосторонние треки – ответ членов организации на глобальные проблемы в сфере окружающей среды. Таким образом, члены ВТО стремятся показать, что ВТО также может внести свой позитивный вклад в решение проблем в сфере окружающей среды и что существует множество альтернативных инструментов и способов для разрешения накопившихся проблем с природой.

## Russia Joins Two New WTO Negotiating Formats on “Green” Topics

The World Trade Organization (WTO) adopted 3 multilateral ministerial statements on various aspects of the relationship between trade and environment.

Russia has joined two of them. Problems of the relationship between trade and environment are crucially important against the background of the rapid efforts of Russia and its major trading partners to combat climate change and achieve carbon neutrality.

The first document focuses on the launch of the WTO Structured Discussions on Trade and Environmental Sustainability. Ministers from 71 WTO members, including Russia, adopted a Joint Statement to launch a structured discussion on a set of international trade and environmental sustainability issues. It will include the topics of circular economy, sustainability of global value chains, and liberalization of market access for environmental goods and services. “The climate agenda, the transition to green energy, the abandonment of gas, oil and coal are things that are already changing the global economy. In order to make informed decisions in this direction, it is necessary to develop common approaches and conduct a coordinated policy. It is for these purposes that the WTO has formed

these declarations,” commented Minister of Economic Development of the Russian Federation Maxim Reshetnikov on joining the initiative. “For Russia, this is an opportunity to defend its interests. “The value of the WTO is in liberalization, trade facilitation. And this principle of work should be preserved – that together with the new “green” rules do not appear new restrictions. Therefore, our country is ready to work in a new negotiation format,” – concluded the Minister.

The second document is the Joint Ministerial Statement on the launch of the WTO Informal Dialogue on Pollution and Sustainable Trade in Plastics. The purpose of this dialogue is to develop common approaches and recommendations for the transition to a more environmentally sustainable trade in plastics and thus solve the problem of environmental pollution by plastic waste. Participants in the process are 67 members of the WTO, including Russia. This negotiation track is certainly relevant for Russia. The domestic chemical complex is already oriented to the principles of the closed-cycle economy. The approaches laid down in the Strategy for the development of industry for the treatment, recycling and neutralization



of industrial and consumption waste for the period up to 2030 could be used as a basis for future WTO recommendations. Existing and still under construction enterprises of the complex to a large extent are focused on the supply of plastic to the world markets. Therefore, it is important to develop common approaches to future regulation, exchange information and best practices on other issues related to pollution and environmentally sustainable trade in plastics.

New “green” multilateral tracks are members’ response to global environmental concerns. In this way, WTO members seek to show that the WTO can also make a positive contribution to solving environmental problems and that there are many alternative tools and ways to solve accumulated environmental problems.



## Экономический эффект от нацпроекта «Производительность труда» составит более 500 млрд рублей к 2024 году

Первый заместитель министра экономического развития Андрей Иванов принял участие в бизнес-конференции «Производственная культура: новая модель устойчивого развития экономики Москвы».

Конференция приурочена к вступлению столицы в нацпроект «Производительность труда». До конца 2024 года 561 предприятие получит адресную поддержку. Специалисты помогут компаниям повысить выработку, увеличить обороты, сократить объём нереализованной продукции.

«Участие Москвы в национальном проекте позволит сформировать в столице новую производственную культуру и станет хорошим стимулом для дальнейшего развития предприятий, повышения экономической эффективности и конкурентоспособности на внутренних и международных рынках. Сейчас потенциальными участниками нацпроекта являются приблизительно пять тысяч компаний. Из них принять участие в нацпроекте сможет только около 10%. Это очень большая конкуренция – уже сейчас мы отмечаем высокий интерес», – отметил министр правительства Москвы, руководитель Департамента экономической политики и развития города Кирилл Пуртов.

К концу 2024 года вклад нацпроекта в

экономику страны составит полтриллиона рублей добавленной стоимости – 0,5% текущего ВВП. При этом в структуре экономического эффекта почти половина приходится на фонд оплаты труда. Сегодня вклад в прирост ВВП составил 133 млрд рублей за три года. Это в два раза больше, чем затраты государства на весь нацпроект.

Первый заместитель министра экономического развития Андрей Иванов отметил, что адресная поддержка позволит создать основу производственной системы предприятия через внедрение бережливых технологий. «Ворлдскиллс Россия» и Всероссийская академия внешней торговли переобучают рядовых сотрудников и руководство предприятия. Получив стимул к развитию, компания может взять дешёвый заём в 1% для качественного расширения и выхода на новые рынки при поддержке Российского экспортного центра. Андрей Иванов призвал успеть воспользоваться поддержкой нацпроекта до его окончания в 2024 году.

С 2018 года уже более 3000 предприятий получило поддержку нацпроекта, который курирует первый заместитель председателя правительства Андрей Белоусов. Принять участие могут предприятия

несырьевых отраслей: обрабатывающей промышленности, сельского хозяйства, строительной сферы, транспорта и торговли. Оборот предприятия должен быть больше 400 млн рублей, а доля иностранного участия не должна превышать 50%.

«Это первый вид поддержки государства, который не предлагает больших финансовых вливаний, но даёт реальный результат на производстве. Предприятия нацпроекта показывают рост производительности труда в 12%, в то время как компании вне контура – 5-7%. Сейчас пять тысяч предприятий подали заявки, это свидетельствует о востребованности нацпроекта», – отметил генеральный директор Федерального центра компетенций Николай Соломон. В конференции приняли участие руководители предприятий, которые уже получили адресную поддержку. Они отметили важность участия руководства при внедрении бережливого производства, ведь оно сопряжено с изменением мировоззрения и подхода к работе, что не всегда находит поддержку со стороны рядовых сотрудников.

Подать заявку для участия в национальном проекте «Производительность труда» можно на сайте: производительность.рф.





НАЦИОНАЛЬНЫЕ  
ПРОЕКТЫ  
РОССИИ

## НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА И ПОДДЕРЖКА ЗАНЯТОСТИ»

РЕАЛИЗАЦИЯ

### The economic effect of the national project "Productivity" will amount to **more than 500 billion rubles by 2024**

Andrei Ivanov, First Deputy Minister of Economic Development, took part in the business conference "Industrial Culture: New Model of Sustainable Development of Moscow Economy".

The conference was timed to coincide with the capital joining the national project "Productivity of Labor". By the end of 2024, 561 enterprises will receive the targeted support. Specialists will help companies increase output, increase turnover, and reduce the volume of unsold products.

"The participation of Moscow in the national project will allow to form a new production culture in the capital and will be a good incentive for the further development of enterprises, increasing economic efficiency and competitiveness in the domestic and international markets. Now about five thousand companies are potential participants of the national project. Of these, only about 10% will be able to take part in the national project. This is a very big competition – we are already seeing high interest", – said Kirill Purtov, Minister of the Moscow City Government, the Head

of the Department of Economic Policy and Development of the city.

By the end of 2024 the contribution of the National Project to the country's economy will amount to half a trillion rubles of value added, which is 0.5% of the current GDP. At the same time, almost half of the economic effect is accounted for by the labor remuneration fund. To date, the contribution to GDP growth was 133 billion rubles over three years. This is twice as much as the cost of the state for the entire national project.

First Deputy Minister of Economic Development Andrei Ivanov noted that the targeted support will create the basis of the production system of the enterprise through the introduction of lean technologies. "World skills Russia" and the All-Russian Academy of Foreign Trade are retraining rank-and-file employees and company management. Having received an incentive to develop, a company can take out a cheap 1% loan to expand qualitatively and enter new markets with the support of the Russian Export Center. Andrei

Ivanov urged to take advantage of the support of the national project before its end in 2024.

Since 2018, more than 3,000 enterprises have already received support from the national project, which is overseen by First Deputy Prime Minister Andrei Belousov. Enterprises from non-resource industries such as manufacturing, agriculture, construction, transport, and trade can take part. The company's turnover must be more than 400 million rubles, and the share of foreign participation must not exceed 50%.

"This is the first type of state support, which does not offer large financial injections, but gives a real result in production. Enterprises of the national project show a 12% increase in productivity, while companies outside the loop – 5–7%. Now 5 thousand enterprises have applied – it shows that the national project is in demand," noted Nikolay Solomon, Director General of the Federal Center of Competences.

The conference was attended by heads of enterprises that have already received targeted support. They noted the importance of management's participation in implementing lean manufacturing, because it involves changing the mindset and approach to work, which does not always find support from rank-and-file employees.

To apply for participation in the national project "Labor Productivity", please visit the website [производительность.рф](http://производительность.рф).



**Сергей Лукьянов, ТО «Монолит»:**

## «С НАС НАЧИНАЕТСЯ МОДА!»

**С**оздавая интерьер собственного дома, каждый стремится привнести в него свою индивидуальность, свой вкус, отразить образ жизни. Не последнюю роль в создании стильного облика жилища играет домашний текстиль. С давних времён он создаёт в доме атмосферу уюта и комфорта. Одной из самых прогрессивных и современных марок домашнего текстиля вот уже много лет является бренд MONA LIZA, созданный в 2002 году текстильным объединением «Монолит». В 2021 году коллекция Family от MONA LIZA была удостоена «Золотой марки качества» на конкурсе «Всероссийская Марка XXI тысячелетия». Это далеко не первая награда, которую получают коллекции домашнего текстиля под маркой MONA LIZA. О том, как стать первым на отечественном рынке домашнего текстиля и оставаться в лидерах долгие годы, мы беседуем с создателем текстильного объединения «Монолит» и бренда MONA LIZA Сергеем Лукьяновым.

*– Сергей, как вы считаете, почему на рынке производителей домашнего текстиля в России не слишком много ярких игроков и что нужно, чтобы им стать?*

– MONA LIZA – бренд со своей философией и стилем жизни. Это и есть наша отличительная черта. Философия MONA LIZA сформулирована в кредо марки: «Мы создаём не просто домашний текстиль, мы создаём стиль вашего дома, вашу мечту». Нужно не просто производить, а творить и создавать, делать такую продукцию, которую ты сам захочешь купить, стремиться к идеалу.

*– Если говорить о философии марки в практической плоскости, как она воплощается в жизнь?*

– Начнём с того, что MONA LIZA чутко реагирует на новейшие тренды в области текстиля. Сегодня основные из них – экологичность, индивидуальность, универсальность. Всё это воплощается в наших коллекциях.

Постепенно происходит переосмысление роли человека в мире, и на волне «зелёной» философии появилось новое отношение к окружающему нас пространству: главным принципом стала гармония с природой. Экологический дизайн, или экомоды (этичная мода, «зелёная» мода, sustainable fashion – осознанная мода), появился как ответ на массовое производство, вредное для окружающей среды, на глобализацию и унификацию всего и вся, на стандартизацию городской застройки, интерьеров, лишённых индивидуальности, на урбанизацию предмета и отсутствие во всём этом внимания к внутреннему миру человека. Экодизайн сегодня становится потребностью для многих людей, поскольку существует чрезвычайно высокая взаимосвязь между гармонией внутреннего состояния человека и визуально воспринимаемым окружающим миром.

Дизайн оказывает существенное влияние на нашу жизнь, её эстетические и функциональные свойства, а главное – её адекватность человеку и природной среде. Отвечая на вопрос «Что способен сделать дизайн?», мы идём от человека и используем в принтах флоральные и природные мотивы, натуральные ткани (100% хлопок), создаём уникальные дизайны, способные подарить умиротворение и гармонию, и эргономичные подушки со слайсами, стараемся вписать всю нашу продукцию в современные реалии и приблизить к человеку, создать комфорт и уют – то, для чего и создан домашний текстиль.

*– В среде профессионалов за компанией закрепились репутация смарт-игрока, прогрессивного и нестандартного. Как компания этого добилась?*

– Мы чутко реагируем на изменения рынка и оказываемся в нужном месте ещё до того, как что-то поменялось. Как гласит известное латинское выражение «Tempora mutantur et nos mutamur in illis»: «Времена меняются, и мы меняемся вместе с ними».

Например, MONA LIZA первой в числе экспериментальной группы прошла маркировку продукции. А когда в Канаде изобрели новое высокосиликонизированное нетканое волокно микрошёлк с высокими коэффициентами упругости и терморегуляции, то именно MONA LIZA приобрела на него лицензию, в 2013 году запатентовала его на российском рынке под ТМ «Роялон» (Royalon) и стала использовать в производстве подушек и одеял.

В кризисный 2020 год мы переориентировали производство под выпуск средств индивидуальной защиты одними из первых.

Мы следим за мировыми тенденциями, а зачастую и предугадываем их.



**– Сколько изделий под брендом MONA LIZA выпускается в год? И есть ли потенциал для роста?**

– ТМ MONA LIZA выпускает в год около 3,6 млн комплектов постельного белья, более 1,7 млн подушек и одеял. В нашей номенклатуре – больше 5000 наименований, представленных в эконом-, среднем и премиум-сегментах.

В 2018 году в Подмоскovie открыли цеха для производства подушек и одеял, с тех пор темпы роста по производству составляют более 20%.

Сегодня активно растёт сегмент маркетплейсов, и мы вместе с ним. Конечно, потенциал есть, существует много идей и новых решений, в том числе технологических.

Сейчас мы развиваем направление smart textile. «Умный текстиль» легко адаптируется к современным требованиям удобства, которые характерны для наших покупателей. В наше время задача каждого производителя домашнего текстиля – создавать качественный продукт, который облегчит и упростит людям жизнь, сократит их расходы и время, потраченное на рутинные домашние дела. Мы хотим, чтобы наши покупатели имели возможность уделять больше времени себе, своим семьям, близким и друзьям!

Именно поэтому ТМ MONA LIZA создала свою лабораторию по инновационным разработкам «умного текстиля». Технологи и инженеры нашего бренда разработали новую линейку домашнего текстиля, используя при этом собственные запатентованные решения и технологии.

Например, это наволочки Transformers, конструктивное решение которых даёт возможность использовать их для подушек разных размеров – и 50 x 70 см, и 70 x 70 см, что позволит не нести дополнительные расходы на покупку наволочек при наличии в доме подушек разных размеров. Принцип «два в одном» приходится здесь как нельзя кстати. Это наша собственная разработка, подтверждённая патентом Федеральной службы по интеллектуальной собственности. К тому же multifunctional изделия соответствуют актуальному экотренду, так как обеспечивают экономию для покупателя и сырья, что в конечном итоге способствует бережному отношению к окружающей среде.

Или, скажем, покрывало-одеяло – уже полюбившаяся многим стёганая модель, в которой одеяло вшито в пододеяльник. Эта идея избавит от утомительного процесса заправки одеяла в пододеяльник, притом изделие легко стирается и не создаёт никаких проблем при эксплуатации.

А пододеяльники TRIO с вшитыми молниями по трём сторонам – настоящая сбывшаяся мечта многих хозяев и хозяек. Они позволяют забыть о нудном и утомительном процессе смены пододеяльника, всего пара движений – и одеяло заправлено. В пододеяльниках же HOIE есть два потайных отверстия в углах, которые позволяют быстро и без усилий вернуть «сбежавшие» уголки одеяла на свои места.



Выпустили и простыню на широкой периметральной резинке, что позволяет забыть о бесконечных усилиях по натягиванию её на матрасе.

Готовим к выпуску новые сатиновые, бязевые и детские коллекции. Нарастив объёмы, мы не забываем о миссии бренда: работать так, чтобы покупатели получали комфорт, уют, тепло и качество.

**– Как часто пополняется ассортимент?**

– Каждый год ТМ MONA LIZA выпускает новый каталог с трендовыми дизайнами и решениями. Наш приоритет – капсульные коллекции. Это уникальный формат, позволивший сделать бренд индивидуальным. Если говорить о категории, то это в первую очередь постельное бельё. Раньше капсульные коллекции можно было встретить только у дорогих иностранных брендов. Мы «перевернули» эту тенденцию, сделав их доступными широкому кругу покупателей. При этом мы сохраняем эксклюзивный дизайн и премиальное качество тканей.

С нас начинается мода. Каждая новая коллекция – это целая вселенная концептуальных идей и образов.

**– Если говорить о производстве текстиля, то в современных условиях немногим удалось его наладить, единичам – сохранить. Как в этой сфере обстоят дела у MONA LIZA?**

– Как я уже говорил, в самый сложный, 2020 год мы переориентировали произ-

## ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТЫ

ТЕКСТИЛЬНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ «МОНОЛИТ» В 1998 ГОДУ СШИЛО УНИФОРМУ ДЛЯ СКУЛЬПТУРЫ «РАБОЧИЙ И КОЛХОЗНИЦА» В. МУХИНОЙ, И ТАКИМ СПОСОБОМ ПРЕДОТВРАТИЛО ВЫВОЗ СКУЛЬПТУРЫ В США. ФИГУРЫ РАБОЧЕГО И КОЛХОЗНИЦЫ БЫЛИ ОДЕТЫ В САМЫЙ БОЛЬШОЙ САРАФАН И КОМБИНЕЗОН ЦВЕТОВ РОССИЙСКОГО ФЛАГА. ТО «МОНОЛИТ» И ГРУППА АРХИТЕКТОРОВ ПРЕВРАТИЛИ МОСКОВСКИЙ ПЛАНЕТАРИЙ В САМОЕ БОЛЬШОЕ В МИРЕ ПАСХАЛЬНОЕ ЯЙЦО, ОБЯНУВ КУПОЛ ПЛАНЕТАРИЯ КРАСНЫМ ШЁЛКОМ С ВЫШИТЫМ НА НЁМ ЗОЛОТЫМИ БУКВАМИ ВЕНЗЕЛЕМ «ХВ». ЦЕЛЬ АКЦИИ – СПАСТИ ПЛАНЕТАРИЙ ОТ РАЗРУШЕНИЯ. ПО ИТОГАМ АКЦИИ МЭРИЕЙ СТОЛИЦЫ БЫЛИ ВЫДЕЛЕНЫ СРЕДСТВА НА РЕСТАВРАЦИЮ ЗДАНИЯ. В 2014 ГОДУ ТО «МОНОЛИТ» СТАЛО ОФИЦИАЛЬНЫМ ПОСТАВЩИКОМ ДОМАШНЕГО ТЕКСТИЛЯ ДЛЯ ОЛИМПИАДЫ-2014 В СОЧИ.





**памятник «Рабочий и колхозница», сшили накануне чемпионата Европы самый большой в мире комплект постельного белья (7200 кв. м ткани) за рекордные 28 минут, что вошло в Книгу рекордов России. Что даёт проведение таких акций для бизнеса?**

– Прежде всего – узнаваемость. Эти акции прогремели и сделали наш бренд известным. Вообще, любой промоушен помогает превратить торговую марку в бренд. Выделиться среди конкурентов, получить обратную связь – очень важно. Мы периодически запускаем конкурсы дизайн-комплектов постельного белья и получаем много откликов и предложений.

**– И наконец, что у компании в ближайших планах?**

– В ноябре-декабре ожидается выход новых коллекций-2022. Оптимизируем логистику, в следующем году планируем обновление производственных мощностей. Мы являемся приверженцами маркетинговой стратегии 7P, самой широкой модели, насчитывающей семь элементов: product (продукт), price (цена), place (место продажи), promotion (продвижение), people (люди), process (процесс), physical evidence (физическое окружение). Это взаимосвязанные составляющие, которые позволяют компании двигаться вперёд, не забывая о главном: от идеи до создания изделия, от выбора ткани до производства конечного продукта мы проходим все этапы вместе с нашей продукцией, чтобы в конечном итоге подарить её покупателю настроением, гармонию и частичку себя.

**Подготовила Александра Убоженко**

водство под выпуск необходимой на тот момент и востребованной продукции: это маски, защитные костюмы, комбинезоны «Каспер», высокие бахилы, одноразовая защитная экипировка. Под производство средств индивидуальной защиты была переведена часть линий на фабрике и в швейных цехах. Мы шили многоразовые текстильные маски, которые можно стирать и гладить, четырёхслойные маски из марли, сложенной «гармошкой»: они считаются медицинскими и очень надёжными. Для удобства покупателей фабрика собирала и санитарные комплекты.

И конечно, как социально ответственная компания, мы оказывали помощь Люберецкой городской больнице, предоставляя маски, одноразовые комбинезоны и прочие средства индивидуальной защиты на безвозмездной основе.

Кроме того, мы выпускаем продукцию для федеральных торговых сетей под их СТМ, что способствует серьёзной загрузке производственных мощностей. Так что производство загружено на 100% и даже перегружено.

**– Нестандартные пиар-акции «Монолита» широко известны. Вы «переодевали»**







## Sergey Lukyanov, Monolit TA:

### “FASHION BEGINS WITH US!”

**D**eveloping the interior at home, everyone strives to bring their own personality, taste and lifestyle into it. Home textiles play a major role in creating stylish appearance of dwellings. Since time immemorial, textiles have been used to create an atmosphere of cosiness and comfort around the house. MONA LIZA, which was launched by the Monolit Textile Association in 2002, has been one of the most progressive and modern brands of home textiles for many years. MONA LIZA Family collection was awarded the Golden Mark of Quality at the Russian Brand (III Millennium) Seal of Excellence of the XXI Century competition in 2021. This is not the first award for the home textile collections under the MONA LIZA brand. We talk to Sergey Lukyanov, Founder of Monolit Textile Association and MONA LIZA brand, about how to become the first on the domestic home textile market and stay among the leaders for years to come.

– *Mr. Lukyanov, what do you think why there are not too many bright players on the home textile market in Russia, and what does it take to become one?*

– MONA LIZA is a brand with its own philosophy and lifestyle. That is our distinctive feature. MONA LIZA's philosophy is formulated in the brand's credo: “We do not just create home textiles, we create your home style, we fulfill your dream.” One should not just produce, one should create, manufacturing such products, which one wants to buy for oneself; one should strive for perfection.

– *If we talk about the philosophy of the brand in practical terms, how does it translate into reality?*

– To begin with, MONA LIZA is sensitive to the latest trends in textiles. The main ones nowadays are eco-friendliness, individuality and universality. All this is embodied in our collections.

The role of mankind in the world is gradually being rethought, and on the wave of the “green” philosophy, there has emerged a new attitude to the space around us: harmony with nature has become the guiding principle. Ecological design, or “eco-fashion” (“ethical fashion”, “green fashion”), “sustainable fashion” – appeared as a response to mass production, hazardous to the environment, globalization and unification of everything, standardization of urban development, interiors lacking individuality, metropolitanization and lack of attention to the human inner world. Eco-design is becoming a necessity for many people today because there is an extremely high correlation between the harmony of a person's inner state and the environment that is visually perceived.

Design has a significant influence on our life, its aesthetic and functional properties and most importantly its fitness for humans and the natural environment. Replying to the question: “What can design accomplish?”, we consider human needs and preferences and use floral and natural motifs in our prints, as well as natural fabrics: 100% cotton. We create unique designs which provide peace and harmony, create ergonomic cushions with slices. We try to integrate all our products into modern realities and bring them closer to people, creating comfort and cosiness, which is what home textiles are all about.

– *The company has a reputation among professionals as a smart, progressive and unconventional player. How does the company achieve this?*

– We are responsive to market changes. And we get into the right position ahead of all the changes. As the well-known Latin saying goes, “Tempora mutantur et nos mutamur in illis”: “Times change, and we change with them”.

MONA LIZA, for example, was the first among the experimental group to have its products



labelled. And when Canada invented a new highly siliconized non-woven microsilks fibre with high elasticity and thermal regulation coefficients, it was MONA LIZA that acquired the licence for the fibres and in 2013 patented it on the Russian market as TM Royalon and began using it in the production of pillows and blankets.

In the crisis year of 2020, we were among the first to refocus on the production of personal protective equipment.

We follow and even anticipate global trends.

**– How many MONA LIZA-branded products are manufactured annually? Is there any potential for growth?**

– MONA LIZA manufactures approximately 3.6 million bed sets, 1.7 million pillows and blankets per year. Our product range includes more than 5,000 items in the premium, medium and economy segments.

We opened pillow and blanket production facilities in the Moscow region in 2018, and



IN 1998, THE MONOLIT TEXTILE ASSOCIATION SEWED THE UNIFORM FOR THE SCULPTURE «WORKER AND KOLKHOZNITZA WOMAN» BY V. MUKHINA AND THUS PREVENTED THE SCULPTURE FROM BEING EXPORTED TO THE USA. THE FIGURES OF THE WORKER AND THE KOLKHOZNITZA WERE DRESSED IN THE BIGGEST SUNDRESS AND OVERALLS IN THE COLOURS OF THE RUSSIAN FLAG. TA MONOLIT AND A GROUP OF ARCHITECTS TRANSFORMED THE MOSCOW PLANETARIUM INTO THE WORLD'S BIGGEST EASTER EGG BY COVERING THE PLANETARIUM DOME IN RED SILK, WITH THE MONOGRAM «XB» EMBROIDERED ON IT IN GOLD LETTERS. THE AIM OF THE ACTION WAS TO SAVE THE PLANETARIUM FROM DESTRUCTION. AS A RESULT OF THE CAMPAIGN, THE CAPITAL'S MAYOR'S OFFICE ALLOCATED FUNDS FOR THE RESTORATION OF THE BUILDING. IN 2014, TA MONOLIT BECAME THE OFFICIAL SUPPLIER OF HOME TEXTILES FOR THE 2014 SOCHI OLYMPICS.



since then our production growth rate has been over 20%.

Today the marketplace segment actively grows, so do we. Of course, there is potential, there are many ideas and new solutions, including technological ones.

Currently we develop the smart-textile direction. "Smart" textiles, easily adaptable to modern demands for comfort that are typical for our customers. Nowadays, the task of every home textile manufacturer is to create a quality product that will make life easier for people, reduce their costs and time spent on routine household chores. We want our customers to be able to devote more time to themselves, their families, relatives and friends!

That is why TM MONA LIZA has created its own laboratory for innovative development of smart textiles. Technologists and engineers of our brand have developed a new line of home textiles, using their own patented solutions and technologies.

Here we can mention the Transformers pillowcases, the design of which makes it possible to use them for pillows of different sizes both 50 x 70, and 70 x 70. This will not incur additional costs for the purchase of pillowcases if one has pillows of different sizes in the house. The principle "two in one" comes in handy here. This is our own development, patented by the Federal Service for Intellectual Property. In addition, multifunctional products correspond to the current eco-trend, as they provide savings for the buyer and raw materials, which ultimately contributes to a respect for the environment.

Our coverlet blanket is a quilted model loved by many, in which the blanket is sewn

into the duvet cover. This idea will save you from the tedious process of filling the blanket into the duvet cover, while the product is easy to wash and does not create any problems during use. Duvet covers "TRIO", with sewn-in zippers on three sides, are a real dream come true for many owners and housewives. They will allow you to forget about the tedious process of changing the duvet cover, just a couple of movements – and the blanket is in. And in the HOIE duvet covers there are two hidden holes in the corners, which allow you to quickly and effortlessly return the "escaped" corners of the blanket to their places. We also have produced a sheet with a wide perimeter elastic band, which allows you to forget about the endless efforts to pull it on the mattress.

We prepare new satin, coarse c alico and children's collections for release. While increasing volumes, we do not forget about the brand's mission: to work so that customers receive comfort, coziness, warmth and quality.

– **How often is the assortment replenished?**

– Every year TM MONA LIZA publishes a new catalog with new trendy designs and solutions. Our priority is capsule collections. This is a unique format that has made it possible to personalize the brand. If we talk about the category, then this is primarily bed linen. Previously, capsule collections could only be found in expensive foreign brands, we have reversed this trend by making them available to a wide range of buyers. At the same time, we keep the exclusive design and premium quality of fabrics.

Fashion begins with us. Each new collection is a whole universe of conceptual ideas and images.

– ***If we speak about textile production, only few have managed to get it up and running in today's conditions, and very few have managed to preserve it. So what situation has MONA LIZA got in this area?***

– As I have already said, in the most difficult year 2020 we reoriented production to manufacture the products people needed at that time: masks, protective suits, overalls "Casper", tall shoe covers, disposable protective equipment. Some of the lines in the factory and in the sewing workshops were transferred to the production of personal protective equipment. We sewed reusable textile masks that can be washed and ironed, four-layer masks made of gauze folded into accordion, they are considered medical and very reliable. For the convenience of customers, the factory also assembled sanitary kits.

And, of course, as a socially responsible company, we have helped Lyubertsy city hospital by providing masks, disposable coveralls and other personal protective equipment for free.

In addition, we manufacture products for federal retail chains under their brand names, which contributes to a significant load on the production facilities. So production is 100% utilized, and even overloaded.

– ***Monolit's exceptional PR activities are famous. You "dressed up" the monument "Worker and Kolkhoznitza Woman", on the eve of the European Championship you sewed the world's largest set of bed linen (7200 square meters of fabric) in a record 28 minutes, which entered the Russian Book of Records. What is the benefit of such actions for business?***

– First of all, recognition. These promotions have made our brand famous. In general, any promotion helps to turn a trademark into a brand. It is very important to stand out amongst your competitors, to get feedback. We regularly launch competitions for bed linen design kits and receive a lot of feedback and suggestions.

– ***And finally, what are the company's near-term plans?***

– We expect the release of new 2022 collections in November and December. We optimize our logistics, and the next year we plan to upgrade our production facilities. We are committed to a 7P marketing strategy, the broadest model which comprises seven elements: product, price, place, promotion, people, process and physical environment. These are interlinked elements which enable the company to move forward without losing sight of the essentials: from the idea to the creation of the product, from the choice of fabric to the final product, we go through all these stages, so that in the end we can provide our customers with good moods, harmony and a piece of our heart.

**The interview was taken  
by Alexandra Ubozhenko**







КРЕДО МОДНОГО  
БРЕНДА MALINA BONITA:

«Будь создана  
для восхищения!»

**– Как давно существует модный дом Malina Bonita? Какова история возникновения компании? Когда и как сложилась ваша команда? И за какие качества вы цените её членов?**

– История Malina Bonita началась в 2015 году с желания основательниц создать «то самое идеальное платье»: с отличной посадкой, хорошего качества, женственное, сексуальное, но не вульгарное и, конечно, доступное по цене. На старте проекта продажи осуществлялись через страницу социальной сети «ВКонтакте», но со временем наряды обрели невероятную популярность. Первый монобрендовый бутик в Новосибирске открылся достаточно быстро. За семь лет бренд Malina Bonita вырос до крупной сети магазинов по России и СНГ. Сегодня у нас работают собственные производства, находящиеся в Новосибирске и в столице. Число подписчиков магазина в сети Instagram насчитывает порядка 1,4 млн человек. Для популяризации коллекций мы проводим масштабные рекламные кампании с участием звёзд и крупных блогеров, организовываем для них модные съёмки в самых удалённых уголках планеты.

В 2017 году одним из первых ярких событий для бренда Malina Bonita (тогда ещё – Malina Fashion) стало приглашение на международный конкурс Geneva Fashion Awards, в финале которого мы заняли пер-

вое место. В 2018 и 2019 годах команда Malina Bonita дважды представляла коллекцию одежды на собственных показах в рамках Mercedes-Benz Fashion Week. К сожалению, показ в 2020 году пришлось отменить. Надеемся, что вскоре ситуация с пандемией изменится и наряды от Malina Bonita вновь будут блистать на подиуме!

Успех модного бренда зависит от разных факторов, но один из основных – команда. Основательницами бренда Malina Bonita являются сёстры Ольга Просветова и Евгения Кошечкина, а также я – их подруга детства. Нам удалось опровергнуть распространённое правило бизнеса: «Не работать с близкими и друзьями». Команда сложилась отличная, её смело можно назвать семьёй. Коллектив Malina Bonita состоит из родственников, друзей и знакомых: где же ещё нам было искать единомышленников в самом начале пути? Благодаря доброму и дружественному отношению друг к другу мы смогли собрать вокруг себя не только высококвалифицированных профессионалов, но и людей, близких по духу, искренне влюблённых в дело и разделяющих основную ценность компании: любить жизнь и людей!

**– Какова концепция бренда? Какая она – «девушка от Malina Bonita»? Кто ваша целевая аудитория?**

**П**ервый магазин одежды Malina Bonita учредительницы открыли всего несколько лет назад в городе Новосибирске, а на сегодняшний день под крылом основательниц модного дома – около 17 бутиков и собственное швейное производство. Но это далеко не предел: бренд стремительно развивается, и в скором времени его владельцы планируют выйти на мировой рынок. О победе на международном конкурсе, о коллекциях, признанных лучшими среди российских звёзд и блогеров, а самое главное – о доступности изделий бренда для широкого потребителя нам рассказала Анастасия Чепканич, управляющий партнёр и генеральный директор компании.

– Наше кредо: «Будь создана для восхищения!» Мы не просто изготавливаем для клиентов платья, а воплощаем их мечту! Бренд выбирают для значимых событий, будь то свидание, выпускной, праздник или важное собеседование.

«Девушка от Malina Bonita» – яркая, с горящим взглядом и внутренней харизмой. Задача дизайнеров бренда – сделать так, чтобы каждая почувствовала себя королевой. Мы часто слышим, что вещи Malina Bonita приносят удачу: в них девушки знакомились или встречали свою любовь, получали предложение руки и сердца.

В коллекции бренда есть не только вечерние наряды, но и повседневные костюмы, демонстрирующие образцы делового стиля и при этом сохраняющие женственность.

**– Давайте попробуем выполнить такое задание: выразить сущность вашего бренда в нескольких прилагательных. Какие это будут слова?**

– «Женственная», «роскошная», «потрясающая» и, конечно, «счастливая»!

**– Знакомо ли дизайнерам Malina Bonita такое состояние, как творческий кризис, или вы всегда полны новых идей?**

– Каждый рано или поздно сталкивается с этим состоянием, но главное – уметь



перезаряжаться. Важно сохранять баланс между отдыхом и работой: вовремя уехать в отпуск, сменить обстановку, а иногда просто выключить телефон.

**– Насколько ваш личный стиль одежды соответствует тому, что вы производите?**

– Около 80% гардероба – вещи нашего производства, но мы, конечно, следим за новинками разных брендов и с удовольствием приобретаем то, что приходится по душе.

**– Какие базовые вещи от бренда Malina Bonita должны быть в гардеробе современной девушки?**

– Изначально мы делали акцент на вечерних нарядах для торжественных мероприятий и больших праздников, но со временем расширили производство, коллекции стали более разнообразными. Особенно хочется выделить наши платья-футляры из корректирующего трикотажа: они идеально садятся по фигуре, смотрятся элегантно и при этом эффектно. А в позапрошлом году у нас появилось собственное вязальное производство, благодаря чему ассортимент пополнился качественными джемперами и костюмами из мягкой и тёплой шерсти.

**– Ткани и элементы декора каких производителей вы используете при создании одежды? Кто ваши партнёры?**

– Два раза в год мы бываем на российских и зарубежных выставках, а также получаем образцы от партнёров, с которыми давно работаем. Во время недавней поездки в Турцию Евгения вместе с командой побывала на нескольких фабриках, просмотрела порядка 5 тыс. образцов, чтобы выбрать лучшее. Обычно, когда видишь вдохновляющую ткань, идея об изделии рождается сама собой. Всех секретов раскрывать не будем, скажу только, что решение о сотрудничестве всегда принимается очень взвешенно и после длительных согласований.

**– Сколько времени занимает работа над новой моделью: от возникновения идеи до массового производства? Как часто вы обновляете коллекции?**

– Несмотря на объёмы производства, мы отшиваем небольшие партии, чтобы сохранить эксклюзивность изделий, при этом стараемся создавать разнообразные коллекции. Каждую неделю в магазинах Malina Bonita можно увидеть что-то новенькое, но основная смена коллекций происходит раз в полтора месяца, то есть два раза за сезон.

**– На сайте вашей компании в различных описаниях можно часто встретить фразу: «Мы решили создать то самое платье». То самое – это какое? В бутиках Malina Bonita действительно существует эталон современного женского платья, которым вы особенно гордитесь?**



– Когда бренд только родился, он был ресейловым: Ольга и Евгения заказывали из-за рубежа одежду для себя, подруги, как водится, расспрашивали об обновлениях. Их заинтересованность подтолкнула к тому, чтобы заказывать импортную одежду большими партиями, при этом в каждой новой вещи хотелось что-то изменить, добавить своё.

Но мы нигде не встречали изделие, о котором давно мечтали: элегантное платье-футляр из люксового кружева с идеальной посадкой, подчёркивающее все достоинства фигуры. В конце концов решили сшить его самостоятельно. Нашли конструктора, швею, отшили первые несколько экземпляров, которые произвели настоящий фурор. Собственные изделия затмили собой привезённые импортные вещи. В конечном итоге мы полностью перешли на продажу одежды собственного производства.

**– Где можно купить ваши изделия? И какова ваша ценовая политика?**



– У нас два бутика в центре Москвы, есть магазины в Санкт-Петербурге, Новосибирске, Казани и многих других городах. Для покупателей из прочих регионов работает интернет-магазин, заказ можно сделать через мессенджер WhatsApp, ссылка на который закреплена в шапке профиля нашей инстаграм-страницы: @malina\_fashion.

Ценовая политика достаточно лояльная. Основополагающая идея бренда в том, чтобы каждая девушка могла позволить себе быть роскошной, не отдавая при этом сотни тысяч рублей за квадратный сантиметр ткани. Коктейльное платье или костюм обойдётся покупательнице в 10-15 тыс. рублей, вечернее или свадебное длинное платье – 18-25 тыс. рублей.

**– Все салоны Malina Bonita принадлежат вашей компании или вы продаёте франшизу? И кто её покупатели?**

– На данный момент у нас 17 бутиков, среди них есть и собственные, и партнёрские. Перед тем как открыть новый магазин, в первую очередь мы просчитываем, готовы ли к этому производство. Затем выбираем из предложений город-миллионник или близкий к нему по показателям населённости, проводим собеседование по видеосвязи, затем – лично. Согласовываем условия. Важно, чтобы будущий франчайзи подошёл нам не только как предприниматель, но и как человек.

**– Отрасль моды в целом тяжело переживает кризис, связанный с пандемией. А как он отразился на вашей компании? Какие антикризисные меры пришлось принимать?**

– Конечно, первый локдаун дался особенно тяжело, потому что мы не знали, сколько он продлится. Планировать поступление товара в таких условиях было практически невозможно, но мы довольно быстро перестроились: сумели организовать доставку, взяли людей на дополнительные рабочие места для обработки заказов, распределили смены между сотрудниками, чтобы максимально сохранить рабочий график. Поэтому к ограничительным мерам, с которыми столкнулись все представители бизнеса в ноябре 2021 года, мы были готовы.

**– Столь креативные компании, как ваша, всегда строят большие планы. А какие у Malina Bonita планы на наступающий год?**

– Планируем увеличение производства, открытие новых бутиков. Сейчас готовится потрясающая весенняя коллекция, уже появляются первые образцы на осень 2022 года. Планируем масштабные рекламные кампании и, конечно, надеемся расширить географические границы и выйти на международный рынок.

Беседовала Дарья Бакарина





## THE MOTTO OF THE FASHION BRAND MALINA BONITA:

# “Be created for admiration!”

**T**he founders of Malina Bonita clothing brand opened their first boutique just a few years ago in the city of Novosibirsk, and today, they have about 17 boutiques and a sewing production. However, this is far from the end: the brand is rapidly developing, and soon its owners are planning to enter the world market. Anastasia Chepkanich, Managing Partner and General Director of the company, told us about the victory at an international competition, about the collections recognized as the best among Russian stars and bloggers, and most importantly, about the availability of brand products for the general consumer.

*– How long has the Malina Bonita fashion house been around? What is the history of the company? When and how did your team develop? And for what qualities do you value its members?*

– The story of Malina Bonita began in 2015 with the founders' desire to create “that very perfect dress”: with an excellent fit, good quality, feminine, sexy, but not vulgar and, of course, affordable. At the start of the project, sales were carried out through the page of the VKontakte social network, but over time, the outfits gained incredible popularity. The first mono-brand boutique in Novosibirsk opened quite quickly.

For seven years, the Malina Bonita brand has grown to a large chain of stores in Russia and the CIS. Today we have our own production facilities located in Novosibirsk and in the capital. The store has about 1.4 million followers on Instagram. To popularize the collections, we conduct large-scale advertising campaigns with the participation of stars and major bloggers, organize fashion shootings for them in the most remote corners of the planet.

In 2017, one of the first notable events for the Malina Bonita brand (then Malina Fashion) was an invitation to the Geneva Fashion Awards international competition, in the final

of which we won first place. In 2018 and 2019, the Malina Bonita team presented a collection of clothes at their own shows during Mercedes-Benz Fashion Week. Unfortunately, the show in 2020 was canceled. We hope that soon the situation with the pandemic will change and the outfits from Malina Bonita will once again shine on the catwalk!

The success of a fashion brand depends on various factors, but one of the main ones is the team. The founders of the Malina Bonita brand are the sisters Olga Prosvetova and Evgeniya Koscheeva, as well as me, their childhood friend. We managed to refute the common



rule of business: "Do not work with family and friends." The team is excellent, it can be safely called a family. The Malina Bonita team consists of relatives, friends and acquaintances: where else could we look for like-minded people at the very beginning of the journey? Thanks to the kind and friendly attitude to each other, we were able to gather around us not only highly qualified professionals, but also people who are close in spirit, sincerely in love with the business and share the main value of the company: to love life and people!

**– What is the brand concept? What is the Malina Bonita girl? Who is your target audience?**

– Our motto: "Be created for admiration!" We do not just make dresses for our clients, but we make their dreams come true! The brand is chosen for significant events, be it a date, graduation, holiday, or an important interview.

"A Malina Bonita girl" is bright, with a burning gaze and inner charisma. The task of the brand's designers is to make everyone feel like a queen. We often hear that Malina Bonita things bring good luck: in them girls met their love, received a marriage proposal.

The collection of the brand includes not only evening dresses, but also casual suits that demonstrate examples of business style and at the same time preserve femininity.

**– Let's try this challenge: express the essence of your brand in a few adjectives. What are these words?**

– "Feminine", "luxurious", "stunning" and, of course, "happy"!

**– Are Malina Bonita designers familiar with the creative crisis or are you always full of new ideas?**

– Everyone sooner or later encounters this condition, but the main thing is to be able to recharge. It is important to maintain a balance between rest and work: go on vacation on time, change the environment, and sometimes just turn off the phone.

**– How does your personal clothing style match what you produce?**

– About 80% of the wardrobe are things of our production, but we, of course, follow the new products of different brands and are happy to buy what we like.

**– What basic items from the Malina Bonita brand should be in a modern girl's wardrobe?**

– Initially, we focused on evening dresses for special events and big parties, but over time we expanded production, the collections became more diverse. I would especially like to highlight our sheath dresses made of corrective knitwear: they fit perfectly on the body, look elegant and at the same time spectacular. In addition, the year before last we opened our own knitting production, thanks

to which the assortment was replenished with high-quality jumpers and suits made of soft and warm wool.

**– Which fabrics and decorative elements do you use when creating your clothes? Who are your partners?**

– Twice a year we visit Russian and foreign exhibitions, and also receive samples from partners with whom we have been working for a long time. During a recent trip to Turkey, Evgenia, together with her team, visited several factories, looked through about 5 thousand samples to choose the best. Usually, when you see an inspiring fabric, the idea of a product is born by itself. We will not reveal all the secrets, I will only say that the decision on cooperation is always made very carefully and after long approvals.

**– How long does it take to work on a new model, from idea to mass production? How often do you update your collections?**

– Despite the volume of production, we sew small batches in order to preserve the exclusivity of products, while trying to create a variety of collections. You can see something new in the Malina Bonita stores, but the main change of collections takes place once a month and a half, that is, twice a season.



**– On your company's website, in various descriptions, one can often find the phrase: "We decided to create that very dress." What is "that very"? Do Malina Bonita boutiques really have a standard of modern women's dress that you are especially proud of?**

– When the brand was just born, it was reselling: Olga and Eugenia ordered clothes for themselves from abroad, friends, as usual, asked about new clothes. Their interest prompted them to order imported clothes in large quantities, while in each new thing they wanted to change something, add their own.

However, nowhere have we seen the product we have dreamed of for a long time: an elegant sheath dress made of luxury lace with a perfect fit,

emphasizing all the advantages of the figure. In the end, we decided to sew it ourselves. We found a designer, a tailor, sewed the first few copies, which made a splash. Own products overshadowed the imported things brought. In the end, we completely switched to selling our own clothing.

**– Where can one buy your products? And what is your pricing policy?**

– We have two boutiques in the center of Moscow, there are stores in St. Petersburg, Novosibirsk, Kazan and many other cities. For buyers from other regions, there is an online store, an order can be made through the WhatsApp messenger, the link to which is fixed in the profile header of our Instagram page: @malina\_fashion.

The pricing policy is quite loyal. The fundamental idea of the brand is that every girl can afford to be luxurious without having to pay hundreds of thousands of rubles per square centimeter of fabric. A cocktail dress or suit will cost a customer 10-15 thousand rubles, an evening or long wedding dress – 18-25 thousand rubles.

**– Are all Malina Bonita salons owned by your company or are you selling a franchise? And who are its buyers?**

– At the moment we have 17 boutiques, including our own and partner ones. Before opening a new store, first of all we calculate whether the production is ready for this. Then we choose from the proposals a million-plus city or one close to it in terms of population, we conduct an interview via video link, then in person. We agree on the terms. It is important that the future franchisee suits us not only as an entrepreneur, but also as a person.

**– The fashion industry as a whole is struggling with the pandemic crisis. How did it affect your company? What anti-crisis measures did you have to take?**

– Of course, the first lockdown was especially difficult, because we did not know how long it would last. It was almost impossible to plan the arrival of goods in such conditions, but we quickly reorganized: we managed to organize delivery, took people to additional jobs to process orders, distributed shifts between employees in order to keep the work schedule as much as possible. Therefore, we were ready for the restrictive measures that all business representatives faced in November 2021.

**– Such creative companies as yours always have big plans. What are Malina Bonita's plans for the coming year?**

– We plan to increase production, open new boutiques. An amazing spring collection is now being prepared, with the first samples already appearing for the fall of 2022. We are planning large-scale advertising campaigns and, of course, we hope to expand geographic boundaries and enter the international market.

**Interviewed by Daria Bakarina**



**Ф**эшн-индустрия – непредсказуема. Фирму Riona сегодня хорошо знают, как разработчика и производителя трендовой детской и подростковой одежды, а получили развитие эти направления по воле случая. В 2008 году Riona уверенно чувствовала себя в женском сегменте. Появления новых поставщиков тогда уже не происходило, все места были надежно заняты и создать интерес к новому бренду было практически невозможно. Но у Riona получилось. За ее моделями выстраивались очереди, товара на всех желающих не хватало. Но когда оптовое направление закрылось, Riona, продававшая свои модели через дистрибутора, осталась без клиентов. К тому времени в компании уже разрабатывали и детскую одежду, но большей частью для общего развития, из любопытства. Она и стала спасением. Riona продолжила работать, не снижая мощности – около 20 тыс. изделий в год. С 2012 года начался выпуск одежды и для подростков. О том, как удалось покорить придиричивых тинейджеров и о планах на будущее рассказывает основательница и генеральный директор фирмы Riona ЮЛИЯ ПЕТРОВА.

## ФИРМА В ТРЕНДЕ

Начав разрабатывать и производить верхнюю одежду для подростков, пришлось многому научиться, например, придумывать сразу много моделей, так как клиенты, которых мы уже завоевали на детском направлении, хотели иметь большие коллекции. У подросткового сегмента есть интересная особенность – активная торговля ведется 2 недели в год и нужно иметь огромное количество товара к этому моменту.

Я сделала все, чтобы войти в сегмент успешно: взяла отличного дизайнера, приобщила старшую дочь к разработкам моделей, разрабатывала сама, изо всех сил старалась сделать классный продукт. И нужно ещё было учитывать мнение родителей, искать совместимость с интересами подростков. Все очень непросто! Но шанса на непопадание не было, нужно было, чтобы все модели были популярными, только в этом случае можно выйти на точку безубыточности. Помогло знание потребностей подростков и понимание того, что им нужно.

Я привыкла заходить в уже занятые ниши за счет предложения, которого никто не делает по причине сложности и трудоемкости. Все получилось. Мы «попали» в модели – продукт всем понравился и это неизменно уже много лет.

Мое любимое детище – наша тренд-лаборатория. Здесь работают люди с опытом и нестандартным мышлением. Суть их работы – разработка трендовой одежды и попытка сделать кассовую модель, которая будет продаваться без остатка.

ВСЕ БУДЕТ НЕ ИМЕТЬ  
СМЫСЛА, ЕСЛИ НЕ  
БУДЕШЬ ДУМАТЬ И  
ЗАБОТИТСЯ О ТЕХ,  
ДЛЯ КОГО ТЫ ЭТО  
ДЕЛАЕШЬ – О ЛЮДЯХ.  
И ЭТО НЕ ИЗУЧЕНИЕ  
ПСИХОЛОГИИ ПОКУПКИ,  
А ИМЕННО ЖЕЛАНИЕ  
ПОЧУВСТВОВАТЬ  
ПОТРЕБНОСТИ И МЫСЛИ  
ДРУГИХ ЛЮДЕЙ. КОГДА  
ПОЛУЧАЕТСЯ – ЭТО  
НАСТОЯЩЕЕ СЧАСТЬЕ

Следующий этап – сделать так, чтобы любимое дело приносило прибыль. Мне постоянно хочется уйти с головой в продукт, так как именно в разработке я чувствую себя максимально комфортно. И пусть бы кто-то все посчитал и сказал, что все супер, продажи огонь, только модели подавай. Но так не получилось. Пришлось всему учиться самой: и разбираться в управлении, и составлять плановое производство, и конкурировать с мировыми брендами, длительно присутствующими на рынке. Это был постоянный поиск решения. За это время мы попробовали все, чтобы убрать сезонность: делали новогодние платья, шили школьные костюмы, даже шапки. Работать всегда приходилось на огромной скорости и с большими затратами. Жили перспективной.

Момент пришел – в ближайшее время мы настроены выйти на прибыль. Проработаны ниши, есть понимание, что нам рады, ждут. Поэтому я начинаю готовить клиентов к расширению ассортимента и оповещаю о предстоящих задумках за полгода, а то и за год. Модели в сегменте сверхбыстрых изменений моды, которые должны быстро доходить до покупателя, будут поступать по ходу дела. Тестовый период прошёл – мы готовы. Можно приглашать инвесторов под прибыльный стабильный проект с готовыми контрактами от оптовых клиентов. Мы в процессе масштабирования бизнеса.



# THE TRENDY COMPANY

**F**ashion is an unpredictable industry. Riona is a well-known designer and manufacturer of trendy clothes for children and teenagers. However, these concepts developed by chance. In 2008 Riona was already a strong player in the women's sector. There were no new suppliers on the market, all positions were fully occupied and it was almost impossible to evoke interest to a new brand. But Riona succeeded. People queued to buy its models and the stock was too short to cover all the buyers. But when its wholesale business closed, Riona, which used to sell its models through a distributor, was left without customers. At that time the company was working on children's clothing as well, but mostly purely out of curiosity. And this was the salvation. Riona continued to work intensively with a capacity of around 20,000 pieces a year. In 2012 the company started making clothes for teenagers. Yulia PETROVA, Founder and CEO of Riona, talks on how she manages to captivate picky teenagers and on plans for the future.



When we started to develop and produce outerwear for teenagers, we had to learn a lot. For example, we had to invent several models at once, because the customers, whom we had already won in children's segment, wanted to have large collections. The teen segment has an interesting feature – you have two weeks of active sales a year, and you need to have a lot of product at that time.

I did everything I could to enter the segment successfully: I hired a great designer, involved my eldest daughter in the development of models, designed them myself, and tried my best to make a great product. We also had to take into account parental opinions and try to blend them in with the interests of teenagers. It was not easy! But we had no right to fail, it was necessary for all the models to be popular, only then it would be possible to reach the break-even point. The knowledge of the teenagers' needs and understanding of their needs proved to be helpful.

I got used to occupy the already saturated niches by making offers which no one else makes due to their complexity and labour-intensiveness. It all worked out. We "hit" the models – everyone liked the products. And many years since then it remains the same.

My favourite brainchild is our Trend Lab. It is staffed with the most creative and skilled people. The essence of their work is to develop trendy clothes and try to make cashflow models which will be sold residue-free.

The next stage is to make the business you love profitable. I constantly want to go headlong into the product, as I feel most comfortable in its development. And let someone do the calculations and say that all is great, sales are booming, just give the models. But it doesn't work that way. I had to learn everything myself: to understand management, to plan production, and to compete with international brands, which have been on the market for a long time. This was a constant search for a solution. During this time, we have tried everything to eliminate seasonality: we made Christmas dresses, sewed school costumes and even hats. We always had to work at great speed and at great expense. We lived in the perspective.

The moment has come – in the near future we are determined to make a profit. Our niches are worked out. We feel that we are welcome and people want us. So I begin to prepare customers for the expansion of the assortment and notify them six months, or even a year in advance, about the future plans. Models in the ultra-fast fashion changes segment, which have to reach the customer quickly, will appear in the course of the process. The pilot period has passed – we are ready. We welcome investors for a lucrative, stable project with ready-made contracts from wholesale customers. We are in the process of scaling the business.

EVERYTHING IS WORTHLESS  
IF YOU DON'T THINK  
AND CARE ABOUT THE  
PEOPLE YOU ARE DOING  
IT FOR. IT'S NOT ABOUT  
LEARNING THE SHOPPING  
PSYCHOLOGY, IT'S  
ABOUT UNDERSTANDING  
PEOPLE'S NEEDS AND  
THOUGHTS. AND IT IS A  
REAL HAPPINESS WHEN IT  
WORKS.

## «КАМЫШИНСКИЙ ТЕКСТИЛЬ»: «Наша цель – европейские рынки»

**А** знаете ли вы, что благодаря царю Алексею Михайловичу на свет появился не только самый, наверное, знаменитый русский царь Пётр I, но и город Камышин? Он возник в 1668 году по царскому указу как крепость для охраны водного пути. Во времена, когда железные дороги ещё не были не только построены, но и придуманы, речной путь был и самым быстрым, и самым удобным для перевозки различных товаров, например хлопка. Сегодня Камышин стоит на пути из стран Средней Азии, где хлопок произрастает, к центральной части России и Европе, куда из этого города везут уже не сырьё, а готовую продукцию. Знакомьтесь, если вдруг ещё не знакомы: «Камышинский текстиль»!

Предприятие с таким названием было создано в июне 2011 года на базе Камышинского хлопчатобумажного комбината им. А. Н. Косыгина, в 1960–1980 годы крупнейшего в Европе. В том же году стартовала масштабная программа модернизации и реконструкции производственных фондов. Цель – создание прогрессивного передового предприятия мирового уровня.

Первым этапом этой программы стала модернизация прядильного производства: производственные цеха были отремонтированы и расширены, в них было установлено закупленное в Германии дорогостоящее высокотехнологичное автоматизированное – последнего поколения! – оборудование фирм TRUETZSCHLER и SCHLAFHORST.

Это позволило, не увеличивая численность рабочих, нарастить объёмы производства, повысить рентабельность, производительность труда, а также качество производимой продукции, что, безусловно, сказалось и на её конкурентоспособности. Установка нового оборудования позволила предприятию в 2014 году получить международный сертификат Belgoro, стандарт качества производимой пряжи. Сегодня мощности прядильного производства предприятия позволяют перерабатывать до 1400 тонн хлопковолокна ежемесячно, производить пряжу следующих номеров: от Nm 10/1 (Ne 6/1) до Nm 60/1 (Ne 35/1).

В 2016 году началась работа над переоснащением и расширением ткацкого цеха, в которой приняли участие мировые лидеры станкостроения, такие как Karl Mayer (Италия), Benninger AG (Швейцария), Toyota (Япония) и Picanol (Бельгия). Это позволило комбинату производить до 3,5 млн погонных метров тканей ежемесячно.

В настоящее время ООО «Камышинский текстиль» вырабатывает суровые хлопчатобумажные ткани постельной группы шириной 165 и 240 см, которые традиционно пользуются большим спросом.

На каждом этапе производства с помощью запущенной в 2014 году современной лаборатории швейцарской фирмы Uster на предприятии осуществляется постоянный контроль сырья и получаемой продукции.

Вся продукция предприятия сертифи-

цирована, она соответствует как российским ГОСТам, так и международным стандартам качества. Комплекты постельного белья удовлетворяют требованиям самых взыскательных заказчиков. Используются они, например, в пассажирских поездах Российских железных дорог, в системе здравоохранения и прочих социальных учреждениях. Участники Олимпиады-2014 в Сочи и чемпионата мира по футболу в 2018 году отдыхали на постельном белье, произведённом в ООО «Камышинский текстиль».

По итогам 2018 года «Камышинский текстиль» назван экспертным сообществом лучшим текстильным промышленным предприятием России.

Но учредитель и генеральный директор ООО «Камышинский текстиль» Александр Борисенко ставит перед собой цель дойти до конечного потребителя без посредников. На предприятии активно развивается швейное производство. Работает два оснащённых современным оборудованием и климат-контролем швейных цеха. В политике реализации продукции руководитель предприятия делает ставку на развитие сети фирменной розничной торговли. Первый магазин под брендом «Камышинский текстиль» открылся в 2015-м, а теперь на территории России уже 85 таких магазинов. Всё это позволило наладить отношения с покупателями по модели «производитель – конечный потребитель» без посредников и дополнительных наценок и увеличить объёмы продаж.

**– Александр Александрович, – спросили мы у руководителя предприятия. – Какие задачи ставит перед собой ООО «Камышинский текстиль» на ближайшие три года?**

– В связи с существенным увеличением за последние годы нашего ткацкого парка мы готовы, наконец, выходить со своим товаром на рынок Европы. Сейчас почти вся продукция комбината продаётся на внутреннем рынке с предзаказом за месяц. Это показывает устойчивый спрос на нашу ткань.

Поскольку мы выпускаем более 3,5 млн метров суровой ткани ежемесячно, а в 2022 году планируем выйти на цифру в 5 млн метров, и так как вся наша ткань производится на лучшем в мире оборудо-

вании, ничто не мешает нам увеличивать долю экспортных поставок. В Европе эта ткань будет интересна в первую очередь отделочным фабрикам. Тем более что время в пути от поставщика до заказчика будет составлять всего несколько дней. Да и цены наши вполне конкурентные.

**– Как сказалась на работе вашего комбината пандемия?**

– Конечно, в начальный её период наблюдалось падение спроса, но это продолжалось недолго: уже в третьем квартале 2020 года спрос восстановился, и по итогам 2020-го по отношению к 2019 году мы показали рост выручки на 20%. В связи с увеличением коечного фонда в больницах стало больше заказов медицинского назначения – как для защитных костюмов врачей, так и постельного белья для пациентов.

Пришлось освоить и новый вид продукции: для защиты от коронавируса и профилактики этой болезни. Технологи разработали новые модели на основе ГОСТа, и в марте 2020 года швейный цех выпустил первую продукцию специального назначения: гигиенические маски, хирургические пижамы, халаты, бахилы, головные уборы, также служащие средствами индивидуальной защиты. Ткань для этих изделий обрабатывается противомикробными и кровоостанавливающими средствами.

Ежемесячно отгружалось более пяти футов такой продукции. Понимая всю сложность сложившейся ситуации, ООО «Камышинский текстиль» приняло участие в её безвозмездной поставке в медицинские и социальные учреждения Волгоградской области.

**– Что позволяет вам с такой уверенностью смотреть в будущее?**

– Основное наше богатство – трудовой коллектив. Сегодня у нас на фабрике трудится более тысячи человек. Некоторые из них представляют уже третье поколение тех, кто связал жизнь с нашим предприятием. Много семейных подрядов. С появлением сложной автоматизированной техники к нам стала приходить на работу молодёжь. Наши сотрудники – это гордость предприятия. И мы не можем их подвести.

**Подготовил Михаил Грунин**





# KAMYSHINSKY TEXTILE:

## “Our target is the European markets”

**Do** you know that thanks to Tsar Alexey Mikhailovich, the birth was given not only to the most famous Russian tsar, Peter I, but also to the town of Kamyshin. It was founded in 1668 by a royal decree, as a fortress protecting the waterway. In the times when railways had not yet been invented, the river route was the quickest and the most convenient way to transport various goods, e.g. cotton. Today, Kamyshin is on the route from Central Asia, where cotton grows, to Central Russia and to Europe, and today this city supplies not just raw materials, but also the finished products. If you haven't heard of it yet, please do know it: Kamyshinsky Textile.



The enterprise with such a name was established in June 2011 on the basis of the Kamyshinsky cotton plant named after A. N. Kosygin, the biggest one in Europe in the 60–80-s. The same year saw the launch of a large-scale modernization and reconstruction program of the company's production facilities. The objective was to create an advanced world-class enterprise.

The first stage of the program was modernization of the spinning mill: the production workshops were renovated and expanded and the latest TRUETZSCHLER and SCHLAFFHORST high-technology automated equipment, purchased in Germany, was installed.

This allowed the plant to increase production volumes, improve profitability, labour productivity and the quality of the products, without increasing the number of staff, which of course had an impact on the competitiveness of production. The installation of this equipment enabled the company to obtain the international Belcoro certificate in 2014, which is the quality standard for the yarn produced. Today, the company's spinning facilities are capable of processing up to 1,400 tonnes of cotton fibre per month, producing yarns ranging from Nm 10/1 (Ne 6/1) to Nm 60/1 (Ne 35/1).

In 2016, re-equipment and expansion of the weaving mill was initiated, involving global machine construction leaders such as Karl Mayer (Italy), Benninger AG (Switzerland), Toyota (Japan) and Picanol (Belgium). This has allowed the mill to produce up to 3.5 million running metres of cloth every month.

Kamyshinsky Textile LLC currently produces stiff cotton bedding fabrics in widths of 165 and 240 cm, which are traditionally in high demand.

Each stage of production is constantly monitored with the help of the modern laboratory of the Swiss company Uster, launched in 2014, to control the quality of the raw materials and the products.

All products are certified and comply with both Russian GOSTs and international quality standards. Bedding sets satisfy the most demanding customers. They are used, for example, in passenger trains of the Russian Railways, in the health care system and other social institutions. Participants of the 2014 Olympics in Sochi and the 2018 FIFA World Cup slept on bed linen produced by Kamyshinsky Textile LLC.

In 2018, Kamyshinsky Textile was recognized by the expert community as the best textile industrial enterprise in Russia.

But the founder and the CEO of Kamyshinsky Textile LLC, Alexander Borisenko, aims to reach the end consumer without intermediaries. The enterprise actively develops sewing manufacture. There are two sewing workshops, equipped with modern machinery and climate control. The sales strategy of the company focuses on the development of the retail trade network. The first shop under the Kamyshinsky Textile brand opened in 2015, and now there are already 85 such shops in Russia. All this has enabled the company to establish a producer-end-user relationship with customers without intermediaries and additional margins, and to increase sales volumes.

**– We ask the head of the company – Mr. Borisenko, what objectives does Kamyshinsky Textile set for the next three years?**

– Due to the significant increase in our weaving fleet in recent years, we are finally ready to enter the European market with our products. Almost all of the mill's products are now sold on the domestic market with a one-month advance order. This demonstrates a stable demand for our fabrics.

Since we produce more than 3.5 million meters of grey cloth per month and we plan to reach 5 million meters in 2022, and since all our cloth is produced on the best machinery in the world, there is nothing to stop us from increasing the export ratio. This fabric will be

in the interest of European manufacturers, in particular finishers. Moreover, the delivery time from supplier to customer will not take more than a few days. Our prices are quite competitive.

**– How has the pandemic influenced the work of your mill?**

– Of course, there was a drop in demand in the initial period, but it didn't last long: in the third quarter of 2020 demand recovered and at the end of 2020 we saw a 20% increase in revenue compared to 2019. Due to the increase in bed capacity in hospitals, there were more orders for medical supplies: both for protective suits for doctors and bed linen for patients.

The company had to develop a new type of product for protection against the coronavirus and for prevention of the disease. The technologists have developed new models on the basis of GOST, and in March 2020 the sewing workshop has produced the first products for special purposes: hygienic masks, surgical pyjamas, gowns, shoe covers, headwear, used also as personal protection equipment. The fabrics for these items are treated with an antimicrobial and blood-repellent agent. More than five truckloads of these products were dispatched each month.

Being aware of the complexity of the situation Kamyshinsky Textile LLC has taken part in supplying free of charge medical and social institutions of the Volgograd region.

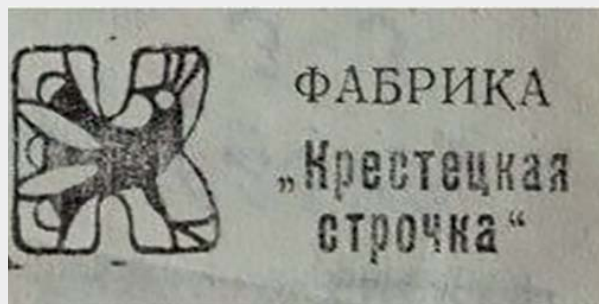
**– What allows you to look into the future with such confidence?**

– Our main treasure is our staff. Over a thousand people work at our factory today. Some of them are the third generation to have been employed by our company. There are many family contracts. With the advent of highly advanced and automated machines, young people come to work for us. Our employees are the pride of the company. And we cannot let them down.



## КРЕСТЕЦКАЯ СТРОЧКА – НАРОДНЫЙ ПРОМЫСЕЛ СО 150-ЛЕТНЕЙ ИСТОРИЕЙ

**В** 1860 году в селе Рахино Крестецкого уезда Новгородской губернии зародилась вышивка с необычным орнаментом, которая в дальнейшем стала прославленным русским промыслом. Стремясь придать своим изделиям своеобразную прелесть, местные мастерицы украшали строчкой одежду и предметы быта.



Состоятельные путешественники по дороге между Петербургом и Москвой останавливались в посёлке Крестцы и охотно раскупали льняные полотенца, скатерти, покрывала, занавески. В 1882 году уникальные образцы вышивок впервые получили признание на выставке в Москве, а в начале XX века работы мастеров были награждены первой медалью на международном конкурсе в Турине.

29 января 1929 года в посёлке Крестцы было создано снабженческо-сбытовое кооперативное товарищество «Художественная строчка» во главе с П. И. Архиреевым. Годом позже, в 1930-м, был основан Музей крестецкой строчки, в коллекцию которого вошли лучшие работы старых мастеров. Самое старое изделие экспозиции музея датировано 1861 годом – «Священное древо жизни». С 1931 года открылась экспериментальная мастерская, в которой разрабатываются новые приёмы, швы и сочетания различных техник. Продукцией артели заинтересовались иностранные фирмы. Первым и основным покупателем становится компания «Спиро» (Великобритания).

Столовое и постельное бельё поставляется во Францию, Бельгию, Голландию, Швецию.

С началом Великой Отечественной войны фабрика на несколько месяцев прерывала работу. Экспонаты музея вывозили за

пределы области. 286 предметов коллекции хранили в Свердловской картинной галерее. После окончания войны развитие строчевышивальных промыслов вступило в новый период.

Начиная с 1956 года были введены первые методы выполнения крестецкой строчки с применением машины. Изделия фабрики ежегодно выставлялись на советских и международных выставках, получали множество наград и дипломов. Создавались изделия, которые были признаны достоянием России и пополнили фонды лучших музеев страны. В 1978 году фабрике было присвоено звание «Предприятие высокого качества выпускаемой продукции».

В настоящее время на предприятии наращиваются объёмы производства и расширяется ассортимент, разрабатывается линия современной женской и детской одежды с использованием традиционных швов крестецкой строчки. Руководство фабрики ведёт активную работу по восстановлению музея легендарного промысла, организации туристических маршрутов, программы мастер-классов для детей и взрослых.







**In** 1860, in the village of Rakhino in the Krestetsky Uyezd of the Novgorod Gubernia, embroidery with unusual ornaments was born, which later became a famous Russian craft. Trying to add special charm to their work, local embroiderers decorated clothes and household items with embroidery.

## KRESTETSKAYA STROCHKA – FOLK CRAFT WITH A 150-YEAR HISTORY

On the way between Saint Petersburg and Moscow, well-off travelers used to stay in Kresttsy settlement, where they eagerly bought linen towels, tablecloths, bedspreads, curtains. In 1882, unique patterns of embroidery were first recognized at an exhibition in Moscow, and at the beginning of the 20th century, the works of the masters were awarded the First Medal at an international competition in Turin.



On January 29, 1929, in the village of Kresttsy, a supply and marketing cooperative partnership Khudozhestvennaya Strochka was created, headed by P. I. Arkhireyev. A year later, in 1930, the Krestetskaya Strochka Museum was founded, the collection of which included the best works of old masters. The oldest product of the museum's exposition The Sacred Tree of Life dates back to 1861. Since 1931, an experimental workshop has been opened, in which new techniques, seams and combinations of various techniques are developed. Foreign firms have become interested in the company's products. The first and main buyer is the Spiro company (Great Britain). Table linen and bed linen are delivered to France, Belgium, Holland, Sweden.

With the beginning of the Great Patriotic War, the factory's activity was interrupted for several months. The exhibits of the museum were taken out of the region. 286 items of the collection were kept in the Sverdlovsk Picture Gallery. After the end of the war, the development of stitching crafts entered a new stage of its development.

They introduced first machine-assisted stitching methods in 1956. The products of the factory were exhibited annually at Soviet and international exhibitions, they received many awards and diplomas. Its products, recognized as the property of Russia, replenished the funds of the best museums in the country. In 1978, the factory was awarded the title "Enterprise of high quality products".

At present, the enterprise is increasing production volumes and expanding the range, developing a line of modern women's and children's clothing using traditional



Krestetskaya Strochka technologies. The factory management is actively working to restore the museum of the legendary craft, organize tourist routes, and master classes for children and adults.

# «ШУЙСКИЕ СИТЦЫ»: «ГЛАВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРОИЗВОДСТВА – КАЧЕСТВО И ЭКОЛОГИЧНОСТЬ ПРОДУКЦИИ!»

**«Ш**уйские ситцы» – бренд с богатыми традициями. Хлопчатобумажный комбинат был основан в 1820 году одним из местных купцов. В настоящее время его территория составляет 90 000 кв. м. На производстве работают 2500 человек. «Шуйские ситцы» – крупнейшее, технически оснащённое предприятие текстильной промышленности в регионе. Производство постельного белья включает полный цикл. На каждом этапе применяется новейшее оборудование от мировых лидеров станкостроения для лёгкой промышленности, что позволяет предприятию ежегодно выпускать до 60 млн метров ткани, которой хватило бы, чтобы обернуть земной шар в полтора раза.

Главные принципы «Шуйских ситцев», ставшие традицией, – качество и экологичность продукции. На предприятии используется хлопок только от проверенных по европейским стандартам поставщиков, а значит, произведённый без вреда для природы и без использования пестицидов. Продукция «Шуйских ситцев» проходит как производственный, так и лабораторный контроль.

Таким образом, каждый артикул изделий соответствует европейским стандартам. Комбинат «Шуйские ситцы» сегодня – это международная система менеджмента цепи поставок, ассортимент, насчитывающий 14 типов ткани различного состава, размера и плотности, а также более 30 представительств в крупнейших городах России.







## SHUYSKIE SITSY:

“THE MAIN PRINCIPLES OF PRODUCTION ARE THE QUALITY AND ENVIRONMENTAL FRIENDLINESS OF PRODUCTS!”

**S**huyskie Sitsy is a brand with a rich tradition. One of the local merchants founded the cotton mill in 1820.

At present, its territory is 90,000 sq. m. The production employs 2,500 people. Shuyskie Sitsy is the largest technically equipped textile industry enterprise in the region. It is a full cycle bed linen production. At each stage, the latest equipment for light industry from the world leaders in machine-tool building is used, which allows the enterprise to produce up to 60 million meters of fabric annually, which would be enough to wrap the globe one and a half times.

The main principles that have become a tradition at Shuyskie Sitsy are the quality and environmental friendliness of products. The company uses cotton only from suppliers verified according to European standards, which means that their production does not harm nature and does not use pesticides. The products of Shuyskie Sitsy undergo both

production and laboratory control. Thus, each item complies with European standards. The Shuyskie Sitsy Combine today is an international supply chain management system with an assortment of 14 types of fabrics of various composition, size and density, as well as more than 30 representative offices in the largest cities of Russia.





# ИСТОРИЯ СТАРЕЙШЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ МОСКВЫ

**И**стория Трёхгорной мануфактуры, текстильного предприятия, расположенного в столице России, берёт своё начало с конца XVIII века.



В 1799 году купец Василий Прохоров и мастер красильного дела Фёдор Резанов основали в Москве ситценабивную мануфактуру, которую назвали Трёхгорной по названию местности. Позднее Василий Прохоров выкупил у компаньона его долю и стал единоличным владельцем фабрики.

После Отечественной войны 1812 года он передал управление фабрикой своему сыну. Тимофей Прохоров совместно с двоюродным братом, художником Ефимом Зориным, изучив зарубежный опыт текстильного производства, стал активно внедрять его на фабрике. В 1820 году при фабрике была открыта первая в России ремесленная школа, в которой обучались и сами работники, и их дети. Кроме того, для рабочих были открыты первый в России фабричный театр, вечерние классы для обучения рабочих грамоте, библиотека. Продукция фабрики всегда пользовалась большим спросом, неоднократно отмечалась высокими наградами на международных ярмарках в разных странах.

В начале 1870-х годов Иван Яковлевич Прохоров взялся за юридическую реорганизацию производства. На семейном совете было принято решение учредить товарищество на паях. В конце 1873 года был составлен проект устава Товарищества Прохоровской Трёхгорной мануфактуры, 15 марта 1874 года он был высочайше утверждён. На собрании пайщиков Иван Яковлевич Прохоров был избран директором-распорядителем, на его

брата Алексея Яковлевича возлагалось ведение торговых дел. К сожалению, в то десятилетие фабрика пережила страшный пожар, несколько корпусов сгорело дотла. С этого момента в истории предприятия начались серьёзные перемены.

В конце XIX века предприятие было под угрозой закрытия из-за попадания краски и других загрязняющих веществ в Москву-реку. Н. И. Прохоров не смог добиться отмены этого указа, но по его просьбе это

сделал московский предприниматель Н. А. Найдёнов. Фабрика была спасена.

В дни Декабрьского восстания 1905 года «Трёхгорка» стала главной базой боевых дружин. В помещении прядильной фабрики организовали мастерскую по изготовлению оружия, в химической лаборатории производились взрывчатые вещества.

После Октябрьской революции фабрика была национализирована, к нормальной работе смогла приступить только в 1920 году.

В 1936 году Трёхгорной мануфактуре было присвоено имя Ф. Э. Дзержинского. В годы войны комбинат производил ткани для обмундирования армии и боеприпасы. В 1943 году внёс более 450 тыс. рублей на постройку танковой колонны «Москва».

В советский период предприятие занимало ведущее положение в стране в своей области, оно неоднократно переоснащалось. Пик производительности – 200 миллионов метров различных тканей – был достигнут в 1980-х годах.

В XXI веке от некогда огромного производства остались коммерческий отдел, дизайн-центр и администрация. Ткацкое производство в 2008 году было переведено в город Гаврилов-Ям. Здание по адресу: ул. Рочдельская, вл. 15 – теперь сдаётся в аренду.

В 2020 году некогда работавшие на предприятии художники и швеи объединились в рабочую группу под названием «Ткани бывшей Трёхгорной мануфактуры». Сегодня они продолжают работу и открыто ведут свою деятельность на странице всемирной социальной сети «ВКонтакте».







## HISTORY OF THE OLDEST ENTERPRISE IN MOSCOW

**T**he history of Trekhgornaya Manufactory, a textile enterprise located in the capital of Russia, dates back to the end of the 18th century.

In 1799, the merchant Vasily Prokhorov and the master of dyeing Fyodor Rezanov founded a cotton-printing manufactory in Moscow, which was named Trekhgornaya after the name of the area. Later, Vasily Prokhorov bought out the share of his partner and became the sole owner of the factory.

After the Patriotic War of 1812, he handed over the management of the factory to his son. Timofey Prokhorov, together with his cousin, artist Yefim Zorin, having studied foreign experience in textile production, began to introduce it at the factory. In 1820, they opened the first craft school in Russia, in which both the workers themselves and their children studied. In addition, the first factory theater in Russia, evening classes for teaching workers to read and write, and a library were opened for workers. The products of the factory have always been in great demand, and have repeatedly received high awards at international fairs in different countries.

In the early 1870s, Ivan Yakovlevich Prokhorov took up the legal reorganization of production. At the family council decided to establish a partnership on shares. At the end of 1873, a draft of the Charter of *Tovariščestvo Prokhorovskaya Trokhgornaya Manufaktura* ("Prokhorov Trekhgornaya Manufactory Partnership") was drawn up, on March 15, 1874 it was approved. At the meeting of shareholders, Ivan Yakovlevich Prokhorov was elected Managing Director, and his brother Alexey was entrusted with the conduct of commercial affairs. Unfortunately, in that decade, the factory experienced a terrible fire, several buildings burned to the ground. From

that moment serious changes in the history of the enterprise began.

At the end of the 19th century, the enterprise was threatened with closure due to the ingress of paint and other pollutants into the Moskva River. N.I. Prokhorov could not achieve the abolition of this decree, but at his request it was done by a Moscow businessman – N.A. Naydenov. The factory was saved.

During the December uprising of 1905, Trekhgorka became the main base of military squads. In the premises of the spinning mill, a workshop for the manufacture of weapons was organized, and they produced explosives in the chemical laboratory.

After the October Revolution, the factory was nationalized; it was able to start normal work only in 1920.

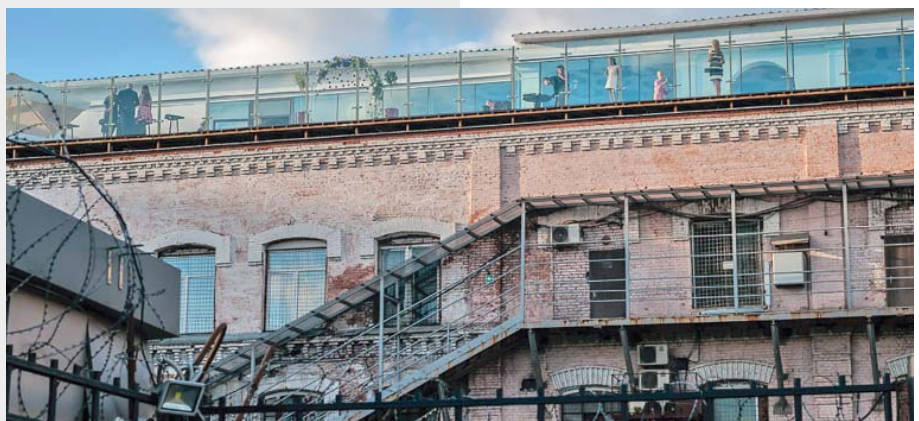
In 1936 the Trekhgornaya Manufactory was named after F.E. Dzerzhinsky. During the war years, the plant produced fabrics for

army uniforms and ammunition. In 1943 it contributed more than 450 thousand rubles for the construction of the Moscow tank column.

During the Soviet period, the enterprise occupied a leading position in the country in its field, it was re-equipped several times. The peak performance – 200 million meters of various fabrics, was reached in the 1980s.

In the 21st century, a commercial department, a design center and administration remained from the once huge production. Weaving production was transferred to the city of Gavrilov Yam in 2008. The building at st. Rochdelskaya, ow. 15 is now for rent.

In 2020, the artists and seamstresses who once worked at the enterprise united in a working group called Fabrics of the former Trekhgornaya manufactory. Today they continue to work and openly conduct their activities on the pages of the world social network Vkontakte.







За более чем двухсотлетнюю историю на платочной мануфактуре сложилась единственная в своём роде Павловопосадская школа платочного рисунка, благодаря которой сохраняются традиции и оттачивается мастерство художников. Именно с рисунка (крока) начинается работа над каждым новым изделием, и от того, насколько верно выбраны композиционное решение и колористическая гамма, зависит его дальнейшая судьба. Все подготовленные кроки рассматриваются и утверждаются художественным советом, на заседания которого приглашаются заслуженные художники предприятия, представители Художественно-экспертного совета Московской области по народным художественным промыслам.

Как только рисунок утверждён, к работе над ним подключаются колористы. Их задача – подобрать рецепты печатных красок, добиться как можно более точного воспроизведения с помощью текстильных красителей авторского рисунка, выполненного гуашью. Основная сложность этой работы состоит в том, что истинный цвет будет виден только после обработки ткани паром (эта операция нужна для прочной фиксации красителя на шерстяном волокне) и промывки. Таким образом, колористу приходится сделать множество пробных набивок, прежде чем будет получен окончательный рецепт. По рецепту, разработанному колористами индивидуально для каждого рисунка и его отдельных колоритов, печатные краски готовятся в специальной красковарке.

В зависимости от сложности рисунка применяются различные способы его нанесения на ткань. Печать осуществляется на столах с печатными каретками и на многокрасочных печатных машинах. Самые ответственные операции выполняются вручную.

Технология изготовления платков сочетает в себе бережное отношение к художественным традициям с использованием новейших достижений научно-технической мысли. Печатные шаблоны готовятся с помощью уникальной установки прямого гравирова-

## ЦВЕТЫ РОССИИ НА ВАШИХ ПЛЕЧАХ

**С**реди известных всему миру уникальных изделий, составляющих гордость и славу России, особое место занимают платки и шали из старинного города Павловский Посад. Ежегодно Павловопосадская платочная мануфактура выпускает около 1000 видов шалей, платков, шарфов, кашне, палантинов, скатертей из натуральных волокон: шерсти, хлопка, шёлка, льна. Признанием высокой художественной и культурной ценности изделий является тот факт, что предприятию придан статус народного художественного промысла России.



ния, наносящей капельки расплавленного воска на поверхность покрытой фотоэмульсией сетки. Предприятие первым в мире внедрило плазмохимическую обработку ткани перед печатью взамен использования экологически вредного хлорирования, на много лет опередив другие предприятия, лишь сегодня начинающие осознавать все преимущества данного метода.

После выхода продукции из производства в дело вступают специалисты службы маркетинга, обеспечивая победное шествие бренда «Павловопосадский платок®» по городам и странам. Изделия поступают в розничную и оптовую продажу, а также распространяются всеми способами дистанционной торговли по каталогу «Шали почтой», постоянно обновляемому и функционирующему как в печатном, так и в электронном виде. Предприятие развивает свою розничную торговую сеть. Более 180 специализированных магазинов под единым брендом «Павловопосадские платки» уже обслуживают покупателей по всей России, и их количество постоянно увеличивается.

Коллекция фирменной продукции, выпускаемая предприятием, разнообразна и обширна. В ней, наряду с изделиями традиционного дизайна, присутствует много современных изделий, органично развивающих богатые традиции павловопосадского платка, чтобы каждый покупатель обязательно смог выбрать то, что ему по душе и к лицу!





**S**carves and shawls from the ancient city of Pavlovsky Posad occupy a special place among the unique products known to the whole world and constitute the pride and glory of Russia. Pavlovo Posad Shawl Manufactory produces about 1000 types of shawls, scarves, neckscarfs, stoles, tablecloths made of natural fibers annually. The products are made of wool, cotton, silk, flax. The fact that the enterprise has been given the status of a folk art craft in Russia is recognition of the high artistic and cultural value of its products.

## RUSSIAN FLOWERS ON YOUR SHOULDERS

For more than two hundred years of history, a unique Pavlovo Posad school of shawl drawing has developed at the shawl manufactory, thanks to which traditions are preserved and the skills of artists are honed. Work on each new product begins with the drawing, and its further fate depends on the compositional solution and color scheme.



Art Council, which includes honored artists of the enterprise, representatives of the Art and Expert Council of the Moscow Region for folk arts and crafts reviews and approves all drawings and compositions.

As soon as the drawing is approved, colorists are involved in the work on it. Their task is to select recipes for printing inks, achieving the most accurate reproduction of the author's drawing made in gouache using textile dyes. The main difficulty of this work is that the true color will be visible only after the fabric has been steamed (this operation is needed to firmly fix the dye on the wool fiber) and rinse. Thus, the colorist has to do many trial fillings before the final recipe obtained. According to the recipe, developed by colorists individually for each drawing and its individual colors, printing inks are prepared in a special paint boiler.

Depending on the complexity of the pattern, various methods of applying the pattern to the fabric are used. Printing is carried out on tables with printing trolley and on multicolor printing machines. The most important operations are performed manually.

The technology for making shawls combines a careful attitude to artistic traditions with the use of the latest achievements of scientific and technical thought. Printed templates are

prepared using a unique direct engraving machine that applies droplets of molten wax onto the surface of the emulsion-coated mesh. The company was the first in the world to introduce plasma-chemical processing of fabrics before printing instead of using environmentally harmful chlorination, having outstripped other companies for many years, which only today are beginning to realize all the advantages of this method.

After the products are out of production, marketing specialists come into play, ensuring the victorious procession of the Pavlovo Posad Shawl® brand across cities and countries. Products go to retail and wholesale, and are also distributed by all means of distance selling using the Shawl-mail catalog, which is constantly updated and functioning both in print and in electronic form. The company is developing its retail network. More than 180 stores under a single brand Pavlovo Posad Shawls already serve customers all over Russia, and their number is constantly increasing.

The collection of branded products manufactured by the company is varied and extensive. In it, along with traditional design products, many modern products organically develop the rich traditions of the Pavlovo Posad shawl, so that every customer can definitely choose what he or she likes!



## «ВОСТОК-СЕРВИС»:

### «СИЗ – ПОСЛЕДНИЙ БАРЬЕР МЕЖДУ ЧЕЛОВЕКОМ И ОПАСНОСТЬЮ НА ПРОИЗВОДСТВЕ!»

**Г**руппа компаний «Восток-Сервис» – крупнейший в России и Европе разработчик, производитель и поставщик спецодежды, спецобуви и средств индивидуальной защиты. Предприятие было основано в начале 1990-х годов.



За время своей деятельности из небольшой фирмы компания выросла до размеров международного холдинга. ГК «Восток-Сервис» создала обширную сеть представительств. Численность работающих в компании специалистов составляет 9 тыс. человек, 2,5 тыс. из них – менеджеры сбытовых подразделений, которые работают непосредственно с клиентами, всегда рядом и готовы предложить современные, экономически выгодные и наиболее верные решения по охране труда.

СИЗ – последний барьер между человеком и опасностью на производстве! Более 28 лет компания создаёт инновационные

средства защиты от вредных производственных факторов, находит решения, которые помогают сделать труд людей безопасным, комфортным и высокопроизводительным. «Восток-Сервис» расширяет свою собственную производственную базу, оснащает фабрики самым современным оборудованием, локализует производственные мощности на территории России, внедряет новейшие технологии в производство рабочей одежды и обуви, делая современные средства защиты доступными всем потребителям. «Восток-Сервис» сегодня – это компания, формирующая российский рынок товаров и услуг в сфере охраны труда.





**V**ostok-Service Group of Companies is the largest developer, manufacturer and supplier of workwear, footwear and personal protective equipment in Russia and Europe. The company was founded in the early 1990s.

## VOSTOK-SERVICE:

**"PPE IS THE LAST BARRIER BETWEEN HUMAN AND INDUSTRIAL HAZARDS!"**

During its activity, the company has grown from a small firm to the size of an international holding. Vostok-Service Group of Companies has created an extensive network of representative offices. The number of specialists working in the company is 9 thousand people. 2500 of them are sales department managers who work directly with customers, are always there and are ready to offer modern, cost-effective and the most correct solutions for labor protection.

PPE is the last barrier between human and industrial hazards! For more than 28 years, the company has been creating innovative means

of protection against harmful production factors, finding solutions that help make people's work safe, comfortable and highly productive. Vostok-Service is expanding its own production base, equipping factories with the most modern equipment, localizing production facilities in Russia, introducing the latest technologies in the production of work clothes and footwear, making modern protective equipment available to all consumers. Vostok-Service today is a company that forms the Russian market for goods and services in the field of labor protection.



# ФАБРИКА «ПАРИЖСКАЯ КОММУНА»: В 2022 ГОДУ – 100 ЛЕТ!



**М**осковская обувная фабрика «Парижская коммуна» создана 18 марта 1922 года. «Парижская коммуна» – первая государственная фабрика механического производства обуви в России, которая во второй половине XX века стала головным предприятием объединения обувных предприятий «Заря».

В 1953 году в Москве открылся первый фирменный магазин «Парижская коммуна». В 1987-м началось развитие фирменной торговой сети. В 1995 году закончена реконструкция предприятия со строительством новых корпусов общей площадью 60 000 кв. м.

Создание в советский период самого мощного промышленно-торгового обувного объединения в стране, включающего совместные производства с ведущими европейскими компаниями, позволило выстоять в трудный период. Как в доперестроечный период, так и в условиях рыночных отношений фабрика «Парижская коммуна» по-прежнему является флагманом обувной промышленности России.

Адаптируясь к региональным условиям хозяйствования, коллектив ЗАО МОФ «Парижская коммуна» сумел успешно провести программу преобразований, найти рациональные идеи и инновационные инструменты, позволяющие обеспечить жизнеспособность бизнеса, оставаясь при этом социально ориентированной компанией и активно занимаясь общественной и благотворительной деятельностью.

В 1995 году проведены реконструкция и полное переоснащение предприятия, что позволило выпускать современную кон-

курентоспособную продукцию и осуществлять экспорт в Италию, Англию и США. Внедрена новая система управления, обеспечивающая автоматизацию.

В 2002 году, впервые в истории легкой промышленности, ЗАО МОФ «Парижская коммуна» вышло на фондовый рынок с облигационным займом, чтобы привлечь инвестиции на развитие акционерного общества. В 2016 году фабрика «Парижская коммуна» вошла в список организаций Минпромторга России, оказывающих существенное влияние на отрасль промышленности и торговли. В 2018 году выпущена 650-миллионная пара обуви.

По итогам всероссийского конкурса «Лидеры российского бизнеса: динамика и ответственность – 2017», проводимого Российским союзом промышленников и предпринимателей, ЗАО МОФ «Парижская коммуна» признано победителем в номинации «За динамичное развитие бизнеса».

Сейчас обувная фабрика «Парижская коммуна» производит обувь для всей семьи, специализированную обувь для производств, обувь для силовых структур под несколькими собственными брендами, включая ТМ «Парижская коммуна», Elegami и Riconte. В будущем, 2022 году предприятию исполняется 100 лет!







**T**he Moscow shoe factory Parizhskaya Kommuna was founded on March 18, 1922. Parizhskaya Kommuna is the first state-owned factory for the mechanical production of footwear in Russia, which in the second half of the 20th century became the parent enterprise of the Moscow association of footwear enterprises Zarya.

## FACTORY PARIZHSKAYA KOMMUNA: 100 YEARS IN 2022!

In 1953, the first Parizhskaya Kommuna store was opened in Moscow. In 1987, the development of a branded trading network began. In 1995, the reconstruction of the enterprise was completed with the construction of new buildings with a total area of 60,000 square meters.

The creation of the most powerful industrial and trade footwear association in the country in the Soviet period, including joint production with leading European companies, made it possible to withstand a difficult period. Both in the pre-perestroika period and in the conditions of market relations, the Parizhskaya Kommuna factory is still the flagship of the Russian footwear industry.

Adapting to the regional economic conditions, the staff of Parizhskaya Kommuna MOF CJSC managed to implement the

transformation program successfully, find rational ideas and innovative tools to ensure the viability of the business, while remaining a socially oriented company and being actively involved in social and charitable activities.

In 1995, the reconstruction and complete re-equipment of the enterprise was carried out, which made it possible to produce modern competitive products and export them to Italy, England and the USA. A new control system providing automation has been introduced.

In 2002, for the first time in the history of light industry, the closed joint-stock company MOF Parizhskaya Kommuna entered the stock market with a bonded loan in order to attract investments for the development of the joint-stock company. In 2016, the Parizhskaya Kommuna factory was included in the list of organizations of the Ministry of Industry and

Trade of Russia that have a significant impact on the industry and trade. The 650 millionth pair of shoes was released in 2018.

According to the results of the All-Russian competition Leaders of Russian Business: Dynamics and Responsibility – 2017, held by the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs, CJSC Moskovskaya Obuvnaya Fabrika Parizhskaya Kommuna was recognized as the winner in the nomination For Dynamic Business Development.

Now the shoe factory Parizhskaya Kommuna produces footwear for the whole family, specialized footwear for industries, footwear for law enforcement agencies under several of its own brands, including TM Parizhskaya Kommuna, Elegami and Riconte. In the next 2022, the company will celebrate its 100th anniversary!





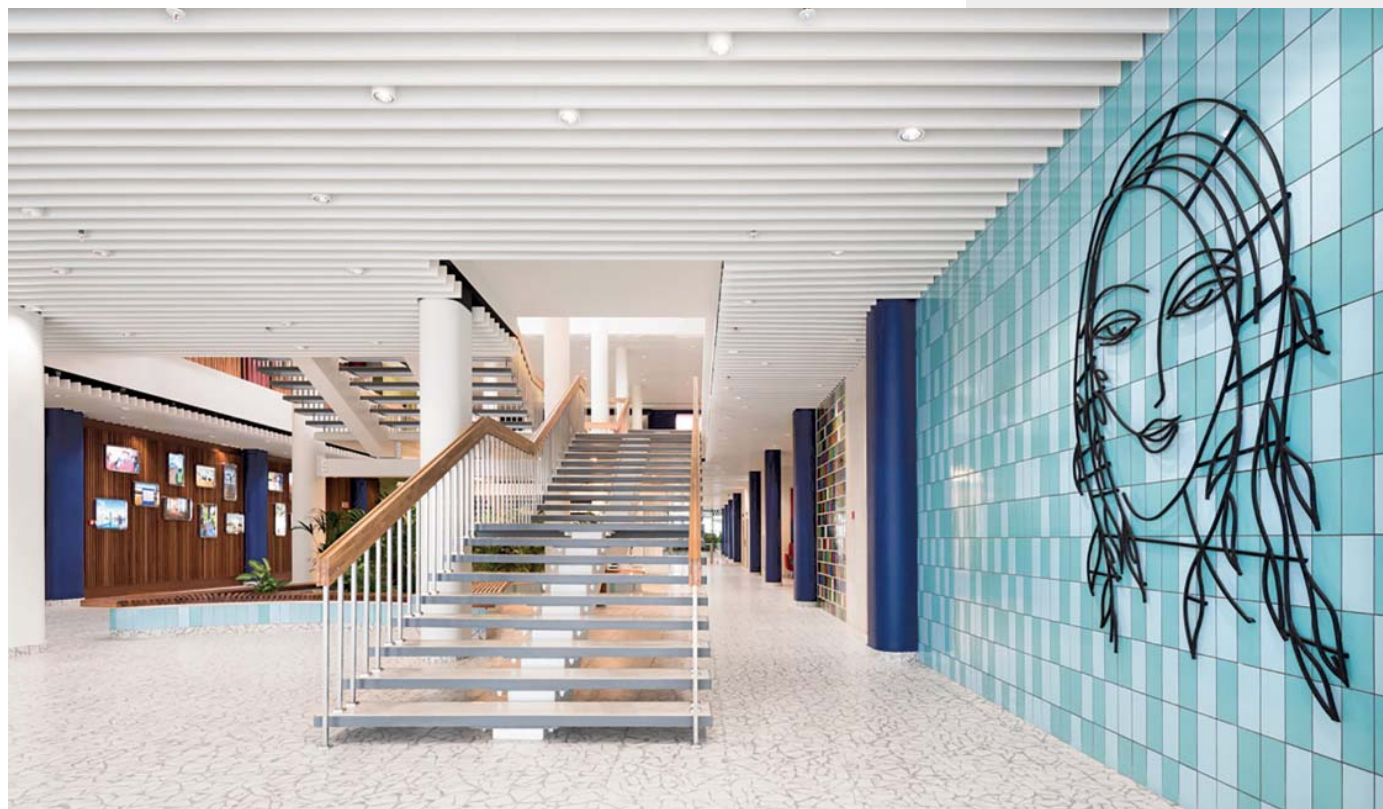
# «МАНУФАКТУРЫ БОСКО»

## РОССИЙСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ С ИТАЛЬЯНСКИМИ КОРНЯМИ

**П**роизводственный комплекс «Мануфактуры Боско» – индустриальный пионер лёгкой промышленности. Проект был запущен в 2017 году в Калужской области, площадь производства – 16 000 кв. м. Вокруг «Мануфактур Боско» растёт 2000 черешневых деревьев. Почему именно черешня? Калужское производство – часть большой семьи *Bosco di Ciliegi*, что с итальянского переводится как «черешневый лес».

Современные цеха швейного предприятия оснащены высокотехнологичным оборудованием, эргономичными рабочими местами. «Мануфактуры Боско» считаются одной из самых лучших швейных фабрик России. Предприятие позволяет поставлять на российский рынок качественную одежду отечественного производства. Основной ассортимент швейного комплекса составляют трикотажные изделия и пуховики. Производство включает в себя экспериментальный цех, производственный корпус и учебный центр. Число сотрудников *BoscoFamily* составляет 5000 человек. Суммарная производственная мощность комплекса «Мануфактуры Боско» – более 3 500 000 трикотажных и 20 000 изделий верхней одежды высокого качества в год.

В настоящий момент группа компаний *Bosco* планирует производить в Калуге форму для пионерских лагерей, включая флагманский проект «Артек», и типовую форму для многих других значимых мероприятий и объектов. На территории «Мануфактур Боско» открыт магазин собственного бренда *Bosco*, где представлены коллекции текущего сезона линеек *Fresh* и *Bosco*.







## MANUFAKTURY BOSCO – RUSSIAN MANUFACTURER WITH ITALIAN ROOTS

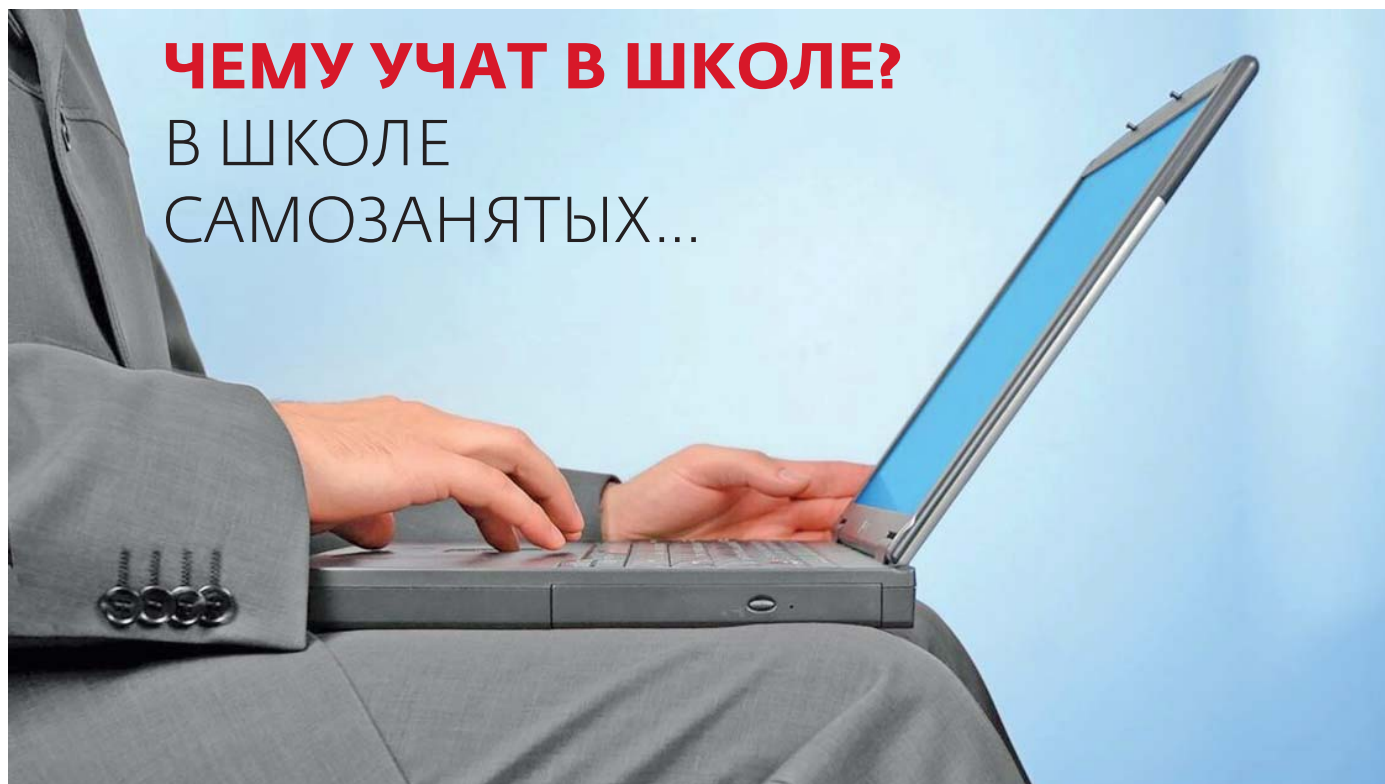
**T**he manufacturing complex of Manufactory Bosco is an industrial pioneer of light industry. The project was launched in 2017 in the Kaluga region, the production area is 16,000 sq. m. 2000 cherry trees grow around Manufactory Bosco. Why cherry? The Kaluga factory is a part of the large Bosco di Ciliegi family, which means “cherry wood” in Italian.

Modern workshops of the sewing enterprise are equipped with high-tech equipment, ergonomic workplaces. Manufactory Bosco is considered one of the best sewing factories in Russia. The enterprise supplies high-quality domestic clothing to the Russian market. The main assortment of the sewing complex is made up of knitwear and down jackets. Production includes: an experimental workshop, a production building and a training center. BoscoFamily employs 5,000 people. The total production capacity of the Manufactory Bosco complex is more than 3,500,000 knitwear and 20,000 high quality outerwear per year.

At the moment, the Bosco group of companies plans to produce uniforms for pioneer camps in Kaluga, including the flagship project Artek, and a standard uniform for many other significant events and objects. A store of its own Bosco brand was opened on the territory of the factory, where the collections of the current season of the Fresh and Bosco lines are presented.







**У**читься никогда не поздно. Если вы живёте в окрестностях Балашихи и собираетесь стать самозанятым, возможно, уже получили такой статус, то очень много полезного и интересного про свой бизнес вы можете узнать в школе самозанятых «Пробизнес», которая приняла в октябре первых учеников. Если вы живёте в другом городе Подмосковья, а может, и в другом российском регионе, вам всё равно не помешает познакомиться с этой школой, организаторами создания которой стали президент Балашихинской торгово-промышленной палаты Анатолий ШЕСТАКОВ и основатель именного Бюро бухгалтерских компетенций Елена ТУРГЕНЕВА. Своим мнением о школе мы также попросили поделиться депутата Московской областной Думы Тараса Ефимова и эксперта ОНФ по Московской области, председателя Общественного совета в УФНС России по Московской области Вадима Винокурова. Первое слово – даме...

### **«МЫ РАССЧИТЫВАЕМ НА ТО, ЧТО НАШИ САМОЗАНЯТЫЕ ИЗ ЭТОГО СТАТУСА ВЫРАСТУТ»**

**Елена Тургенева, организатор школы самозанятых «Пробизнес», основатель ООО «Бюро бухгалтерских компетенций Елены Тургеновой»**

**– Елена, начнём с главного: что представляет собой школа «Пробизнес», кто её придумал и зачем? И наконец, когда в ней «прозвенел первый звонок»?**

– Школа самозанятых «Пробизнес» начала работать совсем недавно: открытие и первое занятие состоялись 27 октября. Создана и существует она при поддержке Балашихинской ТПП. Палата предоставила помещение для школы, взяла на себя создание сайта, продвижение в местных СМИ. Я являюсь организатором школы и одним из её спикеров. Наша компания «Бюро бухгалтерских компетенций» взяла на себя полностью обязанности по привлечению самозанятых, ведению соцсетей, а также по разработке программы совместно с по-



мощником Анатолия Владимировича Шестакова, президента Балашихинской ТПП.

Что касается самой идеи, то родилась она на базе программы «Наставничество», организованной Министерством инвестиций, промышленности и науки Московской области. Там мы уже второй год взаимодействуем с Вадимом Ивановичем Винокуровым, который является одним из наставников этой программы. Он и вдохновил меня на создание школы. Оставалось заручиться поддержкой ТПП. А на открытии присутствовал депутат Мособлдумы Тарас Васильевич Ефимов, который тоже выразил свою поддержку.

**– Теперь об учениках... Кого и чему учат в школе?**

– Это школа для самозанятых, для желающих стать таковыми, а также для юридических лиц, которые пока не знают, как с самозанятыми работать. То есть решаться здесь, по сути, будут две задачи сразу.

Первая: школа должна стать отправной точкой для самих самозанятых, инструмен-



том их просвещения. Мы учим их юридическим, налоговым аспектам самозанятости, автоматизации бизнеса, учим работать в онлайн. Сразу скажу: мы рассчитываем на то, что наши самозанятые из этого статуса вырастут и либо станут индивидуальными предпринимателями, либо регистрируют своё ООО. И тогда мы их тоже не бросим, они – если захотят, конечно, – вступят в члены ТПП.

А вторая задача касается уже юридических лиц: их мы учим, как легально работать с самозанятыми и как за счёт этого можно оптимизировать налоги именно юридическим лицам. То есть наша школа полезна и самозанятым, и тем юрлицам, которые их услугами будут пользоваться.

**– А что, на ваш взгляд, останавливает людей на пути получения статуса самозанятого? Какие у них самые распространённые опасения, страхи? С какими вопросами они к вам обращаются? И какие опасности в первую очередь их подстерегают на самом деле?..**

– Прежде чем ответить, мне хочется акцентировать внимание на том, что мы не учим, как стать самозанятым. Таких услуг на рынке очень много. Даже у самой налоговой инспекции есть на сайте прекрасный продукт «Как стать самозанятым», там всё очень легко и доступно. Наша цель другая: мы работаем с теми, кто уже стал самозанятым, и теми, кто только планирует получить такой статус.

Но вы правильно подметили: вопросы и опасения бывают у многих. Этот налоговый режим новый, и многие граждане не знают, как его верно применять. Возникает огромное количество вопросов, на которые они, к сожалению, не могут получить ответы. А получить их можно либо в рамках платной консультации, либо... став учениками нашей школы и прослушав мои лекции. Первая такая лекция, на тему «Юридические, налоговые аспекты самозанятости», уже состоялась, есть даже обратная связь. Нам пишут: «Огромное спасибо, хоть я уже год являюсь самозанятым, но благодаря вам открыл для себя новые моменты».

А «почему не хотят?». Наверное, потому, что чего-то не знают. А знать надо. Просвещения в этом вопросе не так много. В основном все учат тому, как зарегистрироваться, у нас такой цели нет. Мы учим непосредственно тому, как этот режим применять с максимальной легальностью, с максимальной безопасностью для всех сторон: и для самих самозанятых, и для юридических лиц.

**– А каковы они – эти реальные опасности? Какие самые распространённые, на ваш взгляд, ошибки совершают самозанятые?**

– Не заключают договоры со своими заказчиками или заключают их неправильно.

Не выписывают вовремя чеки, за что предусмотрены штрафы. Отсюда возникают вопросы: «Что и как сделать, чтобы ситуацию если и не исправить, то хотя бы смягчить?..» Очень много вопросов о том, можно ли, например, получать от иностранных заказчиков оплату? А в связи с тем, что у нас сейчас начались проследования счетов физлиц, возникает также и вопрос: «Если у меня есть самозанятость, но есть ещё и работа по трудовому договору, плюс мне ещё родные денег присылают... Не посчитает ли налоговая всё это доходом по самозанятости?» Эти вопросы мы тоже обсуждаем. То есть некоторые опасения у людей, конечно, есть, но они просто от незнания. А мы знания даём, учим, как применять этот режим.

**– Как построена работа школы? Онлайн, как это сейчас, к сожалению, «модно» и обстоятельства вынуждают, или же это реальные лекции? И сколько длится курс?**

– Курс длится два месяца. За это время у нас проходит восемь занятий, четыре – в месяц. Каждое из них длится час-полтора, в зависимости от материала и от того, как спикер укладывается в свой тайминг. Занятия проходят только по средам, во второй половине дня. Половина занятий проходит офлайн, половина – онлайн, это зависит от спикера. Мои занятия – непосредственно по юридическим и налоговым аспектам – будут проходить в режиме реального общения. Наш офис находится рядом с Балашихинской торгово-промышленной палатой, нам легче прийти и поговорить с людьми лично, потому что когда они приходят и вы с ними друг друга видите и слышите не через монитор, тогда и сам контакт более эффективен, вопросов они могут задать гораздо больше, чем онлайн. Был такой опыт, когда в ТПП у нас проходило занятие, определённое количество людей присутствовало, а остальные участвовали онлайн. Безусловно, преимущество по ответам на вопросы было у тех, кто пришёл офлайн.

**– Просто потому, что они рядом...**

– Да, они рядом, пришли, нашли на это время, значит, им это нужнее. Хотя всякое бывает. У нас и на открытии не все смогли присутствовать. Смотрели в записи...

Есть у нас и записи лекций, они сохраняются в ZOOM, на платформе. Всё это анонсируется в нашем телеграм-чате, который мы создали и через который происходит непосредственное общение с учениками. Создали и Instagram школы, и сайт...

**– Если лекции записываются, значит, и «конспектировать», как раньше, не надо? Можно переслушать...**

– Да, совершенно верно.

**– К тому же и образование у вас, прямо как в СССР, бесплатное...**

– Проект у нас социально-коммерческий. Само обучение действительно бесплатное, то есть исключительно на нашем энтузиазме, по нашей инициативе. Но если кто-то не хочет просто сидеть и слушать лекции, а хочет, чтобы мы разобрались конкретно в его ситуации, это тоже возможно, но уже на коммерческой основе. Как в вузах: есть «бюджет», бесплатное образование, а есть платные курсы повышения квалификации.

**– А как вообще становятся студентами вашей школы? Кто может это сделать и куда нужно обращаться?**

– Слушателями нашей школы могут стать самозанятые и те, кто хочет ими быть, то есть регистрация доступна для физических лиц. Это могут быть граждане или резиденты нашей страны, жители как Московской области, Балашихи в частности, так и других регионов. У нас, например, уже есть участники из Воронежа. Что касается юридических лиц, я думаю, мы будем их собирать силами ТПП, у которой определённая база таких юрлиц уже есть. Мы будем непосредственно для них делать специальный контент.

Как попасть в школу? Можно зарегистрироваться через сайт. Там проводится небольшой опрос, условно: фамилия, имя, отчество, из какого города, какая ниша, ник в Telegram и т. д. Затем, после первого этапа регистрации, тем, кто вступает в нашу группу, даётся возможность заполнить анкету учащегося. У нас есть куратор из нашей компании, он эти анкеты обрабатывает. В основном к нам приходят либо те, кто работает в найме и хочет иметь дополнительный заработок, либо люди, у которых уже есть своё ООО, но дополнительно они зарабатывают ещё и лично. Есть у нас и те, у кого было ИП, но они посчитали, что самозанятость выгоднее. То есть в любом случае это представители бизнеса. Мамошек с детьми и тех, кто не знает, чем занять себя в декрете, у нас практически нет, ну, может быть, процентов пять... Мы это видим непосредственно по анкетированию, потому что вопросы задаём таким образом, чтобы было понятно, к какой категории относится тот или иной предприниматель. Благодаря этой анкете мы понимаем, вырастет он или нет. Просто по тому, какие цели он ставит, какие вопросы просит осветить в нашей школе.

**– Как говорится, «первый пошёл...». Что дальше?**

– Да, старт дан, когда закончатся два месяца обучения, посмотрим на результаты. Моё мнение: этот проект, безусловно, нужно продолжать! Моё видение: нужно каждые два месяца набирать новый поток. И только по окончании года, когда мы полностью учтём все пожелания наших слушателей-учеников, только тогда мы сможем сказать, что школа действительно состоялась и функционирует на постоянной основе.





### **«ВАЖНОСТЬ ШКОЛЫ САМОЗАНЯТЫХ – В ВОЗМОЖНОСТИ ЖИВОГО ОБЩЕНИЯ»**

**Тарас Ефимов,  
депутат Московской  
областной Думы**

**– Тарас Васильевич, на открытии школы самозанятых «Пробизнес» вы сказали, что собираетесь ей всячески помогать. В чём эта помощь может заключаться? И как вы вообще оцениваете создание такой школы, её важность и необходимость не только для Балашихи, но и для всего Подмосковья?**

– Безусловно, создание этой школы – положительный пример для всего нашего региона. Дело, за которое взялась Балашихинская торгово-промышленная палата, я считаю очень нужным и важным. Оно важно в первую очередь для тех предпринимателей, которые хотят начать свою деятельность.

Что касается моей поддержки, то она может заключаться в предоставлении методических материалов, в участии в мероприятиях школы не только лично, но и с привлечением к этой работе всего Комитета по бюджету, финансовой, экономической политике, инвестиционной деятельности и предпринимательству Московской областной Думы. Признаюсь, что встречи с действующими предпринимателями и с теми, кто только собирается открыть свой бизнес, работа с такими людьми важны для меня, как для депутата, не меньше, чем для самих предпринимателей. Потому что это та самая обратная связь, без которой невозможно понять, что происходит, без которой трудно добиться каких-то важных, необходимых изменений в региональном законодательстве.

**– Как вы считаете, какие проблемы являются сегодня самыми острыми для самозанятых?**

– Самозанятый – это человек, который оказывается практически один на один с ситуацией. Ведь, согласитесь, даже на небольшом предприятии малого бизнеса, помимо руководителя, есть, скорее всего, юрист, есть бухгалтер...

**– Куда же без него?..**

– Бывает, конечно, что руководитель и сам ведёт бухгалтерию, но если мы возьмём предприятие, на котором трудится 15-20 человек, там в любом случае уже образуется некий управленческий штат, без которого трудно, если не невозможно. А самозанятый – это, как правило, человек, который только начинает свой бизнес. Он работает один и сам должен оказывать какие-то услуги, выпускать продукцию. Одновременно с этим обязан ещё и знать, понимать, как обстоит ситуация с налогообложением, с изменениями в законодательстве, касающимися его деятельности. Он должен, на-

конец, следить за конъюнктурой рынка. Самозанятый – это и коммерсант, и производитель, и продвигенец, и юрист... Всё в одном лице.

Из-за этого один из самых больших вопросов, одна из самых больших проблем для самозанятых – это отсутствие достоверной и актуальной информации в нашем постоянно меняющемся мире. Где он может эту информацию получить? Налоговая служба сделала, на мой взгляд, великолепное приложение в телефоне «Мой налог», оно решает все проблемы самозанятого по взаимодействию с налоговой (постановка на учёт, расчёт и уплата налога) практически нажатием одной кнопки. Налоговая на сайте также разместила фактическую пошаговую инструкцию «Как стать самозанятым?». В Московской области создана и активно действует целая инфраструктура поддержки малого бизнеса, есть много информации. Безусловно, есть, где отыскать её, но уследить за всем не так уж и просто. И времени на это у самозанятого нет, ему надо заниматься другими делами. Именно поэтому одной из главных проблем для самозанятых я считаю невозможность оперативно получать актуальную информацию.

**– Как вы считаете, какую главную пользу может принести такая школа?**

– За короткое время, всего за несколько лет, самозанятые преодолели очень большой этап. И пандемия этому только поспособствовала. Когда в виде эксперимента начинался этот налоговый режим, одним из первых вопросов был, пожалуй, «Кто ты, самозанятый: предприниматель, работник, безработный?». Ведь «он же нигде не работает»...

**– Трудовая книжка пропадает зря...**

– Сейчас новый механизм получил, можно сказать, доверие. На данный момент в Московской области работает более



370 тыс. субъектов МСП и свыше 270 тыс. предпринимателей ведёт деятельность в статусе самозанятого.

Хорошо, с первым вопросом определились, но встал другой: «А как ему будет начисляться трудовой стаж и пенсия?» Теперь понимаем, уже определили, что самозанятый может и сам себе делать отчисления на пенсию. Но возникает много новых вопросов, чтобы их решать, самозанятым необходимо общение с себе подобными. Ведь, согласитесь, большой бизнес в своём кругу общается, у малого и среднего бизнеса – своя «тусовка», а самозанятые были как-то сами по себе, им просто необходим был вот этот информационный обмен.

Балашихинская торгово-промышленная палата – это практически первая структура из известных мне, которая решилась поднять вопрос самозанятых и как-то объединить их. И я ей за это реально очень благодарен. Важность такой школы – в возможности живого общения: при всех возможностях ознакомиться на сайтах налоговой, Фонда поддержки предпринимательства в Московской области у людей могут быть вопросы, ответы на которые они не находят на этих ресурсах...

**«ЕСЛИ ЛЮДИ НАЧИНАЮТ  
С ЧИСТОГО ЛИСТА,  
ИМ ТРЕБУЕТСЯ СЕРЬЁЗНАЯ  
ПОМОЩЬ»**

**Анатолий Шестаков,  
президент Балашихинской  
торгово-промышленной палаты**



**– Анатолий Владимирович, чем этот проект – школа для самозанятых «Про-Бизнес» – интересен и важен для торгово-промышленной палаты?**

– Чтобы ответить на этот вопрос, приведу несколько цифр и фактов, о которых я говорил месяц назад, выступая на съезде нашей палаты. Пандемия не только подрывает здоровье и уносит жизни людей, она создала и дополнительные трудности для бизнеса.



Отчётливо видна тенденция, что пандемия меняет саму структуру бизнеса: если ещё недавно самой массовой, преобладающей категорией был малый и средний бизнес, то за последнее время в стране более миллиона представителей этого сектора свою работу прекратило. При этом число официально зарегистрированных самозанятых в России растёт и, согласно данным на октябрь этого года, превысило уже три миллиона сто тысяч человек. Я считаю, и статистика это подтверждает, что люди, которые закрыли свой малый и средний бизнес, часто просто поменяли свой статус и стали официально зарегистрированными самозанятыми.

Почему увеличение произошло именно в структуре самозанятых? Людей привлекают удобство регистрации в мобильном приложении, возможность выйти из тени и зарабатывать легально. Привлекает перспектива взять в банке кредит по нормальным, а не по завышенным ставкам. Кроме того, известно, что профессиональный налог для самозанятого составляет всего 4%, если он оказывает услуги физлицам, и 6%, если – юридическим. Есть тут, правда, одно ограничение: максимальный годовой доход, налог с которого рассчитывается по этим ставкам, должен быть не более 2,4 млн рублей. И никакой декларации заполнять не нужно. Всё это даёт возможность малому и среднему бизнесу не закрываться, а просто менять статус. Статус самозанятого позволяет «легализоваться» тем, кто, например, сдавал квартиры без всяких договоров, производил дома и продавал на рынках или в интернете какие-то товары, то есть был не в структуре бизнеса, не платил налоги, а значит, его деятельность представляла собой тот самый теневой бизнес, о котором все говорят.

Поэтому рост числа самозанятых – это, я считаю, тенденция положительная, и Балашихинская ТПП, конечно, не могла не отреагировать на этот процесс. Мы решили, что нельзя эту категорию оставлять, что называется, один на один с налоговиками, со

всеми контролирующими органами... Если люди пришли из бизнеса, то им уже всё это знакомо. Если же они начали с чистого листа, им, конечно, требуется серьёзная помощь. И мы считаем, что помогать им должна вся система торгово-промышленных палат России, и наша Балашихинская ТПП в том числе.

Мы провели анализ «своих» самозанятых, и оказалось, что среди них очень много людей образованных, со стажем работы: у кого-то – в бизнесе, у кого-то – в других отраслях. То есть это люди подготовленные, с ними можно и интересно работать. Мы считаем, что они – потенциальные будущие члены нашей палаты. Когда они вырастут из самозанятых, когда встанут на ноги в новых экономических условиях, тогда, я думаю, мы сможем их в нашу палату пригласить, чтобы они стали её членами.

Вот поэтому мы и открыли школу «Про-Бизнес» для самозанятых. В неё уже записалось более 50 человек, и, на мой взгляд, это количество будет только расти. Люди, которые пока о ней не знают (а «большой рекламы» мы ещё не делали), будут приходить к нам, и мы обязательно будем всех их обучать. Обучать, знакомить, если кто совсем незнаком, и с системой налогообложения, и с «азами» бухгалтерии. Хотя для самозанятых всё это упрощено, всё равно какие-то основы они должны знать. Должны знать и законы, чтобы их бизнес не закончился плачевно...

Мы такие вещи как-то прогнозируем и хотим, чтобы наша палата, в частности школа для самозанятых при Балашихинской ТПП, такие проблемы решала, обучала самозанятых всем тем нюансам, которые они должны знать.

Кроме того, мы обязаны и будем консультировать их по вопросам получения кредитов. Мы предложим им различные образовательные услуги: на базе нашей палаты обучаем многих, их тоже будем обучать. Мы можем оказать им помощь в получении в аренду каких-то площадей. Не все могут работать в собственных квартирах,





кому-то необходимо снимать офисные помещения, но их ещё надо найти. А мы такой информацией располагаем. Можем оказывать им помощь в поиске клиентов, потребителей их продукции. Когда мы выясним, чем конкретно они занимаются, сможем оказать им реальную помощь. У торгово-промышленной палаты очень много возможностей: мы способны и оценку делать, и электронную подпись выдавать, и искать контрагентов, и проверять их надёжность, и многое-многое другое. Всё это мы можем предложить слушателям нашей школы и тем, кто ими ещё станет.

**– Школа бесплатная. В наше время это вызывает не только радость, но и вопросы...**

– Это всё действительно бесплатно. Просто мы хотим эту категорию предпринимателей обучить. Хотим, чтобы они про палату знали. И чтобы мы знали про них. В конце концов, наша заинтересованность в этом процессе заключается в том, что мы видим в них дополнительный резерв нашей членской базы.

**– А работу педагогов, спикеров вы оплачиваете? Или же это на их чистом энтузиазме?**

– Мы ничего не оплачиваем, всё действительно на энтузиазме. Просто у нас уже есть похожий опыт: мы уже пятый год проводим школу начинающего предпринимателя для малого и среднего бизнеса, используя возможности членов палаты. У нас есть юристы-члены палаты, коллегия адвокатов, другие категории юридических

компаний. Есть люди в финансовых компаниях, которые могут давать консультации. В конце концов, есть понимание среди работников администрации, которые тоже могут выступить. У нас нормальные отношения с налоговыми службами, налоговики часто выступают и консультируют по всем вопросам. То есть лекторов мы всегда находим без проблем.

Когда мы будем разрабатывать уточнённую программу, по каждому из вопросов, которые в неё войдут, обязательно найдём очень квалифицированных специалистов. Если вопросы налоговые, значит, их будет разъяснять представитель налоговой службы, если юридические – сотрудники юридических компаний, разбирающиеся во всех нюансах. Будут в школе выступать и сотрудники палаты, и работники администрации, если надо – пригласим представителей прокуратуры, которые могут рассказать, как работать в рамках закона.

**– И последний вопрос: первый поток – два месяца. Что дальше? Руководитель школы говорит, что хочет сделать её круглогодичной. Поддержите ли вы это её желание? Насколько это важно и необходимо?**

– Загадывать так далеко мы пока не хотим. Надо сначала провести первый выпуск, а потом уже решать: сколько по времени должен длиться курс, сколько и каких вопросов он должен в себя включать, что будет особенно интересовать слушателей. Всё это мы хотим понять на опыте этого, первого потока. А дальше будем выстраивать систему, определять, с какой перио-

дичностью набирать новый состав учеников-самозанятых. Может быть, это будет раз в квартал, может, чуть чаще или реже.

**– То есть всё будет зависеть от результатов?**

– Да, от результатов и востребованности.

**«ЗАДАЧА ШКОЛЫ – РАБОТА НЕ ТОЛЬКО С САМОЗАНЯТЫМИ, НО И С КРУПНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ»**

**Вадим Винокуров, председатель Общественного совета в УФНС России по Московской области, эксперт ОНФ по Московской области**



**– Вадим Иванович, к вам, как к соавтору идеи создания этой школы, вопрос: какую пользу она может принести?**



– Вопрос один, но ответов будет два: про пользу для самих самозанятых и про пользу для тех, с кем они работают. Начнём с первого. Проблема заключается совсем не в том, чтобы самозанятым стать. В этом-то как раз разобраться совсем не сложно, потому что, в принципе, это как раз тот редкий, простите, случай, когда «продукт» проработан очень хорошо, когда всё сделано достаточно комфортно и с точки зрения регистрации в налоговой, и с точки зрения прекращения такой регистрации. Не надо ходить в налоговую ни для того, чтобы стать самозанятым, ни для того, чтобы перестать им быть. И уплачивать налоги тоже достаточно просто. То есть с точки зрения технической реализации здесь особых проблем нет.

Проблема в другом, и лежит она, можно сказать, на ментальном уровне: наши люди, мягко говоря, не очень сильно этой инициативе доверяют. Она их пугает. Есть большие внутренние барьеры. И вот в этом отношении школа «Пробизнес» действительно очень полезна. Потому что она, что называется, «рассказывает самозанятым о самозанятых». Она собирает их вместе. Они увидят и узнают друг друга. И удачные примеры будут, на мой взгляд, действовать позитивно. То есть люди убедятся: «Я не один это делаю, это делают многие и делают уверенно!»

Идём дальше. Когда человек решает стать самозанятым, ему мало просто зарегистрироваться в приложении «Мой налог». Ему желательно ещё и знать, на чём он, соб-

ственно говоря, собирается зарабатывать... И я надеюсь, что вот этот обмен опытом в рамках школы, конкретные примеры других людей – «кто, что и как делает» – всё это будет стимулировать, способствовать возникновению каких-то собственных новых идей! И позволит людям быть более эффективными. Я не очень верю в предпринимателя, который «варится сам в себе» и там что-то такое придумывает. Предприниматель, на мой взгляд, начинается с общения. Человек должен видеть, в чём есть потребность – в какой услуге, в каком товаре. Вот тогда уже и возникает предпринимательство.

**– Абсолютно индивидуальным предпринимателем был разве что Робинзон Крузо, но и тому в итоге Пятница понадобился...**

– Да, и он один бы не справился, потому что, на мой взгляд, бизнес – это всё-таки общение. И это смекалка. Некий синтез должен быть.

Теперь о другой «глобальной», скажем так, проблеме. Дело в том, что для самозанятых, помимо рынка услуг «физическое лицо – физическому лицу» (то есть нянечки, репетиторы и т. д.), есть ещё один большой пласт, связанный с услугами для юридических лиц. И вот здесь они могут столкнуться с массой нюансов... Во-первых, такие договоры должны быть разумным образом оформлены. Во-вторых, есть и ограничения по такого рода деятельности. И в этом

случае задача школы – работа не только с самозанятыми, но и с крупными предприятиями. Впрочем, на фоне самозанятых любое ООО – уже крупный бизнес...

Как ни странно, но у крупного бизнеса тоже есть много страхов в отношении самозанятых: можно ли с ними работать? Если можно, то как? А ведь для крупных предприятий сотрудничество с самозанятыми – один из способов повысить эффективность своей собственной работы.

Это означает, что финансовые службы крупного бизнеса тоже необходимо учить, рассказывать им, разъяснять, как работать с самозанятыми, для того чтобы эта деятельность не принесла на предприятие новых финансовых рисков.

Люди должны перестать бояться, должны воспринимать эту деятельность как вполне нормальную, законную. Вот для этого как раз и нужна поддержка торгово-промышленной палаты, в которую крупные предприятия входят. В данном случае – ТПП той же Балашихи, но я надеюсь, что школа «Пробизнес» выйдет за рамки этого города. Мы такие планы строим вместе с её создателями. Необходимо, чтобы подобная работа развивалась, распространялась по системе палат Московской области. Постоянные контакты с предприятиями, входящими в ТПП, как раз должны помочь школе найти своих новых обучаемых, но уже в крупном бизнесе. Потому что важно не просто создать «класс» самозанятых, важно создать для них ещё и поле для работы.





## WHAT DO THEY TEACH IN SCHOOL? IN THE SCHOOL FOR SELF-EMPLOYED...



**I**t's never too late to study. If you live in the vicinity of Balashikha, and are going to become self-employed, or maybe you have already received this status, then you can learn a lot of useful and interesting things about your business in the School for Self-Employed ProBusiness, which accepted its first students in October. If you live in another city of the Moscow region, or perhaps in another Russian region, it will be still interesting to get acquainted with this school, the organizers of which are Anatoly SHESTAKOV, President of the Balashikha CCI, and the founder of the “personal” Bureau for Accounting Competencies Elena TURGENEVA (“Byuro Bukhgalterskikh Kompetentsiy Eleny Turgenevoy”). We also asked the deputy of the Moscow Regional Duma Taras Efimov and the expert of the All-Russia People's Front for the Moscow Region, the chairman of the Public Council at the Federal Tax Service of Russia for the Moscow Region Vadim Vinokurov to share their views on the school.

Ladies speak first...

**“WE EXPECT THAT OUR SELF-EMPLOYED WILL GROW OUT OF THIS STATUS”**

**Elena Turgeneva,**  
organizer of the School for Self-Employed ProBusiness, founder of the Bureau for Accounting Competence

– *Elena, let's start with the main thing: what is the ProBusiness school, who invented it and why? And finally, when did the first bell ring in it?*

– The School for Self-Employed ProBusiness started working quite recently: the opening and the first lesson took place on October 27. It was created and exists with the support of the Balashikha CCI. The Chamber provided premises for the school, took over the



creation of the website, promotion in the local media. I am the organizer of the school and one of its speakers. Our company, the Bureau of Accounting Competences, took full responsibility for attracting the self-employed, maintaining social networks, as well as developing the program, together with Anatoly Shestakov, President of the Balashikha Chamber of Commerce and Industry.

As for the idea itself, it was born on the basis of the Nastavnichestvo program organized by the Ministry of Investment, Industry and Science of the Moscow Region. There we have been interacting for the second year with Vadim Vinokurov, who is one of the mentors of this program. He inspired me to create the school. It remained to get the support of the CCI. And the opening was attended by the

deputy of the Moscow Regional Duma Taras Efimov, who also expressed his support.

– **Now about the students... Whom and what do they teach at school?**

– This is a school for self-employed, for those wishing to become such, as well as for legal entities who do not know how to work with self-employed. That is, here, in fact, we solve two tasks at once.

First, the school should become a “starting point” for self-employed themselves, an instrument of their education. We teach them the legal and tax aspects of self-employment, business automation, teach them to work online. I must say right away that we expect that our self-employed will grow out of this status and become either individual entrepreneurs or register their LLC. And then we will not leave them either, and they if they want, of course, will become members of the CCI.

And the second task concerns legal entities: we teach them how to work with self-employed legally, and how it is possible to optimize taxes for legal entities due to this. That is, our school is useful both for self-employed and those legal entities who will use their services.

– **What, in your opinion, stops people on the way to becoming self-employed? What are**

**their most common fears, concerns? What questions do they ask you? And what dangers actually wait for them in the first place?**

– Before answering, I would like to emphasize that we do not teach how to become self-employed. There are a lot of such services on the market. Even the tax office itself has a wonderful product on its website: “How to become self-employed”, everything is very easy and accessible there. Our goal is different: we work with those who have already become self-employed, and those who are just planning to receive such a status.

But you have correctly noted that many people have questions and concerns. This tax regime is new, and many citizens do not know how to apply it correctly. A huge number of questions arise, to which, unfortunately, they cannot get answers. And you can get them either within the framework of a paid consultation, or... by becoming students of our school and listening to my lectures. The first such lecture, on the topic “Legal and tax aspects of self-employment”, has already taken place, there is even feedback. They write to us: “Thank you so much, even though I have been self-employed for a year, but thanks to you, I discovered new things for myself.”

Why don't they want to? Probably because they don't know something. But you need to know. There is not much education in this sphere. Basically, everyone teaches how to

register, but we don't have such a goal. We teach how to apply this regime with maximum legality, with maximum security for all parties: for the self-employed themselves and for legal entities.

– **And what are these real dangers? What are the most common mistakes self-employed people make, in your opinion?**

– They do not conclude contracts with their customers, or they conclude them incorrectly. Checks are not written on time, they have penalties for this. Hence, the questions arise: “What and how to do so that the situation, if not corrected, then at least mitigated?..” There are a lot of questions about whether, for example, it is possible to receive payment from foreign customers? And due to the fact that we have now started tracking the accounts of individuals, the question also arises: “If I have self-employment, but I also have work under an employment contract, plus my parents send me money... is it “self-employment income”? We are also discussing these issues. That is, of course, people have some fears, but they are simply from the lack of information. And we give knowledge, teach how to apply this status.

– **What is the structure of the school? Is it “Online”, as it is now, unfortunately, “popular”, and circumstances force, or is it real lectures? And how long is the course?**







– The course lasts two months. During this time, we have eight lessons, four lessons a month. Each of them lasts an hour and a half, depending on the material and how the speaker fits into his or her timing. Classes take place on Wednesdays only, in the afternoon. Half of the classes are offline, half online, it depends on the speaker. My classes on legal and tax aspects, will take place in real communication. Our office is located next to the Balashikha CCI, it is easier for us to come and talk to people personally, because when they come and you see and hear each other not through the monitor, then the contact itself is more effective, and they can ask much more questions than online. There was such an experience when we had a lesson at the CCI, and a certain number of people were present, and the rest participated online. Of course, those who came offline had the advantage in answering questions.

– **Just because they are here...**

– Yes, they are nearby, they came, found time for this, which means they need it more. Although anything can happen. Not everyone was able to attend our opening ceremony. They watched the recording...

We also have records of lectures, they are saved in ZOOM, on the platform, all this is announced in our Telegram chat, which we created and through which direct communication with students takes place. We created both Instagram page and a website...

– **If lectures are recorded, then there is no need to take notes as it was before? You can rehear...**

– Yes, that's right.

– **In addition, your education, just like in the USSR, is free ...**

– Our project is social and commercial. The training itself is really free, that is, solely on our enthusiasm, on our initiative. But if someone does not want to not just sit and listen to lectures, but wants us to understand specifically their situation, then this is also possible, but already on a commercial basis. As in universities: there is a "budget", free education, and there are paid advanced training courses.

– **How do they become students of your school? Who can and where should they apply?**

– Self-employed and those who want to be them can become students of our school, that is, registration is available for individuals. These can be citizens or residents of our country, residents of both the Moscow region, Balashikha in particular, and other regions. For example, we already have participants from Voronezh. As for legal entities, I think we will collect them through the CCI, which already has a certain base of such legal entities. We will make special content directly for them.

How to get to the school? You can register through the website. A small

survey is conducted there, conditionally: "surname, name, city, industry, nickname in Telegram, etc." Then, after the first stage of registration, those who join our group are given the opportunity to fill out a "student questionnaire". We have a specialist from our company, he processes these questionnaires. Basically, either those who work for hire and want to have additional earnings come to us, or people who already have their own LLC, but they also earn additionally personally. We also have those who were individual entrepreneurs, but they considered that self-employment is more profitable. That is, in any case, these are business representatives. We have practically no mothers with children and those who do not know what to do on maternity leave, well, maybe five percent... We see this directly from the survey, because we ask questions in such a way that it is clear to what category does this or that entrepreneur belong to. Thanks to this questionnaire, we understand whether they will grow up or not. Simply by what goals they set, what issues they want to cover in our school.

– **As the saying goes, "the first one went..." What's next?**

– Yes, the start is given, we will see the result after two months of training are over. My opinion: this project definitely needs to be continued! My vision is that we need to recruit a new group every two months. And

only at the end of the year, when we take into account all the wishes of our listeners-students, only then can we say that the school really took place and is operating on an ongoing basis.

***“THE IMPORTANCE OF THE SCHOOL FOR THE SELF-EMPLOYED IS IN THE POSSIBILITY OF LIVE COMMUNICATION”***

**Taras Efimov,**  
deputy of the Moscow Regional Duma



*– Mr. Efimov, at the opening of the ProBusiness School for Self-Employed you said that you are going to help it in every possible way. What can this help be? And how do you generally assess the creation of such a School, its importance and necessity not only for Balashikha, but for the entire Moscow region?*

– Of course, the creation of this school is a positive example for our region. I consider the activity that the Balashikha CCI has taken on very necessary and important. It is important, first of all, for those entrepreneurs who want to start their own business.

As for my support, it may consist in the provision of teaching materials, in participation in the events of the school, not only personally, but also in involving the entire Committee on Budget, Financial, Economic Policy, Investment Activity and Entrepreneurship of the Moscow Regional Duma in this work. I confess that meetings with existing entrepreneurs and those who are just going to open their own business, working with such people are important for me, as a deputy, no less than for the entrepreneurs themselves. Because this is the very feedback without which it is impossible to understand what is happening; without which it is difficult to achieve any important, necessary changes in regional legislation.

*– What problems do you think are the most acute for the self-employed today?*

– Self-employed is a person who is practically alone with the situation. After all, you must agree, even in a small business, in addition to the head, there is most likely a lawyer, there is an accountant...

*– Where can we go without him?!*

– It happens, of course, that the manager him or herself does the bookkeeping, but if we take an enterprise that employs 15-20 people, in any case, a certain managerial staff is already formed there. Without which it is difficult, if not impossible. A self-employed

is, as a rule, a person who is just starting his or her own business. They work alone, and they must provide some services, create products. At the same time, they are also obliged to know, understand the situation with taxation, with changes in legislation concerning their activities. They must finally monitor the market conditions. Self-employed is a merchant, a manufacturer, a promoter, and a lawyer... All rolled into one.

That is why one of the biggest issues, problems for the self-employed, is the lack of reliable, relevant information in our constantly changing world. Where can they get this information? The Tax Service has made, in my opinion, an excellent phone application My Tax, it solves all the problems of the self-employed in interacting with the tax authorities: registering, calculating and paying tax practically at the touch of one button. The tax office also posted an actual step-by-step guide on “how to become self-employed?” A whole infrastructure for supporting small businesses has been created and is actively operating in the Moscow region; there is a lot of information. Of course, there is where to find it, but keeping track of everything is not so easy. And the self-employed has no time for this, they have to do other things. That is why I consider the impossibility of promptly receiving up-to-date information one of the main problems for the self-employed.

*– What do you think is the main benefit of such a school?*

– In a very short time, in just a few years, the self-employed have overcome a very large stage. And the pandemic only contributed to this. When this tax regime began as an





experiment, one of the first questions was, perhaps, “Who are you, self-employed: entrepreneur, employee, unemployed?” After all, “he doesn’t work anywhere”...

**– The employment record book is wasted...**

– Now the new mechanism has received, one might say, trust. At the moment, more than 370 thousand SMEs operate in the Moscow region, and more than 270 thousand entrepreneurs operate in the status of self-employed.

Well, we decided on the first question, but another appeared: “How will they be charged seniority and pension?” Now we understand, we have already determined that a self-employed person can make pension contributions. But many new questions arise, and in order to solve them, self-employed people need to communicate with their colleagues. After all, you must admit that big business communicates in its circle, small and medium-sized businesses have their own “party”, and the self-employed were somehow on their own, and they just needed this information exchange.

The Balashikha CCI is almost the first organization known to me, which decided to raise the issue of the self-employed and somehow unite them. And I am really very grateful to it for that. The importance of such a school lies in the possibility of live communication: with all the opportunities to familiarize yourself with the websites of the tax administration, the fund for the support of entrepreneurship in the Moscow region, people may have questions, the answers to which they do not find on these resources.

***“IF PEOPLE START FROM SCRATCH, THEY NEED SERIOUS HELP”***

**Anatoly Shestakov,  
President of the Balashikha Chamber of  
Commerce and Industry**



**– Mr. Shestakov, why is this project – the School for Self-Employed ProBusiness interesting and important for the Chamber of Commerce and Industry?**

– To answer this question, I will cite a few figures and facts about which I spoke a month ago, speaking at the congress of our Chamber. The pandemic not only undermines health and kills people, it has created additional difficulties for business.

The tendency is clearly visible that the pandemic is changing the very structure of business: if until recently the most massive, predominant category was small and medium-sized businesses, then recently more than a million representatives of this sector have stopped working in the country. At the same time, the number of officially registered self-employed in Russia is growing and, according to data for October this year, has already exceeded three million one hundred thousand people. I believe, and statistics confirm this, that people who closed their small and medium-sized businesses often simply changed their status and became officially registered self-employed.

Why did the increase take place in the category of the self-employed? People are attracted by the convenience of registering in a mobile application, the ability to step out of the shadows and make money legally. Attracted by the prospect of taking out a bank loan at normal, and not at inflated rates. In addition, it is known that the professional tax for a self-employed is only 4% if they provide services to individuals, and 6% if to legal entities. There is, however, one limitation here: the maximum annual income, the tax on which is calculated at these rates, should be no more than 2.4 million rubles. And you don’t need to fill out any declaration. All this makes it possible for small and medium-sized businesses not to close themselves, but simply to change their status. The self-employed status allows those who, for example, rented apartments without any contracts, who produced something at home and sold on the markets or on the Internet, that is, they were not in the structure of the business, did not pay taxes, and, therefore, their activities represented the very shady business that everyone is talking about.

Therefore, the growth in the number of self-employed is, I think, a positive trend, and the Balashikha CCI, of course, could not but respond to this process. We decided that this category should not be left, as they say, “one-on-one” with the tax authorities, with all the regulatory authorities... If people come from business, they are already familiar with all this. If they started from scratch, then, of course, they need serious help. And we believe that the entire system of chambers of commerce and industry of Russia, including our Balashikha CCI, should help them.

We conducted an analysis of “our” self-employed, and it turned out that among them there are a lot of educated people with work experience: some in business, some in other industries. That is, they are prepared people, it is possible and interesting to work with

them. We believe that they are potential future members of our chamber. When they “grow” from self-employed, when they “get on their feet” in the new economic conditions, then, I think, we will be able to invite them to our chamber to become its members.

That is why we opened the School for the Self-employed ProBusiness. More than 50 people have already signed up for it, and I think this number will only grow. People who do not know about it yet (and we haven’t done any “big advertising” yet) will come to us, and we will definitely train them all. To teach, acquaint, if someone is not at all familiar, both with the taxation system and with the “basics” of accounting. Although all this is simplified for the self-employed, they still need to know some basics. They must also know the laws so that their business does not end in disrepair...

We somehow predict such things, and we want our Chamber, and in particular the School for the Self-Employed at the Balashikha CCI, to solve such problems, to teach the self-employed all the nuances that they need to know.

In addition, we are obliged and will advise them on obtaining loans. We will offer them various educational services: on the basis of our chamber, we train many, we will also train them. We can help them get some space for rent. Not everyone can work in their own apartments, someone needs to rent some office space, but they still need to be found. And we have such information. We can assist them in finding clients, consumers of their products. When we find out what exactly they are doing, we can provide them with real help. The Chamber of Commerce and Industry has a lot of opportunities: we can make an assessment and issue an electronic signature, look for counterparties and check their reliability, and much, much more. We can offer all this to the students of our school and to those who will become them.

**– The school is free. In our time, this causes not only joy, but also questions...**

– It’s really free. We just want to educate this category of entrepreneurs. We want them to know about the CCI. And so that we know about them. Ultimately, our interest in this process is that we see them as an additional reserve for our membership base.

**– Do you pay for the work of teachers and speakers? Or is it on their pure enthusiasm?**

– We don’t pay for anything, it’s all really on enthusiasm. It’s just that we already have a similar experience: for the fifth year now, we have been running a school for a beginner entrepreneur for small and medium-sized businesses, using the capabilities of members of the Chamber. We have lawyers who are members of the Chamber, the bar association, and other categories of law firms. We have people in finance companies who can advise. After all, there is understanding among the

administration staff who can also speak up. We have good relations with the tax services, our tax authorities often speak and advise on all questions. That is, we always find lecturers without problems.

When we develop a revised program, for each of the issues that will be included in it, we will definitely find very qualified specialists. If the questions are about tax, then they will be clarified by a representative of the tax service, if legal – employees of law firms who understand all these issues. Both the staff of the Chamber and the staff of the administration will speak at the School; if necessary, we will invite representatives of the prosecutor's office who can tell you how to work within the framework of the law.

*– And the last question: the first course lasts two months. What's next? The head of the school says they want to make it year-round. Will you support this desire of hers? How important and necessary is it?*

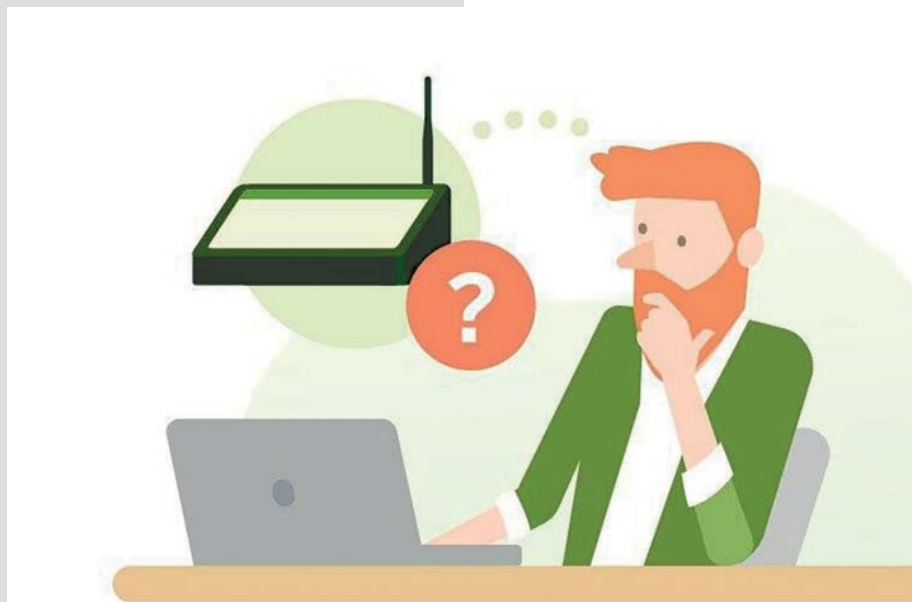
– We do not want to think so far yet. You must first conduct the first course, and then decide: how long the course should last, how many and what questions it should include, what will be of particular interest to the listeners. We want to understand all this through the experience of this first stream. And then we will build a system, determine with what frequency to recruit a new group of self-employed students. Maybe it will be once a quarter, maybe a little more often or less often.

*– That is, everything will depend on the results?*

– Yes, on the results and relevance.

***“THE TASK OF THE SCHOOL IS TO WORK NOT ONLY WITH THE SELF-EMPLOYED, BUT ALSO WITH LARGE ENTERPRISES”***

**Vadim Vinokurov, Chairman of the Public Council at the Federal Tax Service of Russia for the Moscow Region, expert of the All-Russia People's Front for the Moscow Region**



*– Mr. Vinokurov, we have a question to you, as a co-author of the idea of creating this School: what benefit can it bring?*

– There is one question, but there will be two answers: about the benefits for the self-employed themselves, and about the benefits for those with whom they work. Let's start with the first one. The problem is not at all about becoming self-employed. This is just not difficult to figure out, because, in principle, this is just that rare, sorry, case when the “product” is worked out very well, when everything is done quite comfortably both from the point of view of registration with the tax office, and point of view of termination of such registration. You don't have to go to the tax office either to become self-employed or to stop being. And paying taxes is pretty easy too. That is, from the point of view of technical implementation, there are no special problems here.

The problem is different, and it lies, one might say, “at the mental level”: our people, to put it mildly, do not trust this initiative very much. It scares them. There are very large internal barriers. And in this respect, ProBusiness is really very useful. Because it, as they say, “tells the self-employed about the self-employed.” It brings them together. They will see and recognize each other. And successful examples will, in my opinion, act positively. That is, people will be convinced: “I am not doing this alone, many do it, and they do it with confidence!”

Let's go ahead. When a person decides to become self-employed, it is not enough for them to simply register in the My Tax application. It is also desirable for them to know what they, in fact, is going to earn on... And I hope that this exchange of experience within the school, specific examples of other people – “who, what and how” – all this will stimulate, contribute to the emergence of some of their own, new ideas! And it will enable people to be more efficient. I don't really believe in an entrepreneur who “cooks in himself” and comes up with something. An entrepreneur, in my opinion, begins with communication. A person must see what is needed – what service, what product. It is then that entrepreneurship appears.

*– Only Robinson Crusoe was an absolutely individual entrepreneur, but he also needed Friday...*

– Yes, and he alone would not have coped, because, in my opinion, business is still communication. And this is savvy. There must be some kind of synthesis.

Now about another “global”, let's say, problem. The fact is that for the self-employed, in addition to the market for services “an individual to an individual” (that is, nannies, tutors, etc.), there is another large layer associated with services for legal entities. And here they can face a lot of nuances... First, such agreements must be formulated in a reasonable manner. Second, there are also restrictions on this kind of activity. And in this case, the task of the school is to work not only with the self-employed, but also with large enterprises. However, against the background of self-employed, any LLC is already a large business...

Oddly enough, big business also has many fears about the self-employed: is it possible to work with them? And if so, how? But for large enterprises, cooperation with the self-employed is one of the ways to improve the efficiency of their own work.

This means that financial services of large business also need to be taught, told. It should be explained how to work with self-employed so that this activity does not bring new financial risks to the company.

People should stop being afraid, they should perceive this activity as completely normal and legal. This is precisely why the support of the Chamber of Commerce and Industry, which includes large enterprises, is needed. In this case – the CCI of the same Balashikha, but I hope that ProBusiness will go beyond this city. We are making such plans together with its creators. It is necessary for such work to develop and spread through the system of chambers of the Moscow region. Constant contacts with enterprises that are part of the CCI should help the school to find its new trainees, but already in big business. Because it is important not only to create a “class” of self-employed, it is also important to create a field for them to work.



**КАРТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТНОЙ И ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ ЖУРНАЛА:**  
83 администрации губернаторов РФ;  
88 региональных  
торгово-промышленных палат;  
36 корпораций развития регионов;  
Торгово-промышленная палата РФ;  
правительства регионов.

#### **Деловые советы:**

- Российско-Японский деловой совет
- НП «Российско-Китайский деловой совет»
- АНО «Российско-Турецкий деловой совет»
- Российско-Южнокорейский деловой совет
- НП «Деловой совет по сотрудничеству с Индией»
- Российско-Таиландский деловой совет
- Российско-Иранский деловой совет
- АНО «Деловой совет по сотрудничеству с Афганистаном»
- НП «Деловой совет по сотрудничеству с Вьетнамом»
- Российско-Сингапурский деловой совет
- Деловой совет по сотрудничеству с Индонезией
- Деловой совет по сотрудничеству с Пакистаном
- Российско-Филиппинский деловой совет
- Комитет по экономическому сотрудничеству со странами Азии и Океании
- Деловой совет по сотрудничеству с Малайзией
- Совет предпринимателей Россия-Аргентина
- Деловой совет Россия-Бразилия
- Деловой совет Россия-Куба
- Комитет предпринимателей Россия-Мексика
- Российско-Чилийский деловой совет
- Деловой совет БРИКС
- Деловой совет ШОС

#### **Зарубежные ТПП:**

- ТПП Азербайджанской Республики
- ТПП Республики Армения
- Белорусская ТПП
- Внешнеторговая палата Казахстана
- ТПП Кыргызской Республики
- ТПП Республики Молдова
- ТПП Республики Таджикистан
- ТПП Республики Туркменистан
- ТПП Республика Узбекистан
- ТПП Украины
- ТПП Грузии
- Федеральная палата экономики Австрии
- Союз ТПП Албании
- Бельгийско-Люксембургская торговая палата
- Болгарская Торгово-промышленная палата
- Болгаро-Российская Торгово-промышленная палата
- Внешнеторговая палата Боснии и Герцеговины
- Венгерская Торгово-промышленная палата
- Объединение торгово-промышленных палат Германии
- Федерация торговых палат Израиля

- Федерация индийских ТПП
- Исландская торговая палата
- Торговая палата Испании
- Латвийская Торгово-промышленная палата
- Ассоциация торгово-промышленных и ремесленных палат Литвы
- Конференция промышленников Литвы
- Македонско-Российская Торгово-промышленная палата
- Норвежско-Российская торговая палата (НРТП)
- Польская хозяйственная палата
- Российско-Германская внешнеторговая палата
- Хозяйственная палата Сербии
- Словацкая Торгово-промышленная палата
- Торгово-промышленная палата Республики Словения
- Союз палат и бирж Турции (ТОБВ)
- Центральная торговая палата Финляндии
- Хозяйственная палата Хорватии
- Экономическая палата Чешской Республики
- Хозяйственная палата Черногории (ХПЧ)
- Российско-Британская торговая палата
- Итало-Российская торговая палата
- Представительство хозяйственной палаты Сербии в Москве
- Представительство Норвежско-Российской торговой палаты в Москве
- Представительство хозяйственной палаты Хорватии в России
- Представительство Болгаро-Российской ТПП в России
- Всемирная федерация торговых палат
- Российский национальный комитет Международной торговой палаты
- Ассоциация торгово-промышленных палат европейских стран «Европалата»
- Конфедерация ТПП стран АТР
- Азиатский форум БОАО (BAF)

#### **Федеральные ведомства:**

- Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество)
- Федеральная служба по военно-техническому сотрудничеству (ФСВТС России)
- Федеральная служба по техническому и экспортному контролю Российской Федерации (ФСТЭК России)
- Федеральная служба исполнения наказаний (ФСИН России)
- Федеральная служба судебных приставов (ФССП России)
- Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор)
- Федеральное медико-биологическое агентство (ФМБА России)
- Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)
- Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор)
- Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь)
- Федеральная служба по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды (Росгидромет)

- Федеральная служба по надзору в сфере природопользования (Росприроднадзор)
- Федеральное агентство водных ресурсов (Росводресурсы)
- Федеральное агентство лесного хозяйства (Рослесхоз)
- Федеральное агентство по недропользованию (Роснедра)
- Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт)
- Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
- Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать)
- Федеральное агентство связи (Россвязь)
- Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор)
- Федеральное агентство по рыболовству (Росрыболовство)
- Федеральная служба по надзору в сфере транспорта (Ространснадзор)
- Федеральное агентство воздушного транспорта (Росавиация)
- Федеральное дорожное агентство (Росавтодор)
- Федеральное агентство железнодорожного транспорта (Росжелдор)
- Федеральное агентство морского и речного транспорта (Росморречфлот)
- Федеральная служба по труду и занятости (Роструд)
- Федеральная налоговая служба (ФНС России)
- Федеральная таможенная служба (ФТС России)
- Федеральное казначейство (Казначейство России)
- Федеральная служба по аккредитации (Росаккредитация)
- Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр)
- Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
- Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент)
- Федеральное агентство по управлению государственным имуществом (Росимущество)

#### **Посольства и торгпредства:**

- Посольство Австралии
- Посольство Австрийской Республики
- Посольство Аргентинской Республики
- Посольство Исламской Республики Афганистан
- Посольство Королевства Бельгии
- Торговое представительство Венгрии
- Генеральное консульство Франции
- Торговое представительство Египта
- Торговое представительство Малайзии
- Торговое представительство Южной Кореи
- Торговое представительство Румынии
- Торговое представительство Сингапура
- Торговое представительство Словацкой Республики
- Торгово-экономический отдел торгового представительства посольства Таиланда





**КАЛИБР**  
КОВОРКИНГ



+7 (495) 730-09-19



cowork@kalibr.co



www.kalibr.tech

# РАБОЧИЕ ПРОСТРАНСТВА ПОД ЛЮБОЙ КАЛИБР





# DIALOG

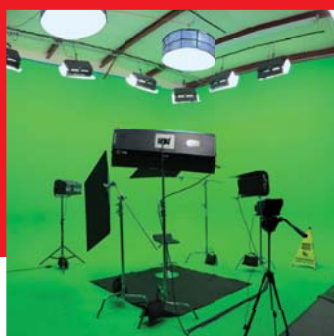
## PRODUCTION

**DIALOG PRODUCTION: КАЧЕСТВЕННЫЙ ВИДЕОКОНТЕНТ ДЛЯ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ВАШЕГО БИЗНЕСА**

**ИМИДЖЕВЫЕ, КОРПОРАТИВНЫЕ, ВИРУСНЫЕ, ДОКУМЕНТАЛЬНЫЕ ФИЛЬМЫ И РОЛИКИ**

**МЫ СОЗДАЁМ КАЧЕСТВЕННОЕ ВИДЕО**

**ДЛЯ ЛЮБЫХ БИЗНЕС-ЦЕЛЕЙ И БЮДЖЕТОВ**



### МЫ ДЕЛАЕМ

ВСЕ ВИДЫ ВИДЕО –  
ОТ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО  
ФИЛЬМА ДО  
ИГРОВОГО РОЛИКА

### НАС ОТЛИЧАЕТ

СКОРОСТЬ,  
ДОСТУПНОСТЬ,  
АВТОРИТЕТ

### МЫ ЛЮБИМ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ  
ПОДХОД  
И СВЕЖИЕ ИДЕИ

### МЫ ОТВЕЧАЕМ

ЗА РЕЗУЛЬТАТ  
НАШЕЙ РАБОТЫ

**BDM** business  
DIALOG  
MEDIA

### Контакты:

Московская область, г. Наро-Фоминск, пл. Свободы, д. 10, 2 этаж

Телефон: +7 495 730-5550 (доб. 5700)

E-mail: [mail@b-d-m.ru](mailto:mail@b-d-m.ru)

