

Business DIALOG Media

RBCG

Russian Business Guide

5/250 март 2024



With the
support of the
CCI of Russia

www.tpprf.ru •

12+

Люди года
2024

ИРИНА РОДНЯНСКАЯ,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
CRAFT & ECO FOOD:

**«КОГДА ЧУВСТВУЕШЬ, ЧТО
МОЖЕШЬ СДЕЛАТЬ БОЛЬШЕ,
КАКОЙ СМЫСЛ ДЕЛАТЬ МЕНЬШЕ?»**



КОНДИТЕРСКАЯ
ФАБРИКА

WWW.VOLSHEBNITSA.RU

БЕЗ САХАРА
шоколад и трюфели



РЕКЛАМА

Реклама. Рекламодатель ООО КФ ВОЛШЕБНИЦА ИНН 7729352268. Erid: LatgCAGf6

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

Главный редактор:

Мария Суворовская

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Длугач

Редактор номера:

Александра Убоженко

Дизайн/вёрстка: **Александр Лобов**

Перевод: **Лилиана Альтапова**

Дирекция развития и PR: **Алёна Ремизова, Елена Коломоец, Кира Кузмина, Наталья Фастова, Ольга Иванова, Анна Шехматова, Юлия Колчева, Екатерина Цындук**

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

г. Москва, ул. Электrozаводская, 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 № 5/250 март 2024

Дата выхода в свет: 20.03.2024.

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

The editor-in-chief:

Maria Sergeevna Suvorovskaya

Managing Editor: **Aleksandra Ubozhenko**

Deputy Marketing Director:

Irina Vladimirovna Dlugach

Designer: **Alexandr Lobov**

Translation: **Liliana Altapova**

Directorate for Development and PR: **Alyona Remizova,**

Elena Kolomoets, Kira Kuzmina, Natalia Fastova,

Olga Ivanova, Anna Shekhatova, Yulia Kolcheva,

Ekaterina Tsyndyk

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektrozavodskaya, 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

Тел.: +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

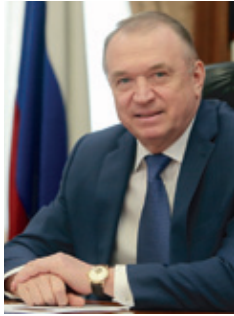
Media. The mass media registration certificate

PI # FS77-65967 from June 6, 2016.

Russian Business Guide № 5/250 March 2024

Дата issue: 20.03.2024.

Edition: **30000 copies. Open price.**



Уважаемые коллеги, дорогие друзья!

От имени Торгово-промышленной палаты Российской Федерации приветствую участников, гостей и победителей премии «Russian Business Guide. Люди года – 2024»!

Организатор премии, информационно-коммуникационная группа «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА» является давним партнёром ТПП РФ, на протяжении многих лет плодотворно сотрудничает с системой торгово-промышленных палат в Российской Федерации.

С 2017 года при поддержке ТПП России группа «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА» издаёт журнал Russian Business Guide и вносит важный вклад в информирование международной обществен-

ности об экономических процессах, происходящих в стране. Журнал является актуальным и востребованным изданием, которое объединяет на своих страницах российский и зарубежный бизнес, помогает найти новые ниши и форматы взаимовыгодного международного сотрудничества и ежегодно отмечает лучших предпринимателей страны.

За этот сравнительно небольшой срок премия журнала «Russian Business Guide. Люди года – 2024» обрела популярность и получила поддержку предпринимательской общественности, зарекомендовала себя достойной наградой отечественному бизнесу, внесла важный вклад в популяризацию и поддержку делового сообщества.

Желаю всем участникам и гостям премии дальнейших успехов на благо экономического развития страны!

*Президент Торгово-промышленной палаты РФ
С. Н. Катырин*



Дорогие друзья и коллеги!

Не раз и не два за время моей деятельности в информационно-коммуникационной группе «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА» герои наших материалов говорили, что журнал Russian Business Guide – очень нужный и полезный

инструмент для российских предпринимателей.

Это не только презентация своего бизнеса и компании, но и возможность найти новых клиентов, партнёров, познакомиться с самыми современными трендами и технологиями, перенять полезный опыт.

Мы гордимся, что представители как российского, так и международного бизнеса так высоко оценивают нашу деятельность, которая приобретает особенно важное значение в сложные периоды истории.

Мы благодарны нашим читателям, которые с нетерпением ждут каждого выхода нового жур-

нала, и партнёрам, которые доверяют нам представлять крупнейшие и статусные отечественные и зарубежные проекты и мероприятия.

Мы испытываем огромную благодарность и признательность к Торгово-промышленной палате Российской Федерации, а в её лице и ко всей системе торгово-промышленных палат страны, которая доверила нам представлять её в качестве ведущего издания как в России, так и за рубежом.

Закономерным итогом каждого насыщенного событиями и впечатлениями года становится вручение премии «Russian Business Guide. Люди года».

Мы рады приветствовать и поздравить всех её участников и номинантов! Сегодня ваша деятельность, претерпев изменения, вышла на новый уровень возможностей для дальнейшего роста и развития на благо российской экономики.

От души благодарим всех и выражаем надежду на продолжение нашего взаимовыгодного сотрудничества!

*В. И. Винокуров,
председатель редакционного совета
ИГК «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»*



Дорогие друзья!

РАСПП не первый год поддерживает премию «Russian Business Guide. Люди года». Она служит своеобразным компасом в мире бизнеса и позволяет отметить важные успехи российских предпринимателей, ключевые проекты, показать инвестиционный и

экспортный потенциал Российской Федерации.

Основная задача Российско-Азиатского Союза промышленников и предпринимателей – для благополучия нашей страны развивать торгово-экономические, гуманитарные и культурные отношения с азиатскими государствами.

Мы открываем представительства российских компаний в Китае, реализуем государствен-

ные программы, организуем бизнес-миссии, помогаем нашему бизнесу получать выгодные контракты и выходить на зарубежные рынки, улаживаем бюрократические вопросы и оказываем целый спектр самых разных услуг по сопровождению и аутсорсингу бизнес-процессов.

Азия – очень динамично развивающийся регион, поэтому мы должны всегда держать руку на пульсе и тесно взаимодействовать с представителями делового сообщества.

В этом нам в том числе помогает премия журнала «Russian Business Guide. Люди года», которая проводится при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ.

От всей команды РАСПП и себя лично я желаю ей дальнейшего процветания и надеюсь, что все участники смогут извлечь из неё такую же большую пользу, какую ежегодно извлекаем мы.

*Председатель общероссийской общественной организации «Российско-Азиатский Союз промышленников и предпринимателей»
Виталий Манкевич*



Уважаемые коллеги, друзья, читатели!

Российско-Турецкий Деловой Совет при Торгово-промышленной палате Российской Федерации от всей души выражает признательность организаторам и обладателям наград в различных номинациях премии «Russian Business Guide. Люди года – 2024».

Сам деловой журнал Russian Business Guide и его издатели на протяжении времени остаются приверженцами развития бизнес-коммуникаций и проводниками бизнес-идей российского и международного масштаба.

Актуальные акценты на перспективах межрегионального сотрудничества, инвестиционного потенциала в различных регионах, привлекательности мер поддержки создания промышленных предприятий – это лишь небольшая часть постоянной работы по информационной поддержке бизнес-сообщества.

Хорошо структурированная, а поэтому ценная ин-

формация об экспортном потенциале отечественных компаний, предоставленная для удобства зарубежных предпринимателей на английском языке, несомненно, способствует развитию торгово-экономических отношений Российской Федерации и её зарубежных партнёров.

На сегодня журнал Russian Business Guide – это авторитетное лаконичное бизнес-издание, способствующее развитию коммуникаций деловых сообществ самого различного масштаба и направленностей.

Желаю от всей души самому изданию Russian Business Guide, номинантам, участникам и победителям премии «Люди года – 2024» не останавливаться на достигнутом и постоянно совершенствоваться в своём развитии!

Председатель

*Российско-Турецкого Делового Совета при ТПП РФ
А. М. Паланков*



Дорогие коллеги и друзья!

Искренне поздравляю всех лауреатов премии «Russian Business Guide. Люди года – 2024» с победой!

Несмотря на продолжающееся санкционное давление, бизнес-сообщество в нашей стране крепнет и развивается. Многие российские компании продолжили взаимодействие с дружественными зарубежными странами, и благодаря международному деловому партнёрству Россия только усилила свои позиции в мире.

Наглядный пример – деятельность Ассоциации «Российско-Турецкий диалог». Мы продолжаем развиваться и способствовать конструктивному диалогу между нашими странами. В прошлом году к нам присоединилось много новых участников – и сегодня в Ассоциацию РТД входит уже 50 компаний и организаций. Интерес к де-

ятельности Ассоциации означает, что мы находимся на верном пути и занимаемся полезным делом, развивая отношения между Россией и Турцией.

За последние два года многие компании уже смогли перестроить свои бизнес-процессы в соответствии с требованиями новой экономической реальности, и теперь у нас есть возможность сделать новый рывок в развитии. Я желаю всем участникам премии совершать этот рывок и продолжать двигаться вперёд, несмотря ни на какое давление на бизнес. Желаю открывать новые рынки и видеть новые возможности для обеспечения роста своих компаний, благосостояния своих сотрудников и экономического роста страны!

Арсен Аюлов,

*президент Ассоциации
«Российско-Турецкий диалог»*



Дорогие друзья!

От всей души поздравляю победителей премии «Russian Business Guide. Люди года – 2024»!

Это мероприятие, без преувеличения, является знаковым для всех, кто имеет отношение к бизнес-процессам в России. А проведение церемонии в тех масштабах, который она приобрела за последние годы, стало возможным во многом благодаря профессионализму оргкомитета издания RBG и, безусловно, блестящему уровню экспертной подготовки номинантов.

С каждым годом запрос российских предпринимателей на сотрудничество с деловыми партнёрами из Египта неуклонно растёт. Поэтому Российско-Египетский Деловой Совет при ТПП РФ, являясь ведущей экспертной структурой по выстраиванию деловых отношений между РФ и АРЕ, в последнее время интенсифицирует деятельность по оказанию содействия как малому и среднему бизнесу, так и крупным корпорациям. Мы ор-

ганизуем международные и реверсные бизнес-миссии, помогаем участвовать в профессиональных выставках за рубежом, а также занимаемся поиском и подбором партнёров на территории Египта.

В то же время эффективно развивается наш международный образовательный проект «Кросс-культурная компетентность», который вот уже семь лет помогает российским коллегам, занимающимся внешнеэкономической деятельностью, обрести профессиональные знания и навыки, необходимые для успешного взаимодействия с представителями зарубежных стран.

От лица Российско-Египетского Делового Совета, проекта «Кросс-культурная компетентность» и себя лично желаю благополучия и процветания организаторам, а участникам и победителям премии – сил, энергии и покорения новых вершин!

*Исполнительный директор Российско-Египетского
Делового Совета, основатель проекта «Кросс-
культурная компетентность» М. А. Халиль*



Дорогие друзья, коллеги!

Почётный консул Республики Зимбабве в Санкт-Петербурге выражает своё почтение и глубочайшую признательность за содействие в деловом партнёрстве России с зарубежными странами.

Особо отмечу актуальную и полную информацию по работе с Африкой. Освещая возможности для предпринимателей расширить границы своего бизнеса, вы не только показываете инвестиционную привлекательность континента, но и помогаете найти общий язык с африканскими партнёрами.

Наши усилия необходимы для определения перспектив экономического, торгового и инвестиционного партнёрства между Зимбабве и Россией. В частности, с 2018 года я провожу работу, направленную на укрепление российско-зимбабвийских отношений. Стоит отметить, что при участии С.В. Лаврова и президента Э.

Мнангаве, в 2018 году был подписан меморандум о создании Специальной экономической зоны в г. Хараре, Зимбабве.

В 2024 году мы подошли к реализации этого проекта, на данный момент идёт проработка организационной части и согласование на уровне правительственных структур. Также обсуждается создание выставки-продажи российских товаров и услуг.

Выражаю уверенность в том, что деловое сообщество обеих стран с благодарностью воспримет возможность воспользоваться информацией, публикуемой на страницах вашего журнала и информационного портала.

Я и впредь готов продолжать тесное сотрудничество с журналом Russian Business Guide для развития взаимовыгодных отношений между Зимбабве и Россией.

*Н. З. Соболев, почётный консул Республики Зимбабве
в Санкт-Петербурге*

- ▶ ГОТОВАЯ ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ
ДЛЯ РЕЗИДЕНТОВ
- ▶ ГОТОВАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА
- ▶ ОФИСНЫЕ ПЛОЩАДИ, КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛЫ



ЛЬГОТЫ И ПРЕФЕРЕНЦИИ

0%

НА ИМУЩЕСТВО
И ЗЕМЛЮ

0%

ТАМОЖЕННЫЙ
НДС + ВВОЗНАЯ ПОШЛИНА

2%

НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ
ПЕРВЫЕ 7 ЛЕТ



НАШИ МОЩНОСТИ



211 Га



6 000 М³/ЧАС



20 МВт



4 400 М³/СУТ



2 500 М³/СУТ



ВЫДАЧА ТУ ЗА 5 ДНЕЙ



● «ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЁР»

- Банк «МБА-МОСКВА»
- ООО УК «МЕРЕЯ ГРУПП»
- АО Волшебница

● «ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЁР НОМИНАЦИИ «АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС»

- АО «Россельхозбанк»

● «ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЁР»

- Богородский индустриальный парк
- ООО «Бизнес-Аналитика»
- ООО «XXI век»
- ГК ООО «ПКО «Глобал-С»
- АО «Россельхозбанк»

● «ПРАВое ДЕЛО»

- Ерхова Светлана Викторовна

● «ЛУЧШИЕ ЮРИДИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ»

- КА «Мка «ЮрСити»
- ООО «РАЗУМНОЕ»

● «ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ»

- Юридическая фирма CLS

● «ПИЩЕВОЕ ПРОИЗВОДСТВО. ПРОДУКТ ГОДА»

- ООО «А-Холдинг»
- ООО «ТТК ЛОГИСТИК-ЮГ»
- ООО «ФУД МИЛК»

● «ЗА ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ»

- Акционерное общество «Холдинговая компания Элинар»
- Ассоциация продавцов

и производителей оконной и дверной фурнитуры

- ООО «ИПК «Индустрия»
- ООО «ЯрМашХолдинг»
- ООО «Экоприбор-Сервис»
- Маркетинговая группа MARCO
- Завод АВРОРА

● «ЭКОЛОГИЯ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ»

- ГК «Экобокс»

● «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

- NexTouch

● «ТЕХНОЛОГИИ БУДУЩЕГО»

- ООО «РОТО ФРАНК»
- ООО «Вайландт Электроник»
- Группа компаний «Специальные системы и технологии»
- ООО «Новые Системы Электроники»

● «ЛИДЕР В СФЕРЕ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ»

- CESCO

● «ДРАЙВЕР ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ»

- vMind JV

● «ЛУЧШИЙ ПРОВАЙДЕР НР И АУТСОРСИНГОВЫХ УСЛУГ»

- Сервис аутсорсинга отдела маркетинга МАРКАУТ

● «ЗАЩИТА БИЗНЕСА»

- АНО «Платформа для работы с обращениями предпринимателей»
- «Центр Защиты Бизнеса Ирины Смирновой»

● «АПК: ИННОВАЦИИ И ПУТИ РАЗВИТИЯ»

- ООО «ЛИСТЕРРА»
- АО «ОСП агро»

● «АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС РОССИИ»

- Глава КФХ Сергей Николаевич Ляшенко
- ООО «АГРОСОЯКОМПЛЕКТ»
- ООО «Сельхозпродукты»
- КФХ «Золино»
- АО «Сергиево-Посадский мясокомбинат»

● «АРХИТЕКТУРНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ И КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ»

- архитектурное бюро АРСНКО

● «ЛОГИСТИКА НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ»

- ООО «ЛОГИТРАНС ЛОЖИСТИК»
- ООО «Промхолдинг»
- ООО «Оптимальная логистика»
- ООО «Точные поставки»

● «ЛОГИСТИКА»

- ООО «ДаНа-Логистик»

● «ЛОГИСТИКА, СКЛАД, ТРАНСПОРТ»

- NOYTECH Supply Chain Solutions
- ООО «Бережливый склад»
- ООО «Техтрейд»

● «ЗНАК ВЫСОКОГО ДОВЕРИЯ»

- ООО «Дон Давид»

- ООО «Водомер»
- ООО «Первый печатный двор»
- Московский Государственный Институт Культуры

● «ЗНАК КАЧЕСТВА»

- ООО «КОТМАРКОТ»
- «Новый Интерьер»
- ООО «Ригель-Сиб»
- ООО «Металл Трейд»
- ЗАО «РАЛЬФ Рингер»

● «БРЕНД ГОДА»

- Бренд «КОЛОМЕЕВ» (Компания ООО «ЮниОпт»)

● «ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ГОДА»

- ЕКФ

● «ЛИДЕР ЖКХ»

- ООО «Департамент городского хозяйства»
- Ассоциация «РООР «Союз предприятий ЖКХ МО»

● «ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ БУДУЩЕГО РОССИИ»

- ООО «ВИЛЕНА»

● «ШКОЛА БУДУЩЕГО – СТРАТЕГИЯ ЧАСТНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ»

- АНО ШКОЛА «ВЕКТОР»

● «ЗА ПЛОДОТВОРНУЮ ОБЩЕСТВЕННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАЗВИТИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»

- Технический центр ВОЛИН Селезнёва Ольга Викторовна

2024

Анонсы года

● «БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА И ОХРАНА ТРУДА»

- ГК ООО «ПКО «Глобал-С»

● «БАНКОВСКИЙ СЕКТОР»

- Банк «МБА-МОСКВА»

● «МЕДИЦИНА: БИЗНЕС НА ЗАЩИТЕ ЗДОРОВЬЯ»

- ООО «ИНТЕЛБИО»
- ООО «АЛГОРИ-М»
- ООО «Центр Фармацевтической Аналитики»

● «ЗА ВКЛАД В МЕДИЦИНСКУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В ОБЛАСТИ IV-D-ДИАГНОСТИКИ»

- ООО «БИОСЕНСОР АН»

● «ЛУЧШАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В РЕГЕНЕРАТИВНОЙ МЕДИЦИНЕ»

- ООО «ВИТАЦЕЛ»,
ООО «СКИНЦЕЛ»

● «ЗА ВКЛАД В РАЗВИТИЕ МЕДИЦИНСКОЙ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

- АО «БИОМИР сервис»

● «СТРОИТЕЛЬСТВО. ЛИДЕР ОТРАСЛИ»

- ООО «Нархозстрой»
- PALADIUM

● «ПРОМЫШЛЕННОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО»

- ООО «РИВЕР ГРУП»
- АО «ПСО-13»

● «ИНФРАСТРУКТУРА И ДОРОЖНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО»

- ООО «Платная дорога»
- ООО «Асфальт-Качество»

● «ХИМИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ»

- ООО «Евро Кемикалс»

● «ЛИДЕРЫ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

- ООО «Мех ОРТЕКС»

● «ЛУЧШАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРОИЗВОДСТВ»

- ОЭЗ «Иннополис»

● «ЛУЧШАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ПЛОЩАДКА»

- АО «Технопарк Слава»

● «ТЕРРИТОРИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО РОСТА И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ»

- Особая экономическая зона «Доброград»
- Богородский индустриальный парк

● «ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ»

- АО «Корпорация развития Нижегородской области»

● «МЕНТАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ В КОРПОРАТИВНОМ СЕКТОРЕ»

- ООО «НЕЙРОМИР»

● «РОССИЯ – ТУРЦИЯ»

- АНО «Корпорация развития Енисейской Сибири»
- Ассоциация российских и турецких предпринимателей (RTIB)

● «РОССИЯ – АЗЕРБАЙДЖАН»

- ООО «СОКАР РУС»
- Sea Breeze Resort & Residences

● «РОССИЯ – КИТАЙ»

- B2B-платформа КИФА

● «УСЛУГИ ДЛЯ БИЗНЕСА»

- Юридическая группа SB Tax Team
- ООО «Бухгалтерия как лекарство»
- Алкогольное право
- ООО «Медпартнер»
- ООО «Бизнес-Аналитика»
- ООО «ИК Диалот»

● «АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ – НЕЙРОПСИХОЛОГИЯ БИЗНЕС-УСПЕХА»

- ООО «Рестарт Реальности»

● «МЕЦЕНАТ ГОДА»

- Путилов Олег Константинович

● «ЗА ВКЛАД В СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ»

- Шилов Александр Александрович

● «ФРАНШИЗА ГОДА»

- ALLES
- ShaurMeals
- Сеть бургерных Краснодарский парень
- modi
- GROOM
- Epic Pizza

● «ЛУЧШАЯ ДЕТСКАЯ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ФРАНШИЗА»

- «Binny native place»

● «ФРАНШИЗА ГОДА В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА»

- АО «Егорьевск-обувь»

● «РУКОВОДИТЕЛЬ ГОДА»

- ООО «Агропром Холдинг»

● «НЕДВИЖИМОСТЬ: ТРЕНДЫ И ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ»

- ProDom:
А. А. Чесноков,
Г. Н. Заваровский
- Агентство «Мир Недвижимости»
г. Дмитров

● «ДЕВЕЛОПМЕНТ ГОДА В СЕКТОРЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ»

- Солодкова Дарина Андреевна

● «ЛУЧШИЙ ТЕРМАЛЬНЫЙ КУРОРТ РОССИИ»

- ООО «Аквапарк»

● «ЗА ЗДОРОВЬИ ОБРАЗ ЖИЗНИ»

- Фитнес-продукт «XFIT МЕТОД». Бренд XFIT

● «FASHION-ПРОЕКТ»

- ООО «РИОНА»

● «ЛИДЕР ОТРАСЛИ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ»

- Клиника Красоты U_MED

● «РАЗВИТИЕ БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ»

- Международная сеть салонов красоты Сахар

● «ЗА ВКЛАД В РАЗВИТИЕ НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ»

- Сибирская Ковровая Фабрика
- ЗАО «Северная чернь»

ИРИНА
РОДНЯНСКАЯ:

«НЕ УМЕЕШЬ – НЕ БЕРИСЬ»



Фотограф: Любовь Ледовская

Если верить в свою идею – всё непременно получится, убеждена ИРИНА РОДНЯНСКАЯ, основательница бренда Craft & Eco Food – молодого производителя пищевой продукции. Менее трёх лет назад она на собственной кухне разрабатывала эксклюзивные рецептуры сырных конфет в шоколаде, а сегодня – обширную линейку продуктов компании: сыр в шоколаде, риеты, паштеты, варенье, торты и другие продукты можно увидеть на полках крупнейших федеральных сетей. Но одной веры в идею всё же недостаточно. Для того чтобы из небольшого производства вырасти в сильную компанию с международными амбициями, понадобились ещё и несгибаемая воля, талант предпринимателя, смекалка и море трудолюбия основательницы. Ирина Роднянская поделилась с нами своей историей становления компании, которая за свою небольшую историю сумела пройти через множество сложных этапов и сейчас уверенно идёт вперёд.



**«ГЛАВНОЕ – НЕ ОБЕСЦЕНИВАТЬ
СЕБЯ И СВОЁ ДЕЛО»**

– Ирина, вы по образованию экономист, почему вы решили открыть собственное дело, а не работать на какую-либо компанию? Ведь это больше стрессов, рисков, ответственности.

– Я начала работать очень рано, ещё в период обучения в вузе стажировалась в банке, так как по специальности я финансист и банковский работник. И буквально с первых шагов меня стали назначать на руководящие должности, возможно, увидев во мне определённые способности. Так что, ещё будучи студенткой Днепропетровского государственного университета, в 19 лет я стала начальником валютного отдела в банке и занималась сферой ВЭД: вела экспортные и импортные контракты, проводила операции с дорожными чеками, драгоценными металлами.

Сегмент ВЭД в банках был в новинку, специалистов мало, так что многое пришлось осваивать самостоятельно, так как научить

было некому. Проработала я в этой должности три года, и к 22 годам стало понятно, что следующая карьерная ступень – заместитель председателя банка, но мне это казалось скучным. Тем более что я уже начала задумываться о создании семьи, о ребёнке и понимала, что собственный бизнес, с одной стороны, принесёт больше драйва, с другой – даст больше свободного времени.

Моё первое собственное дело было связано с бизнесом в сфере автотоваров: импорт/экспорт из стран Юго-Восточной Азии. Я с удовольствием влилась в этот процесс, дело стало быстро расширяться, в чём очень помогали навыки, полученные за время первой работы: банковская школа была чрезвычайно сильной. И главное: я поняла, моё призвание – создавать рабочие места, а не быть наёмным работником.

Стрессы же меня не пугали. Я из той категории людей, которые не боятся рисков, не страшатся брать на себя ответственность. Мне не нравится жить пассивно. Когда чувствуешь, что ты можешь сделать больше, какой смысл делать меньше? Не все, даже близкие люди, разделяют такую позицию. Не раз я слышала в свой адрес: «Ты слишком много на себя берёшь. Не надо. Не высовывайся. Не пытайся». Всегда найдутся те, кто будет пытаться подрезать вам крылья, иногда даже, как им кажется, из лучших побуждений, но слушайте в первую очередь себя.

– Но наверняка без сложностей на старте не обошлось?

– Конечно, не обошлось. На женщину, да ещё в такой традиционно мужской сфере, как автобизнес, изначально многие смотрели свысока. И если мужчине достаточно прийти и провести переговоры на равных, то при деловом общении с женщиной предмет беседы порой перетекает совсем в иную плоскость, которая тебя, мягко говоря, не интересует.

Но если человек обладает интеллектом, то он может заниматься любимым делом. Конечно, физиком или врачом я бы не могла стать без соответствующего образования, а изучить специфику автотоваров и успешно их продавать – никаких сложностей в этом бизнесе я для себя не видела.

К тому же я человек ответственный и самодостаточный, главное – выдержать напор и не обесценивать себя и своё дело. Я всегда искала только достойных партнёров, которые и во мне будут видеть равного и ценного партнёра. И мне это удавалось, бизнес развивался, были крупные сделки, но жизнь распорядилась иначе.

– Вы переехали в Россию и... кардинально поменяли сферу бизнеса. Почему?

– Да, я переехала в Россию из Украины в 2018 году, моя мама отсюда родом, здесь живёт родня. Ещё в тот период, когда я занималась бизнесом в Украине, поняла, что перспектив для его расширения там у меня



Дизайнер: Мария Неверова

нет. Я давно уже вынашивала идею начать тот же бизнес по торговле автотоварами в России, но даже продать свой бизнес в Украине я не могла, поскольку финансово состоятельные партнёры, которые могли бы его купить сразу, не было, поэтому пришлось продавать частями.

И когда мы переехали в Россию всей семьёй, то не было достаточно денег для расширения прежнего дела; ни крепких бизнес-связей, ни надёжных контактов. Это был крайне тяжёлый период. И я начала искать, в какой сфере я могу себя реализовать, поскольку семью надо было содержать.

Сначала открыла салон красоты: это был быстрый способ влиться в социум. А затем пришла пандемия, всех «посадили по домам», и быстро стало понятно, что эта история надолго. Ко мне, как к экономисту, в этот период обращались компании, которым требовалась финансовая оценка действующих предприятий, я писала бизнес-планы для тех, кто пытался запускать новые проекты. Самый большой запрос поступал на анализ производителей в пищевом сегменте. Если многие бизнес-проекты закрывались, то кушать люди будут хотеть всегда. И желательно, чтобы им было вкусно. И я поняла, в каком направлении мне нужно двигаться.

«НЕ УМЕЮ СТОЯТЬ НА МЕСТЕ»

– Но пищевых производств достаточно, как же здесь суметь найти свою нишу?

– Искать уникальность, выйти на рынок с тем, что до тебя никто не предлагал. Идеи вокруг нас – важно их разглядеть и реализовать. В какой-то момент ко мне обратилась клиентка, у которой были частная сыроварня и излишки сыра, которым необходимо было найти применение.

Так, у меня появилась идея создания сырных конфет в шоколаде – изысканной закуски, которая не была представлена на полках торговых сетей. И мне очень понравилась сама идея сочетания сыра и шоколада.

Всю свою сознательную жизнь любила готовить. Чем бы я ни занималась, где бы я ни работала, процесс придумывания рецептов и их приготовления – это моё хобби, мой релакс; если нужно было успокоиться после тяжёлого дня – я шла на кухню и готовила. И начались эксперименты, дома на кухне я отработывала собственную рецептуру сырных конфет. Прошла онлайн-курсы шоколадье и кондитера, поскольку работа с шоколадом требует совершенно определённых знаний и навыков. В общем, погрузилась в процесс с головой.

Я сама придумывала вкусы, просто положить сыр в шоколад – банально, поэтому искала интересные сочетания: например, соединить камамбер с клюквой и раскрыть их дуэт в шоколаде. И когда, наконец, удалось достичь вкусовой гармонии, я поняла, что хочу не просто делать такой продукт для друзей и знакомых, а вывести его на полки сетей, сделать доступным для массового рынка.



Дизайнер: Мария Неверова

– Непростая задача для совсем молодого проекта. Как «достучаться» до сетевой розницы?

– Как экономист, я понимала, что нужен торговый представитель, у которого есть личные контакты в сетях, чтобы мы смогли передать эту продукцию на дегустацию и получить обратную связь именно от тех людей, которые будут готовы её продавать. Как предприниматель, который сегодня уже имеет опыт работы в пищевом сегменте, уверенно могу сказать: всё, что мы с вами видим на полках, решают поставить туда категорийные менеджеры. И зачастую эти решения основаны на их личном вкусе, а также зависят от их умения работать со своей товарной категорией.

Я нашла торгового представителя со связями, которому платила немалые деньги за то, чтобы он передал категорийщикам первые образцы продукции, которую я сама готовила дома. Я понимала, что выхожу на рынок с отличной идеей, верила в неё и готова была тратить, прежде чем начать получать. Вскоре получила обратную связь от сетей: продукт классный, уникальный, они готовы его взять.

Но никакая сеть не возьмёт у вас десяток упаковок, нужно открывать собственное производство.

Сбережений хватило, чтобы арендовать небольшой производственный цех – 65 кв. метров. И на старте бизнеса я выполняла все возможные функции: ты и бухгалтер, и экономист, и менеджер, и завпроизводством, и маркетолог, и продажник; ты уборщица, в конце концов...

– И где взять на это силы?

– Я понимала, что меня ожидает, но была к этому готова. Семья – мой главный мотиватор. Да и характер помогал. Абсолютно не умею стоять на месте. Если мой день прошёл без каких-то результатов, движения вперёд хотя бы на шаг, я считаю, что сделала 10 шагов назад. Для руководителя бизнеса – полезное качество, для просто женщины, жены, матери – не очень.

Я часто целиком и полностью забываю про себя, забываю, что надо отдыхать,

сделать паузу. Но в тот период отдыхать было некогда. Я же закупила оборудование, вложила деньги в открытие производства, и мне надо как минимум каждый месяц платить за него аренду, а поставить первую партию в сети я смогу лишь через несколько месяцев, так как процесс создания упаковки, подготовка и получение разрешительной документации на производство продукции занимают определённое время, а жить-то надо здесь и сейчас.

Я открыла направление кулинарии, вместе с помощницей мы ежедневно готовили бизнес-ланчи, завтраки; я организовала доставку через «Яндекс Лавку» и Delivery Club. Постепенно нашу еду распробовали, по са-рафанному радио к нам стали обращаться семьи с запросом комплексных обедов для всей семьи. В итоге у нас на постоянном обслуживании появилось несколько семей, которым я продумывала меню на всю неделю и готовила им домашнюю еду по своим собственным рецептам, а также праздничные ужины по особым поводам. Доставка бизнес-ланчей, комплексные обеды помогли нам продержаться на старте, наш маленький цех полностью себя окупал. Параллельно шла активная работа над маркетингом и подготовкой документации для поставки в сети нашей продукции.

Но будто бы мало было трудностей: летом 2021 года случилось несколько локдаунов, закрылись несколько организаций, которые покупали у нас бизнес-ланчи, семьи, которые мы кормили вкусной домашней

едой, как-то синхронно уехали за границу – и это был наш первый кризис. На несколько месяцев мы «просели», но из любой ситуации можно найти выход. Я вела переговоры с «Озон-Экспресс», а кроме того, на нас начинала работать репутация: на нас вышла сеть отелей, которые хотели дополнить свой сервис завтраками, но не имели собственной кухни. И уже к сентябрю 2021 года мы полностью подключили «Озон-Экспресс» и организовали доставку завтраков для постояльцев отельной сети.

«Я СМОГУ СДЕЛАТЬ ВСЁ, ЧТО ЗАДУМАЛА»

– То есть со всеми трудностями вы справились?

– А впереди ждали новые. Нужно закупать новое оборудование, поскольку росли объёмы и расширялся ассортимент; помимо сыра в шоколаде, появилась рыбная и мясная гастрономия: риеты, паштеты и др. Мы вели переговоры с премиальной «Азбукой вкуса». Кредиты нам бы не выдали, поскольку мы были совсем молодой компанией, и я начала искать частных инвесторов.

Для меня это было трудным решением, так как до этого момента я всегда единолично руководила бизнесом, но я понимала, что для развития дела мне придётся научиться работать в команде. Так, у компании в сентябре 2021 года появилось ещё два учредителя.

Мы подрастали, в декабре 2021 года мы уже поставили свои сырные конфеты в «Азбуку вкуса», а также отгружали свою продукцию индивидуальным предпринимателям, которые стали на нас выходить. Пора было заявить о себе более громко. В феврале 2022 года мы впервые приняли участие в отраслевой выставке «Продэкспо», где нами заинтересовались: несколько крупных федеральных сетей высказали конкретные пожелания по тем товарным позициям, которые они хотят у себя видеть; начались переговоры с «Перекрыстком», чуть позже – с «Мираторг», «ВкусВилл». Но после 24 февраля на какое-то время всё замерло. Все переговорные процессы просто встали, так как никто не понимал,

Дизайнер: Мария Неверова



как себя вести и что делать, а полки сетей постепенно пустели, так как иностранные бренды уходили, а отечественных не было в том количестве, чтобы их заместить.

Я понимала, что рынку нужно время, чтобы перестроиться, и что, несмотря на очередную паузу, наступает наше золотое время – время возможностей отечественного производителя. А у нас есть классный крафтовый продукт. Например, отличнейший конфитюр – качественный, натуральный – из замороженных ягод, но представителей сетей он ранее сильно не интересовал, так как полки занимал конфитюр, например, швейцарский, который хотя и далеко не такой натуральный и не такой качественный, но он уже с десяток лет поставляется; и конкурировать с ним молодому бренду крайне сложно, а в новой экономической ситуации, в которой мы в то время оказались, у меня есть все шансы продвинуть свой товар. Так и получилось: к июлю 2022 года три крупнейшие федеральные сети – «ВкусВилл», «Перекрёсток», «Мираторг» – подписали с нами контракты.

– И можно было с облегчением выдохнуть...

– Скорее уж, набрать воздуха для нового рывка. С мощностями маленького цеха мы не могли бы выполнить условия контрактов по объёмам поставок в сети. Кроме того, представление в сетях влечёт за собой необходимость соответствия продукции всем требованиям по высоким стандартам ХАССП – контроль за качеством и безопасностью пищевого производства. Начались поиски нового помещения, но быстро стало понятно, что мы не найдём того, которое соответствует нашим технологическим процессам. Поэтому стали создавать собственное с нуля. Мы всё проектировали сами: само производство, водоснабжение, электроснабжение, вентиляцию, технологические потоки, сами подбирали оборудование. И сейчас у нас есть собственное современное производство площадью 400 кв. метров.

– Ирина, не могу не спросить: вы запускаете Craft & Eco Food, новый бренд, а тут то локдауны, то геополитические изменения, которые кардинально меняют бизнес-процессы. Вы ни разу не засомневались в своём решении?

– Это была жёсткая школа, но ни разу у меня не возникло сомнения в том, что я смогу сделать всё, что задумала. Возможно, это какое-то внутреннее чутьё, предпринимательский талант, но я всегда знала, что я делаю.

Например, я никогда не собирала производство с нуля, не углублялась в нормы СанПиН пищевого произ-

водства. Но у меня есть определённый уровень образования, опыт работы, который позволял со всем разобраться. Не могу сказать, что это была высшая математика, которая «взрывала» мне мозг, совсем нет, просто был сумасшедший объём работы, которую надо было сделать в кратчайшие сроки, потому что никто из сетей не готов был ждать год. Контракт подписан? Подписан. Так что будьте добры встать на полку в оговорённый срок. А где мы возьмём производство – не их проблемы. Если бы я не выполнила обязательства, то второго шанса не было бы. Не умеешь – не берись. Поэтому работать приходилось 24/7.

Были и финансовые сложности, поскольку инвестиции требовались большие, а инвесторам было сложно вынимать деньги из своих других проектов, чтобы вложить их в расширение производства, а так как ждать мы не могли, то пришлось прибегнуть к сторонним инвестициям других частных инвесторов. Но мы со всем справились в рекордные сроки.

Как пример: в июле был подписан договор по помещению для нового производства, а в середине октября мы в него уже переехали, отстроив за три месяца с нуля. К ноябрю всё вычистили, вымели. Работали на износ, потому что надо было готовиться к отгрузкам, впереди высокий сезон – новогодние праздники.

При этом в ноябре же на контакт со мной выходит руководитель нашей товарной категории из сети «Перекрёсток» и говорит, что у нас классный, крутой продукт, они его ждут и она очень хочет, чтобы он был представлен в сети, но если мы не постараемся, то ничего не получится, поскольку остался всего месяц для заведения товара. Месяц до отгрузки товара в федеральную сеть –

Дизайнер: Мария Неверова



60 городов, 12 регионов. Вы думаете, я отказалась? Конечно – нет. Нам этот контракт был необходим.

– Не было ли страха, что не получится?

– Безусловно, были сомнения и страхи, но я никогда не даю страхам возобладать над здравым смыслом, потому что считаю, что всё в наших руках. Как профессионал, я не могла позволить себе неуверенность, я не могла позволить себе даже подумать о том, что что-то не получится. Проблемы решались по мере поступления. Я умею, как Скарлетт О'Хара, сказать себе: «Я не буду думать об этом сегодня. Я подумаю об этом завтра». И всё получилось. Ещё до нового, 2023 года Craft & Eco Food зашёл в «Перекрёсток».

А кроме того, мы начали выпускать корпоративные подарки, которые выгодно отличались от привычных и стандартных. Мы сделали красивые упаковки, а внутри – качественное и оригинальное содержимое. Нашу идею подарков оценили такие крупные заказчики, как «Газпром», «Удоданская медь», «Совкомфлот» и другие. Заказы шли непрерывным потоком, за несколько дней до Нового года я на работе в буквальном смысле слова жила.

– Коллектив вас не подвёл? Люди тоже были готовы к такой напряжённой работе?

– Знаете, я очень требовательна к себе и требовательна к другим. Предполагаю, что со мной, скорее всего, не просто работать. Да, я лояльна, но до определённого момента. Я считаю, что взрослым людям достаточно объяснить один раз. Второй шанс я даю, как и мне его давали, но третьего уже не будет.

Остаются настоящие профессионалы. А профессионализм – это не только ваша

квалификация и диплом по специальности. Это в первую очередь совокупность таких человеческих качеств, как стрессоустойчивость, позитивный настрой, пунктуальность, под которой я подразумеваю не то, что человек не опаздывает на работу, а то, что он в состоянии своевременно выполнить поставленную задачу, умение планировать, анализировать информацию, требовательность к себе и людям, умение работать в режиме многофункциональности. И иногда – обьять необьятное. Понимаю, что это высокие требования, но я не требую того, чего нельзя сделать. А многие люди не понимают вообще, что значит работать, как надо работать. И собрать команду профессионалов было очень тяжело. Но сейчас у меня замечательный коллектив.

ПЕРВОЕ ЗОЛОТО

– С которым вы покорили новые высоты...

– А как же иначе? У нас был «Перекрёсток», мы работали с «Азбукой вкуса», но для нового производства этого было мало. Нужно было наращивать число заказов, чтобы производство не простаивало и было прибыльным.

Я понимала, что нам необходимы ещё сети и нужны именно объёмообразующие сети, и вышла на переговоры с «Магнитом». Это колоссальная федеральная сеть, свыше десятка тысяч магазинов по всей стране. Мы были готовы сделать для них любую продукцию для любого, даже не премиального, сегмента. В июне мы начали переговоры, а в сентябре 2023-го уже был подписан контракт.

К этому моменту у Craft & Eco Food уже были отработанные линейки продукции, мы стали увереннее и снова были готовы к расширению.

Бренду была нужна крупная выставка – и мы приняли участие в международной выставке World Food, которая проходила в сентябре в Москве. Выставка прошла крайне удачно, а наш продукт – сыр в шоколаде – получил золотую медаль. Думаю, что мы могли бы собрать ещё больше наград, но Craft & Eco Food вышел всего с одной товарной позицией из всего ассортимента и выиграл.

Признаться, я тогда даже немного расстроилась, что прислушалась к мнению некоторых коллег, которые убеждали меня, что такие конкурсы невозможно выиграть бесплатно, и уговорили выставить один товар в одной товарной категории. Думаю, если бы мы вышли с 10 продуктами из других категорий – паштеты, риеты, десерты, – мы бы и там добились успеха. Ну а если бы и не добились, то хотя бы попробовали свои силы. Очередной урок – доверять себе. Но и то золото, которое мы получили, – это



было классно, волнительно и потрясающе. И конечно же, несмотря на утверждения скептиков, абсолютно бесплатно.

После участия в выставке нас пригласили в торгово-промышленную палату на заседание Российско-Эмиратского делового совета, где был представлен ограниченный круг компаний. Это новый опыт, новый этап развития. Торговые взаимоотношения между Россией и ОАЭ развиваются стремительно, товарооборот между странами растёт в геометрической прогрессии. И нам, как производителю, интересен Дубай и в целом рынок ОАЭ.

Сегодня на базе ТПП РФ действует платформа, которая позволяет выстраивать сотрудничество в международной сфере, есть меры поддержки от государства. Мы на самой первой встрече в рамках совета познакомимся с дистрибьютором из Дубая, который заинтересовался нашим продуктом и с которым мы ведём переговоры.

На той же самой выставке мы смогли показать свой полный ассортимент сети «Магнит», возобновились взаимоотношения со «ВкусВилл», которые ранее были на паузе, провели переговоры с «Азбукой вкуса» о расширении линейки. Другими словами, мы стремительно набирали новых партнёров и не менее стремительно разрабатывали новый ассортимент Craft & Eco Food.

– Ирина, честно говоря, та скорость, с которой вы развивались, очень впечатляет. Вы какие тренды использовали в маркетинге для продвижения?

– Честно говоря, первое время всем маркетингом я занималась сама, да и не было времени на выстроенную стратегию. Маркетолог в компании появился только в сентябре, а до этого момента мы себя практически никак и не продвигали, не было на это времени.

Да и нет такого тренда в принципе, который нужно внедрить в маркетинг, чтоб он

стал популярным. Но если постепенно адаптировать продвижение в соответствии с тенденциями, шанс на успех вырастает. Хороший маркетинг строится на гипотезах, тестах и постоянных поисках. Пробуйте новое, займитесь хорошие практики рынка и наблюдайте за коллегами. Тогда вы сможете найти стратегию, которая лучше всего подойдёт вашей компании.

Любовь Ледовская, которая присоединилась к нашей команде, – очень сильный маркетолог, также к нам пришла дизайнер Мария Неверова, которая создаёт умопомрачительно красивые упаковки, хорошо продающие наш необычный продукт. Я рада приходу творческих людей в команду, рада, что могу увидеть настоящих «золотых» самородков. Это, кстати, очень важное качество для руководителя – уметь видеть людей, их потенциал и дать им возможности, чтобы максимально его раскрыть.

– Вы смогли наладить взаимодействие с сетями, всё встало на рельсы, вы уже смогли уверенно себя почувствовать?

– С точки зрения того, что нас признал рынок, что сети уже сами ищут возможности партнёрства с нами, – безусловно. Но снова встал вопрос – вечный вопрос финансирования.

Промышленные объёмы сетей надо обеспечивать, на это требуются колоссальные оборотные средства. И здесь я хочу особо отметить, что банкам надо серьёзно поработать над вопросами поддержки бизнеса. Мы искали заёмные средства и начали обращаться в банки за льготными кредитами, а они достаточно вяло реагировали на наши запросы. И так продолжалось до тех пор, пока я не проявила характер при общении с менеджерами Сбербанка, прямо заявив: «Мы всё время слышим с экранов телевизоров о необходимости поддержки таких предприятий, как наше. Где ваша поддержка как госбанка? Где стремление с нами сотрудничать, где желание хотя бы узнать о нас? Мы все свои обороты проводим через вас, исправно платим налоги, а менеджер, который ведёт нас как юридическое лицо, ни разу не изъявил желания даже приехать на производство».

В общем, через два дня у нас в офисе сидели руководители банка, которые занимаются корпоративным сегментом нашего уровня. И мы серьёзно поговорили о необходимости льготных программ для российского производителя, о том, чтобы заполнять полки магазинов качественными российскими товарами; благодаря моему напору мы смогли получить банковские кредиты, хотя и к частным кредитам тоже пришлось прибегнуть.

Зато уже к 2024 году мы поставляли свою продукцию в «Магнит», «ВкусВилл» и «Мираторг», расширили ассортиментную линейку

в «Азбуке вкуса», возобновили сотрудничество с «Озон-Экспресс» и продолжаем работать с «Перекрёстком».

– А какие ожидания вы связываете с этим годом?

– В каждую из сетей, о которых мы говорили, мы ещё запустили не все товарные позиции, которые есть у Craft & Eco Food и которые уже утверждены с сетями. Поэтому в ближайшее время мы сосредоточимся на том, что будем выводить на полки сетевой розницы те линейки продукции, которые запланированы к поставкам. Сейчас у нас к запуску готовится около 15 категорий.

Например, предстоит масштабное расширение во «ВкусВилл», куда до недавнего времени мы поставляли только варенье, а в ближайшее время начнём по заказу сети заполнять полки сыром в шоколаде, а также продукцией, которую мы производим эксклюзивно для сети по их ТЗ: крем-сыр в шоколаде, крем-сыр, десертный крем, крем-сыр из благородных сыров (бри, камамбер, дорблю и горгонзола и др.); а кроме того, создаём сгущённое молоко со вкусами банана, клубники, карамели и др.

Или, скажем, с «Магнитом» мы пока работаем только по Санкт-Петербургу и пока всего с 400 магазинами, которые также хотят увеличить ассортимент; плюс в планах – расширить и количество точек в сети. В «Азбуке вкуса», куда мы на данный момент уже вывели все категории, которые планировали, будем отбирать топовые позиции, отработывая их на практике.

Что касается процессов внутри производства: планируем идеально отшлифовать те продукты, которые мы продаём, улуч-

шить их качество, не увеличивая себестоимость. Как известно, совершенству нет предела.

Мы работаем и над технологическими процессами, поскольку, имея данное оборудование, мы можем увеличить количество производимой продукции.

Сейчас мы на том этапе развития и роста, когда мы определились с ёмкостью производства, которое можем заполнить, чтобы работать без кассовых разрывов. Бизнес окреп, и у нас стабильные инвесторы, которые уже получают свои дивиденды от вложений в бизнес Craft & Eco Food и которые готовы работать с нами дальше, так как мы зарекомендовали себя как надёжные партнёры.

– А если говорить о более долгосрочных планах...

– Потребуется расширение. Я уже сейчас вижу, что вся продуктовая линейка Craft & Eco Food, которую мы можем выпускать и поставлять в сети, на сегодняшнем нашем

производстве не поместится. Поэтому нынешний цех на 400 кв. метров у нас останется на шоколад и кондитерскую продукцию. Нашу большую производственную линию по разливу варенья необходимо будет вывести на новое производство. Нашим паштетам, ризетам и другим продуктам также потребуется отдельный мясной цех.

Ведь только для «ВкусВилл» я разработала около 30 продуктов: это конфитюры и мясная продукция – паштеты, ризеты, вяленое мясо, мясо sous-vide. Планов – море, но, как я и говорила, на этом производстве реализовать их не получится. Сейчас провожу переговоры с инвесторами, которые готовы вложить средства в запуск наших новых мощностей.

Ещё одно направление нашего развития – выход на экспорт. Я уже упоминала: нашей продукцией заинтересовались в Дубае, много запросов из Таджикистана, Узбекистана, Турции. Мы уже движемся в эту сторону. В феврале 2024 года приняли участие в крупнейшей международной выставке продуктов питания GulFood 2024 в Дубае. При поддержке Московского экспортного центра мы представили Craft & Eco Food на стендах MADE IN MOSCOW.

– А конкуренции вы не опасаетесь?

– Пока её у нас нет, потому что мы создаём сложный продукт; чтобы делать тот же сыр в шоколаде – наш основной продукт – так, как его делает Craft & Eco Food, это надо иметь производство, отработанные технологии, сложное оборудование: невозможно воссоздать подобное качество на кухне или в маленьком цеху. В небольшом ассортименте схожие продукты представлены на маркетплейсах от локальных производителей, но это совершенно другое качество – просто сыр в шоколаде.

Сейчас мы разрабатываем и новые рецептуры, которые повторить вряд ли кто сможет. И я очень рада, что мы первопроходцы, что именно мы вывели на рынок этот продукт. Меня радует то, как мы его преподносим покупателям, как они реагируют на наши продукты; вдохновляют отзывы, которые я получаю от сетей. Мы много работаем, но поверьте: результат того стоит!



Дизайнер: Мария Неверова



Дизайнер: Мария Неверова

ИГОРЬ КУИМОВ:

«ПРЕДПРИЯТИЕ – ЭТО НЕ ЗДАНИЕ, СТАНКИ И ПРОЧЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ЭТО, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ЛЮДИ»



– Игорь Евгеньевич, вы являетесь руководителем международного многопрофильного холдинга «Элинар», но ваш приход на производство был необычен. После окончания вуза вы занимались научной работой, писали диссертацию, а заканчивали её уже на заводе. Что же так кардинально изменило ваши приоритеты?

– Да, действительно. После вуза, будучи научным сотрудником НИИ, я вместе с другими научными сотрудниками под руководством видных учёных участвовал в разработке одного интересного проекта, очень масштабного, но с отдалённой перспективой воплощения.

Однажды я приехал к другу в село Атепцево, куда его направили после института. Он там жил и работал сменным мастером на заводе электроизоляционных материалов. Мы давно не виделись и заболтались за полночь, как вдруг в два часа ночи за ним прибежали: срочно нужно на завод – решать возникшие проблемы. Он тут же подпоясался и убежал. Я смотрю: вот как нужен-то человек! Без него, оказывается, никак. И я подумал: вот это – реальное дело!

Я по своей натуре активный, деятельный человек. Мне всегда нужно быть среди людей, нужно быть востребованным. А тут завод, производство, где много людей, где есть план и, значит, каждый день реальные проблемы... Короче, я загорелся производством – заниматься «живым» делом, быть нужным и востребованным.

А кандидатскую диссертацию я всё же защитил, только уже будучи на заводе – и по заводской, прикладной теме.

– Сегодня вы руководите, можно сказать, уникальным предприятием, ведь «Элинар» – это сразу несколько направлений деятельности. И АПК, и промышленность, и девелопмент. И все успешные. Как вы этого добиваетесь? И есть ли среди них такое, которое вам особенно близко и дорого?

– Наша многопрофильность связана с тем, что в сложные времена мы находим новые пути развития и никогда не останавливаемся.

В этом году холдинг «Элинар» отмечает свой 145-летний юбилей. Он зародился как небольшая картонная фабрика и на протяжении этих лет, несмотря на множество событий в стране и в мире, в политике и в экономике,

Мы побеседовали с руководителем многопрофильного международного холдинга «Элинар» Игорем Евгеньевичем Куимовым, который рассказал о том, как начинался его бизнес и какие задачи сегодня находятся в приоритете.



неоднократно меняя профиль деятельности, превратился в международную холдинговую компанию со множеством дочерних предприятий в различных сферах деятельности.

Так что мы, как и наши предшественники, всегда стремимся обеспечить устойчивое развитие, исходя из складывающихся обстоятельств, из потребностей рынка, новых задач и вызовов.

Сегодня мы успешно работаем в сфере электротехники и промышленного производства, причём не только обеспечиваем уникальными материалами российские предприятия, но и поставляем продукцию за рубеж, активно развиваем наши производственные площадки, которые, самое главное, обеспечены заказами наших потребителей.

В сельском хозяйстве мы являемся участниками важной государственной программы по обеспечению продовольственной безопасности страны – возрождению отечественной мясной породы птицы; кроме этого, увеличиваем площади возделываемых сельхозземель и развиваем своё молочное производство.

В направлении «девелопмент» активными темпами идёт развитие многофункционального промышленного округа «Котово» с индустриальным парком. Сегодня около тридцати инвесторов разместили у нас свои предприятия, приходят новые резиденты и развивают свой бизнес, а мы обеспечиваем их инженерной инфраструктурой и чутким сервисным обслуживанием: строительство, монтаж и текущий ремонт оборудования, юридическое и бухгалтерское сопровождение и так далее.

Для жителей и гостей нашего округа уже восьмой сезон работает зона зимних развлечений: крупнейший в Московской области тубинг-парк «Елагино», летняя зона отдыха «Горчухино» с живописным прудом и пляжем с кварцевым песком и наш круглогодичный парк-отель, где можно отлично отдохнуть.

И как тут выберешь что-то особенно дорогое? Все наши производства и проекты для нас как дети, и невозможно кого-то любить сильнее другого!

– Мы уже не в первый раз встречаемся с вами и рассказываем о компании на страницах журнала. В беседе всегда прослеживаются особая атмосфера, которая царит на предприятиях груп-

пы компаний «Элинар», и внимание, которое вы уделяете людям. Что для вас значит ваш коллектив?

– Видите ли, предприятие – это же не здание, станки и прочее оборудование, это, прежде всего, люди. И важно, чтобы каждый работник чувствовал себя на своём рабочем месте хозяином. Так повышается его чувство ответственности за свою работу, приходит понимание собственной значимости для предприятия.

Наш коллектив – как большая семья «элинарцев». Мы не только умеем вместе работать, решать сложные задачи, создавать что-то новое, но и вместе радуемся нашим добрым делам, будь то в благоустройстве, экологии, благотворительности или в заботе о детях, ветеранах, спортсменах и так далее. Да мы даже отдыхаем и спортом занимаемся вместе. Спартакиады проводим и зимой и летом.

Мы знаем не только то, что один в поле не воин, но и то, что успеха добиваются не числом, а умением, и поэтому уделяем большое внимание единству руководящего состава, постоянному обучению и повышению квалификации всего нашего персонала. Благодаря этому все наши направления деятельности успешно развиваются.

– Общественной работе и помощи предпринимательскому сообществу региона в вашей деятельности отведено особое место. Как сегодня вы оцениваете бизнес-климат в Подмосковье и что делается для его развития? О каких главных проблемах говорит местный бизнес?

– Сегодня для предпринимателей в Подмосковье созданы хорошие условия для развития бизнеса. Содействие в развитии предпринимательской инициативы в Московской области – одно из ключевых направлений в работе региональной власти. Благодаря этому Подмосковье занимает одну из лидирующих позиций в стране по количеству субъектов малого и среднего предпринимательства.

В Подмосковье разработаны специальные меры поддержки не только для малого и среднего предпринимательства, но и для крупного бизнеса. Выделяются субсидии и гранты, есть программы льготного кредитования, программы возврата процентов по кредитам, доступны займы Фонда развития

промышленности РФ, есть «кредитные каникулы для МСП», разработана программа, которая направлена на поддержку и развитие бизнеса в условиях санкционного давления и т. д.

Правительство региона активно поддерживает предприятия, работающие в сфере импортозамещения, особенно в сфере производства сельхозпродукции, пищевых продуктов, одежды, химических веществ, лекарств, компьютеров и электроники, оптических и пластмассовых изделий. Такие предприятия могут подать заявку и получить в аренду участок земли за один рубль для расширения существующего или создания нового производства.

Что касается проблем, то мы видим, что впервые за много лет занятость населения в стране находится на пике. С одной стороны, это хорошо, но в то же время рынок труда сейчас находится в состоянии дефицита не только квалифицированных кадров, но и рабочего персонала без квалификации.

Единственный выход, который видят сегодня предприниматели и руководители предприятий, – это модернизация производств и повышение производительности труда.

– Игорь Евгеньевич, вы всегда полны новых идей, все новые проекты «Элинара» реализуются при вашей поддержке. Расскажите, какие же новые прорывные идеи увлекают вас сегодня?

– Идей много. Но приоритетом сейчас для нас является своевременное обеспечение наших потребителей всей необходимой продукцией. Это и работа в направлении импортозамещения в сфере электротехники, и работа по обеспечению продовольственной безопасности нашей страны в части мяса птицы.

Мы стараемся отвечать на новые вызовы, и сегодня таким вызовом является кадровое обеспечение наших предприятий. В этом направлении, помимо стандартной работы по набору персонала и повышению привлекательности рабочих мест, мы активно работаем с учебными заведениями разного уровня по ранней профориентации молодёжи, проводим экскурсии, квесты, мастер-классы, развиваем дуальное обучение на наших предприятиях и разработали уникальный проект для Подмосковья – агроклассы. Стараемся возродить интерес к рабочим и инженерным профессиям, увлечь, заинтересовать молодое поколение интересной работой.

ТАТЬЯНА ЗАРЕМБО:

«БЕЗОПАСНОСТЬ –
ГЛАВНАЯ ЦЕННОСТЬ
ДЛЯ НАС»

Ассоциация продавцов и производителей оконной и дверной фурнитуры (АПП) существует уже более 18 лет, являясь единственной в России некоммерческой организацией, которая объединяет производителей и продавцов фурнитуры. Среди участников – крупнейшие европейские, турецкие и отечественные производители, являющиеся мировыми экспертами в области оконной и дверной фурнитуры. О деятельности Ассоциации рассказывает её директор ТАТЬЯНА ЗАРЕМБО.



В первое время основная деятельность Ассоциации АПП была направлена на создание цивилизованного рынка оконной и дверной фурнитуры с качественными сертифицированными товарами, добросовестной конкуренцией, отсутствием контрафактной продукции, соблюдением налогового и таможенного законодательства Российской Федерации всеми участниками рынка. В результате, по нашим оценкам, сейчас более 98% фурнитуры поступает в Россию согласно законодательству РФ. Помимо этого, мы стали более детально заниматься вопросами технического регулирования отрасли. При нашем участии были разработаны основополагающие стандарты на окна и двери, которые служат необходимым ориентиром для производителей СПК.

Но время постоянно диктует новые правила. Окна перестали быть просто «квадратным» световым проёмом в стене. Тренд на расширение пространства, повышение естественного освещения привёл к увеличению площади оконных конструкций. Окна стали больше, тяжелее, увеличилась высотность зданий. Также в последние годы стало резко расти число случаев выпадения детей из окон. К примеру, только за 2022 год, по данным МВД России, из окон выпало более 1400 детей, 200 из которых погибли. Те, кто остался жив, получили очень серьёзные травмы. Ещё одной актуальной проблемой всегда являлось количество взломов и краж, осуществляемых через окна, в частности расположенные на 1-м, 2-м этажах, в частном домостроении.

Поэтому, помимо качества, на первое место стали выходить и требования к безопасности оконных конструкций. К сожалению, не многие покупатели осведомлены о возможностях, которые обеспечивают безопасную эксплуатацию окон; и не все продавцы умеют правильно подсказать, объяснить покупателю, какие опции позволят повысить безопасность приобретаемого окна. Поэтому в последние годы мы активно занимаемся именно вопросами безопасности оконных конструкций. Сюда входит и техническое регулирование – прописание в обновляемых нормативах требований к безопасности. При нашем участии была разработана и утверждена в 2021 году новая редакция ГОСТ 23166 «Конструкции оконные и балконные светопрозрачные ограждающие», в которой отдельный раздел был посвящён вопросам безопасности. Он учитывает фактически все проблемные моменты, которые могут возникнуть при эксплуатации оконных и балконных блоков: вероятность выпадения детей, опасность эксплуатации фрамужных створок, повышение взломостойкости, предупреждение выпадения раздвижных створок и многое другое. В ГОСТе прописаны возможные варианты устройств для обеспечения детской безопасности, а также необходимость установки на окнах 1-го, 2-го и последних этажей в новостройках специальных взломоустойчивых окон по ГОСТ 31462. В этом году планирует выйти обновлённая редакция ГОСТ 23166 «Блоки оконные и балконные», в которой, безусловно, будут сохранены все требования к безопасности.

Помимо этого, мы ведём просветительскую деятельность для населения, публикуем статьи на популярных интернет-порталах, продвигаем информационные видеоматериалы, в которых рассказываем о важности обеспечения безопасности окон для детей, показываем варианты устройств, которые позволяют это делать. Два года назад мы создали специальный сайт, где понятным для покупателей языком и в удобном формате рассказывается обо всех возможностях для обеспечения безопасной эксплуатации окна. Объясняем ценовую сторону вопроса, ведь в большинстве случаев эти устройства составляют менее 2% в общей стоимости окна.

Здесь нам в помощь выступают и детские омбудсмены, которые через свои ресурсы также поднимают вопросы безопасных окон для конечных потребителей. Многие строительные компании, понимая важность вопроса безопасности, уже комплектуют окна в новостройках устройствами для обеспечения детской безопасности. Но, к нашему сожалению, пока не все. Кто-то продолжает гнаться за удешевлением себестоимости, хотя, повторюсь, все эти устройства и элементы почти не влияют на стоимость оконных конструкций. Даже наоборот: наличие устройств детской безопасности может использоваться застройщиками как аргумент в пользу выбора потребителем именно их компании. В общем, в этом направлении работы предстоит ещё много.

Надеемся, что в ближайшем будущем мы увидим плоды наших усилий.



АЛЕКСЕЙ ЯКУБОВСКИЙ: «В НАШЕ ВРЕМЯ ПУТЬ ПАРТНЁРСТВА – ЛУЧШИЙ»

Инженерно-проектная компания «ИНДУСТРИЯ» является ответственным и надёжным партнёром для многих промышленных предприятий – как в России, так и за рубежом. Её основатель и генеральный директор АЛЕКСЕЙ ЯКУБОВСКИЙ уверен, что в современных реалиях самый оптимальный путь для масштабирования и развития бизнеса – превращать своих конкурентов в партнёров. О том, что приносит такая стратегия, он рассказал нашему изданию.



– Сегодня много говорится о жёсткой конкуренции в разных отраслях экономики, если кто-то выигрывает, остальные должны проиграть. Всегда ли это так? Всегда ли подавление конкурентов – самый оптимальный путь?

– Я думаю, что вопрос конкуренции на текущий момент – это очень многогранный вопрос, поскольку, с одной стороны, конкуренция подталкивает к развитию каждого участника реальной экономики, а с другой стороны – ни один уважающий себя предприниматель не будет пытаться «затоптать» коллег любыми средствами, чтобы достигнуть нужного результата. Почему? Потому что в любом бизнесе есть и человеческая сторона, и подобные действия могут быть только ответом на агрессию от коллег.

Что касается жёсткости конкуренции, то она диктуется временем. У каждой компании есть определённые ресурсы – людские и производственные. Рано или поздно все компании сталкиваются с проблемой ограниченного ресурса. И, участвуя в тендерах (или в поисках лучшего решения задачи для конечного заказчика), можно прибегать к различным инструментам, в том числе реально оценивая свои возможности, а также возможности коллег.

В вопросе масштабирования бизнеса очень важным является привлечение партнёров в этой же или смежной области, которые могут помочь в достижении лучших результатов. Такой подход способствует и взаимной выгоде, и взаимному развитию и только позитивно влияет на любой конечный результат, потому что таким образом различными инструментами можно найти оптимальное бюджетное решение для заказчика.

Так что подавление конкурентов – это не путь, нет смысла тратить на это энергию. Путь – это собственное развитие. Усилия надо направлять на то, чтобы масштабировать свои задачи, увеличивать маржинальность за счёт большего охвата выполняемых задач. Наша компания всегда была нацелена на конструктивный диалог, мы стараемся формировать вокруг себя позитивную атмосферу среди коллег и «условных» конкурентов. И более того – превращать конкурентов в своих партнёров.

– А как давно ИПК «ИНДУСТРИЯ» придерживается стратегии превращения конкурентов в партнёров?

– Мы всегда придерживались данной позиции. К моменту начала нашей деятельности, опираясь на предыдущий опыт в

бизнесе, сделали очень важный вывод: все люди растут, и только с амбициозными людьми можно строить планы о качественном выполнении задач, такие люди не ноют о переработках, а идут вместе с тобой к достижению чётких целей. И если ты вкладываешься в развитие своих сотрудников, поддерживаешь их амбиции, то ты изначально отдаёшь себе отчёт в том, что люди имеют право на то, чтобы перейти в другую компанию или основать собственную. В результате своим отношением к его выбору ты превращаешь возможного конкурента в партнёра.

В нашей истории есть примеры выхода ребят в «самостоятельное плавание», с ними – почти со всеми – мы поддерживаем отличные отношения. Они в том числе являются нашими партнёрами, кто проверен в работе, надёжен и качественно выполняет поставленные задачи.

– Какие у этой стратегии точки роста для бизнеса компании?

- Если коротко, то:
 - * компания несёт ответственность не только за себя;
 - * повышение контроля качества;
 - * разработка необходимых регламентов;
 - * оцифровка бизнес-процессов;
 - * сотрудники становятся своего рода наставниками в курировании поставленных задач;

* развитие отдела технического контроля. Отмечу, что такая партнёрская организация работы говорит о том, что компания уже самодостаточная, может организовывать сложные процессы и диверсифицировать задачи. В наше время путь партнёрства – лучший, на наш взгляд. И на сегодняшний день ИПК «ИНДУСТРИЯ» является генподрядчиком в сфере автоматизации, диспетчеризации и электроснабжения и предприятием, готовым к проектам любой сложности и объёма.

– Много ли примеров такого партнёрства в вашей практике?

– Очень много. И мы можем видеть успешность такой стратегии по отзывам наших партнёров и коллег о нашей компании. Вокруг ИПК «ИНДУСТРИЯ» нашей усердной работой создаётся положительная деловая репутация. Мы подходим к решению своих задач с инженерной точки зрения, а инженер – это созидатель. Деньги – это важно, но не первостепенно, поскольку только понимание развития бизнеса шаг за шагом, сплочение дают возможность наращивать свою деятельность, что ведёт к достаточному количеству оборотных средств, а также и к росту маржинальной составляющей, которую можно направлять на развитие, а эти средства мы чаще всего и инвестируем в людей, в наших будущих партнёров.



Алексей Тихомиров – владелец ООО «ЯрМашХолдинг», динамично развивающейся металлообрабатывающей компании; а кроме того, эксперт по развитию бизнеса. Успешный предприниматель не нанимает на работу тех, кто не готов к ускорению, и меняет систему управления производством. Об этом – в интервью нашему изданию.

АЛЕКСЕЙ ТИХОМИРОВ: «УСКОРЕНИЕ – ОСНОВА ВСЕГО ПРОИЗВОДСТВА»

– Алексей, вы в одном из интервью упоминали о том, что привыкли держать все процессы на производстве под контролем. Действительно ли владельцу надо вникать во все детали?

– С тех пор как я об этом говорил, компания сильно выросла, и сейчас я уже, конечно, делегирую полномочия, контролирую больше показатели отчётности. В малом бизнесе все процессы быстрые: каждый день у меня отчёт, каждый день мы работаем по-разному, но всегда есть чёткий план, сколько мы должны выполнить количественно, сколько в стоимостном выражении и т. п. Каждый день проводим аналитику: почему было сработано так, а не иначе, в чём причина каких-то проблем: в людях, в станках, в самом заказе или в технологии.

Но, например, сейчас я привлёк консультанта, чтобы со стороны описал все бизнес-процессы: на какой стадии мы в данный момент, чего хотим достичь и что надо для этого сделать. Ведь по мере роста многое меняется. И сейчас я полностью ломаю прежнюю структуру управления и создаю новую с нуля – с новыми должностными инструкциями, новыми обязанностями, новыми цепочками подчинения и т. п.

– Зачем что-то менять, если и так всё хорошо?

– Я считаю, что в стране в целом необходимо менять систему управления производством на основе его анализа. Спросите любого собственника малого или среднего предприятия: считает ли кто-то накладные расходы в режиме реального времени? Практически никто этого не делает: утвердили на год и так и живут. А ведь ситуация минимум раз в месяц, а то и чаще меняется. Если мы будем следить за производством в режиме реального времени, то и производство будет намного быстрее расти, а мы сможем более эффективно исполь-

зовать свой собственный и коллективный временной ресурс и больше зарабатывать.

– Как этого добиться?

– Во-первых, за счёт автоматизации процессов. Например, я анализирую отчёты и вижу, что есть возможность ускорить процессы при производстве поштучно устанавливаемых серийных деталей. И сейчас ищу подходящее оборудование: скажем, порталные манипуляторы, которые снизят число ручного труда в этом процессе. Я не сторонник идеи бездумной автоматизации, надо чётко понимать, для чего это делаешь, какие задачи решаешь, это поможет ускориться.

– То есть для вас ускорение процессов имеет большое значение?

– Ускорение – это основа всего. Я бы сказал, что существование всей нашей организации основано на ускорении всех процессов. Например, даже расчёт заявки мы делаем в течение 24 часов, а такой оперативностью мало кто может похвастаться; мы же просчитываем все чертежи, а их может быть сотни за сутки. Не менее быстро мы запускаем и процессы производства, готовим документацию, отгружаем готовый заказ и работаем 24/7 – даже в праздники.

– Все ли такой темп выдерживают?

– На самом деле многие работают по-сменному; конечно, людям надо отдыхать. У меня у самого появилось уже два выходных. Есть время в течение дня подзарядиться, заняться спортом, но на связи я всегда до глубокой ночи и с сотрудниками по неотложным вопросам, и, конечно, с заказчиками.

Но проблема с кадрами есть, и не потому, что специалистов не хватает, а потому, что не все готовы работать. Например, в «ЯрМашХолдинге» зарплата оператора станка с ЧПУ существенно выше рыночной, но не-

которые даже готовы получать поменьше, но работать на одном-двух станках, а не, скажем, на пяти. Были случаи, когда люди приходили ко мне и говорили: «Нам не нужна такая высокая зарплата, но мы хотим, чтобы было меньше работы». Ну а мне не нужен такой мастер или оператор. Но те, кто остаётся, втягиваются в наш ритм, привыкают к тому, что на производстве не бывает такой ситуации, чтобы кто-то ничего не делал, всегда все заняты, иначе компания будет замедляться, а это недопустимо.

– Какими основными качествами должен обладать лидер, чтобы вести людей за собой?

– У него должна быть идея, в которую он верит и которой он может «заразить» людей. Лично я очень верю в наше предприятие, в то, что мы работаем именно так, как надо, и показываю это коллективу на личном примере.

Ещё очень важны честность и выполнение взятых на себя обязательств. С момента старта предприятия у нас ни разу не было задержек зарплаты.

– А какими достижениями за те четыре года, которые прошли с момента запуска «ЯрМашХолдинга», вы особенно гордитесь?

– Тем, что с самого старта проекта я выбрал для развития предприятия узкое и современное направление работы только на станках с ЧПУ, и это оказалось правильным решением. В прошлом году выручка предприятия уже составила 124 миллиона руб., а начинали мы примерно с 12 миллионов.

Горжусь тем, что мы продолжаем расти, и у нас получается всё, что мы планируем. Я вообще человек системный: всегда составляю планы с чёткими целями и алгоритмами действий. Горжусь тем, что мы пережили уже несколько кризисов и вышли из них достойно.

И конечно, людьми, их профессиональным ростом. Например, заместитель по производству – женщина, которая работала мерчандайзером в магазине и начинала у нас с должности диспетчера, а сейчас она, по сути, управляет всем производством.

– А о чём вы сегодня мечтаете?

– Если говорить о мечтах, связанных с производством, то я хочу, чтобы оно было максимально автоматизировано: всегда есть резервы для ускорения. Думаю о внедрении MES-системы (Manufacturing Execution System) – продвинутой системы управления производством, которая оптимизирует и систематизирует все процессы. Я не хотел бы управлять каким-то гигантским предприятием, но хочу и дальше развивать «ЯрМашХолдинг» как гибкое, мобильное и суперсовременное производство.



БЫСТРЫЙ СТАРТ

В компанию «БИОТЕКФАРМ» меня пригласили в 2012 году на должность директора по развитию. По образованию я не медик, из перевязок знал лишь про бинт и зелёнку, так что позвали меня исключительно благодаря личностным качествам: я хорошо коммуницирую с людьми, могу быстро вникнуть в проблему и понять, как её решить, быстро обучаюсь новому.

И первое, что я сделал на новой должности – организовал для «БИОТЕКФАРМ» участие в крупнейшем российском форуме «Здравоохранение». Компании на тот момент было уже почти 10 лет, а она ни разу не принимала участия в этой знаковой выставке, да и бюджета на это выделено не было. В огромном выставочном павильоне мы заняли всего 2 кв. метра, но активно собирали контакты дистрибьюторов, знакомились, общались. Итог – на участие в выставке мы затратили 200 тыс. рублей, а уже через месяц, благодаря новым контактам, отгрузили продукции более чем на 1,5 млн рублей.

Через три месяца я стал коммерческим директором компании, а ещё через три – исполнительным. Я занимаюсь тем, что я люблю: придумываю новое, общаюсь, договариваюсь; и счастлив, когда задуманное удаётся. А главная мотивация – это когда понимаешь, что благодаря работе нашей команды зажили раны у пациентов, которые не заживали много лет! Ради этого стоит жить и работать. Это и есть социально ответственная компания в моём понимании!

НЕ ЛЮБЛЮ ВЫРАЖЕНИЕ WIN-WIN

Когда в 2012-м мы отгружали продукции на 4 млн рублей в месяц, то были очень рады, теперь если меньше 50 млн – считаем месяц неудачным. Может показаться, что это не так много, но всё не так просто:

АЛЕКСАНДР ГЕРШТЕЙН: «МЫ ДОЛЖНЫ СОХРАНЯТЬ ЛЮДЕЙ»

Александр Герштейн, исполнительный директор ведущего российского разработчика и производителя современных перевязочных средств под брендом «Всё Заживёт.» – компании «БИОТЕКФАРМ», иногда называет себя антистресс-менеджером. Ключевое отличие от антикризисного менеджмента – не выводить компании из кризиса, а почувствовать, что на каком-то участке компании может быть кризис, и не позволять ему случаться. За время его работы обороты предприятия выросли многократно, и оно активно развивается. Он рассказал нам о начале карьеры в компании, о том, что плохого в стратегии win-win, и о том, что помогает бизнесу расти и крепнуть.

«БИОТЕКФАРМ» не гигант, и мы смогли пережить крайне тяжёлые времена, ни разу не уйдя в минус.

Когда в 2014 году были введены первые санкции по отношению к России и началось развитие импортозамещения, то многие восприняли это так: надо быстрее закупать импортную продукцию, а то её потом не будет. Я договаривался, убеждал, уговаривал, и даже в кошмарные для нас 2014-2015 годы мы не ушли в минус. Хочу сказать отдельное спасибо Минпромторгу РФ: благодаря их поддерживающим программам нам удалось не только выжить, но и осуществить новые разработки и действительно полноценно заместить импортную продукцию.

И всегда мы сами действовали и действуем активно. Например, наш главный конкурент – крупнейшая немецкая компания с историей, насчитывающей более 200 лет. Взял я как-то в руки их каталог – толстенный, солидный, а у «БИОТЕКФАРМ» на тот момент – четыре листовки формата А4. Но кто не хочет большего, тот ничего и не добьётся. У нас не было денег, чтобы выпускать такой же объём продукции, как у немецкого гиганта, но вокруг были другие маленькие компании – почему бы не объединиться и не выпускать совместный каталог? Да, это будет каталог разных производителей, но из одной сферы. Задумано – сделано.

И сегодня под эгидой Минпромторга функционирует Центр содействия организациям и производителям продукции для лечения ран (АНО «ЦОП»), а совместный каталог солиден и представительен, охватывает весь ассортимент отрасли, есть что презентовать партнёрам. Искренне горжусь этим достижением. Все участники проекта в выигрыше.

Знаете, я вообще очень не люблю американское выражение win-win. Потому что в нём выигрывают только двое. Мне нравится, когда win-win-win-win-win... как можно больше победителей: от продавца сырья до бабушки, которой сделали перевязку – и «Всё Заживёт.».

Конечно, бизнес должен приносить прибыль, и я, как и все, хочу зарабатывать деньги, но я их инвестирую в новые проекты. Например, сделали мобильное приложение (RAN. PRO), которое по фотографии определяет

состояние раны, помогает медицинскому персоналу грамотно вести пациента и советует, какие действия надо предпринять. Для удалённых регионов, сёл, где порой нет специалистов, которые умеют грамотно обработать рану, это очень важно, иначе последствия могут быть до летального исхода, а мы должны сохранять людей. Аналогичного приложения в мире нет, другие только размер раны могут определить, а не процесс в ней. Будет ли оно приносить мне деньги? Не знаю. Но то, что принесёт пользу людям, точно.

ПЕРЕЕЗЖАЕМ, ЧТОБЫ РАСШИРИТЬСЯ

Мы уже давно планировали переезд в здание побольше, потому что ассортимент у «БИОТЕКФАРМ» широчайший: от стандартных стерильных послеоперационных пластырей до сложнейших специализированных хирургических повязок, и выпускать мы можем больше, но имеющихся 2,5 тыс. кв. метров нам не хватает, а производственное оборудование требует специфических условий, его нельзя поставить в условном «гараже» и начать работать. И наконец, мы переезжаем на новую производственную площадку, которая больше нынешней в два раза.

Бизнес-план под новое производство уже готов. Во-первых, мы расширяем ассортимент новых линеек: наростим производство адгезивной силиконовой продукции, расширим номенклатуру специальных повязок и пластырей.

Но самое главное – наростим выпуск количественно, что позволит в том числе сохранить доступные цены. Наша продукция не для тех, у кого много денег; наши основные потребители – люди с заболеваниями, не всегда финансово обеспеченные, дети с редкими заболеваниями: например, «дети-бабочки». И если бы у нас не было роста, то за последние два года мы были бы вынуждены поднять цены в два раза, а мы их повысили всего на 15%, хотя цены на то же сырьё поднялись многократно, но мы социально ответственный бизнес и должны обеспечить людей качественными и доступными перевязочными материалами, что поможет сохранить многие жизни и здоровье – и это не преувеличение.

Игорь Евгеньевич Шохин – доктор фармацевтических наук, генеральный директор ООО «Центр фармацевтической аналитики» (ЦФА). За его плечами более 200 научных публикаций, из них около 80 индексируется в международной базе данных Scopus. Он является автором диссертации «Методологические основы исследований эквивалентности in vitro и моделирования высвобождения лекарственных средств в ЖКТ» и монографии «Тест «Растворение» в разработке и регистрации лекарственных средств». Лидер мнений и руководитель более 300 биоаналитических исследований (2011-2023 гг.). Эксперт Российского научного фонда и научно-технологического совета, ведущий переводчик и научный редактор русского издания «Европейская фармакопея», а также главный редактор научно-производственного журнала «Разработка и регистрация лекарственных средств». О недавних достижениях ЦФА и трендах отрасли – в нашей публикации.



ИГОРЬ ШОХИН: «НЕОБХОДИМО ОБЕСПЕЧИТЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ СУВЕРЕНИТЕТ РОССИЙСКОЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ЛИДЕР ОТРАСЛИ

«Центр фармацевтической аналитики» получил статус-награду «Лидер отрасли – 2023» и соответствующий сертификат от Всероссийского бизнес-рейтинга. Компания была награждена за весомый вклад в развитие российской экономики, добросовестную уплату налогов, достижение высоких экономических показателей. Достойная компания не может существовать без достойного лидера. Генеральный директор «Центра фармацевтической аналитики» Игорь Шохин стал «Руководителем года – 2023» за профессиональное и эффективное управление предприятием, занявшим лидирующее место в отраслевом финансово-экономическом рейтинге. ЦФА проделал большой путь, чтобы стать лидером, и на достигнутом не останавливается.

Так, 27 и 28 февраля 2024 г. состоялся двухдневный международный конгресс «Разработка и регистрация лекарственных средств» – одно из самых уважаемых и оживленных отраслевых мероприятий, которое проводится с 2012 года и организаторами которого являются научно-производственный журнал «Разработка и регистрация лекарственных средств» и ООО «Центр фармацевтической аналитики», а Игорь Шохин – бессменным председателем организационного комитета. В этом году на мероприятии в качестве спикеров выступили руководители фармацевтических компаний, ведущие учёные, ключевые сотрудники из Росздравнадзора и Минздрава. В рамках

конгресса была отдельная секция с представителями МИКа и Сколково, где было рассказано о мерах поддержки для отечественных фармацевтических компаний.

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ

Новая экономическая реальность не могла не сказаться на фармацевтической промышленности России. «Нам необходимо обеспечить технологический суверенитет российской фармацевтической промышленности, наладив производство и разработку ряда жизненно необходимых лекарственных средств (аналогов) на территории РФ», – говорит Игорь Шохин.

В прошлом году Правительство РФ утвердило стратегию «Фарма-2030». И как поясняет Игорь Шохин: если главной задачей прежней программы «Фарма-2020» было повышение доли отечественных средств на рынке, в первую очередь за счёт дженериков, то сейчас задачи более амбициозные – продукция должна стать конкурентоспособной для выхода на внешние рынки. «Задача сложная, поскольку требования регуляторов разных стран могут отличаться от требований России и стран ЕАЭС, но выполнимая. Например, мы принимали участие в клинических исследованиях отечественного инсулина, который уже вышел на рынки Латинской Америки», – рассказал эксперт.

«Центр фармацевтической аналитики» хорошо известен своими высокими исследовательскими компетенциями. Здесь проводятся и аналитические этапы кли-

нических исследований для оригинальных препаратов, и исследования по биоэквивалентности для воспроизведённых лекарственных средств, и исследования биоаналогичности для биопрепаратов, и многие другие качественные исследования. В 2023 году компания провела реорганизацию, переехала в новые помещения, а также создала новый большой лабораторный комплекс, что позволило сделать работу ещё более эффективной. «В прошлом году перед нами стояла важнейшая задача – оперативно провести исследования для двух импортозаменяющих аналогов лираглутида и семаглутида – стратегически важных лекарственных средств для лечения диабета второго типа, так как оригинальные препараты ушли из России. Производители быстро включились в процесс разработки, а мы смогли в кратчайшие сроки провести все необходимые исследования. И в октябре-ноябре эти лекарства уже появились в аптеках – мы этим очень гордимся», – рассказал Игорь Шохин.

Лаборатория компании работает согласно стандарту GLP – надлежащая лабораторная практика, – что позволяет говорить о высокой степени достоверности результатов и исследований новых лекарственных средств. И ЦФА планирует и дальше наращивать объём исследований для инновационных и воспроизведённых лекарственных средств, исследований, без которых невозможно вывести отрасль на новый уровень развития.



ВАДИМ ЗОРИН: «СОЗДАЁМ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ САМЫХ СЛОЖНЫХ ЗАДАЧ В ЛЕЧЕНИИ ПАЦИЕНТОВ»

Регенеративная медицина сегодня – одно из самых быстроразвивающихся направлений медицины. О некоторых инновационных технологиях в этой области нам рассказал Вадим Зорин – врач-биофизик, кандидат биологических наук, заведующий отделом регенеративной медицины публичной биотехнологической компании «Артген биотех», эксперт Сколково, генеральный директор ООО «Витацел», ООО «Скинцел», лауреат Премии Правительства РФ в области науки и техники.

ИННОВАЦИОННЫЙ УРОВЕНЬ БИОПЕЧАТИ

Клеточные технологии – огромное поле для исследований. Например, одно из направлений, которые мы развиваем, – 3D-биопечать *in situ*: это новый развивающийся терапевтический метод лечения кожных заболеваний человека (ожоговых больных или больных с рецессивным дистрофическим буллёзным эпидермолизом). Эта работа проводится в сотрудничестве с Московским институтом пластической хирургии и косметологии, Московским центром дерматовенерологии и косметологии, Университетом науки и технологий МИСИС и НИИ канцерогенеза, ФГБУ «НМИЦ онкологии им. Н. Н. Блохина» МЗ РФ. В этой работе впервые было показано, что существуют специфические корреляции между регенеративным потенциалом фибробластов кожи человека и биологическими свойствами трёхмерных тканевых сфероидов, изготовленных из этих фибробластов. И можно выявить, какие фибробласты наиболее эффективны в формировании сфероидов. Эта характеристика может быть использована для прогнозирования регенеративного потенциала тканевых сфероидов *in vivo*, что позволит вывести 3D-биопечать на более инновационный уровень, так как позволит отбирать фибробласты с наиболее высоким регенеративным потенциалом, закрывать раневые поверхности прямо на пациентах; благодаря этому методу заживление тканей идёт значительно быстрее.

ТЕРАПИЯ ОТ СТАРЕНИЯ

Но это, конечно же, не всё. В 2023 году у нас вышла статья в зарубежном научном издании «Curr. Issues Mol. Biol.» (2023), которую можно перевести как «Дермальные фибробласты как основная мишень воздействия при *anti-age* коррекции кожи с применением методов регенеративной медицины». Зарубежные научные рецензенты написали, что эта рукопись представляет собой выдающийся вклад в фундаментальную науку, что, конечно, очень приятно. В статье представлены данные современ-

ных исследований механизмов старения кожи и происходящих в ней регенеративных процессов на молекулярном и клеточном уровнях; и прежде всего – роли в них фибробластов, ключевой с точки зрения регенерации кожи популяции клеток. На основе анализа этих данных предложена концепция *anti-age* терапии кожи, во главе которой – стимуляция регенеративных процессов на молекулярно-клеточном уровне. Главная мишень воздействия – дермальные фибробласты (ДФ). Именно они – главный клеточный компонент основного слоя кожи, дермы. Их функция состоит в продукции, организации и обновлении компонентов дермы.

В статье представлен вариант косметологической *anti-age* программы с применением комбинации лазерных и клеточных методов регенеративной медицины. В программе три последовательных этапа:

1. Лазерные технологии позволяют моделировать коллагеновый матрикс и создать благоприятные условия для функционирования ДФ.

2. Введение культивированных аутологичных ДФ (SPRS®-терапия) позволяет поглотить уменьшающийся с возрастом пул зрелых ДФ, отвечающих за синтез компонентов внеклеточного матрикса дермы.

3. Наконец, применение аутологичной плазмы, богатой тромбоцитами (PRP), позволяет поддерживать достигнутые результаты за счёт стимуляции функции ДФ.

Таким образом, последовательное поэтапное применение данных методов регенеративной медицины позволяет потенцировать их воздействие уже на молекулярно-клеточные процессы старения и, соответственно, оптимизировать клинический эффект омоложения кожи и его продолжительность.

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОРГАНИЗМА

Люди всегда стремились жить долго. Сегодня мировые корпорации и многие богатые люди вкладывают гигантские деньги для того, чтобы найти универсальную технологию или препараты, которые позволи-

ли бы жить, например, лет до 120. Скажем, 45-летний мультимиллионер Брайан Джонсон из США тратит миллионы долларов на своё омоложение, в том числе переливая плазму крови собственного 17-летнего сына – и это только один из методов. Он один из самых системных биохакеров. Меня много раз спрашивали, как я отношусь к биохакингу. Термин модный, но не все понимают, что это такое. А это не что иное, как оптимизация работы организма, состояния здоровья и самочувствия с помощью науки, технологий и знания физиологии человека. И поле для важнейших открытий.

Скажем, я интенсивно занимался спортом с 2021 года, и большие нагрузки спровоцировали болезненность в локтевых и плечевых суставах. Диагноз – эпикондилит локтевых суставов и застарелый артроз плечевых суставов. Вердикт врача – никакого воркаута, никаких турников, никаких брусьев и так далее. А я решил, напротив, увеличить тренировочную нагрузку, чтобы заставить организм собраться в экстремальных условиях и попытаться регенерировать гиалиновый хрящ и улучшить состояние плечевых и локтевых суставов. Конечно, всё это с замерами, под строгим контролем. Мы с моей женой Аллой, тоже учёным и коллегой, проводили замеры, какой отклик получается по гормональному фону, лактату и другим биохимическим маркерам.

И мы обнаружили, что при определённой нагрузке происходит максимальный выброс гормона роста, который справедливо считается гормоном омоложения; он, в свою очередь, стимулирует синтез коллагена и приводит к регенерации тканей: эпикондилита как не бывало, «прошёл» и застарелый артроз плечевых суставов, через год все боли ушли. Когда я делал уже вторичное УЗИ, врач был просто поражён. И хотя эти заболевания суставов полностью вылечить нельзя, но картина принципиально поменялась. И я открыто делюсь с людьми методом, который позволяет значительно улучшить качество жизни. Такой подход и есть биохакинг!

ЯСИН ТАХА ДЖЕЛИЛОГЛУ: «КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ СЕРВИС ВСЕГДА ПОБЕЖДАЕТ»

Компания vMind JV хорошо известна на российском IT-рынке своими инновационными решениями по цифровизации бизнеса. Среди клиентов vMind JV – компании из различных секторов экономики, которые настроены на повышение эффективности своих бизнес-процессов. Генеральный директор компании ЯСИН ТАХА ДЖЕЛИЛОГЛУ рассказал о том, как цифровые технологии влияют на деловой мир, а также о том, почему решения от vMind JV выбирают мировые бренды.

– vMind JV, достаточно молодой игрок в сфере IT на российском рынке, в условиях конкуренции быстро набирает обороты, растёт и развивается. Вы довольны теми результатами, которые показывает компания?

– В 2023 году мы достигли 4-кратного роста, набрав хороший темп, и успешно начали новый год. Однако, по сравнению с целями, которых мы хотим достичь, предстоит ещё много работы. Рыночные условия очень изменчивы, и некоторые непредвиденные трудности замедляют наши темпы, но у нас есть серьёзные преимущества, которых нет у других компаний. Мы хотим использовать эти преимущества в полной мере.

– Сегодня идёт комплексное преобразование бизнеса, связанное с переходом к новым бизнес-моделям, каналам коммуникаций с клиентами и поставщиками. Какую роль здесь играет цифровая трансформация?

– Как вы знаете, существуют определённые отраслевые стандарты. Если раньше существовала Индустрия 4.0, то теперь появилась так называемая Индустрия 5.0, то есть «сверхумное общество». У меня была возможность убедиться в этом, особенно во время наших поездок в Китай совместно с производителями. Переход к роботизированным процессам и искусственному интеллекту становится всё более активным. Кроме того, сейчас резко возросли масштабы планирования ресурсов предприятия, называемого ERP, и программного обеспечения для управления взаимоотношениями с клиентами, называемого CRM. После создания процессов многие функции теперь выполняет само программное обеспечение. Кроме того, во многих программах есть модули поведения, и они могут использовать и принимать решения в том объёме, который вы им предоставите. Таким образом, ошибок, вызванных человеческим фактором, почти не остаётся, но, конечно, есть и негативные моменты, такие как рост безработицы, если рассматривать с точки зрения социологии.



– Компания предлагает целый комплекс услуг и решений. Можно ли отметить сегодня те реализованные проекты, которыми вы особенно гордитесь?

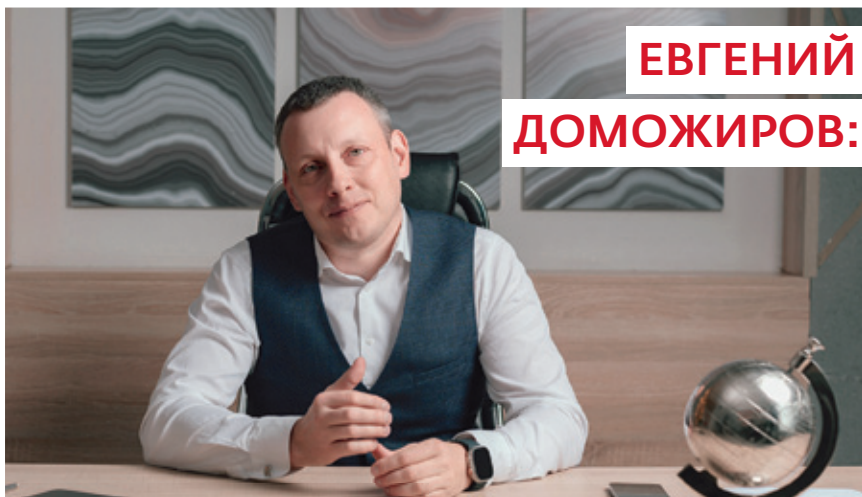
– Сегодня у нас есть множество успешных проектов, которые мы называем on-premise, т. е. местное программное обеспечение, устанавливаемое и эксплуатируемое в системах, расположенных на территории лица или организации, использующих ПО, а не в удалённых объектах, таких как серверная ферма или облако.

У нас есть стратегические проекты в этой области и, конечно же, в облачных сервисах. Мы выполнили поставку и проектирование сетевых устройств, используемых в одном из крупнейших в России многопрофильных медицинских комплексов под Санкт-Петербургом, установку и миграцию основных систем и систем аварийного восстановления государственного банка в Узбекистане, проектирование, поставку и установку

систем, используемых в АСУТП важного проекта, имеющего стратегическое значение для двух стран. Мы создали SAP-инфраструктуру ведущего цементного завода в Турции за 48 часов, включая логистический период, и тиражировали её в Турции. С точки зрения объёма и успешности это те проекты, о которых я могу рассказать при первой же возможности. Есть и другие интересные проекты, о которых я не могу рассказать подробно из-за соглашения о конфиденциальности, подписанного с компаниями.

– Вы как-то упоминали, что уверенно идёте к тому, чтобы стать мировым брендом. Как вы сегодня могли бы описать тот путь, который на пути к этой цели уже проделала компания? И, с вашей точки зрения, каковы слагаемые успеха в бизнесе?

– Сегодня у нас есть клиенты во многих частях света. Большинство из них – глобальные бренды с филиалами во многих странах. Мы получаем от них обратную связь, которая свидетельствует о крайне высоком уровне удовлетворённости наших клиентов. vMind JV предоставляет компаниям услуги по интеграции и последующей поддержке. При необходимости – 24 часа в сутки 7 дней в неделю, чтобы клиенты чувствовали, что мы всегда рядом, и они могут рассчитывать на нас. Я думаю, что самый большой маркетинг и реклама – это положительные комментарии, которые клиент даёт о вашей компании другому потенциальному клиенту. Я никогда не видел более эффективной рекламы, чем эта, поэтому очень важно, чтобы ваша репутация на рынке была отличной. Существует множество рисков, возникающих из-за внешних условий. Мы должны быстро адаптироваться к обновлённым рыночным условиям, внушать доверие, взаимодействовать и быть в движении. Клиенты различны, кто-то более традиционен, кто-то более инновационен, но клиентоориентированный сервис всегда побеждает.



**ЕВГЕНИЙ
ДОМОЖИРОВ:**

«CELERI – технология роевого взаимодействия»

Компания CESCO – инновационный IT-интегратор, представленный на рынке IT-услуг с 2014 года. RnD-департамент CESCO специализируется на разработке уникальных решений для бизнеса. Один из флагманских проектов – CELERI – инновационный комплекс управления группой дронов. CELERI развивается под руководством генерального директора компании Евгения Доможирова.



– Евгений Владимирович, что же представляет собой комплекс CELERI и для решения каких задач он предназначен?

– Если говорить коротко, то CELERI – комплекс связанных в группу (рой) устройств, действующих по сценарию. Он способен решать стеки задач в зависимости от сферы деятельности заказчика и с успехом применяется в разных сферах: сельское хозяйство, строительство, обеспечение безопасности, энергетика, логистика, экология. Например, в аграрной сфере CELERI проводит мониторинг сельскохозяйственных участков, а также посевные работы и обработку почвы, в сфере энергетики контролирует промышленные объекты, выявляет аварийные участки и т. п.

– В чём преимущества именно системы CELERI по сравнению с другими, что делает её уникальной?

– Большинство из имеющихся систем ориентированы на решение ограниченного числа задач и имеют короткое время автономного полёта. Наша концепция роевой модели управления заключается в автономной групповой работе устройств, которые могут совмещать миссии и задачи внутри реализуемых функций для достижения нужной цели. Каждый участник группы может работать автономно по индивидуальному плану, а также проводить автоматизированный анализ полученных данных и перераспределять задачи непосредственно в процессе работы. Таким образом, оператор комплекса – например, фермер – ставит задачи: определить границы поля, параллельно посчитать количество голов скота и произвести полив и удобрение определённых участков; и далее может спокойно заниматься своими делами. Внутри группы дроны самостоятельно распределяют задачи, осуществляют самостоятельный взлёт и выполняют миссию. Иными словами, взаимодействие с роем строится по схеме «отпустил и забыл».

Если ресурсная база подходит к концу (критически снизился заряд батареи, закончились семена, необходимые химикаты и т. п.), то дрон возвращается на автономную платформу обслуживания, где в автоматическом режиме заменяются необходимые компоненты, и он взлетает для продолжения выполнения задачи.

Сегодня гарантированный запас производительности системы – это тысячи часов налёта, т. е. около полутора лет эксплуатации устройства без дополнительного сервисного обслуживания.

– Нужны ли какие-то специальные технические знания пользователям CELERI, обучение?

– Слоган компании CESCO – «Computer Science For Life»: мы создаём продукты, которые очень просто использовать в жизни. Зачастую для пользования различными профессиональными системами нужна специальная подготовка, а то и сертификация. Всё просто как в смартфоне: для использования наших систем не нужно проходить курсы обучения. Программный интерфейс максимально понятен. Пользователю CELERI достаточно открыть консоль управления и внести необходимые для решения задачи. Или заранее запланировать их в календаре событий, а система самостоятельно считывает и анализирует по заранее заложенным в систему правилам. Например, в связи с изменением погодных условий может быть перенесён вылет группы для внесения удобрений или подсева травы в случае засухи. Решение CELERI максимально просто использовать в интересах любого бизнеса.

– Каковы возможности для расширения функционала системы CELERI?

– Мы развиваем технологии групповой работы устройств на земле, в воздухе и воде. Одно из направлений CELERI – управление группой наземных роверов, предназначенных для работ на земной поверхности.

Также комплекс CELERI эффективно используется для взаимодействия с людьми, которые проводят работы на земле. Полезная нагрузка, установленная на дронах, позволяет комплексно проанализировать текущее состояние объекта и передать информацию (изображение, координаты объекты и т. п.) людям на земле для дальнейшей работы. Так, например, можно искать потерявшийся скот, определять инвазивные растения, обнаруживать разрывы линий электропередач. После идентификации этих аномалий на пульт управления передаются координаты и на место приезжает группа людей, способных устранить проблему.

– Сегодня система CELERI вышла на международный уровень. Каковы сферы применения CELERI на зарубежных рынках?

– Спрос на наши технологии на международном рынке очень высок. Мы тесно сотрудничаем с ОАЭ, странами Латинской Америки и Африки. CELERI может решать целый комплекс задач, и за рубежом мы реализуем проекты разной направленности. Например, в Африке, где не везде есть развитая транспортная инфраструктура, мы реализуем проект по доставке медикаментов в дальние регионы.

Для решения подобных задач используется класс тяжёлых и сверхтяжёлых дронов. Это инновационная разработка компании CESCO – гибридная модель с силовой установкой на жидком топливе в сочетании с электрическим двигателем на генерируемой энергии. Такие дроны держатся в воздухе дольше, чем обычные электрические и могут преодолевать огромные расстояния.

Также высок спрос от зарубежных партнёров на мониторинг промышленных объектов, обеспечение безопасности периметров на различных территориях и т. п.

Комплекс CELERI сегодня – это отличный инструмент для повышения эффективности бизнеса, и дальше его возможности будут только расширяться.



ГК «ССТ»: КОМФОРТ И ЗАЩИТА ВАШЕГО ДОМА. РЕШЕНИЯ ОТ СОЗДАТЕЛЕЙ ОТРАСЛИ

Группа компаний «Специальные системы и технологии», основанная в 1991 году, является мировым лидером по производству систем электрообогрева. Заводы компании находятся в Московской области. Предприятие разрабатывает и выпускает решения на основе электрических нагревательных кабелей для промышленных и инфраструктурных объектов, гибкие гофрированные трубы из нержавеющей стали для инженерных коммуникаций, специальные нагреватели для судов и летательных аппаратов, а также многое другое. Знаковым событием в 2023 году для Группы компаний стало возобновление выпуска тёплых полов и систем защиты от протечек воды. О том, почему это событие стало новым витком развития компании и отрасли в целом, нам рассказала Наталья Яркова, исполнительный директор компании «ИВС», входящей в структуру ГК «ССТ».

– Наталья Васильевна, почему ваша компания приняла решение возобновить производство тёплых полов и систем защиты контроля от протечек воды?

– Дело в том, что ГК «ССТ» является основателем и первооткрывателем в производстве систем защиты от протечек воды и электрических тёплых полов. В 90-е годы компания освоила выпуск этих продуктов и предложила полностью отечественные решения россиянам, сделав их дома и квартиры безопаснее и комфортнее. Выпуск этих продуктов был приостановлен несколько лет назад, что было продиктовано исключительно условиями сделки, по которой часть бизнеса по производству тёплых полов и систем

защиты от протечек воды перешла к европейской компании.

Возвращение этих решений в наш ассортимент стало вопросом времени, а все необходимые для этого ресурсы никуда не делись. С нами осталась 30-летняя экспертиза в сфере электрообогрева и специальной электротехники, накопленная компанией годами; и более того – вся квалифицированная команда.

И уже совершенно точно 2023 год можно вписать в историю развития компании. Мы совершили невозможное: за короткий период возобновили производство тёплых полов и систем защиты от протечек воды, и эта продукция уже находится на полках в крупнейших DIY и магазинах.

– Каковы главные преимущества ваших систем защиты от протечек воды по сравнению с конкурентами на рынке?

– Новая система защиты от протечек Stahlmann учитывает все пожелания профессиональной аудитории. Во-первых, мы сделали шаровой кран из бронзы – более прочного, пластичного и коррозионностойкого материала по сравнению с латунью или нержавеющей сталью. Разработчики продумали конструкцию для быстрой, простой и удобной установки: электропривод можно устанавливать с помощью одного винта, а также под углом с шагом 45°, что особенно актуально в стеснённых условиях санузлов типовых квартир, за что профессиональные монтажники скажут нам «спасибо», т. к. это существенно сокращает время монтажа. У датчиков увеличена зона обнаружения протечек воды, разработан модуль для интеграции защиты от протечек в систему «Умный дом».

– Какое влияние ваши новые продукты оказали на рынок тёплых полов в России?

– Можно сказать однозначно: положительное! Рынок ждал и жаждал нашего возвращения, ведь сейчас, как никогда, потребители нуждаются в качественных и надёжных решениях для строительства и обустройства своего дома. Кто, как не мы, ГК «ССТ», мировой лидер и эксперт в области нагревательных систем, может их дать!



ГК «ССТ» в июле 2023 года возобновила выпуск электрических тёплых полов под торговыми марками «Русское Тепло» и OneKeyElectro

Подготовила Анна Добрынина



СТЕПАН ВУНДЕР: «НУЖНО ПРОДОЛЖАТЬ ДВИГАТЬСЯ ВПЕРЁД»

Глава компании «Новые системы электроники» (НСЭ) СТЕПАН ВУНДЕР имеет за своими плечами успешный опыт работы в разных странах: в США, Германии, России. Сегодня компания, которой он руководит, занимает лидирующие позиции в сфере производства интеллектуальных решений для спецтехники и реализует новые масштабные проекты на российском рынке. Генеральный директор НСЭ убеждён, что Россия – страна возможностей. А там, где есть возможности, легче развивать высокотехнологичный производственный бизнес. О том, какие инновационные разработки НСЭ сегодня предлагает своим клиентам и как трансформируется рынок «умной спецтехники» в России, СТЕПАН ВУНДЕР – в интервью нашему изданию.

– Степан Викторович, какие тенденции в сфере разработки интеллектуальных решений для спецтехники сегодня можно отметить?

– Я рад видеть, что всё больше производителей спецтехники задумывается об удобстве и эффективности водителя. Они стремятся модернизировать свою технику, чтобы она стала более интеллектуальной и комфортной в использовании. Это приводит к тому, что техника становится сложнее, и без интеллектуальных решений уже не обойтись.

И производители спецтехники сегодня настроены на партнёрство с такими компаниями, как НСЭ, поскольку это позволяет совместно создавать успешные проекты.

Ещё один важный момент – это то, что производители спецтехники всё чаще собирают машины по одной и той же схеме, предлагая потребителям различные опции. Я думаю, что Россия находится на правильном пути в этом направлении, и нам нужно только продолжать двигаться вперёд и не бояться делать эти шаги.

– Какие новые разработки компании сегодня вы могли бы отметить?

– В конце 2023 года мы выпустили наш новый дисплей D7 и уже проводим его тестирование на специализированной технике. В настоящее время мы полностью программируем их сами, чтобы в будущем заказчики могли самостоятельно программировать эти дисплеи в нашей среде АСУ Конфигуратор. Для разработки системы программирования мы наняли ИТ-программистов, которые к лету 2024 года создадут версию, где заказчик сможет самостоятельно создавать весь дизайн дисплея. К концу 2024 года всё программирование дисплеев D7 будет полностью осуществляться через АСУ Конфигуратор, и заказчику не нужно будет обращаться к нам.

Также мы работаем над стандартными продуктами для быстрой сборки монтажных блоков. Первые продукты уже появились в нашем каталоге. В 2023 году мы разработали маленькое реле на базе

автомобильного протокола CAN и тестируем его у заказчика. Мы значительно модернизировали наши интеллектуальные блоки АСУ, и к лету 2024 года выйдет совершенно новая и более мощная система АСУ-2.3 и АСУ-2.3М.

Самая большая новинка в 2024 году – это цифровая платформа для анализа состояния агрегатов в режиме реального времени, которую мы назвали Sayorates. Весной 2024 года мы запустим первую тестовую версию этой платформы и начнём тесты на машинах заказчиков. У нас уже есть базовый функционал, который будет постоянно расширяться. Теперь мы хотим услышать мнение заказчиков о том, какие дополнительные функции они хотели бы видеть.

– Сегодня актуальный тренд – локализация производства. Вы упоминали, что монтажные блоки НСЭ будут состоять из комплектующих отечественного производства. Вам удалось этого добиться?

– Всё, что связано с монтажными блоками, у нас локализовано на 75-90% в зависимости от требований заказчика по ценам. Если бы я не был реалистом, я бы сказал, что мы уже на 100% локализовали производство.

Мы полностью локализовали литьё пластика, сборку компонентов и сборку самих монтажных блоков в России. У нас есть возможность покупать печатные платы, которые производятся в России. Есть ещё одна важная составляющая, которую мы хотели бы видеть локализованной в России, – контакты, которые мы используем для сборки наших компонентов в монтажных блоках.

Наш российский партнёр успешно смог создать качественный продукт под наши требования в Китае, и теперь мы ждём локализации этого продукта в России. Только тогда я лично смогу сказать, что да, наши монтажные блоки могут быть на 100% из отечественных компонентов, критически важных для технологии press

fit. Мы довольны качеством и надеемся, что в России будет больше таких компаний, которые хотят производить качественные продукты.

– Какими новациями компания сможет порадовать своих клиентов в ближайшее время?

– Платформа Sayorates принесёт множество инноваций, включая возможность удалённого программирования всех наших модулей, установленных на транспортных средствах;

– модернизация системы АСУ, над которой мы работаем, ещё больше упростит программирование всех наших модулей;

– мы планируем расширить линейку продуктов и создать свой собственный компьютер для этих дисплеев;

– у нас очень хорошие наработки в области электроники в автомобильной сфере, и мы планируем в следующем году выйти на рынок промышленной автоматизации.

Пару лет назад мы уже обсуждали с партнёрами из России эту тему, но тогда у наших партнёров не было интереса к этим продуктам, и мы не смогли профинансировать этот проект.

Теперь с более сильной командой, я думаю, мы сможем сделать первые шаги в этой сфере и создать платформу продуктов для автоматизации промышленных процессов.

Возможных продуктов в этой области, которые могут быть сделаны в России, очень много, и это реально реализовать. Многое из того, что мы покупаем за рубежом, легко можно производить в России, но, поскольку мы частная компания и работаем на консервативном рынке, многие инновации трудно внедрять. Несмотря на наши успехи, многие потенциальные заказчики всё ещё отдают предпочтение зарубежным продуктам.

Мы в НСЭ отдаём предпочтение российским поставщикам, но для этого и сами поставщики должны хотеть продавать и улучшать свои продукты.



ДЕНИС ШАБАЕВ, ГК «ГЛОБАЛ»:

«ДЕЛАЕМ ЖИЗНЬ НАШИХ ЗАКАЗЧИКОВ КОМФОРТНЕЕ, ПРОЩЕ И БЕЗОПАСНЕЕ»

ГК «Глобал» – один из ведущих производителей и поставщиков специализированной одежды, рабочей обуви и средств индивидуальной защиты. Компания активно и успешно работает на этом рынке на территории России и в странах СНГ вот уже более 20 лет и видит свою миссию в том, чтобы производить безопасную и комфортную продукцию из экологически чистых материалов, которые обеспечивают эффективную защиту от различных производственных и природных факторов. Компания осуществляет комплексное обеспечение предприятий, учитывая все особенности их деятельности и соблюдая высочайшие стандарты. ГК «Глобал» не стоит на месте: компания – постоянный участник профильных межрегиональных и международных выставок, обладатель многочисленных наград. О трендах отрасли, актуальных достижениях и стратегических планах развития рассказывает Денис Шабает, генеральный директор ГК «Глобал».

– Денис, почему так важно использование спецодежды сегодня?

– В современных реалиях спецодежда – это не только необходимый элемент фирменного стиля, но и вопрос удобства, комфорта и безопасности сотрудников. Сложно переоценить столь значимую составляющую рабочего процесса, как обеспечение безопасности труда, а значит, она остаётся актуальной или, как сейчас говорят, «трендовой» вне времени.

Поэтому мы заботимся о том, чтобы наша одежда изготавливалась из надёжных, износостойких и практичных материалов, которые обеспечат максимальный уровень комфорта и защиты от негативных факторов окружающей среды. Тестируем одежду как на своих сотрудниках, так и отдаём нашим партнёрам на различные предприятия, чтобы получить обратную связь от реальных пользователей.

И к слову: правильно подобранная, качественная спецодежда, помимо своей основной цели – обеспечение безопасности, – способствует не только повышению узнаваемости компании, но и увеличению работоспособности сотрудников более чем на 17%.

– Впечатляет. А кто основные заказчики вашей продукции?

– Мы в основном ориентированы на сегмент B2B. Мы выполняли заказы таких крупных структур и предприятий, как Минобороны РФ, Госкорпорация «Росатом», ОАО «Газпром-Аэро», Аэропорт «Москва», ООО «Тоннельдорстрой», ООО «НПО «КОСМОС», ФГУП «Почта России», Группа РПМ и многие другие компании из России и СНГ.

– Почему из всего обилия предложений на рынке выбирают вас?

– За два десятилетия работы мы накопили огромный опыт разработки, производства и продаж спецодежды, специальной обуви и СИЗ для всех сфер деятельности человека: от добывающей промышленности до сферы обслуживания; они полностью отвечают оптимальному соотношению «цена – качество».

Выделю основные преимущества сотрудничества с ГК «Глобал»:

- разнообразие ассортимента – мы регулярно разрабатываем новые коллекции изделий, учитывающие современные тенденции моды, а также отвечающие требованиям безопасности и практичности;
- производственные мощности – одежда для рабочих изготавливается на наших современных предприятиях и проходит строгий контроль качества на всех этапах пошива (от выбора материалов до готовых изделий), что позволяет выполнять индивидуальные и типовые заказы любой сложности и объёма;
- гибкая ценовая политика – стоимость наших изделий является доступной для

любых компаний, которым нужна качественная и недорогая спецодежда, в каталог спецодежды также регулярно добавляются специальные предложения, позволяющие купить в Москве всё необходимое со скидкой;

- оперативная доставка – в структуре компании есть собственная транспортная служба, которая доставляет заказы по Москве и Московской области в максимально сжатые сроки;

- пошив на заказ – разрабатываем и отшиваем одежду на основе предоставленной технической документации, спецификации, описания, образца, эскиза, фотографии и/или вносим изменения согласно пожеланиям заказчика и производственной необходимости в существующие модели.

– В 2022 году ГК «Глобал» запустила франшизу. Чем продиктовано это решение?

– Мы стараемся идти в ногу со временем, оставаясь релевантными и востребованными в своей сфере. Наша цель – охватить как можно больше городов, сделать спецодежду доступнее, в том числе давая возможность освоить этот бизнес начинающим предпринимателям. Из этих соображений и запускалась франшиза. Мы передаём свой многолетний опыт в сфере спецодежды, делимся наработанными за всё время кейсами, бизнес-схемами и внутренним устройством компании, чтобы старт нашего партнёра был максимально лёгким и не требующим большого количества трудозатрат.

– Как будет развиваться компания в ближайшее время?

– На 2024 год у нас большие планы. Мы готовимся к расширению штата менеджеров, модернизации нашего офисного пространства, продолжим развивать направление франшизы, а главное – ведём переговоры на запуск нашей собственной линейки СИЗ.





Курорт
«ЛЕТОЛЕТО»:

ТЕРМАЛЬНАЯ СТОЛИЦА РОССИИ



Погружение в термы

История «ЛетоЛето» началась в 2018 году, когда первых посетителей принял аквапарк. Это стало главным открытием не только для Тюмени, но и для всей области. В этом же году на территории комплекса заработала отель европейского уровня «4 звезды» на 187 номеров и изысканная ресторация «Август». В ноябре 2019 года вошёл в строй горячий источник со 100% минеральной водой из собственной скважины (глубина скважины – 1248 метров), оборудованный массажными системами. А летом 2020 года наш комплекс стал ещё более внушительным! Состоялось открытие самого большого на Урале спа-комплекса. Конечно, размер имеет значение: благодаря тому, что общая площадь курорта составляет почти 40 тыс. кв. метров, мы можем принять множество гостей. Например, в 2022 году «ЛетоЛето» посетило более 600 тыс. человек из разных регионов России. Но всё же не размер наша главная гордость. Фактически мы смогли предложить россиянам новый формат оздоровительного отдыха для всей семьи. Разработана концепция, которая ежегодно привлекает большое количество отдыхающих. К нам едут за отдыхом из самых дальних регионов.

Что такое «ЛетоЛето»? Это аквапарк с 70 аттракционами: экстремально высокие горки (самая высокая – 16 метров), а самый длинный спуск – почти 200 метров. Здесь же можно расслабиться в бурлящих джакузи, посетить бани и сауны. А более тысячи квадратных метров занимает детская аквазона. У туристов, которые путешествуют по нашему региону, нет необходимости отдельно искать отель, а потом добираться до настоящего центра притяжения в Тюмени – комплекса «ЛетоЛето»: всё рядом! Отель



Тюмень по праву носит звание столицы термальных вод России и является одним из популярных туристических мест в стране. Сегодня в регионе действует несколько термальных комплексов, однако самый большой на Урале и в Западной Сибири термальный курорт «ЛетоЛето» является наиболее впечатляющим в масштабах не только города, но и всего региона. И он продолжает развиваться, открывая всё новые возможности для отдыха и оздоровления. О термальном курорте рассказывает ИРИНА ВАСИЛЬЕВА, генеральный директор ООО «Аквапарк».

«ЛетоЛето» стал лучшим отелем России за 2022 год. Рейтинг формировался на основе отзывов, которые эксперты оставили в рамках проекта «Медиаразведка» сервиса путешествий «Туту». Если говорить о спа, то это комплекс с двумя бассейнами под открытым небом: термальный источник, богатый повышенным содержанием минеральных веществ, солей и газов, и новый минерализованный бассейн, оборудованный современными аэро- и гидромассажными системами. Центральное место внутри спа-комплекса занимает морской бассейн необычной органической формы с пул-баром и джакузи. В составе спа также несколько разноформатных бань, саун и сьютов, где проводятся авторские парения. Погрузиться в атмосферу полного расслабления помогают спа-процедуры: различные техники массажа, пилинги, обёртывания, уходовые маски.

Управление возрастом

Термальный курорт «ЛетоЛето» продолжает развиваться, и в 2024 году у нас появится новое медицинское направление, которое соответствует запросам современного и успешного человека. В наше время внимание к собственному здоровью стало востребованным трендом. Люди часто проходят медицинские обследования, следят за своей физической формой, практикуют разнообразные методы оздоровления. Мы объединим Сибирский подход к здоровью и пользу термальных вод с уникальной австрийской Майер-терапией, используя инновационное европейское оборудование, новейшие техники и технологии для раскрытия физического и ментального потенциала человека, комфортную атмосферу при оказании услуг, множество возможностей для отдыха и восстановления ресурсов организма.

СИНДРОМ НОВИЧКА, ИЛИ У КАЖДОЙ ЗАДАЧИ ЕСТЬ СВОЙ «XFIT МЕТОД»

Распространённая практика: все знают, что движение – это жизнь, поэтому приходят в фитнес-клуб, приобретают карту, посещают несколько тренировок... и больше не возвращаются, забыв про необходимость физических нагрузок. Почему? Потому что при попадании в оздоровительный центр испытывают синдром новичка, стесняются спросить персонал, что делать, не знают, как настроить под себя тренажёр, не могут преодолеть дискомфорт и в итоге предпочитают не посещать зал. Об этом и других вопросах, которые позволяет решить инновационный фитнес-продукт «XFIT Метод», рассказывает Александр Турганев, фитнес-директор XFIT.

Система комплексного клиентского сопровождения «XFIT Метод» – разработка международных экспертов, которая эксклюзивно представлена в России в фитнес-клубах XFIT с 15 декабря 2023 года. Это интереснейший продукт, который решает множество запросов клиентов, и первый из них – устранение синдрома новичка. Приобретая фитнес-карту, многие не знают, с чего начать, какие тренировочные программы выбрать, с какой стороны подойти к тренажёру, как его настроить и пр. Если вовремя не обратиться к специалистам, психологический дискомфорт может усилиться и привести к тому, что клиент просто не захочет больше переступать порог физкультурно-оздоровительного центра. Поэтому вновь пришедшим на тренировки важно чувствовать заботу и опору в лице персонала с самых первых минут пребывания в клубе. Фитнес-продукт «XFIT Метод» как раз о поддержке клиентов – с первого посещения фитнес-центра и навсегда.

При приобретении карты в пакет опций уже включена услуга «СтартТест», которая представляет собой две ступени: заполнение мини-анкеты (возраст, вес, особенности здоровья, цель и пр.) и персональную тренерскую консультацию, во

время которой проводится тестирование опорно-двигательного аппарата и общего состояния организма, определяется его готовность к тем или иным нагрузкам. В итоге клиент получает «дорожную карту» – рекомендации, следование которым позволяет занимающемуся быстрее, эффективнее и безопаснее прийти к желаемым результатам тренировок.

Система «XFIT Метод» рассчитана не только на новичков, но и на бывалых любителей фитнеса. Парадокс, но даже те, кто тренируется давно, часто даже не подозревают, что делают что-то не так, и задумываются об этом только тогда, когда, например, начинают болеть колени, спина, плечо и т. д. или тело отказывается меняться даже при интенсивных нагрузках. Практика показывает, что 90% людей выполняют скручивания неправильно, 70% ошибаются во время приседаний, плавающие в бассейне «детским» брассом фактически перекрывают доступ кислорода к мозгу... И таких примеров десятки!

Что мешает клиентам тренироваться правильно и достигать результатов? Неправильные нагрузки (использование больших весов, посещение нескольких уроков в день без должной подготовки или, наоборот, слишком лёгкие упраж-



нения, не подходящие конкретному человеку и его задачам). Неверно выбранные программы тренировок: к примеру, мечтаю накачать мышцы, а хожу только на кардио. И наконец, незнание техники выполнения упражнений, о чём уже говорили выше. Как следствие – когда не получается задуманное, теряется мотивация, вернуть которую невероятно сложно.

«XFIT Метод» позволяет решить эти проблемы. Он объединил опыт передовых достижений науки и многолетней экспертизы, поэтому учитывает множество нюансов и целей тренирующихся: от похудения или набора мышечной массы до подготовки к соревнованиям или укрепления здоровья. Основа результативных и экологичных тренировок – техника выполнения упражнений. Именно поэтому в рамках «XFIT Метод» запущены бесплатные уроки техники в тренажёрном зале и бассейне: посещаете занятия, учитесь или прокачиваете уже имеющиеся навыки и далее тренируетесь осознанно, учитывая технические нюансы. При этом важно, что мы не ограничиваем клиентов в выборе подходящих форматов занятий: хотите тренироваться персонально – пожалуйста; в групповом варианте – да, конечно; желаете комбинировать – без вопросов! «Дорожная карта» персональных рекомендаций учитывает все имеющиеся в распоряжении фитнес-клуба пути. Клиенту остаётся только выбрать близкий именно для него вариант, следовать советам и планомерно идти к поставленной цели.

Уверен, что «XFIT Метод» изменит фитнес-отрасль к лучшему и сделает сотни тысяч клиентов XFIT красивее, здоровее и непременно счастливее.





АЛЕКСАНДР ТУРКИН: «ПРИВНОСИМ В КУЛЬТУРУ ДЕРЕВЯННОГО ДОМОСТРОЕНИЯ ЛУЧШЕЕ ИЗ ВОЗМОЖНОГО»

Жизнь в современном поместье... Какая она сегодня? Компания «Нархозстрой» 30 лет – с 1994 года – в современной истории строит деревянные дома. А самому историческому бренду «Нархозстрой» уже более 100 лет. Опыт, традиции и знания создали особую философию современного деревянного домостроения. О традициях и современности рассказывает основатель и владелец компании Александр Иванович Туркин.

– Александр Иванович, с чем связаны ваш интерес и любовь к деревянному домостроению?

– Всё началось, когда мне было 20 лет, тогда я построил свой первый дом вместе с братом. Мы начертили эскиз, и через три месяца неустанной работы в деревне «выросла» новая изба – добротный рубленый дом: размером 9 на 14 метров, с мансардой. Самое интересное, что тогда я ещё не знал, что продолжаю семейную традицию. И лишь позже из открывшихся архивов узнал я историю своей семьи. Там же я прочёл о прадеде – Семёне Яковлевиче Туркине, который в 20-е годы прошлого века организовал строительную артель в селе Симбухово Верейского уезда Московской губернии. Назвали артель «НарХозСтрой» и начали со строительства деревянных домов и хозяйственных построек.

Я понял, что хочу продолжать дело прадеда, возродить традиции русского деревянного домостроения. Раньше ведь вся Россия была деревянной. И в 1994 году зарегистрировал собственное предприятие с наследственным историческим брендом – «Нархозстрой». Сегодня оно значительно выросло и окрепло. Начинили с дачных хозяйств, затем – с домов в Московском регионе; и спустя время вышли на всю Россию, строим по всей стране и даже за её пределами. Сегодня «Нархозстрой» – это семейное дело, которое хранит историю, ценит традиции и совершенствует качество.

– Насколько важно сегодня сохранять традиции в производстве деревянных домов?

– Вся архитектура и строительство начинались с дерева, с деревянных срубов, и основы деревянного домостроения не меняются веками, сохраняя традиции. Но, конечно, современное домостроение отличается от прежнего. Сегодня «Нархозстрой» – это производственно-строительный комплекс, который полностью автоматизирован, оснащён современным и высокоточным оборудованием, что позволяет исключить человеческий фактор. На производстве, кроме установленных стандартов, мы также применяем собственные уникальные технологии, на которые получены патенты и сертификаты. Всё это в совокупности позволяет производить наш клеёный брус самого высокого, премиального качества. Сегодня мы даём гарантию 50 лет на дома, которые реализованы компанией «Нархозстрой» от начала и до конца: от архитектурного проектирования до интерьера – или, как говорится, под ключ или «под тапочки».

– Кто сегодня ваши заказчики? Чего они хотят и ожидают?

– Как семейная компания, мы в первую очередь и несём семейные ценности: любовь, заботу, тепло и взаимопонимание близких, историю, традиции семьи и, конечно, саму суть Дома, который для каждого человека – надёжный тыл, где всегда поддержат и поймут, куда хочется возвра-

щаться. Поэтому мы строим дома, в которых владельцам комфортно, уютно и душевно. Сегодня заказчикам нужно комплексное решение, которое, по нашему опыту, – единственно правильный подход и залог успешной реализации проекта в целом: от архитектуры до интерьера, и ландшафтного дизайнера в том числе. Поэтому у нас в компании трудятся архитекторы, дизайнеры, конструкторы, инженеры, строители. Сегодня наши заказчики – это в первую очередь те люди, которые понимают и ценят возможность проживания в собственном деревянном Доме.

– Компания «Нархозстрой» реализовала сотни индивидуальных проектов. Какие из них вам особенно дороги?

– Каждый проект – это и индивидуальность владельцев будущего дома, и мастерство наших специалистов. Именно в сотворчестве команды «Нархозстрой» и будущих владельцев дома, обратившихся к нам со своей мечтой, рождается и воплощается каждый проект. Поэтому каждый из них уникален и дорог нам, как «родителям», в каждом проекте есть частичка нашей души – команды «Нархозстрой».

– Как вы оцениваете перспективы деревянного домостроения в России?

– Россия имеет самый большой объём лесных территорий в мире, а дерево – это самый лучший материал для строительства. Он натуральный, живой, экологически чистый. В деревянном доме, как нигде, человек чувствует слияние с природой и имеет возможность наслаждаться простотой роскоши. Сейчас люди осознают и ценят такую возможность. Конечно, деревянное домостроение имеет большие перспективы. В России, особенно в нашем Московском регионе, спрос на деревянные дома исторически очень большой.

– Каким вы видите будущее компании?

– Как компании, которая ценит традиции деревянного домостроения, семейные ценности, дополняет и совершенствует технологии, привносит в историю и культуру деревянного домостроения самое лучшее из возможного.





**ЮРИЙ
ДОЛМАТОВ:**

«ЛИДЕРСТВО В БИЗНЕСЕ ТРЕБУЕТ ПОСТОЯННОГО ВНИМАНИЯ К ДЕТАЛЯМ»

Многоотраслевой холдинг PALADIUM – один из самых динамичных и быстрорастущих игроков на рынке производства сухих строительных смесей в России, который активно развивается вместе с российским строительным рынком. Основатель холдинга ЮРИЙ ДОЛМАТОВ – бизнесмен с огромным предпринимательским опытом, за плечами которого множество успешно реализованных бизнес-проектов и узнаваемых брендов. Он никогда не останавливается на достигнутом, развивая всё новые проекты и направления бизнеса, масштабируя существующие. Мы поговорили с главой PALADIUM о слагаемых бизнес-успеха.

– Юрий Михайлович, история производственного холдинга PALADIUM началась с создания монобрендового интернет-магазина, а затем создания и производства сухих строительных смесей под собственным брендом. И с тех пор компания динамично и быстро развивается. На ваш взгляд предпринимателя, каковы слагаемые успеха в бизнесе?

– На успех в бизнесе влияют многие факторы, включая инновационность, качество продукции, внимание к потребностям рынка и стратегическое планирование. Успешное начало и расширение с монобрендового интернет-магазина до производства собственных строительных материалов, как в случае PALADIUM, также требуют глубокого понимания отрасли, эффективного управления цепочками поставок и непрерывного стремления к инновациям. Не менее важным является построение надёжной команды профессионалов, способных адаптироваться к меняющимся рыночным условиям и реагировать на потребности клиентов.

– Что сложнее – вывести компанию на рынок или вывести её на лидирующие позиции и на них удерживать?

– Вывести компанию на рынок и добиться лидирующих позиций – обе задачи сложны, но по-разному. Первоначальный вход на рынок требует глубокого анализа, разработки уникального предложения и

стратегии привлечения клиентов. Однако достижение лидирующих позиций и их удержание влекут за собой дополнительные вызовы: необходимость непрерывного инновационного развития, улучшения качества продукции и услуг, а также адаптации к изменяющимся условиям рынка и потребностям потребителей. Удержание лидерства требует постоянного внимания к деталям, стратегического планирования и вложений в маркетинг и развитие.

– Холдинг PALADIUM известен своим инновационным подходом к разработкам. Насколько для успеха бизнеса важно играть на опережение, быть на шаг впереди? Какие из ваших новаций можно отметить?

– Играть на опережение и быть на шаг впереди крайне важно для успеха в бизнесе, особенно в такой конкурентной отрасли, как производство сухих строительных смесей. Инновации позволяют предложить рынку новые решения, улучшающие качество строительства и удобство работы с материалами. Например, PALADIUM фокусируется на разработке смесей с улучшенными характеристиками адгезии, удобства в работе, скорости застывания, долговечности и экологичности.

Также среди инновационных продуктов PALADIUM можно отметить два уникальных продукта на российском рынке, таких как теплозвукоизоляционная штукатурка PALADIUM PalaplasteR-207 и стяжка пола

PALADIUM Palafloor-307. Оба продукта сверхлёгкие, теплоизоляционные и звукоизоляционные.

Подобные новейшие продукты с исключительными свойствами способствуют росту спроса и укреплению позиций компании на рынке.

– Как предприниматель, вы основали и развиваете шесть проектов, и два новых готовятся к запуску. Что это за проекты?

– Мои проекты охватывают широкий спектр направлений: от производства строительных смесей, готовых отделочных материалов, транспортно-логистических услуг, продажи сырья для строительства до производства и услуг по механизированной штукатурке стен и полусухой стяжки. А не так давно и в IT-сфере мы разработали два продукта, изначально предназначенных для внутренних нужд. Быстро поняв, какие крутые продукты созданы нашими специалистами, мы решили, что теперь готовы предложить их на рынок. Эти IT-решения помогают оптимизировать процессы и повышают эффективность бизнес-процессов, и скоро каждый предприниматель сможет понять, как легко создавать, хранить и подписывать документы с физическими лицами через наш сервис электронного подписания документов «Подпиши Онлайн» – новый IT-продукт, который открывает новые горизонты для бизнеса.



СТАНИСЛАВ КАМЕНЕЦКИЙ, «МЕТАЛЛ ТРЕЙД»:

«НИКОГДА НЕЛЬЗЯ ОСТАНАВЛИВАТЬСЯ НА ДОСТИГНУТОМ»

История липецкой компании «Металл Трейд», одного из ведущих производителей оцинкованного профиля для гипсокартона в стране, началась в 2012 году, когда у предприятия было всего три профилегибочных стана, 10 работников цеха, три офисных сотрудника. Сегодня штат фирмы превышает 200 человек, производственный комплекс включает в себя земельный участок, административно-бытовой и производственный корпуса, вспомогательное оборудование, несколько десятков производственных линий, три мостовых крана, собственный автопарк, выпускается около 100 наименований продукции. О том, как растёт и развивается компания, рассказывает генеральный директор ООО «Металл Трейд» СТАНИСЛАВ КАМЕНЕЦКИЙ.

КАЧЕСТВО И ИННОВАЦИИ

С гордостью и уверенностью можно сказать, что мы являемся одной из самых передовых компаний в своей отрасли. Это подтверждается цифрами: ежегодно спрос на нашу продукцию растёт, и, несмотря на непростую экономическую ситуацию, объёмы производства увеличиваются. На своих производственных мощностях мы осуществляем выпуск оцинкованного профиля для гипсокартона, всех видов комплектующих, необходимых для монтажа данного профиля, потолочных систем, профлиста. Вся наша продукция производится из высококачественного сырья, а основные наши поставщики – это крупнейшие производители стали: «Северсталь», ММК и, конечно, НЛМК. Мы постоянно модернизируем производство, дорабатываем и улучшаем оборудование, добиваясь большей скорости прокатки с лучшим качеством, поэтому липецкая продукция всегда будет востребована. Ежемесячно мы перерабатываем около трёх тысяч тонн металла, поставляя продукцию во все регионы России и страны зарубежья. Однако убеждён: никогда нельзя останавливаться на достигнутом.

К примеру, в 2021 году мы запустили инновационную автоматическую линию продольной резки металла, что позволило не только увеличить объёмы собственного производства, но и оказывать услуги сторонним организациям. Именно у нас появился один из первых в России агрегатов резки металла с «верхней петлёй». До недавних пор использовалась «нижняя петля», что значительно усложняло производство. Новая техника производит пять тонн продукции всего за пятнадцать минут, что намного выше прежних показателей. Показательно, что разработка и создание инновационного оборудования проходи-

ли совместно со специалистами одного из машиностроительных заводов города Липецка. Мы придерживаемся стратегии работы на оборудовании российского производства, и хочу отметить, что 90% станков, используемых при производстве продукции нашей компании, произведено липецкими предприятиями. Сталь – это наш профиль.



«Металл Трейд» в цифрах:

- **2,5-3 тыс. тонн стали перерабатывается в месяц;**
- **3,5-5 млн погонных метров профиля для гипсокартона в месяц;**
- **120 20-тонных машин отгружается в месяц;**
- **1900+ контрактов в 200 городах России и семи странах;**
- **200 сотрудников.**

РАСШИРЯЯ ГОРИЗОНТЫ

Конечно, мы нацелены на поиск новых рынков сбыта нашей продукции – как в России, так и за её пределами. Сегодня особую важную роль играет укрепление экономических связей со странами СНГ, и на текущий момент география нашего экспорта расширилась до таких стран, как Азербайджан, Узбекистан, Киргизия, Таджикистан, Беларусь, Казахстан, Южная Осетия, Абхазия. В этих государствах высокие объёмы строительства, активно развивается промышленность, власти поддерживают развитие бизнеса, поэтому продукция нашего предприятия очень востребована. Но, помимо этого, мы реализовали очень значимый инвестиционный проект в одном из регионов, недавно вошедших в состав Российской Федерации. В 2023 году была введена в эксплуатацию первая производственная площадка «Металл Трейд Новые Территории». Решение реализовать проект именно в городе Мариуполе было принято для того, чтобы застройщики в городе, где ведётся активная работа по восстановлению инфраструктуры, были обеспечены необходимыми для строительства материалами в короткие сроки и по доступной цене – за счёт сокращения логистического и производственного циклов. Кроме того, предприятие предоставляет мариупольцам новые рабочие места, что положительно сказывается на экономике города и республики в целом. Также мы поставляем товар в строительные магазины для дальнейшей реализации среди граждан. Выход нового завода на проектную мощность позволит закрыть потребность в производимой продукции не только в Мариуполе, но и в ДНР в целом. Для крупного промышленного города это знаковый инвестиционный проект.



«ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ГОДА»

ЕКФ: ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС

ЕКФ – один из ведущих российских производителей электротехнического оборудования и решений на его основе. Сегодня продукция бренда представлена более чем в 20 странах мира, а ассортиментная матрица включает в себя свыше 19 тыс. наименований. Отличительная черта ЕКФ – всегда быть на шаг впереди рынка: только так и становятся лидерами. О том, какие новые горизонты открываются перед компанией, рассказывает генеральный директор ДМИТРИЙ КУЧЕРОВ.

ПРОИЗВОДСТВО ИДЁТ В РОСТ

У ЕКФ есть собственные заводы во Владимирской области (в городе Александрове и посёлке Ставрово), общая территория которых составляет свыше 28 тыс. кв. метров. Конечно, мы, как производитель, заинтересованы в том, чтобы выпускать максимально конкурентную продукцию, и инвестиции в производство, оборудование жизненно необходимы. Например, в Ставрово ещё в 2022 году было полностью обновлено и автоматизировано производство металлического лотка. А уже в 2023 году объём производства лотка увеличен на 120% (если сравнивать только производство в Ставрово год к году, то рост объёмов составил более 170%, а если всего – продажи лотка ЕКФ, то они выросли на 60%) по сравнению с 2022 годом. Кроме того, мы расширили номенклатуру выпускаемой на заводе в Ставрово продукции.

Всего в прошлом году в производство инвестировано более 700 млн рублей, в течение 2024 и 2025 годов мы планируем расширить производственные мощности, вложив ещё 3 млрд рублей.

Так, в 2024 году площадь завода в Ставрово будет увеличена до 25 тыс. кв. метров, а в Александрове в 2024 году мы введём в эксплуатацию новое здание площадью 1,5 тыс. кв. метров и запустим дополнительное оборудование, что увеличит производственные мощности завода на 30%. И это тоже не предел. Крупное расширение завода в Александрове мы завершим весной 2025 года: строительство новой площадки на 15 тыс. кв. метров началось в конце 2023 года.

После выхода на проектную мощность ЕКФ ежегодно сможет выпускать на производственной площадке в Ставрово до 6,2 млн розеток и выключателей, 4 млн кабельных вводов, 570 тыс. распределительных щитов, 770 тыс. каучуковых и 830 тыс. силовых разъёмов.

После завершения первого этапа модернизации ЕКФ увеличил локализацию продукции с 15% до 35%, до конца 2025 года планируется довести этот показатель до 50%. Наша цель по локализации – более 60% к 2027 году. Компания планирует существенно нарастить свою долю рынка в сегментах розеток и выключателей, кабельных вводов, распределительных щитов, каучуковых и силовых разъёмов.

Расширение производственной базы в том числе тесно связано и с нашими планами по развитию экспортного направления. В недалёком будущем не менее 20% выручки будет обеспечиваться за счёт поставок на внешние рынки. Сейчас нашу продукцию закупает более 20 стран. Основу экспортного рынка составляют страны СНГ, а в 2022 году был запущен проект по выходу в регион МЕА. В Дубае открыты офис и логистический хаб. В планах – выход на один крупный макрорегион в год. В ближайшей перспективе – расширение присутствия в Узбекистане, Казахстане и Республике Беларусь.

ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИИ

Как современная инновационная компания, мы не копируем технологии и решения крупных зарубежных брендов, а разрабатываем собственные продукты и фирменные ноу-хау, поэтому нам жизненно необходимы сильные R&D-компетенции. Для этого мы расширяем отдел R&D, который занимается разработкой и тестированием новых продуктов. Сегодня инвестиции в R&D увеличены в три раза, ведь именно эта команда опытных конструкторов и технологов позволяет нам расти, реализовывать планы по локализации и предлагать на рынок высококачественную продукцию. Мы планируем наращивать количество собственных патентов, сегодня у нас уже более 100 патентов на полезные модели.

НА ЦИФРОВОМ ОБЛАКЕ

В последние годы цифровизация энергетического сектора в России активно развивается, возрастает потребность в «умных устройствах», которые делают производственные процессы более эффективными и энергоёмкими. В промышленных отраслях, на инфраструктурных объектах растут популярность и спрос на облачные сервисы и аналитические системы.

Недавно мы вывели на рынок собственную цифровую экосистему ЕКФ Connect, куда входят облачные решения для частного сектора, для застройщиков и для промышленности. ЕКФ Connect Industry, предназначенная для использования на промышленных предприятиях, уже прошла опытную эксплуатацию на реальных объектах. Система позволяет выносить в облако все параметры для

мониторинга использования ресурсов, включая энергопотребление, и контролировать качество электросети, от которого, в свою очередь, зависят стабильная работа оборудования и непрерывность производственного процесса. Система контролирует технологическое оборудование, время его полной загрузки и простоев, фиксирует аварийные ситуации и сбои, а кроме того, даёт рекомендации по необходимым действиям для наших клиентов.

Наше сильное конкурентное преимущество в комплексном предложении. На сегодня лишь несколько вендоров предлагают интегрированные решения по продукту, ПО и сервисной поддержке. В ЕКФ есть инжиниринг, пресейл-команда, которая готовит кастомизированные отраслевые решения, есть оборудование, а теперь ещё и IT-решения, которые объединяют и помогают увязать все компоненты вместе.

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЙ ЗАПУСК

В 2023 году мы впервые представили телекоммуникационное оборудование направление ЕКФ, в рамках которого на рынок были выведены телекоммуникационное оборудование и готовые решения для организации слаботочных систем и сетей связи. Например, систем видеонаблюдения, СКУД, структурированных кабельных систем, сетей Интернет, Wi-Fi и цифрового ТВ.

Телеком – растущий рынок, и за счёт схожести его бизнес-модели с электротехническим нам удаётся создать эффект синергии, что обеспечивает большую результативность.

В начале текущего года запустили новое продуктовое направление – активное промышленное телекоммуникационное оборудование. Решения ЕКФ-телеком упрощают интеграцию систем IT и АСУ, обеспечивают масштабируемость, производительность, гибкость и простоту управления.

Мы многого добились в 2023 году, о чём говорят и новые реализованные проекты, и признание профессионалов: ЕКФ получил множество наград в различных профессиональных премиях и конкурсах, но мы не останавливаемся. Планы на 2024 год амбициозные, а их выполнение выведет бренд ЕКФ в лидеры рынка электротехнической продукции России и стран СНГ.



АНАСТАСИЯ РОМАНОВСКАЯ: «МЫ МЕНЯЕМ МИР К ЛУЧШЕМУ»

Развитие современного сельского хозяйства невозможно представить без отрасли средств защиты растений. Компания «Листерра» пользуется заслуженным доверием аграриев, так как комплексные системы для защиты сельскохозяйственных культур, которые она производит, позволяют выращивать высокие урожаи. О перспективах сельскохозяйственной отрасли, развитии биологического направления и философии бренда – в интервью с руководителем отдела маркетинга и экспорта ООО «Листерра» Анастасией Романовской.

– Сельское хозяйство – основа любой экономики. Каково, на ваш взгляд, состояние российских «полей» сегодня?

– Сегодня сельское хозяйство в России стало одной из стратегических отраслей. Ещё в 2012 году импорт продовольственных товаров в Россию превышал экспорт более чем в два раза. Санкции, введённые в 2014 году, помогли обратить пристальное внимание на сельское хозяйство: начались его государственная поддержка и бурный рост, и к 2023 году экспорт продовольствия из России превысил импорт в 1,3 раза в денежном выражении. Это говорит о том, что мы способны прокормить не только наше население, но и растущее население мира.

Природные ресурсы нашей страны огромны, есть и земля, и вода, но этих ресурсов не становится больше, а с их помощью надо производить всё больше продуктов питания.

И растениеводство является основополагающим, так как даёт продукты питания не только для людей, но и для животных. В то же время меняется климат, возникает резистентность растений к некоторым препаратам, появляются новые вредители и болезни – всё это приводит к бурному развитию отрасли средств защиты растений.

Сегодня страна обеспечена средствами защиты растений от российских производителей, таких как «Листерра», что позволяет получать рекордные урожаи основных сельскохозяйственных культур.

Я уверена, что в ближайшие годы сельское хозяйство России при должной государственной поддержке будет развиваться, приводя нас к лидирующим позициям на глобальных продовольственных рынках.

– В последнее время компания развивает биологическое направление. Насколько этот сектор важен?

– В середине 2023 года «Листерра» была принята в состав Российского союза органического земледелия – крупнейшего российского независимого обществен-

ного движения за органическое сельское хозяйство и биологизацию земледелия.

Почему же биологическое направление так важно? Химические средства защиты растений действуют быстро и высокоэффективно, но многие из них являются достаточно опасными и при несоблюдении регламентов применения могут нанести вред окружающей среде. В некоторых случаях химические средства вполне можно заменить биологией, чтобы снизить пестицидную нагрузку на гектар. Компания «Листерра» имеет в своём портфеле биологические продукты, которые мы в последнее время очень активно и, главное, успешно совмещаем с химией. Химические препараты дают быстрый эффект, а биологическим нужно время, чтобы эффективно начать работать, в итоге они идеально дополняют друг друга.

Конечно, говорить о полном переходе на органическое земледелие – это утопия, потому что это не позволит получать рекордные урожаи, которыми мы кормим свою страну и мир. Актуален пример Шри-Ланки, где в апреле 2021 года введён запрет на ввоз в страну удобрений и пестицидов, чтобы полностью перейти на «зелёное» земледелие. Урожай риса сократился почти наполовину, и цены на него резко выросли. Шри-Ланка из экспортёра риса превратилась в импортёра. Фермеры практически перестали выращивать кукурузу, чайная отрасль понесла потери. Страна пришла к экономическому краху, объявила дефолт и уже в ноябре 2021 года отменила запрет.

Таким образом, биологическое направление – это сложно, но это не повод от него отказываться. В «Листерре» оно выделено в научный кластер, хотя на регистрации находится дополнительно пять препаратов, которые скоро выйдут на рынок. Но пока для нас это больше наука, чем коммерция. Нам нравится разрабатывать что-то полезное для сельского хозяйства, более того – этим направлением интересуются студенты, а в условиях кадрового голода очень важно привлекать

молодых специалистов. Мы меняем мир к лучшему, и здорово, когда это становится профессией.

– Философия бренда: «Листерра – это любовь!» В понятие «любовь» каждый вкладывает что-то своё. Что же оно означает для «Листерры»?

– Философия, введённая нами в 2017 году, звучит актуально на протяжении уже семи лет. Сначала это была забота о клиентах, которая выражалась в качественной продукции и гибком подходе, затем забота о стране – разработки для мирового рынка и поддержка российских аграриев в кризисной ситуации дефицита и высоких цен на средства защиты растений; а теперь мы двигаемся к более эфемерному, но очень важному в настоящее время – к душе. Мир стал техногенным: люди перестали общаться, искусственный интеллект воспринимается как нечто обыденное, технологии в разы ускорили все процессы. В бесконечной гонке за эффективностью мы перестали видеть внутреннюю сущность людей, их душу. Поэтому сейчас любовь «Листерры» – это умение выслушать, признать успехи и результаты как своих сотрудников, так и клиентов, остановиться на несколько мгновений и понять, как важен момент «здесь и сейчас». Как говорил Джеймс Борг: «Прошлое – это история, будущее – это загадка, а настоящее – это дар».

Сезон 2024 года предстоит сложным: слишком много неблагоприятных факторов сошло одновременно. И как никогда важно не ставить себе очередные сверхпланы, а замедлиться и поблагодарить себя и окружающих за то, как много уже сделано. Именно это позволит зарядиться энтузиазмом и пойти к успеху. Кризис на китайском языке пишется двумя иероглифами – угрозы и возможности. Давайте видеть только возможности и оставаться людьми друг для друга, только так мы сможем стать сильнее и всё преодолеть. В этом и есть понятие любви от «Листерры» в сезоне 2024 года!

ДАРИНА СОЛОДКОВА:

«НАШ ИНТЕГРИРОВАННЫЙ ПОДХОД ПОЗВОЛЯЕТ НАМ РЕАЛИЗОВЫВАТЬ ПРОЕКТЫ ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ»

ДАРИНА СОЛОДКОВА, ОСНОВАТЕЛЬ ГК RENTON YARD, ЭКСПЕРТ ПО ИНВЕСТИЦИЯМ В НЕДВИЖИМОСТЬ, РАССКАЗАЛА О ТРЕНДАХ НА РЫНКАХ НЕДВИЖИМОСТИ И О ТОМ, КАКИЕ ОБЪЕКТЫ СЕГОДНЯ НАИБОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫ ДЛЯ ИНВЕСТИЦИЙ.



– Какие тренды сегодня можно выделить на рынке недвижимости?

– Во-первых, в 2023 году объёмы инвестиций в складскую, торговую и офисную недвижимость выросли более чем в два раза, и эта тенденция продолжает нарастать.

Во-вторых, мы отмечаем растущий интерес к загородной недвижимости как инвестиционному и жилому объекту, вызванный стремлением к уединению и созданию комфортной жизненной среды вдали от городской суety.

Наконец, цифровизация и внедрение технологий в сфере недвижимости, таких как виртуальные туры и онлайн-продажи, становятся всё более востребованными в условиях современного рынка.

И ещё есть тенденция – повышенное внимание к безопасности активов. Если раньше многие ограничивались страхованием недвижимости, то сейчас фокус внимания инвесторов сместился с желания зарабатывать активно на желание зарабатывать безопасно.

– Renton Yard позиционирует себя как компанию с эксклюзивным подходом к девелопменту. В чём это выражается?

– Эксклюзивность подхода Renton Yard заключается в нашей способности предоставлять заказчикам полный цикл услуг по коммерческой и загородной недвижимости. Мы не просто девелоперы, но и консультан-

ты, стратегические партнёры для наших клиентов. Мы имеем полный замкнутый цикл работы с недвижимостью: начиная от аналитики, юристов, финансистов, заканчивая строителями и всем блоком эксплуатации, капитализации. Мы выступаем партнёрами для любого инвестора, обладающего финансовыми ресурсами, но не желающего погружаться в операционную деятельность.

Наш интегрированный подход позволяет нам реализовывать проекты любой сложности. Компания обладает обширным опытом и экспертизой в сфере недвижимости, что позволяет нам предлагать индивидуальные решения, адаптированные под индивидуальные потребности и цели.

– Какие стратегии формирования инвестиционного портфеля вы применяете?

– Мы осуществляем диверсификацию портфелей в зависимости от уровня риска: агрессивный, консервативный и умеренный. Определение подходящего профиля риска для клиента требует обсуждения его целей и возможностей. Например, некоторые предпочитают инвестировать в готовый арендный бизнес – это консервативный подход. Другие могут предпочесть приобретение земельных участков для строительства коммерческой недвижимости, что может обеспечить более высокую доходность, но сопряжено с большими рисками, хоть и умеренными. Есть также

инвесторы, готовые вложиться в девелопмент с потенциальной доходностью более 60%, но с большим количеством неопределённостей, чаще всего это опытные участники рынка недвижимости. Важно уметь эффективно использовать приобретаемые активы для получения выгоды в любой из стратегий.

– Какие из реализованных компанией за последнее время проектов вы могли бы отметить?

– В настоящее время наша команда занимается активными продажами офисных помещений в БЦ Rentower, расположенном на севере Москвы. Этот проект является значимым в свете отсутствия аналогичных объектов по площадям на всей территории СЗАО Москвы, что делает его уникальным предложением на рынке недвижимости в данном округе. Помимо этого, мы активно занимаемся развитием сегмента торговой недвижимости в новостройках.

За 2023-й мы реализовали несколько значимых для районной инфраструктуры проектов: в Савёловском, Южнопортовом районах Москвы, Истринском районе Московской области.

На данный момент мы находимся на стадии структурирования сделки приобретения БЦ в ЦАО (18 000 кв. м) и в районе шоссе Энтузиастов, а также 27 га в Московской области под реализацию коттеджного посёлка экономкласса.



Философия офисной работы кардинально изменилась в последние годы. Какие современные требования предъявляются к офисным помещениям и как архитектурные решения взаимосвязаны с корпоративной культурой – об этом рассказывает руководитель архитектурного бюро ARCHKON Илья Мейтыс.

ИЛЬЯ МЕЙТЫС: «СОВРЕМЕННЫЕ ОФИСЫ – ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ В КОНКУРЕНЦИИ ЗА КВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ КАДРЫ»

– Илья, как вы оцениваете тренды в построении офисных пространств последних лет?

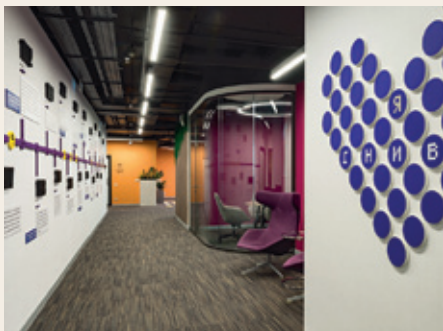
– На мой взгляд, есть три мощных фактора, которые задают тренды. Во-первых, пандемия для всех открыла возможности удалённой работы, и многие компании внедрили у себя гибридный формат присутствия сотрудников в офисе. Теперь требуется меньше площадей, что привело к уходу от закреплённых рабочих мест и развитию такого тренда, как *sharing*, когда возможно работать за любым свободным рабочим местом, к проектированию гибких корпоративных коворкингов.

Во-вторых, офисы перестали быть исключительно рабочим местом. Современный офис – это вдохновляющее, мотивирующее пространство, где можно не только работать, но и заниматься саморазвитием, в нём появляются много сервисных зон, которые напрямую не связаны с рабочим процессом. Если в 90-х годах XX века основной упор делался на то, чтобы презентовать офис клиентам, то сегодня фокус сместился на создание комфортной среды для сотрудников, заботу о них.

И в-третьих – в условиях кадрового дефицита офис стал элементом конкурентной борьбы за квалифицированные кадры. Кандидаты весьма требовательны как к внешнему оформлению, так и к функционалу офиса.

– Расскажите о проектах ARCHKON, которые бы иллюстрировали современные тренды в организации офисов.

– Трансформация бизнес-среды тесно взаимосвязана с изменениями самой организации. Сейчас наши основные заказчики – это компании, которые занимаются своим организационным развитием, уде-



ляют внимание работе HR-подразделений, цифровизации бизнес-процессов.

Один из ярких проектов мы выполнили для АО ГНИВЦ (Главный научный инновационный внедренческий центр). Создание нового офисного пространства для одного из лидеров IT-индустрии было напрямую связано с глобальной трансформацией самой компании, превращением её в современную IT-корпорацию, которая конкурирует за кадры с другими IT-гигантами и хочет предоставить своим сотрудникам лучшие места для работы. Концепция проекта – создание современного конкурентоспособного офисного пространства с акцентом на комфорте сотрудников.

– Какими архитектурными решениями эта концепция была реализована?

– Изначально эти помещения представляли собой классические рабочие места, и сейчас когда перемещаешься по зданию ГНИВЦ между обновлёнными этажами и теми, где ещё не было реконструкции, то будто совершаешь путешествие на машине времени. Решения, реализованные в проекте, наглядно демонстрируют изменения в организации рабочего процесса.

На первом этапе основной задачей было создание адаптивного пространства корпоративного коворкинга на площади 935 кв. метров. Офис организован по принципу «опен-спейс», пространство можно быстро трансформировать, что позволяет создать комфортную среду. Здесь же располагаются столовая для сотрудников, лаундж-зона для отдыха и неформальной работы. Весь этаж имеет элементы игрового сценария:

напольный рисунок связывает между собой разные зоны офиса как клетки «игрового поля» и задаёт навигацию.

На втором этапе был спроектирован этаж для HR-подразделения, где мы реализовали концепцию офиса как POWER BANK. Так как именно здесь располагается HR-департамент, куда приходят соискатели, то мы сделали его ярким, мотивирующим, где люди могут зарядиться позитивной энергией.

Здесь находятся спортивный зал, игровые зоны, атриум – комфортное общее пространство для проведения различных мероприятий: например, образовательных семинаров. Разнообразие зон повышает креативность сотрудников, вдохновляет.

У современных IT-специалистов, да и у других высококвалифицированных сотрудников, напряжённая работа, часто выходящая за рамки нормированного рабочего дня, и, соответственно, очень важна возможность переместиться в другую обстановку внутри офисного пространства, подзарядиться энергией.

Кроме того, в зонах, где проходят собеседования с кандидатами, мы реализовали элементы интерактивного корпоративного музея, где в хронологическом порядке рассказывается история ГНИВЦ.

Мы живём и работаем в конкурентном мире, и создание эффективного и вдохновляющего корпоративного пространства – важнейший элемент для достижения успеха в бизнесе. Создавая современные офисы, мы ставим комфорт сотрудника во главу угла, чтобы у человека всегда было желание приходить на работу.

ИГОРЬ ИЩЕНКО: «СОЗДАЁМ МАКСИМАЛЬНО КОМФОРТНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА»

Нижегородская область – один из самых привлекательных инвестиционных регионов России. Главным институтом привлечения инвестиций является Корпорация развития Нижегородской области. О работе Корпорации и планах на будущее рассказывает её генеральный директор ИГОРЬ ИЩЕНКО.



– Игорь Владимирович, чем сегодня привлекательна Нижегородская область с точки зрения развития бизнеса?

– В регионе за последние годы была проделана огромная работа по созданию эффективных механизмов поддержки инвесторов. И мы наблюдаем настоящий инвестиционный бум: активно растут промышленный и наукоёмкий сектора, развивается транспортная сфера. Например, реализуется множество проектов в сфере химической промышленности и новых технологий. Кроме того, мы привлекаем в регион IT-компании и активно работаем над созданием информационно-технологического кластера федерального уровня.

В наши задачи – как Корпорации развития – входит сопровождение инвесторов в Нижегородской области. Работа строится по принципу единого окна: инвесторам оказывается помощь в подборе земельного участка, предоставляется вся информация. В том числе мы полностью принимаем на себя взаимодействие с органами исполнительной власти, с которыми выстроен отлаженный механизм по поддержке инвестиционной деятельности.

На сопровождении Корпорации на сегодняшний день находится 196 проектов с общим объёмом инвестиций 239,59 млрд рублей.

А в 2023 году Нижегородская область заняла первое место по уровню развития государственно-частного партнёрства, что для нас особенно приятно, так как именно Корпорация курирует большую часть проектов в этой сфере. Кроме того, Корпорация развития и инвестиционный портал региона были признаны лучшими в стране по итогам национальной премии «Лидеры инвестиционного развития – 2023».

– Корпорация развития стала единым концессионным центром региона. Сколько проектов сейчас реализуется по концессионным соглашениям?

– Сейчас у нас 18 концессий с общим объёмом вложений 133,5 млрд руб. В основном в рамках соглашений создаются объекты в сфере образования, спортивной и транспортной инфраструктуры. Первые результаты концессий уже достигнуты: в конце 2023 года мы сдали три новые школы, строятся ещё 13. Кроме того, возводится универсальный спортивный комплекс с искусственным льдом, который будет открыт для посещения в 2025 году. Реконструируем электрический транспорт: до 2026 года будет построено почти 150 км одиночного пути, выведено на линию 170 новых трамваев.

– Вы также являетесь управляющей компанией ОЭЗ «Кулибин». Как сегодня идёт развитие территории?

– ОЭЗ «Кулибин» была создана в мае 2020 года, а в 2023 году её площадь была увеличена в 10 раз – до 724 гектаров. И уже сейчас есть интерес и потребность в дальнейшем расширении.

Несмотря на то, что специализация территории «Кулибин», прежде всего, связана с химической отраслью, интерес инвесторов к ОЭЗ колоссален, поскольку мы объединяем довольно широкий спектр организаций разных отраслей. Среди приоритетных направлений: химия и нефтехимия, машиностроение, металлургия, электроника, товары народного потребления, R&D и логистические центры.

На базе ОЭЗ формируется мощный центр химической промышленности, который в перспективе решит ряд важных задач, в том числе и в сфере импортозамещения.

Всего на данный момент уже одобрены бизнес-планы 26 компаний с общим объёмом инвестиций почти 70 млрд рублей. Планируем, что в 2024-м статус резидента получат ещё семь компаний с объёмом инвестиций более 10 млрд рублей. Всего же мы планируем привлечь на площадку ОЭЗ более сотни инвесторов в ближайшую пятилетку.



– В России реализуется много мер поддержки для инвесторов. Расскажите о новшествах, которые реализуются в этой сфере в регионе?

– Одна из актуальных мер поддержки – «Технологический кредит» для инвесторов, которые реализуют проекты, соответствующие требованиям технологического суверенитета. Многим небольшим компаниям иногда трудно решиться на расширение или открытие серьёзного производства, а эта мера придаст им дополнительную уверенность при реализации стартапов и проектов в технологической и наукоёмкой отраслях.

Кроме того, в конце декабря прошлого года для инвесторов-резидентов «Кулибин» было решено передвинуть начало льготного налогового периода: действие льготы начинается с момента получения первой прибыли, а не с момента получения статуса резидента. Уверен, что это усилит конкурентоспособность ОЭЗ и позволит совершить технологический и производственный скачок.

– Поделитесь основными задачами на ближайшие годы.

– Сейчас на территории ОЭЗ идёт строительство «Технопарка H2O», который мы запустим в этом году. В первую очередь мы видим его как центр НИОКР для компаний-разработчиков. В него войдут лабораторный комплекс, офисные помещения и центр коллективного пользования оборудованием, который будет доступен не только для резидентов. Например, в центрах 3D-прототипирования и термопластавтоматов можно создавать образцы и сразу выводить их в мелкосерийное производство. При этом линейка оборудования будет гораздо шире, что даст возможность сократить до минимума затраты на научно-исследовательские работы.

Кроме того, для предоставления резидентам ОЭЗ готовых производственных территорий в I квартале 2025 года будет введён в эксплуатацию промышленно-производственный комплекс площадью более 30 тыс. кв. м.

Мы видим огромный интерес бизнеса к инвестиционным проектам в регионе. И наша ключевая задача – повышение качества взаимодействия с инвесторами, создание максимально комфортных условий для бизнеса. Вся деятельность Корпорации развития Нижегородской области нацелена на достижение этой цели.


**ЯРМАРКИ
ПРАЗДНИКИ
ВЕСЕЛЬЕ**

Контакты:
+7 (989) 095-82-38
yarmarki09@gmail.com
Авакян Эльнара Манлесовна
**Генеральный директор
компании
«XXI век»
Авакян Эльнара
Манлесовна:**

«Ярмарки – это целый организм, где переплетаются социальные, культурные и экономические практики. Это и социальная площадка, где происходят обмен информацией и формирование общественного мнения.

И возможность реализовать услуги и товары фермеров, ремесленников. И несколько тысяч рабочих мест. Сегодня сфера ярмарочной деятельности – уникальный, самобытный и очень важный сегмент региональной экономики».



Имя Давида Исрафилова хорошо известно в ресторанном мире. Президент российского «Барбекю-клуба», основатель ресторана-парка и яхт-клуба Don David на берегу Клязьминского водохранилища, признанный шеф-повар, владелец школы «Барбекю-Life». Его проекты давно завоевали свою преданную аудиторию не только в России, но и за рубежом. О причинах популярности, о том, что вдохновляет на новые проекты, – в интервью нашему изданию.

ДАВИД ИСРАФИЛОВ:

«DON DAVID – ЭТО НЕ ПРОСТО БИЗНЕС, А ЧАСТЬ ДУШИ»

– Давид, в этом году на премии RBC «Люди года» вы получили награду в номинации «Знак высокого доверия». Несколько философский вопрос: как же завоевать доверие клиентов?

– Заработать доверие, особенно в ресторанном бизнесе, очень сложно. Сегодня не просто угодить избалованному сервисом и обилием предложений клиенту. И если бренд в этой отрасли живёт на рынке более пяти лет, то можно смело говорить о том, что он состоялся. А наш парк-ресторан Don David показывает рост в 20% ежегодно уже почти 15 лет. Это и есть показатель того, что люди ценят нас. Мы просто любим то, что мы делаем, вкладываем в своё дело всю душу, время, силы, поэтому и получаем такой отклик. Если спросить наших гостей, почему они выбирают наш ресторан и яхт-клуб, то самый частый ответ: «Здесь чувствуешь себя как дома». И это правда, ведь наших гостей ждут и стараются всегда радовать.

Мы постоянно придумываем что-то новое. Например, недавно запустили проект по организации концертов в ресторане, не просто живой музыки, что для ресторанов обычно, а именно выступлений популярных групп и артистов. У нас выступали «Блестящие». «Мираж», Андрей Алексин и многие другие. Людям такая идея понравилась. Сидишь в ресторане, а у тебя не только прекрасный вид на воду, авторская кухня, но и незабываемые впечатления.

И такой подход и есть залог успеха. Надо вкладывать в свой проект душу. И если на старте мы обслуживали только близлежа-

щие районы, то теперь к нам приезжают не только из Москвы, но и из других регионов России, а также из других стран.

– И рестораном Don David всё не ограничивается. Вы хорошо известны разнообразными кулинарными проектами. Какие из них сейчас занимают и увлекают вас?

– Ну, во-первых, мы запустили производство премиальных фирменных десертов Don David, которое стартовало всего полгода назад, и сразу сформировалась очередь из желающих иметь наши десерты в своём ассортименте, но пока мы не можем ответить на все запросы сразу, поэтому пока новинки можно попробовать в нескольких кофейнях и ресторанах.

Во-вторых, Don David – единственный зарегистрированный в России BBQ-бренд. И барбекю – моя истинная страсть и любовь. Проекты, связанные с барбекю-культурой, никогда не прекращаются. В этом году я планирую посетить около 15 стран с барбекю-шоу. Отмечу, что культура барбекю оказалась крайне интересна азиатским рынкам, мы сейчас активно продвигаем наши проекты во Вьетнаме, Малайзии, ведём переговоры с Катаром.

Вообще, я – за то, чтобы культура барбекю ширилась и крепла. В России на данный момент мало кто видит разницу между барбекю и мангалом, все мы «выросли из мангала», приготовить мясо на даче – это мангал. А ведь возможности барбекю гораздо шире. Я делал как-то батл: барбекю

VS мангал, чтобы показать различия. И на него пришло около 6 тыс. человек. Весьма впечатляющий результат, который говорит об интересе к культуре барбекю.

А сейчас открываю школы барбекю на базе кулинарных колледжей в нескольких странах. Школа «Барбекю-Life» продолжает работать и в России, обучая культуре барбекю и поварскому искусству.

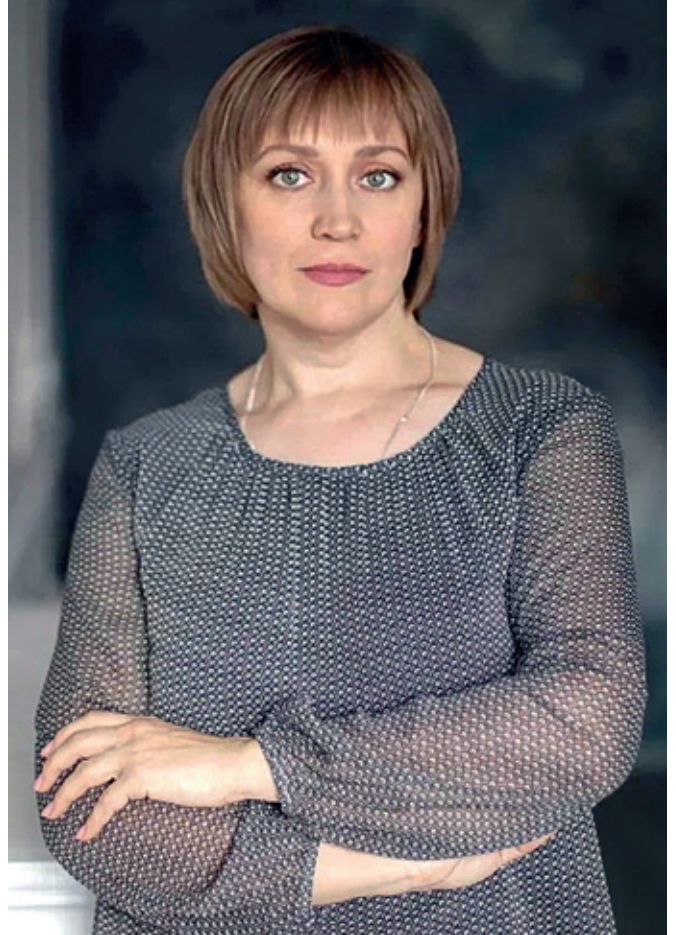
Ещё одно из новых направлений – открытие заведений в формате стритфуда. С этим проектом мы стартовали во Вьетнаме. Страна удивительно мне напоминает Россию периода 90-х годов, времён моей молодости. Там зарождается свободный бизнес, всё только начинается, люди доброжелательны и открыты для всего нового, нет проблем с персоналом. Мы начали со столицы, но намерены продвигаться и дальше вглубь страны, так как люди откликнулись, им понравилось то, что мы делаем, так что я надеюсь, что уже в этом году сформируем там солидную сеть стритфуда.

– А что вдохновляет вас на новые проекты? Является главным в работе и творчестве?

– Меня вдохновляют люди, которые находятся рядом со мной, которые меня любят и которых и я сильно люблю. Когда за тобой команда, которая смотрит на тебя и ждёт новых идей, то ты стараешься оправдать их ожидания и понимаешь, как важно не стоять на месте, а постоянно делать что-то новое. Ты постоянно развиваешься сам, чтобы радовать людей.

ЮЛИЯ СЫРОВА:**«РАЗРАБАТЫВАЕМ И
ВНЕДРЯЕМ ПРОЕКТЫ
С ПРИМЕНЕНИЕМ
НЕЙРОТЕХНОЛОГИЙ В
БИЗНЕСЕ И ЖИЗНИ»**

В современном мире многие руководители бизнеса сталкиваются с проблемами эмоционального выгорания сотрудников, сами владельцы компаний зачастую работают в состоянии стресса, что представляет собой большую ментальную нагрузку. В таком состоянии трудно добиваться намеченных результатов, но выход есть. Проектная организация «Нейромир» успешно развивает направление практического применения нейротехнологий в бизнесе, образовании, спорте, медицине и других сферах жизни. Глава компании Юлия Сырова – автор более 30 нейрокурсов для детей и взрослых, эксперт-практик применения нейротехнологий в жизни и бизнесе. Сегодня под её руководством «Нейромир» реализует проекты, которые помогают клиентам компании совершить квантовый скачок в личном росте и бизнесе.



– Юлия, какие же проекты сегодня реализует «Нейромир»?

– Мы можем помочь любому заказчику подготовить проект по применению нейротехнологий внутри его компании. Нами созданы уникальные программы на основе авторской методологии, которые можно использовать для решения самых разнообразных задач заказчика. Например, перед компанией стоит цель – решить проблему с эмоциональным выгоранием сотрудников; соответственно, мы проводим тестирование, анализируем статистику и, благодаря моей авторской методологии, можем составить программу, которая снизит риск эмоционального выгорания. Также мы реализуем проекты, которые, благодаря применению нейротехнологий, помогают выработать у сотрудников необходимые навыки, которые они смогут использовать в дальнейшем.

– Почему проекты с применением нейротехнологий сегодня актуальны?

– Наверное, каждый из нас задавался вопросом, почему, обладая всеми необходимыми навыками, мы не можем добиться нужного результата. Что же ещё нужно? А на самом деле у нас уже всё есть. Просто для того, чтобы добиваться нужных результатов, мозг должен научиться вырабатывать новые привычки: осознанно воспринимать себя, обрабатывать большое количество

информации, ясно мыслить и принимать правильные решения.

Я уже более шести лет занимаюсь разработкой методологии для тренировки мозга в различных сферах жизни. И, например, сегодня в бизнесе наиболее востребованы задачи по снижению стресса и выгорания сотрудников.

– Как это работает?

– Всё основано на научном подходе! Научиться «слышать» мозг – сегодня это одна из самых заманчивых задач науки. Выявлены алгоритмы определения уровня внимательности, концентрации и медитации, ментальной релаксации. Добавьте к этому возможность считывать ЭЭГ, и в результате мы получаем представление о состоянии человека на данный момент. Если ты можешь что-то измерить, ты можешь этим управлять.

– В чём преимущества авторской методологии, которую предлагает «Нейромир» для реализации проектов?

– Мы настолько отработали методологию применения нейротехнологий для развития мозга, что в результате тренингов вырабатывается стойкая способность управления собственными когнитивными навыками. В наших проектах используется методология применения нейроинтерфейсов – это следующий шаг в развитии обучения. Технология

тренингов позволяет использовать осознанное состояние сознания для управления своей жизнью. Навык встраивается один раз и с течением времени только улучшается.

– Насколько проекты, которые сегодня реализует «Нейромир», успешны?

– На сегодня мы уже реализовали множество проектов с применением нейротехнологий. Вот только некоторые из них:

- проект применения нейротехнологий в практике коучей и психологов;
- проект применения нейротехнологий для частных школ и государственных образовательных учреждений;
- проект кабинетов психологической разгрузки для участников СВО и членов их семей;
- проект по созданию кабинетов релаксации для санаторно-курортных организаций.

Многие из наших проектов отмечены самыми высокими наградами и вошли в топ авторитетных рейтингов. Например, разработка и внедрение проекта «Ментальное здоровье» в корпоративный сектор (вошли в топ-1000 с идеей «Как сохранить и улучшить ментальное здоровье кадров» в рамках всероссийского форума «Сильные идеи для нового времени», 2023 год).

И я уверена, что впереди нас ждёт ещё немало интересных проектов, которые позволят современному человеку развить потенциал, который уже в них заложен природой.

Георгий Властопуло мечтал стать рок-музыкантом, а стал основателем и генеральным директором компании Optimalog, которая вот уже более 12 лет оказывает услуги в сфере международной логистики и таможенного оформления грузов. Сегодня Георгий Властопуло – признанный эксперт отрасли, который всё знает о хитросплетениях логистических маршрутов и которому знакомо каждое звено в сложной цепи ВЭД-логистики. Возглавляемая им компания занимает лидирующие позиции на логистическом рынке. О том, что стоит за успехом в бизнесе, – в интервью нашему изданию.

ГЕОРГИЙ ВЛАСТОПУЛО: «КОМПАНИИ СОЗДАЮТ ЛЮДИ – АМБИЦИОЗНЫЕ, УНИКАЛЬНЫЕ, МОТИВИРОВАННЫЕ, БЕССТРАШНЫЕ»

– Георгий, как вы оказались в логистическом бизнесе, ведь вы мечтали стать рок-музыкантом?

– В некоторых случаях быт берёт верх над амбициями и заставляет переосмыслить направление, в котором следует твоя жизнь. Со мной, видимо, произошло именно так. Да и на рубеже 90-х гг. сложно было зарабатывать на жизнь музыкой, тем более музыкой, которую я играл в составе своей группы. «Я устал быть посланцем рок-н-ролла в неритмичной стране...» – когда-то пел Гребенщиков. Очень разумные строки.

Однако, оказавшись в мире логистики, я открыл в себе иные задатки и мотивы: управленческие компетенции и желание создавать. Поэтому для меня это не было «ломкой», а произошла такая вполне приятная и уверенная трансформация от музыканта в предпринимателя.

– На всевозможных форумах, конференциях к вам не пробиться через толпы желающих с вами пообщаться. Говорим «Оптимальная логистика» – подразумеваем «Георгий Властопуло». Личный бренд – это важно для успеха в бизнесе? Как его строить?

– Личный бренд основателя или управленца практически всегда ассоциируется с компанией, которая ими создана. Генри Форд и его Ford Company, Стив Джобс и Apple, Олег Тиньков и «Тинькофф» – этот список можно продолжать очень долго. Компании создают люди – амбициозные, уникальные, мотивированные, бесстрашные, увлекаемые своей мечтой. Поэтому очень сложно отделить бизнес от человека, а человека – от его детища. Мне сложно сформулировать универсальную формулу построения личного бренда. На мой взгляд, если ты строишь свою компанию, опираясь на человеческие ценности, уважаешь принципы партнёрства, держишь слово, честно конкурируешь, отвечаешь за действия компании как за свои собственные –

ты, как основатель и как лицо компании, становишься сильнее и увереннее в рынке, и твой личный бренд становится весомее.

– Насколько важна команда? И как сделать сотрудников эффективными? Почему кому-то надо, условно, 300 человек, чтобы достичь тех результатов, которые у других достигаются командой в 100 сотрудников?

– Если основатели – это ядро компании, то команда – это околоядерная среда, возникающая вокруг идейных лидеров бизнеса, близких к ним по духу и ценностям, мотивированных и готовых воплощать идеи в реальные результаты. Это важнейший элемент, без которого бизнес не может реализоваться и стать успешным. А вот как сделать сотрудников эффективными – это большая, ёмкая тема, базис которой, на мой взгляд, в том, чтобы внешними стимулами – идеями, задачами, деньгами – дать импульс на раскрытие внутренней мотивации сотрудника и направить её энергию в нужное русло.

– Вы как-то упоминали, что логистика – это отрасль, которая мало меняется: в том смысле, что способы доставки грузов уже много лет неизменны, телепортацию ещё не изобрели. Все оперируют в рамках доступных способов. Но успеха добиваются далеко не все. Так на что же надо делать ставку?

– На мой взгляд, дело не в каком-то уникальном подходе к развитию логистической компании, а больше во взвешенной аналитике распределения и управления ресурсами для достижения их высокой эффективности. Здесь и применение современных ИТ-технологий, позволяющих не только управлять актуальными данными, но и моментально реагировать внутренними изменениями на внешние факторы; и правильно выстроенные и своевременно перестраиваемые бизнес-процессы; и грамотный, объективный и актуальный анализ рынка, оценка и



возможное прогнозирование падения или роста товарных потоков; и многое-многое другое, что позволяет бизнесу приносить прибыль и развиваться. Каждый владелец или управленец выбирает свой состав ингредиентов этого удивительного и будоражащего бизнес-коктейля.

– У вас каждый месяц проходят вебинары. Почему это важно?

– Вебинары – это формат, который позволяет в течение 1,5 часов погрузить наших клиентов в самые актуальные, на наш взгляд, события в логистической среде, обрисовать риски и возможности при построении цепочек поставок. Удобно, быстро, ещё и онлайн. Однако стоит отметить, что мы пытаемся найти новые, более интересные форматы таких встреч. Надеемся, нам удастся придумать что-то новое.

– Как повлияли на компанию перемены, которые со стремительной скоростью стали происходить ещё со времён пандемии? Что поменялось?

– Мы стали более адаптивными, изменили процесс принятия решений, постарались сократить время от рождения идеи до её реализации, стали больше практиковать разные инструменты управления. Сменилась стратегия развития бизнеса. Сегодня мы строим полноценную международную компанию с большим количеством операционных подразделений во многих странах мира.

– Каким вы видите будущее компании и своё – как бизнесмена?

– Надеюсь, что компания Optimalog станет крупным международным логистическим оператором с разветвлённой сетью представительств в разных странах, с большим количеством сотрудников, со множеством интересных и эффективных проектов. А я, пока мне хватит сил, надеюсь оставаться её идейным вдохновителем, носителем гена Optimalog, который буду передавать уже будущим поколениям «оптималоговцев».



СЕРГЕЙ ЛЫТКО: «ДЕЛАЕМ МЕЖДУНАРОДНУЮ ТОРГОВЛЮ ПРОЩЕ И БЕЗОПАСНЕЕ»

Уже 12 лет компания «Точные поставки» является для своих клиентов опытным и надёжным проводником в мире внешнеэкономической деятельности. Компания организует тысячам российских предприятий поставки в разные точки мира, а также помогает иностранным клиентам привозить товары из РФ и других стран. За годы работы было реализовано более 20 тыс. поставок по разным направлениям, заключены договоры с более чем 1500 клиентами. Учредитель компании Сергей Лытко поделился с нами тем, какой он видит миссию «Точных поставок», а также рассказал о том, что выделяет фирму среди конкурентов.

– Мы видим свою миссию в том, чтобы обеспечивать экспортно-импортные операции быстро и качественно. Сегодня над решением этой задачи работают наши подразделения в пяти странах: в России, Беларуси, Казахстане, Кыргызстане и Узбекистане. Уверенно могу сказать, что «Точные поставки» вносят серьёзный вклад в развитие экспорта РФ: число стран, куда осуществляются поставки из России, мы ещё в 2022 году расширили до 29. Несмотря на изменения в геополитической ситуации, выход на зарубежные рынки остаётся актуальным для большого числа отечественных компаний. Но, конечно, значительная часть бизнеса совершила переориентацию на Восток, в частности на работу с китайскими производителями. Мы видим существенное увеличение торговли со странами-членами Таможенного союза.

Одновременно, в связи с существенными рыночными изменениями, в наших продажах стало несколько больше импорта. Из разных стран поступает масса интересных предложений, налаживаются связи с новыми партнёрами. Мы сами организуем выкуп продукции у иностранного поставщика, помогаем бизнесу в России получать иностранные товары по российским накладным с уже включённым НДС, избавляя своих клиентов от множества забот.

Я считаю, что главное наше конкурентное

преимущество – надёжность. К каждой поставке мы подходим ответственно и детально прорабатываем все этапы, чтобы сделка прошла гладко, чтобы ни у продавца, ни у покупателя не возникало неожиданностей и сложностей. Мы имеем огромный экспертный опыт в сфере международных закупок и поставок, что позволяет нам найти решение практически для любого обращения и товара.

Отличительной чертой компании «Точные поставки» также является умение быстро реагировать на меняющиеся условия. Например, в эпоху новой экономической реальности, с которой столкнулись все сферы бизнеса, когда приходилось перестраивать многие бизнес-процессы, находить и предлагать нестандартные решения, мы расширили наши возможности: сформировали специальные антикризисные программы для российских поставщиков по выходу на новые рынки и развитию продаж на экспорт, наладили работу с новыми группами товаров, ввели дополнительные услуги и сервисы для клиентов, благодаря чему увеличили их количество, а выручка компании выросла почти вдвое!

Третье наше преимущество – коллектив. Мы собрали штат узкопрофильных специалистов высочайшего уровня, таких как таможенные декларанты, специалисты по

сертификации, менеджеры по ВЭД, логистике и другие. Наша команда профессионалов организует полный цикл сделки, обеспечивая поставки по оптимальному маршруту, с идеальным балансом цены и сервиса, а также верно оформит груз и таможенные документы, что гарантирует отсутствие вопросов и сложностей при прохождении границ.

Нас отличает индивидуальный подход к каждому клиенту. Мы предоставляем индивидуальный сервис, решая точечно проблему клиента инструментами компании. При этом мы всегда стремимся формировать наши услуги под ключ, чтобы клиенты возвращались к нам снова и снова. И со многими из них мы связаны многолетними партнёрскими отношениями.

Сегодня наша задача – ещё больше укрепить свои позиции. Мы планируем наращивать наши обороты, несмотря ни на какие сложности. Будем стремиться к расширению географии присутствия, нарастив количество подразделений компании в новых субъектах не менее чем на 30%.

Сегодня экономика России развивается интенсивными темпами; и важно, чтобы владельцы предприятий тратили своё время и силы на свой бизнес, уделяли внимание его развитию. А всю организацию экспортно-импортных сделок мы возьмём на себя.



ПЕРРИ НОЙМАНН:

«Я ОЧЕНЬ ГОРЖУСЬ НАШЕЙ МОТИВИРОВАННОЙ, НАДЁЖНОЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМАНДОЙ»

В 2022 году компании в России и странах СНГ вышли из глобальной структуры логистического гиганта Kuehne+Nagel и начали работу под новым брендом NOYTECH Supply Chain Solutions. Выход был осуществлён путём выкупа компаний Перри Нойманном, который более 14 лет руководил кластером Kuehne+Nagel в России и странах СНГ. О том, как развивается компания под новым брендом, Перри Нойманн рассказал нашему изданию.

– Какая трансформация понадобилась в связи с выходом из сети? И какие задачи в первую очередь надо было решать?

– Действительно, перед нами стояли различные критически важные задачи по трансформации, и мы рассматриваем весь 2023 год как переходный. Всё началось в середине 2022 года с создания нового бренда, в результате чего на рынке появилась компания NOYTECH Supply Chain Solutions. Одновременно с этим мы занимались разработкой нашей будущей IT-экосистемы с нуля, которая должны были включать в себя WMS, TMS, OMS, ERP, CRM и другие решения. Так как наш предыдущий работодатель поэтапно (до декабря 2022 года) отключал нас от корпоративных IT-систем.

Ещё одной приоритетной задачей было создание международной партнёрской сети, поскольку до выхода из Kuehne+Nagel мы должны были оперировать исключительно в рамках глобальной организации.

Кроме того, критически важным было реформировать портфолио наших услуг, запустить новые решения, а также адаптироваться к новым маршрутам в связи с изменением рыночной среды.

И наконец, что ещё более важно, не следует недооценивать необходимость изменения мышления от глобального игрока к частной стартап-компании.

– С момента выхода прошло чуть менее двух лет. Какие достижения NOYTECH можно было бы отметить за это время? Чем вы особенно гордитесь?

– Под брендом NOYTECH мы работаем уже 19 месяцев. За этот короткий период мы открыли семь новых юридических лиц в трёх странах, наняли более 700 новых сотрудников и увеличили наши складские площади на 61 000 кв. м. В 2023 году журнал Forbes во второй раз включил нас в рейтинг 125 лучших работодателей России (первый раз – в 2022 году).

Я очень горжусь нашей мотивированной, надёжной и профессиональной командой, которая сделала всё это возможным за столь короткий срок.

– Одна из глобальных целей, которая декларировалась на старте работы под брендом NOYTECH, – не ограничивать свою деятельность только логистикой, а сделать NOYTECH компанией, которая специализируется на управлении цепями поставок по всему миру. Как сегодня вы могли бы оценить успехи в этом направлении?

– Совершенно верно. Одним из наших первых шагов стало добавление в портфолио услуг двух новых продуктов, связанных с цепочками поставок. NOYTECH Trading Solutions занимается товарными операциями, фокусируясь на сегментах FMCG и «ритейл». Это означает, что мы закупаем продукцию за рубежом и продаём её на локальном рынке, включая все необходимые логистические услуги и таможенные формальности.

NOYTECH Industrial Solutions занимается техническим обслуживанием, гарантийными и ремонтными работами на заводах, производственных линиях и других объектах. Для выполнения этих задач мы привлекаем наших собственных инженеров, а поставку запасных частей обеспечиваем благодаря возможностям NOYTECH Trading Solutions и опыту нашего логистического подразделения.

– Какие задачи вы ставите на ближайшее время? Что предложит компания своим клиентам в 2024 году?

– В 2024 году мы продолжим развивать IT-экосистему, чтобы предоставлять нашим клиентам более широкий ассортимент IT-продуктов.

Кроме того, под брендом NOYTECH в этом году мы планируем открыть две новые компании на Ближнем Востоке и в Центральной Азии. А совсем недавно NOYTECH запустила собственный LCL-сервис из Шанхая в Санкт-Петербург.



«БЕРЕЖЛИВЫЙ СКЛАД»: эффективная складская логистика

Невозможно представить современное успешное предприятие, если на нём не отлажены механизмы складской логистики. И роль компаний, которые профессионально занимаются оборудованием складов сегодня, крайне велика. Группа компаний «Бережливый склад» уже восемь лет является одним из ведущих игроков на рынке складской и производственной логистики. Компанией реализовано более 4500 проектов по оснащению складов оборудованием, оказанию услуг по проектированию, монтажу, демонтажу, ремонту, сервисному обслуживанию и испытанию стеллажей и складского оборудования. О том, как развивается компания сегодня и какие задачи решает, рассказывает Леонид Пояндаев – ведущий эксперт, генеральный директор и основатель группы компаний «Бережливый склад».

– Леонид Александрович, в вашем арсенале уже несколько тысяч реализованных проектов. Какими компетенциями сегодня должна обладать компания в сфере логистики, чтобы быть успешной?

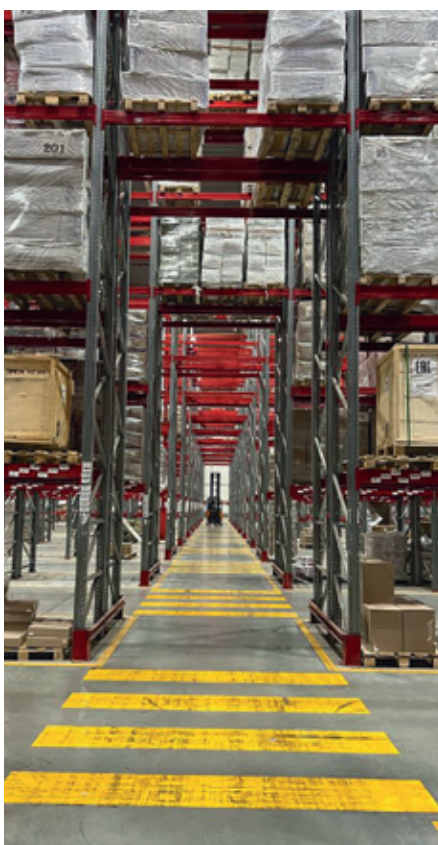
– Можно отметить, что рынок, на который мы вошли в 2015 году, можно считать сформировавшимся и в достаточной степени стандартизированным, поэтому мы сосредоточились на улучшении внутренних процессов для повышения скорости, качества оказания услуг и повышении уровня сервиса – развитии актуальных для наших клиентов решений, таких как оперативная поставка и монтаж относительно сложных многоуровневых мезонинов, оказание услуг по модернизации и модификации имеющегося оборудования, экспертиза проектов, выбор и поставка наиболее оптимальных по критериям «цена/качество/срок» элементов оборудования от разных производителей в рамках одного проекта.

Кроме того, мы продолжили развивать направление складской автоматизации и предлагать новые услуги. Благодаря этому мы смогли привлечь новых клиентов и укрепить наши позиции на рынке – даже в непростое с точки зрения экономики время.

– Что включает в себя понятие «современный склад»? Какие тренды в складской логистике можно было бы отметить?

– Современный склад – это бизнес-единица, которая максимально удовлетворяет требованиям рынка, если потребителем складских услуг является внешний клиент, или запросам торговых подразделений компании, если складские услуги оказываются в интересах внутреннего клиента.

Сегодня основное требование – скорость обработки заказов. Ещё в 2016 году мы наблюдали за трендами рынка, оказывающими существенное влияние на складскую логистику.



Во-первых, можно отметить, что современные склады – это автоматизация и роботизация процессов.

Во-вторых, это использование технологий, таких как блокчейн и искусственный интеллект, для оптимизации процессов и улучшения качества обслуживания клиентов.

В-третьих, заметный тренд – индивидуализация решений для клиентов. Решение должно учитывать все потребности из бизнеса.

Кроме того, для успешного развития требуется способность быстро реагировать на изменения рынка и адаптироваться к новым требованиям клиентов. Это одна из самых важных составляющих в сопровождении клиента по проекту.

В-четвёртых, это гибкость и адаптивность. Способность быстро реагировать на изменения рынка.

В-пятых, это экологичность и устойчивость. Внимание к вопросам энергосбережения, использования экологически безопасных материалов и технологий.

В-шестых, это развитие логистики «последней мили». Увеличение скорости и улучшение качества доставки товаров до конечного потребителя.

– Какими реализованными проектами вы особенно гордитесь?

– Принято отмечать большие по стоимости и масштабные по задачам проекты, и мы можем смело назвать сотни таких проектов – с поставками 4-уровневых и 5-уровневых мезонинов, с площадью по полу от 1000 кв. м, с географией от Калининграда до Владивостока.

Поэтому я отмечу только несколько знаковых проектов, которые мы реализовали в 2023 году. Среди них проект для группы компаний «Энергомикс»: по поставке четырёхуровневого мезонина с автоматизированной системой пополнения мест хранения, штучного подбора, контроля и сортировки заказов по направлениям отгрузки.

Другим значимым проектом стал один из самых крупных логистических комплексов в СНГ в г. Астана Республики Казахстан для компании OZON. Этот проект был очень важным для нас, так как мы работали с новым для нас рынком и участвовали в создании склада, соответствующего новым высоким стандартам компании OZON.

В 2024 году мы участвуем в более крупных и амбициозных проектах, но сейчас это коммерческая тайна, и расскажем о них, когда воплотим их в жизнь! Эти проекты будут значимее предыдущих, так как позволят нам расширить горизонты участия в логистических проектах ведущих компаний Российской Федерации и за рубежом: в Казахстане, Белоруссии, Турции и Монголии.

Ольга Селезнёва, ТЦ «ВОЛИН»:

«Молодой персонал – это тренд развития любого бизнеса!»



Фестиваль рабочих профессий стал важнейшим инструментом для привлечения молодёжи в автосервис, изменившим не только саму сферу, но и систему подготовки кадров. Благодаря данному мероприятию студенты смогли пересмотреть своё отношение к труду и профессии. О кадровом голоде и перспективном отраслевом событии нам рассказала предприниматель с двадцатилетним опытом работы – председатель Региональной ассоциации станций технического обслуживания (РАСТО) Ольга Селезнёва.

Служба в ВС РФ станет этапом осознанного развития.

Особенно нас воодушевила поддержка отраслевых предприятий. В фестивале участвовал Профсоюз работников автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения РФ. От автомобилестроителей присутствовали московский автозавод «МОСКВИЧ», ПАО «КАМАЗ», представители бренда JAC Motors. Конечно же, традиционно нас поддержали производители автокомпонентов и оборудования для автосервисов, ведущие выставки страны, отраслевые и общественные объединения: СПКА, ОАР, РОАД, НАПТО, «ОПОРА РОССИИ», Союз «Одинцовская ТПП», СМИ.

– В этот раз к фестивалю присоединились и вузы, что, вероятно, повлечёт за собой изменения в системе образования, не так ли?

– Локально. Сейчас для тиражирования опыта нам нужны системные решения на уровне региональных, федеральных министерств и департаментов образования. Уверена, что именно бизнес должен заказывать образованию компетенции и квалификации будущих специалистов.

– Стоит ли ожидать расширения программы фестиваля в 2024 году?

– Да, мы планируем вовлекать мастеров колледжей в пленарные дискуссии и тренинги. Также сделаем практическую ставку на раннюю профориентацию, которая должна быть непрерывной. Уже подписано соглашение с учебными заведениями среднего образования по программе «Билет в будущее», чтобы принимать учеников на профэкскурсии. Думаю, что введём и новое направление – предпринимательское право. Кроме того, на фестиваль 2024 года пригласим секции авто- и мотоспорта, чтобы активнее вовлекать талантливую молодёжь.

– Какие перспективы развития есть у фестиваля?

– Полагаю, что фестиваль станет полноценным кластером рабочих профессий в автомобильстроении и автотехобслуживании России. В более близкой перспективе мне бы хотелось транслировать опыт в регионы и собирать представителей местных отраслевых предприятий на базе мощных производственных площадок в промышленных городах России, приглашать колледжи, вузы, производителей автокомпонентов, оборудования, поставщиков, представителей власти и общественных объединений, вместе выстраивать схему воспитания и образования молодых квалифицированных кадров.

– Ольга Викторовна, как родилась идея фестиваля?

– Пять лет назад мы впервые направились в колледжи, осознав отсутствие молодых кадров. В рамках Ассоциации «РАСТО» была разработана образовательная стратегия, созданы современные учебные модули и программы производственного обучения на базе будущих работодателей для студентов колледжей и техникумов МО. Но в процессе взаимодействия выяснилось, что большая часть студентов, обучающихся на автомехаников, не представляет своей реализации в данной области, а учится только ради получения дипломов.

– Почему вы выбрали путь просвещения?

– Мне было важно рассказать молодёжи и студентам о существовании современных и высокотехнологичных автосервисов с прекрасными условиями труда, высокой производственной культурой, высокой зарплатой, возможностями для роста.

– Именно тогда ТЦ «ВОЛИН» стал для студентов вратами в мир цивилизованного автосервиса?

– Да. На первый праздник рабочих профессий мы пригласили студентов и мастеров производственного обучения из 10 колледжей и техникумов МО, чтобы показать им последние достижения современного авторемонта. Мастер-классы проводили консультанты и технические тренеры мировых брендов автокомпонентов, инструмента и оборудования. Учащимся выпал шанс поговорить с представителями зарубежных и отечественных гигантов, напрямую получить от них знания, пройти технический тренинг, задать вопросы!

– Что являлось для вас ориентиром в подготовке праздника?

– Более 15 лет я принимала участие во многих международных выставках, таких как Automechanika во Франкфурте-на-Майне, Autopromotec в Болонье, где можно было увидеть самые последние достижения инженерных разработок производителей оборудования для ремонта автотранспорта, насладиться зрелищными профессиональными состязаниями автомехаников. Ещё одним ориентиром для меня стал традиционный День механика в Германии, на который принято приходить семьями, что способствует зарождению целых рабочих династий.

● В 2023 году в Фестивале рабочих профессий в области автомобилестроения и автотехобслуживания приняло участие более 1200 человек из шести стран мира (из России, Китая, Кореи, Белоруссии, Казахстана, Кыргызстана). Среди участников: 43 колледжа, три ведущих технических вуза, свыше полусотни партнёров, производящих оборудование и автокомпоненты.

– Расскажите о нововведениях фестиваля 2023 года.

– В этом году ребята смогли погрузиться во все 26 востребованных специальностей автосервиса. Мы внедрили активности для школьников и дошкольников. Впервые участвовало ДОСААФ с программой военно-патриотического воспитания. Сотрудничество с ним дало дополнительные возможности: бесплатное обучение на права категорий В и С для студентов. После выпуска ребята обязаны отслужить в армии, однако к этому времени у них уже будут две востребованные профессии.

ОЛЬГА ВИЛКОВА:

«Вилена клуб» – стартовая площадка для развития талантов всех возрастов»

«Вилена клуб» – уникальный образовательный комплекс из города Чехова. Здесь создают благоприятную атмосферу, при которой как дети, так и взрослые могут раскрыть свои способности. Клиентоориентированность, профессионализм плюс инновационная составляющая позволяют «Вилене» быть флагманом образования. О том, как здесь помогают достичь успеха воспитанникам, рассказывает основательница «Вилена клуба» ОЛЬГА ВИЛКОВА.



– *Ольга Михайловна, если открыть отзывы о «Вилена клубе» в сервисе геолокации Яндекс мы увидим сплошные благодарности и «твёрдые пятёрки». В наше время, когда отзыв так легко оставить, а требования к качеству услуг высоки, как вам удаётся завоевать такое доверие?*

– «Вилена» изначально стала образовательным явлением для Чехова и его окрестностей. Это результат не только грамотного оформления идеи создания пространства, свободного от рамок и шаблонов, сотрудничества педагогов, детей и родителей, но и совмещение моего опыта работы в образовании 80-90-х годов, в период реформ, опыта в управленческом и рекламном бизнесе, которым управляю до сегодняшних дней.

В определённый момент людям бизнесу хочется начать делиться своими знаниями и опытом. «Вилена клуб» – результат именно такого симбиоза. Все самые интересные разработки и инновации, используемые для продвижения продукции мультибрендов, были использованы в построении системы образования. «Вилена» серьёзно опередила своё время. При создании проекта пять лет назад в его основу легли такие понятия, как образовательный конструктор, архитектура дизайна, воспитание и развитие гармоничной личности, родительское сообщество.

Профессионализм, любовь к своему делу и постоянное совершенствование навыков естественным образом вызывают доверие. А иммерсивное погружение в успешную среду даёт отличные результаты, отсюда и искреннее желание наших клиентов поделиться своей радостью.

– *Слоган компании – «Мы научим вас быть успешными». Как вы для себя определяете успех и как научить детей его достигать?*

– «Мне просто повезло» – часто говорят об успехе бизнесмены. Но успех – это не только удача, но и прекрасно развитые навыки коммуникации с другими людьми. Не секрет, что ты можешь быть самым умным, но при этом не станешь успешным или счастливым.

Учат не книги и учебники, учат наставники. Настоящий Учитель должен быть личностью.

Сейчас много говорят об искусственном интеллекте, о том, что скоро учителей заменят роботы, но сильную, харизматичную личность никто никогда не заменит. В «Вилене» собрана уникальная команда наставников, каждый из них достиг определённых успехов в своём направлении – в искусстве, музыке, нейропсихологии – и может поделиться своими навыками с другими.

Для детей у нас даже есть отдельный курс «Успешный ребёнок», который ведёт нейропсихолог Н. А. Гуржий, первоклассники учатся активной жизненной позиции и тому, как достигать вершин.

Этот курс появился пять лет назад, и сначала родители отнеслись к нему недоверчиво. Но сейчас это самое востребованное детское направление.

– *С каким запросом сегодня родители приводят к вам детей?*

– Частное образование стало серьёзно развиваться в последние пять лет. За это время запросы родителей диаметрально поменялись. Самую первую встречу с семьёй я по традиции провожу сама. Мы принимаем именно семью, а не ребёнка. И мой первый вопрос: «С каким запросом вы к нам пришли?» И основной запрос пятилетней давности – научить читать, писать и считать – в настоящее время сменился запросом на социализацию.

Особенно ярко потребность в ней мы могли видеть после пандемии, во время которой мы какое-то время работали онлайн, и когда, наконец, открыли двери центра, то увидели эмоциональный восторг детей, который не передать никакими словами. Они обнимались, радовались, не могли оторваться друг от друга. Когда я вспоминаю эту сцену, до сих пор мурашки по телу. Человек по своей природе социален.

Знания можно получать и онлайн, но это никогда не заменит человеческого общения. Мы учим детей коммуницировать друг с другом. На мой взгляд, это основная составляющая успеха. Уметь слушать, слышать то, что тебе говорят, проявлять активную жизненную позицию, окружать

себя добрыми людьми, самому быть добрым и отзывчивым – этому мы учим воспитанников.

– *В «Вилена клубе» жизнь всегда бьёт ключом. Что происходит сейчас?*

– В этом году мы активно развиваем медиаформат и создаём единое информационное пространство в Чехове для детей. В клубе мы конструируем маршруты для развития каждого из детей, не сравнивая их между собой; мы сравниваем ребёнка в начале его маршрута с тем, что ему удалось достигнуть.

За пять лет «Вилена» стала центром притяжения не только детей, но и профессионального и креативного сообщества нашего города и городов Подмосковья.

В пространстве «Академии принцесс» встречаются и проводят тренинги участники сообщества «Бизнес-Леди», образовательного сообщества «ПроРазвитие», которое родилось в стенах «Вилена клуба».

Выпускники студии вокала «Вилена клуб» запустили стартап «Вишнёвый JAM» – креативное арт-пространство. Это типичный пример пути к успеху наших воспитанников; девушка работает бухгалтером, любит петь, попадает к нам в вокальную студию и через пару лет приносит идею: «А давайте в Чехове на Вишнёвом бульваре создадим пространство для музыкантов. Представляете: в Чехове на Вишнёвом – «Вишнёвый JAM». Как вам?» Великолепно!

Этот год для нас юбилейный. Мы его встречаем как соучредители чеховского медиафестиваля для детей и подростков «Люди подвига». Поездка на Сахалин по маршруту А. П. Чехова помогла мне понять, как можно сохранить и приумножить память о писателе. И в этом году мы работаем над многими проектами, связанными с его именем. В планах – создание единого образовательного пространства в Чехове и за его пределами. Будем развивать коммуникацию с образовательными пространствами, близкими нам по духу. Частное образование в России уверенно зарабатывает доверие, и я горжусь, что мы вносим свою посильную лепту в это благородное и нужное дело.

Приходите в «Вилена клуб», мы научим вас быть успешными!

Предприниматель Олег Путилов хорошо известен в деловом мире своими бизнес-проектами, но немалая часть его жизни посвящена тому, чтобы помогать людям. Он уже много лет занимается благотворительной деятельностью. Найдётся немало людей и организаций, благодарных ему за помощь. Мы поговорили о том, как возникает эта потребность – быть полезным для других, о таком чувстве, как благодарность, и о том, как чувствует себя человек, который предпочитает отдавать, а не брать.



ОЛЕГ ПУТИЛОВ: «ЕСТЕСТВЕННАЯ ПОТРЕБНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА – БЫТЬ ПОЛЕЗНЫМ ДЛЯ ДРУГИХ»

– Олег Константинович, почему возникает потребность в том, чтобы стать меценатом, заниматься благотворительностью? Как к этому пришли вы?

– У каждого свой путь. Я для себя выбрал такое предназначение, а возможно, это Бог выбрал его для меня, – помогать людям. Вообще, это естественная потребность человека – быть полезным для других. В юном возрасте мы эгоцентрики и полагаем, что весь мир крутится вокруг нас, но со временем мы приходим к пониманию, что ты сам – всего лишь малая песчинка мироздания, и возникает потребность заботиться о других. Вопрос в том, как эта забота проявляется. Кто-то начинает с того, что заботится о семье, о близких, а у кого-то находят силы и желание, чтобы транслировать заботу за эти пределы, во внешний мир.

– Кому помогаете вы?

– Если у людей есть потребность в помощи и я могу её дать, то я это делаю. Например, в этом мире есть множество людей, которые сбились с пути, ими управляют зависимости – например, алкоголь, наркотики, – но выход есть. Для помощи таким заблудшим я открыл и содержу собственный реабилитационный центр.

Кроме того, сотрудничаю и с детскими домами, содействую людям, которые нуждаются в медицинской помощи, нахожусь в контакте и с людьми искусства, которым требуется поддержка, чтобы продолжать творить. Протяните руку тем, кто просит об этом, этим вы поможете и сами себе.

– А если кто-то хочет начать помогать и не знает, как это сделать, или нет денег?

– Общее заблуждение, что помогать можно только деньгами. Любой человек может приехать в детский дом, в центр для пожилых людей, в приют для животных, и он обязательно найдёт то, чем может быть полезен. В любом центре соцзащиты ему с радостью выдадут адреса бабушек, которым надо сходить за продуктами, получить лекарства в аптеке. Нет вопроса в том, чтобы найти нуждающихся в помощи. Гораздо сложнее с тем, где найти желание помогать. Я искренне благодарен Богу за то, что у меня оно есть.

– Что помощь другим людям даёт человеку? Насколько это важно и значимо сегодня для общества?

– Далеко не всегда важно, каким мотивом ты руководствуешься, когда помогаешь. Даже если кто-то думает: «Я отдам сегодня 100 рублей, а в будущем получу тысячу», ничего страшного в такой «корысти» нет. Главное – действие; если делаешь добро, то неважно, что стало побудительной причиной. А чем больше добра мы делаем, тем больше его в этом мире.

– А лично для вас? Вы многим помогаете, как это влияет на вашу жизнь?

– Если я голоден, я пойду и поем. Я могу объесться, могу поесть в меру, могу выйти из-за стола с лёгким чувством голода. И с помощью происходит нечто подобное. Бывают периоды, когда я испытываю огромную благодарность Богу за то, что у меня есть возможность, силы и желание помогать, и хочется как можно больше отдавать. Не скрою, что бывают периоды, когда всё вокруг так «достало», что нет ни сил, ни желания. Это сигнал к тому, что надо дать себе паузу, остановиться, чтобы не загнать себя как лошадь. Нет какого-то стабильного состояния, которого ты достиг и неизменно в нём пребываешь. Но есть духовный путь, по которому ты идёшь, испытывая разные желания, эмоции и потребности. Но тем не менее: если ты видишь цель в том, чтобы помогать, то ты по этой дорожке и идёшь.

– Стоит ли ждать благодарности за помощь?

– Благодарность – это чувство, которое можете испытывать вы сам, а испытывают ли её те, кому ты помог, – какая разница? По своему опыту скажу: благодарность рождает душевное спокойствие. Если ты живёшь с благодарностью миру, Богу, людям, то ты себя хорошо чувствуешь. Это то чувство, которое надо не брать, не принимать от других, а отдавать. У современных людей, к сожалению, искажено понимание этого, мы живём в потребительском мире, мы настроены на то, чтобы «брать», а надо учиться отдавать, потому что так и только так ты что-то приобретаешь. Это правило работает во всех сферах жизни. А благодарить всегда есть за что. За ясный день, за спокойствие в семье, за то, что ты просто жив-здоров.

– Есть ли сейчас какие-то проекты на ниве благотворительности, которые вам особенно интересны?

– Скорее, в сфере меценатства. Я помогаю моему другу, заслуженному художнику РФ Александру Шилкову реализовать проект по созданию международной школы искусств. Я сам имею отношение к искусству и знаю, какой это труд, и мне очень хочется, чтобы художников такого уровня, как Саша, у нас было больше, а для этого нужно помочь им – дать возможность учиться. Мы вместе задумали открыть более ста школ по всей стране, и первая из них открывается в марте в Ростове-на-Дону.



Произведения искусства должны будить в людях лучшие качества, развивать духовность – в этом убеждён Александр Шилов, заслуженный художник России, академик Российской академии художеств. Его пейзажи стали первыми произведениями искусства, побывавшими за пределами Земли, совершив путешествие на Международную космическую станцию. Авторский проект «Наша Родина – Россия», продолжающий традицию передвижных выставок, хорошо известен во многих субъектах РФ и за их пределами. Мы поговорили с Александром Шиловым о важности развития и сохранения культуры и о роли творца в современном мире.

АЛЕКСАНДР ШИЛОВ: «ЧЕЛОВЕК ДОЛЖЕН ВОЗДЕЛЫВАТЬ СВОЮ ДУШУ»

– Александр Александрович, вы получили награду в номинации «За вклад в сохранение культурного наследия». Бережное отношение к культурному наследию – что оно привносит в современное общество?

– Без духовности нет культуры, без культуры нет духовности. А если культура не привносит просвещение, не возделывает душу, то грош ей цена. И то культурное наследие, которое я поддерживаю, – это те живописные, музыкальные и кинопроизведения, которые, прежде всего, являются инструментами для воспитания человека как личности с морально-нравственными ценностями, с духовной составляющей, что и отличает человека от животного.

Я убеждён, что для того, чтобы общество развивалось, а не деградировало, сейчас, прежде всего, нужно уделять внимание фундаментальной культуре, которая пробуждает всё прекрасное в человеческой душе: способность переживать, желание помогать, участвовать в жизни других людей и, самое главное, любить.

– Я знаю, что сегодня вы организуете свои передвижные выставки по всей России. В чём философия и замысел этого проекта?

– Мой авторский проект «Наша Родина – Россия» – это выставка пейзажей, в самом названии которой уже заложена идея: она призвана объединить людей, живущих в нашей стране. Вслушайтесь, не «моя Родина», а «наша», общая страна, в которой мы живём и которую должны беречь, несмотря ни на какие распри.

Я создаю свои работы в разных регионах и собираю их в едином пространстве выставочного зала, музея, галереи. В этих пейзажах я показываю людям разные уголки нашей страны, отражая одновременно и сентиментальность, и величие России. Я хочу

показать людям этот разноцветный и многообразный «ковёр» нашей страны, сотканный из красочных узоров, у каждого из которых своя мелодия, а объединённые в одном пространстве они звучат гимном нашей страны.

– А какой отклик вы получаете от посетителей выставки, вдохновляет ли он вас?

– Этот проект я делаю по собственной инициативе и за собственные средства, он не приносит мне дохода. И те отзывы, которые я получаю, – это самая ценная награда. А люди подходят, говорят, пишут, что эти работы проникают в самую глубину их сердец. А когда люди разделяют твои чувства, когда своими работами ты пробуждаешь отклик в них, то понимаешь, что всё не зря.

Ведь бережное отношение к родной земле рождается только тогда, когда человек любит свою Родину. А как обратить человека к любви? В том числе и показав всю красоту нашей страны через живопись. К тому же картины несут в себе особую энергию, ведь в каждое из полотен художник вкладывает частицу души. И у тех, кто приходит на выставку, душа наполняется ощущением любви к месту, в котором ты родился.

Проект «Наша Родина – Россия» был удостоен Всемирной благотворительной премии в номинации «Проект десятилетия». Сегодня я объехал с этой выставкой уже 53 региона, и, конечно, мне приятно, что он замечен, что его ждут, постоянно поступают запросы, чтобы я приехал с этой выставкой в самые разные уголки России.

– Продолжая тему важности сохранения культурного наследия, хочу спросить о вашей работе по открытию собственной академии. Для кого она создаётся?

– Наверное, каждый художник хочет передать свои умения, мастерство, которыми он обладает, своим ученикам. И я постепенно подхожу к реализации этого замысла. Так, проект «Наша Родина – Россия» вошёл в Комиссию по вопросам патриотического, духовного и нравственного воспитания детей и молодёжи Совета при Президенте РФ по национальным отношениям. И комиссией было высказано пожелание открыть мою школу в 100 странах мира, где есть наши соотечественники, и, конечно, охватить школами как можно больше уголков в самой России. Это масштабный проект, требующий времени. А предназначен он для тех, кто, ознакомившись с программой, которая будет единой для всех школ, и кому будут близки ценности, которые мы несём, захочет прийти и пройти обучение. Это может быть ребёнок или взрослый, человек рабочей специальности, а может быть профессиональный художник, который хочет по-новому взглянуть на то, чем он занимается.

– В чём же сегодня, на ваш взгляд, состоит главная миссия художника, творца?

– Задача художника – сохранить человека в человеке. Повторюсь, что возделывание души человека – это его основная задача в течение жизни. Как пахарь засеивает поле, как спортсмен накачивает мышцы, так и человек должен возделывать свою душу. У моего дедушки было такое выражение: «Душа – как у воробья коленка», то есть малюсенькая, неразвитая, тщедушная. Мы просто не имеем права не заботиться о нашей душе. В каждом есть присутствие Бога, и только от нас зависит, как мы развиваем в себе духовное начало, нам даны для этого все возможности. Настоящий творец – это человек с Богом внутри себя, он вкладывает душу в свои произведения и помогает другим открыть и развить в себе духовность.

В новой экономической реальности, когда мир вокруг нас стремительно меняется и каждый день приносит новые вызовы, для управленцев, владельцев бизнеса и топ-менеджеров огромное значение имеет скорость обработки информации и принятия решений для достижения поставленных целей. Инна Щербакова – PhD-доктор кризисной психологии, нейроинженер, признанный специалист по работе с потенциалом мозга. В 2022 году она защитила диссертацию на тему «Перезагрузка топ-менеджеров на альфа-, бета-, гамма-частотах мозга». Созданные ею авторская методика «Рестарт Реальности» и программы перезагрузки мозга позволяют использовать эффективные инструменты для управления мышлением и предлагают конкретные техники регуляции энергии стресса и повышения адаптивности мозга в быстро изменяющейся среде и в условиях кризиса для достижения целей.

ИННА ЩЕРБАКОВА:

«ЕСЛИ ВЫ УПРАВЛЯЕТЕ СВОИМ МЫШЛЕНИЕМ, ТО ВЫ УПРАВЛЯЕТЕ ЛЮБОЙ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИЕЙ»



– *Инна, действительно ли можно научиться управлять кризисом?*

– Управление кризисом – это одна из важнейших сфер в управлении своей жизнью и реальностью, в которой мы существуем. Сейчас мы все живём в эпоху неопределённости, когда горизонт планирования сильно сузился. Для владельцев бизнеса, топ-менеджеров, лидеров это, безусловно, стрессовая ситуация, которая затрудняет постоянное быстрое принятие решений. В стрессе нет развития, в нём есть страх, сомнения и неуверенность – главные демотиваторы, которые не позволяют двигаться вперёд. Если руководители компаний опасаются за последствия своих решений, раздражены и не могут использовать возникающие сложные ситуации как ступень лестницы, ведущей наверх, то об успешном и стабильном развитии бизнеса говорить не приходится. Так что в первую очередь управление в кризис – это управление своим кризисным состоянием «здесь и сейчас».

Для управления этим состоянием есть инструмент, гораздо более эффективный, чем всевозможные тренинги личностного роста: этот инструмент – наш мозг и его потенциал.

Любой инструмент становится эффективным, если ты знаешь, как им пользоваться, а нейробиология располагает чёткими алгоритмами настройки мозга, которые позволяют управлять своим состоянием.

Я около 30 лет проработала с людьми, в том числе 16 лет – антикризисным управленцем в таких крупных компаниях, как «Евросеть», и наблюдала разное поведение в кризисных ситуациях; и в какой-то момент пришла к выводу, что я могу помочь владельцам бизнеса и их топ-руководителям в оптимизации управленческих решений с помощью выстраивания правильного мышления, правильной постановки целей с точки зрения работы мозга и необходимости контроля над мыслями и эмоциями.

– *Каким же образом можно контролировать мысли?*

– При помощи инструментов работы потенциала мозга и нейробиологии. Сегодня многие обращаются к психологам, чтобы решить различные свои проблемы; и это замечательно, что люди стремятся разобраться в себе, быть осознанными, но порой на это уходят годы. А жизнь значительно ускорилась – вслед за скоростью нашей планеты. Если топ-менеджер или владелец бизнеса сегодня не принял какого-то важного решения, то завтра оно может быть уже неактуально. Значит, мы должны думать быстрее, анализировать быстрее, принимать решение намного быстрее, и поэтому серьёзные руководители понимают, что прежних инструментов недостаточно, нужны новые инновационные подходы к работе с сознанием и обработкой входящей информации.

Нейробиология даёт конкретные ответы на конкретные вопросы за короткое время. Например, когда мы осознанно выбираем положительный подход, то уменьшаем уровень кортизола, гормона стресса. Но легко сказать: выбирай позитивный подход, а как это сделать? Нейробиология как раз располагает конкретными техниками, которые этому учат.

Невозможно в двух словах рассказать о моей методологии, но, по сути, с помощью доказанных наукой инструментов работы мозга мы развиваем нейропластичность: приобретаем навык адаптации мозга к новым условиям и вызовам, что необходимо для постоянного роста и развития. Есть общий чёткий алгоритм действий, который вкратце можно разложить по такой схеме:

- настройка гормонов мозга;
- анализ и создание цели;
- формирование новых нейронных связей;
- работа с электромагнитным полем;
- работа с квантовым полем.

Фактически на базе метода «Рестарт Реальности» созданы десятки программ для предпринимателей и их корпоративных команд, которые позволяют им эффективно управлять бизнесом в любых кризисных ситуациях. И сегодня максимально важно использовать именно научно обоснованные подходы, которые смогут преобразовать динамику и результативность бизнеса любой, самой крупной корпорацией, командой или государственной структурой.

Вячеслав Коломиец: «МЕНЯ ВДОХНОВЛЯЕТ МАСШТАБ ПРОЕКТА»



Автомойки самообслуживания с каждым годом пользуются всё большим спросом у автовладельцев. На первый взгляд, в этом бизнесе решают простую задачу – помыть автомобиль, и чем-то выделиться в этом сегменте сложно. Но это лишь на первый взгляд. CEO компании ALLES ВЯЧЕСЛАВ КОЛОМИЕЦ сумел превратить мойки самообслуживания в высокотехнологичный бизнес с высокой доходностью. Сегодня фирменная сеть автомоек ALLES охватывает всю Россию, от Калининграда до Владивостока, а также ряд стран Европы и СНГ. И в этом заслуга её генерального директора и основателя, который не боится экспериментов и всегда в поиске неординарных решений. Его бизнес-интуиции доверяют и сотрудники, и партнёры.

ФОРМУЛА УСПЕХА

В компании говорят, что бренда ALLES не существовало бы без визионерства, лидерских качеств и харизмы её основателя. Десять лет назад отечественный компания по производству оборудования для моек самообслуживания практически не было. А то, что собиралось в России или завозилось из Европы, было очень однотипно и скучно по набору программ и опций. Первое, о чём задумался создатель бренда – о возможности создания уникального инновационного продукта, который бы сразу на старте выделил ALLES среди других, отвечал потребительским трендам и даже немного опережал спрос. Была сделана ставка на разработку умных автомоечных комплексов и создание суперсовременных моек самообслуживания, где можно получить весь комплекс услуг в формате self-service. И при этом, чтобы владелец объекта мог управлять бизнесом в буквальном смысле со своего смартфона. До ALLES с подобными разработками никто не выходил.

– Было ли сложно быть первопроходцем?

«Мне нравится одно высказывание: выберите самый сложный путь, на нём вы не встретите конкурентов», – говорит Вячеслав Коломиец.

Сегодня нет сомнений, что такая стратегия оказалась успешной. Годовой оборот сети в 2023 году составил 1,4 млрд рублей, а чис-

ло открытых объектов приближается к 200. Вячеслав Коломиец убеждён, что добиться роста ему помогли такие навыки предпринимателя, как стратегический менеджмент, управление целями, деньгами, командой и сильная техническая экспертиза.

Мы поинтересовались, какие ключевые факторы успеха он определяет в выбранной бизнес-стратегии. *«В первую очередь это прогнозируемая окупаемость и рост доходов. Диверсификация инструментов управления доходностью, уникальные конкурентные преимущества и высокая лояльность клиентов», – отвечает владелец компании.* И к мнению успешного предпринимателя стоит прислушаться тем, кто планирует открыть собственное дело или масштабировать уже имеющийся бизнес.

Если же рассуждать об успехе с точки зрения общечеловеческих ценностей, то в этой формуле для Вячеслава главный ингредиент – любовь. Пожизненная увлечённость своим любимым делом.

«Для меня успех – это заниматься тем, чем ты хочешь, общаться с теми, с кем ты хочешь, и получать от работы такое же удовольствие, как от отдыха.»

ПРИЗНАНИЕ СОВРЕМЕННИКОВ

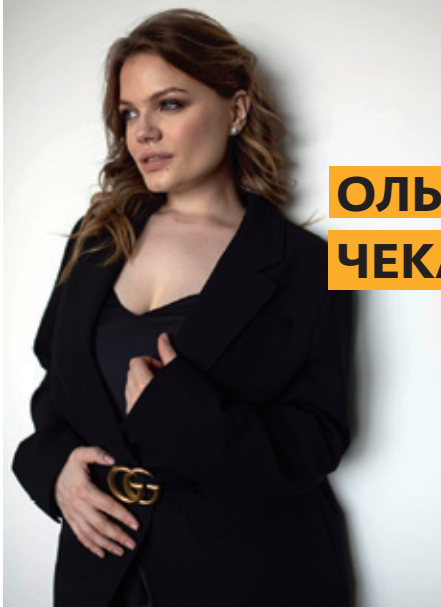
На определённом этапе развития компании, когда отстроены основные бизнес-процессы, сформирована команда, бренд узнаваем, а из клиентов выстраивается очередь, непросто сохранять мотивацию для дальнейшего разви-

тия и продолжать движение вперёд. Но у владельца ALLES амбициозные планы и на ближайшее время, и в долгосрочной перспективе. Так, в 2024 году компания наметила масштабное обновление программного функционала управления мойками с помощью облачных технологий и добавления новых инструментов управления бизнесом, что позволит франчайзи легче масштабироваться икратно повышать доходность.

Что же вдохновляет владельца никогда не останавливаться на достигнутом?

У Вячеслава Коломийца есть ответ: *«Моя конечная цель – дать людям новую ценность, комфорт и удовольствие от такой простой и рутинной задачи, как мойка машины. В идее создания умных моек меня вдохновляют масштабность и многогранность проекта, поиск уникальных инновационных, инженерных и IT-решений, а также возможность получить обратную связь, лояльность продукту и признание современников.»*

К слову, признание современников компания уже получает. Помимо десятков бизнес-наград от профессиональных сообществ, мойки ALLES ежегодно получают статус «хорошее место», который Яндекс присуждает лучшим компаниям с высокими рейтингами по отзывам потребителей. **И как говорит Вячеслав Коломиец:** *«Довольный и счастливый клиент, который возвращается к нам снова и снова, и есть та обратная связь, которая вдохновляет нас на дальнейшее развитие.»*



ОЛЬГА ЧЕКАРЕВА:

«МНЕ ПОМОГАЮТ ВРОЖДЁННОЕ ЛЮБОПЫТСТВО И ОТСУТСТВИЕ СТРАХА ДЕЛАТЬ ОШИБКИ»

Основательница федеральной сети быстрого питания ShaurMeals Ольга Чекарева рассказала о том, легко ли ломать стереотипы, о важности высоких стандартов в стритфуде и о том, как компания поддерживает своих франчайзи.

– **Федеральная сеть ShaurMeals – стритфуд, который радикально изменил представление о культуре «шаурмичных» и стритфуда в целом. Легко ли было ломать стереотипы?**

– На самом деле стереотипы в отношении стритфуда до сих пор не разрушены, и мы по сей день с этим боремся. Всё ещё остаются люди, которые приходят и спрашивают: «А шаурма раньше мякала или гавкала?» Или, например, когда при общении узнают, что я занимаюсь шаурмой, заявляют: «Я такое не ем». Если задать вопрос, что же «такое» они не едят – мясо, лаваш, овощи или, может быть, греческий йогурт, – ответить никто не может.

Конечно, мы пытаемся изменить такое устаревшее представление. Поэтому в ShaurMeals скрупулёзное внимание к деталям во всём: в интерьере, в сервисе, в упаковке, к формированию меню, где есть предложения на любой вкус, в том числе и фитнес-шаурма, детская, веганская и др. И со временем нам, конечно, удастся донести мысль о том, что стритфуд может быть разным, как и любые другие заведения общественного питания.

– **Есть ли на рынке игроки, копирующие вашу концепцию? И как вы относитесь к конкуренции?**

– Я вам более того скажу, было несколько заведений, которые копировали нас вплоть до названия. Убирали, например, одну букву «s» в конце и открывались. Нам такое, конечно, не нравится, мы можем отвечать только за себя, и зачем нам внешне схожие заведения, которые могут повредить нашей репутации? Но до судов дело не доходило, всё решалось в досудебном порядке.

К честной конкуренции я отношусь совершенно спокойно. Я считаю, что каждый человек выбирает заведение по своему вкусу. Наш бизнес – это про эмоции, про атмосферу, и для каждого найдётся свой клиент.

– **Какие качества вам помогают сегодня, что вдохновляет на новые идеи?**

– Я думаю, что мне помогают врождённое любопытство, желание ходить туда, где до

меня ещё никто не был, и отсутствие страха делать ошибки. Мне всегда был чужд подход «я хочу заняться чем-то, чтобы получить такой-то доход». Для меня иначе: я просто хочу этим заняться, мне это интересно, хочу решать проблемы и сделать дело хорошо, пройти путь с нуля и посмотреть, как всё устроено. Возможно, эти качества мне и помогли вывести сеть на федеральный уровень, а затем выйти и на зарубежные рынки: сегодня заведения ShaurMeals уже представлены в семи странах.

– **А какие требования вы предъявляете к франчайзи и что предлагаете взамен?**

– Самое главное требование – это понимание, что покупка франшизы не предполагает пассивности, что не бывает так: заплатил паушальный взнос, нанял управляющего – и на этом участие закончилось. Я настаиваю на том, что нужно быть активно вовлечённым в процесс, особенно на старте. Конечно, если впоследствии удастся найти хорошего управляющего, то бизнес не будет требовать много внимания, но на первом этапе придётся вникать во все нюансы.

Ещё важна адекватная оценка партнёром своей финансовой состоятельности, поскольку бизнес не должен превращаться в бесконечный стресс, когда последние деньги потрачены на открытие и не остаётся запаса, чтобы, например, вложиться в рекламу и т. п.



Что мы сами можем предложить партнёрам? Очень многое.

Например, мы разработали интерактивное приложение по обучению персонала. Это не банальное учебное пособие, а полноценный интерактивный курс с текстами, видео, лекциями от коучей, онлайн-тестированием. Оно затрагивает абсолютно все аспекты нашего бизнеса: от того, как правильно мыть руки и отрезать «попку» огурца, до того, как упаковать заказ, что делать, когда посетителей одновременно очень много, и как вести себя с грубыми клиентами. Приложение сильно облегчает жизнь предпринимателям, так как в нём есть ответы на все вопросы. А кроме того, оно является и залогом качества работы предприятия, так как все обучаются по единым стандартам сети.

Помимо этого, я сама написала целую книгу для владельцев бизнеса с массой деталей: как нанимать персонал, какие системы мотивации наиболее эффективны, как следить за качеством и т. п. Это труд на 300 страниц; плюс 60 приложений по всем аспектам, которые могут возникнуть в общепите.

Есть и удобное приложение для клиентов, где можно накапливать баллы, делать заказы и много чего ещё. Мы его постоянно совершенствуем, чтобы людям было удобно им пользоваться.

Всестороннюю поддержку франчайзи обеспечивает и огромная команда специалистов (шеф-повара и бухгалтеры, IT-специалисты и юристы, маркетологи, менеджеры по закупкам и дизайнеры), с которой можно консультироваться по всем вопросам.

Мы сами ведём социальные сети, отвечаем на вопросы людей на картах 2ГИС и Яндекс, занимаемся обратной связью с гостями.

Обеспечиваем франчайзи фирменными упаковками нашей продукции по цене в 2-3 раза ниже рынка. Иными словами, берём на себя всё, что можно взять без ущерба для бизнеса партнёра, оставляя ему определённую свободу действий: например, в выборе поставщика продукции; конечно, она должна отвечать нашим требованиям к качеству.

Я на протяжении всего времени работы занималась тем, чтобы создать такие системы и продукты, которые бы максимально облегчили жизнь предпринимателю, работающему по франшизе ShaurMeals.



«КРАСНОДАРСКИЙ ПАРЕНЬ»:

«КОГДА ПАРТНЁРЫ ВАШИ ЕДИНОМЫШЛЕННИКИ, ЭТО ЗАЛОГ УСПЕХА»

Популярная сеть бургерных «Краснодарский парень» создаёт сообщество франчайзи, которое активно участвует в развитии бренда. Её основатели **ЕВГЕНИЙ ЧЕТВЕРГОВ** и **ЮРИЙ РОЙ** рассказали о главных ингредиентах успеха в бизнесе по франчайзингу.

Когда первая бургерная «Краснодарский парень» появилась в 2016 году в Краснодаре, то сразу завоевала популярность благодаря своей самобытности. Несмотря на популярность и известность такого блюда, как бургеры, мы смогли предложить продукт, который удивил и порадовал гостей, сделав ставку на нестандартно высокие бургеры: такую пирамиду из ингредиентов до нас в России никто не собирал. К тому же все составляющие бургеров были отменного качества: мясо из фермерских хозяйств, самые свежие овощи, авторские соусы, булочки из местной пекарни. И практически мгновенно заработало сарафанное радио. Люди фотографировались с нашими бургерами и выкладывали эти фото в соцсети, скоро к нам стали выстраиваться очереди.

Не прошло и года с момента открытия, как на нас стали выходить предприниматели из других регионов с предложениями: «Давайте мы откроем бургерную «Краснодарский парень» в своём городе». Первая франшизная точка открылась в Санкт-Петербурге в 2017 году, а сегодня у нас уже 29 бургерных в России, есть заведение в Казахстане, готовится к открытию первая точка в Сербии.

Спрос на нашу франшизу стабильный, и это объяснимо: помимо качества и оригинальности продукта, атмосферы, заботы о гостях, мы очень трепетно относимся и к нашим франчайзи. Менеджеры управляющей компании в постоянном контакте с нашими партнёрами, они отвечают на все вопросы, есть все инструменты поддержки: от выбора локации до маркетинга, от обучения персонала до переговоров и получения выгодных цен от лучших поставщиков продуктов. Каждого партнёра сопровождает личный менеджер на всех этапах работы.

Всё это не пустые слова. Например, в недавно открытых заведениях в Москве, Подмоскovie, Нижнем Новгороде (а это локации с высокой конкуренцией) ежемесячная выручка составляет от 3 до 5 млн рублей при вложениях в открытие около 10 млн.

Я считаю, что для успеха развития по франчайзингу важны общие цели, единый вектор развития – как внутри самой управляющей компании, так и с партнёрами. Нам важно, чтобы наши франчайзи получали удовольствие от самого процесса, были на связи с гостями, растили команду, предлагали новые идеи для развития бренда, а не только хотели бы получать прибыль. Прибыль наша бизнес-модель обеспечит, но вовлечённость франчайзи в процесс развития бренда не менее важна.

Кроме того, один из важнейших критериев успеха франшизы – классный продукт. Все утверждают, что их продукт классный. А мы доказываем фактом: более половины наших партнёров – это люди, которые заходили к нам как гости, пробовали наши бургеры, впечатлялись и покупали нашу франшизу. В нашей нише многие пытаются копировать друг друга, мы этим путём не пошли: придумываем оригинальные рецепты, добавляем уникальные ингредиенты, и у нас получаются интересные бургеры – даже с точки зрения тех гостей, кто привык их постоянно покупать. Мы используем качественные ингредиенты: только свежее, а не замороженное мясо, картофель премиального качества и т. п. И у нас потрясающий шеф-повар, который создаёт новые интересные позиции в меню.

Для успеха во франчайзинге нужна классная команда. Наша целевая аудитория довольно молодая – 30-40 лет. И чтобы угадывать их предпочтения, нужно и самим мыслить так же, как наши гости. В «Краснодарском парне» работают молодые и дерзкие ребята, готовые креативить и развиваться. И это наше преимущество, так как мы мобильные, гибкие, быстро реагируем на тренды и быстро внедряем новое.

Наша сильная сторона – постоянное развитие и адаптация под реальность. Кто не меняется, тот умирает. И мы это видим на примере наших конкурентов: есть сети, которые «выстрелили» несколько лет назад, а сейчас уже понемногу «сдуваются». Мир очень быстро меняется. И каждый раз это

сопровождается какими-то изменениями потребительских предпочтений. И это всё нужно улавливать. Например, во время COVID мы первыми среди всех внедрили доставку сборных бургеров, которые можно собрать по инструкции и приготовить дома – и все стали за нами повторять. И таких примеров масса. Скажем, сейчас уровень покупательной способности снизился, мы это видим и адаптируемся, понижаем ценники, чтобы привлечь новую целевую аудиторию и чтобы постоянные гости могли к нам ходить, не тратя больше денег, чем раньше.

Нас отличает самобытность. Мы компания с юга России и используем это как своё преимущество. Продвигаем южный колорит: солнце, луга, поля. Используем это в маркетинге, дизайне, фирменном стиле. Если посмотреть наше меню, то там найдётся и кубанская курочка, и станичная картошка. Всё это создаёт единую «ДНК» бренда. Мы не такие как все, и нас очень хорошо запоминают.

Без выстраивания системы не может обойтись никакая сеть, мы быстро это поняли и развиваемся в этом направлении: важны единые стандарты, чтобы гость с первого взгляда понимал, в какое именно заведение он пришёл, единая система приготовления блюд, общения с гостями, внешнего вида сотрудников и т. п. Систематизация позволяет получать стабильный управляемый результат и влиять на него.

И наконец, очень важный момент – соблюдение всеми партнёрами наших стандартов. Наш контроль качества пристально за этим следит, есть система видеонаблюдения, в каждом заведении установлены камеры на кухне, в баре. Также наши менеджеры мониторят соцсети, смотрят отзывы, фотографии, которые выкладывают гости, выявляют все недостатки и работают с франчайзи по их устранению. Действует система тайных покупателей и выездных проверок.

Все эти пункты вместе и позволяют нам развивать франшизу «Краснодарский парень».

СЕТЬ modi:

КРЕАТИВНАЯ ФРАНШИЗА С ВЫСОКОЙ ДОХОДНОСТЬЮ

Бренд эмоциональных товаров modi появился в 2017 году и быстро завоевал популярность. Более 26 млн покупателей ежегодно совершает покупки в этой сети. С 2022 года бренд запустил франшизу, и теперь предприниматели имеют возможность подключиться к успешной бизнес-модели. Сегодня в 52 городах России работает более сотни магазинов modi. О том, почему франшиза бренда успешно развивается, что отличает её от конкурентов и как управляющая компания помогает своим франчайзи, рассказывает ОЛЕГ ПОКРОВСКИЙ, директор департамента франчайзинга modi.



представлены товары в 14 разных категориях под единой маркой (СТМ), нет настолько продуманного ассортимента: здесь и товары для дома, в том числе дизайнерские, которые украсят любой интерьер, и сладости, и игрушки для детей и взрослых, и украшения, и товары для спорта, и товары для животных, и многое другое. У нас работает целый департамент категорийных менеджеров, которые следят за оборачиваемостью товаров в каждой из 14 категорий. Матрица магазина не статична и меняется в зависимости от сезона: например, ассортимент канцелярских товаров осенью увеличивается практически вдвое. Магазины modi отличает безупречная выкладка товара, которая сразу привлекает внимание покупателей.

Хорошо продумана сама бизнес-модель: невысокий средний чек при большом трафике, активная аудитория, много категорий, в которых отобраны лучшие предложения поставщиков, которые и интересны с точки зрения оригинальности, и отвечают возможностям покупателей, согласно текущей экономической ситуации в России.

– Как происходит наполнение ассортимента магазинов франчайзи?

– При открытии магазина заполнение ассортиментом – это полностью ответственность управляющей компании modi. В зависимости от формата магазина определяются необходимый объём оборудования, количество категорий, и наши специалисты полностью заполняют товарную матрицу. Далее, в процессе работы, франчайзи уже может сам влиять на ассортимент магазина в диапазоне плюс-минус 20% от заказа товара. Мы оставили эту вариативность, чтобы непосредственно на месте можно было принимать решения, которые порой неочевидны в удалённом доступе специалистам управляющей компании.

– Олег, как родилась идея открытия магазина эмоциональных товаров?

– В 2017 году, когда modi появился на российском рынке, в стране не было отечественных магазинов, которые заряжали бы покупателей эмоциями, воодушевляли бы людей, были настолько яркими и узнаваемыми. Концепт эмоциональных товаров, которые могут удивлять, превращать обычные вещи в предметы, дарящие радость, оправдал себя с самого первого дня. И тогда же было принято решение о том, что мы будем развивать сеть, что мы успешно и делаем. К марту 2024 года у нас открыто уже 127 фирменных магазинов, и примерно четверть из них по франшизе.

– При этом по модели франчайзинга сеть начала развиваться недавно – и в сложном 2022 году. Не слишком ли рискованное время для старта?

– На самом деле идея развития по франчайзингу появилась раньше – в 2021 году; все собственные магазины, которые были открыты к этому моменту, показывали устойчивый рост, были отработаны и отточены до мелочей все бизнес-процессы, мы видели постоянный рост как выручек, так и числа покупателей, решили, что пора тиражировать наш продукт, и занялись упаковкой франшизы.

Объявили о запуске франшизы мы в феврале 2022 года, действительно в непростое время, но для нас кризис – это возможность проявить себя, проверить модель на устойчивость. Несмотря на все геополитические события, которые существенно повлияли на бизнес-сообщество, мы не отступили от своей цели: первый франчайзинговый магазин был открыт в июне 2022 года в Москве, а сегодня у нашего первого партнёра уже несколько точек в разных городах. И это далеко не единственный пример повторных открытий: сегодня у modi уже собрался целый пул партнёров, которые имеют по 6-7 магазинов. По-моему, лучшего свидетельства того, что бизнес-модель успешна, и не требуется.

– Сеть modi не только выросла количественно, но и вошла в топ ведущих рейтингов франшиз. Например, в топ-25 buybrand.ru в категории «ритейл» (2022 год) и в топ-100 лучших франшиз России по версии портала Бизнесменс.ру. В чём же залог успеха?

– Бренд modi и сегодня остаётся уникальным в своём сегменте. Конечно, мы далеко не единственные продаём товары для дома, подарки, но в России до сих пор нет другой похожей сети, у которой на сопоставимых с нашими магазинами площадях были бы

– Вы упомянули о формате магазинов. Какие из них сегодня доступны потенциальным партнёрам?

– Мы предлагаем форматы магазинов в диапазоне от 120 до 250 кв. метров, всё зависит от локации и возможностей франчайзи. Относительно небольшие магазины – 120 кв. метров – являются хорошим вариантом для первоначальных вложений начинающих предпринимателей. С нашей точки зрения, оптимальным является формат от 150 кв. метров, так как он позволяет включить в себя большую часть ассортиментной матрицы.

– Наверное, одни из главных вопросов для всех потенциальных франчайзи: какова цена входа, как скоро окупятся вложения и каким же будет доход?

– Вопрос стартовых инвестиций, безусловно, зависит от целого ряда факторов, в том числе от площади магазина и состояния помещения. Но в среднем на открытие магазина площадью 150 кв. метров требуется около 10 млн рублей. Они делятся на два основных блока: затраты на строительные работы и закупку оборудования – от 6 млн рублей; второй блок – закупка товарного наполнения, которая составляет в районе 4 млн рублей.

Должен отметить, что у нас роялти составляет всего 3% от товарооборота в месяц, начиная с 4-го месяца работы, так что мы даём нашим партнёрам время, чтобы встать на ноги и окрепнуть. Если говорить об окупаемости, то средний срок возврата инвестиций по проекту открытия магазина modi площадью 150 кв. метров составляет около 18 месяцев. Среднемесячный доход в регионах – 400 тыс. рублей, в Москве – 500 тыс. рублей.

– Какую поддержку вы предлагаете своим партнёрам?

– Мы оказываем поддержку франчайзи как на каждом этапе открытия магазина modi, так и при последующей работе. Начинаем всегда с поиска помещения под магазин и качественного анализа трафика с помощью аудиовизуальной фиксации. График трафика просчитывается специалистами как для будней, так и для выходных. Его показатели, в свою очередь, влияют на переговоры об аренде, помогая снизить аппетиты арендодателей, которые бывают неоправданно высокими.

Также мы составляем финансовую модель, делая реалистичный и пессимистичный прогноз окупаемости. В случае положительного решения об открытии магазина проверяем договор аренды и даём заключение партнёру о выявленных рисках, помогаем с проектом магазина, с составлением товарной матрицы, с наймом персонала, обучаем директора будущего магазина и его команду, проводим совместный запуск, участвуем в открытии не-



посредственно командой центрального офиса и многое другое.

После открытия за магазином закрепляется персональный менеджер, который, являясь наставником для директора и персонала магазина, также становится консультантом для франчайзи, контролирующим все показатели магазинов и динамику выполнения финансовой модели проекта. Получая по информационной системе в режиме онлайн данные по таким показателям, как товарооборот, средний чек, UPT, конверсия, менеджер по поддержке



бизнеса сравнивает их с прогнозными значениями. Каждый директор магазина имеет свой KPI, который мы контролируем. Если необходимо, то совместно с персоналом магазина и франчайзи принимаются решения, которые корректируют схему работы и помогают оптимизировать показатели.

Если говорить о продвижении, то, например, мы ведение всех социальных сетей берём на себя и даже запрещаем нашим франчайзи делать это самостоятельно. Если у партнёра есть желание пропихать магазин с помощью локального блогера, а такие истории мы видим всё чаще, то мы сами берём контакты этого блогера и проводим с ним переговоры.

– А любой ли может стать вашим партнёром-франчайзи?

– На этот вопрос невозможно ответить однозначно. С одной стороны, мы готовы рассматривать партнёров как с опытом ведения бизнеса, так и без опыта. Но в то же время среди наших партнёров мы хотим видеть только единомышленников, тех, кому близка концепция, кому небезразлично мнение покупателя и его настроение, тех, кто разделяет наши ценности. Франчайзи должен полностью принять те стандарты и правила, по которым работает сеть, иметь безупречную деловую репутацию и хороший финансовый потенциал, позволяющий открыть магазин modi.

– Поделитесь вашими планами по развитию сети modi на 2024 год.

– В 2024 году мы планируем увеличить нашу сеть ещё на 80 магазинов. Соотношение собственных открытых точек и магазинов по франшизе составит равные доли. При этом около 50% франчайзинговых точек мы планируем открыть с уже действующими партнёрами. Сейчас у нас практически нет партнёров, которые имели бы в арсенале только один магазин, франчайзи modi успели убедиться на практике в успешности предлагаемой бизнес-модели и готовы вместе с нами развивать бренд.

В России каждая четвёртая семья имеет домашнее животное, говорят данные статистики, а число собак и кошек, нуждающихся в груминге, приближается к 20 миллионам. По экспертным оценкам, рынок груминга ежегодно растёт на 12%, уход за питомцами становится нормой, и люди готовы платить за качественные услуги в этой сфере.

GROOM, крупнейшая груминг-сеть Евро-Азиатского региона из Екатеринбурга, активно развивается по франчайзингу: сегодня она насчитывает 127 салонов по России, Казахстану, Армении, Саудовской Аравии и ОАЭ. В 2023 году компания получила Национальную бизнес-премию в номинации «Лучший проект в сфере услуг». Мы побеседовали с директором сети GROOM Денисом Четиковым о перспективах этого бизнеса.



Денис Четиков: «Развиваем культуру ухода за домашними животными»

– Денис Александрович, как родился проект GROOM?

– Он начался с одного салона в Екатеринбурге в 2011 году, который быстро стал самым успешным в городе. Его основатель – легенда в мире груминга Дарья Гоц, одна из лучших грумеров в России, победительница множества европейских конкурсов, сумела сплотить вокруг себя и привлечь в салон команду классных мастеров.

Скоро от клиентов стали поступать запросы на открытие салонов в других частях города. А затем к нам стали обращаться и предприниматели с вопросом: «А можно ли купить у вас франшизу?» К 2019 году в сети уже было семь салонов, и пришло понимание, что надо «упаковать» франшизу и выводить её на федеральный уровень, поскольку это быстрый способ масштабировать компанию и развивать большой бренд. За год было открыто 19 салонов, и темп нарастал.

– Сегодня GROOM – это свыше 100 салонов. В чём залог успеха вашей сети?

– Во-первых, это работа всей команды GROOM под нашим с Дарьей руководством. Все сотрудники управляющей компании невероятно заряжены на результат. Команда подобрана таким образом, что каждый разделяет наш взгляд на стратегию роста GROOM – не только в количестве салонов по всему миру, но и по качеству, обеспечивающему процветание сети.

Во-вторых, помимо высоких требований к качеству стрижки и ухода, в наших салонах повышенные требования к качеству сервиса. Если в других салонах акцент делается только на стрижке питомца, то GROOM – это уют для хозяина, комфорт внутри самого салона, гарантии безопасности для животного (все салоны оборудованы камерами). Мы активно вовле-

каем наших клиентов в развитие культуры ухода за животными, просвещаем, проводим эфиры со специалистами.

Плюс это высочайшее качество средств для ухода за животными: косметика премиального уровня, на которой мы не экономим. В 2020 году были разработаны первые средства по уходу за животными от GROOM, а в 2023-м запущено собственное производство. В мире всего три производителя уходовых линеек такого качества: в США, Испании и косметика GROOM из России. Начинать мы с объёма около пяти тонн косметики в месяц, что позволяет нам не только обеспечивать собственные салоны, но и выходить на внешние рынки; в ближайшее время нарастим объёмы до 22 тонн, что позволит уже выходить с продукцией и в дальнейшем зарубежье: в Китай, Турцию, страны Дальнего Востока. Сейчас идёт строительство завода с мощностью 150 тонн в месяц, который мы планируем запустить в 2026 году.

– Высокие требования к качеству услуг, вероятно, требуют и более высоких инвестиций от франчайзи для вхождения в бизнес?

– Мы затратили огромные средства на то, чтобы довести качество услуг и сервисы, поддерживающие работу салонов, до совершенства. Например, наш сайт groom-ru.ru признан лучшим в Рунете в 2023 году. И продолжаем вкладываться в развитие сервисов. Несмотря на это, франшиза GROOM остаётся одной из самых дешёвых в этой сфере. Инвестиции в открытие салона под ключ составляют до 2 млн рублей, включая паушальный взнос. Окупаемость зависит от ряда факторов, но в среднем занимает около 10 месяцев. При этом наши партнёры платят роялти только с третьего месяца работы: мы даём им встать на ноги, наработать клиентуру. Это честные условия, мы абсолютно

открыты для франчайзи, поэтому к нам идут люди.

– Давайте поговорим о мерах поддержки для ваших франчайзи.

– Во-первых, мы полностью обеспечиваем партнёров персоналом, чего в сфере груминга никто более не делает. Где бы ни открывался салон, мы приедем в город, сами подберём и обучим персонал работе по нашим стандартам.

В распоряжении партнёров – стильный и адаптированный под их салон сайт GROOM для привлечения целевых посетителей.

Действует собственный кол-центр, который обеспечивает качественный приём и обработку звонков.

Наши партнёры получают скидку до 40% на приобретение косметики GROOM.

Кроме того, мы берём на себя вопросы по маркетингу и разрабатываем персональную медиастратегию для партнёров с учётом особенностей региона.

Иными словами, наши партнёры становятся частью экосистемы GROOM, что позволяет нашим франчайзи не зависеть от внешних факторов.

– Как вы оцениваете рынок груминга и развитие вашей сети в перспективе?

– Сейчас рынок груминга в России развит лишь на 20% от общего потенциала. Я регулярно выступаю спикером на различных форумах, и нашу франшизу часто представляют как франшизу «голубого океана». Я бы сказал, что она устойчива к любым финансовым кризисам, не зависит от геополитической обстановки; напротив, выручка салонов в кризисные периоды кратно увеличивается, поскольку людям хочется отвлечься от проблем, заботиться о своих питомцах. На домашних любимцах не экономят, и сегодня есть все предпосылки для роста бизнеса.



EPIC PIZZA: РЕЦЕПТУРА ЭПИЧЕСКОГО УСПЕХА

На рынке общественного питания, кажется, сложно придумать что-то новое. Но сооснователям сети пиццерий EPIC PIZZA Александру Мельникову, Дмитрию Петрову, Вадиму Волчкову это удалось. Предприниматели взяли за основу обычную пиццу и стали выпекать метровую пиццу, но не с одной начинкой, а сразу с несколькими, чего до сих пор никто на рынке России и СНГ не делает. В итоге получился формат, который легко масштабировать. И, запустив франшизу всего чуть более года назад, EPIC PIZZA сегодня триумфально заходит в разные регионы России и остаётся там надолго. Конкуренции бизнесмены не опасаются: на их стороне не только оригинальность идеи, но и технологии, которые никто не может повторить. Александр Мельников рассказал о том, как развивается проект сегодня.

– Александр, почему для развития в сфере общепита был выбран именно формат пиццерий?

– Всё просто. Рынок доставки готовой еды ежегодно растёт, а на долю пиццы в этой нише приходится около 80%. Но рынок конкурентный, и, чтобы выделиться, было необходимо уникальное предложение. Сначала мы начали выпекать просто метровые пиццы для больших компаний, но к моменту старта франшизы мы вышли с продуктом, который отличает не просто размер, а то, что в одной пицце можно сочетать сразу четыре благодаря разным начинкам. Над этой задачей пришлось поработать. Разработали целый технологический процесс: особую печь, рецептуру, состав начинок. Это было необходимо для того, чтобы пицца готовилась равномерно: всё-таки какая-то начинка готовится 30 секунд, а какая-то – 1,5 минуты.

– Не было ли сомнений в том, что метровая пицца будет востребована?

– Статистика нашей сети говорит о том, что доля заказов метровой пиццы колеблется в диапазоне 60-65% от общего числа заказов, и этот показатель продолжает расти. Сегодня мы продаём более 500 метровых пицц ежедневно.

Высокий спрос можно объяснить как экономическими причинами – заказывая одну метровую пиццу вместо трёх стандартных круглых, покупатель экономит около 700-800 рублей, – так и эмоциональной составляющей. Это интересный продукт: заказав его на праздник – например, день рождения, – можно удивить друзей. Метровая пицца всегда производила и до сих пор производит WOW-эффект. Кроме того, как я и говорил, мы можем сочетать в одной пицце четыре вида разных начинок, а сейчас работаем над технологией, чтобы можно было поместить сразу восемь.

– И какого эффекта от этого нововведения вы ожидаете?

– Мы должны быть круче всех. А если серьёзно, то убеждён, что это добавит



ещё больше популярности нашему продукту и нашей сети. Сейчас у нас открыто около 30 точек в 15 городах, из них семь собственных, остальные по франшизе. Но это только начало. Франшизу мы запустили в 2022 году и, можно сказать, в первый год на практике испытывали бизнес-модель. Теперь пришло время интенсивного роста. Испытательный этап остаётся позади. Мы уже ставим рекорды. Например, в декабре 2023-го наша небольшая сеть поставила рекорд в 27 миллионов рублей за месяц. Ещё пару лет назад это было невозможно представить, а теперь это рубеж, от которого надо отталкиваться и увеличивать показатели.

Мы работаем со всеми агрегаторами доставки и запустили своё мобильное приложение, что также увеличивает трафик в нашей сети. Открываем каждое заведение полностью под ключ, берём на себя всю генерацию трафика клиентов в пиццерию, полностью обучаем персонал и партнёров.

– Это показатели всей сети, а если говорить о каждой точке? Как быстро ваши франчайзи выходят на прибыль и сколько они зарабатывают?

– Без ложной скромности скажу, что 90% наших пиццерий выходят на прибыль в первый месяц. Мы всё делаем для того, чтобы оборот каждой новой EPIC PIZZA был не менее 1,2 млн руб. уже в первый месяц работы. Средняя прибыль – это 250-300 тыс. руб. в месяц.

У бизнеса очень высокий показатель рентабельности – 60%.

А что касается стартовых инвестиций, то они вполне посильны начинающему предпринимателю: инвестиции в открытие – от 1,8-2 млн рублей, включая паушальный взнос, аренду помещения, покупку оборудования, закупку продуктов и т. д.

Для запуска нужен всего 21 день с момента подписания договора аренды, а продуманная технология процесса позволяет открыть EPIC PIZZA в формате dark kitchen на площадке всего в 40 кв. метров.

На окупаемость объекты EPIC PIZZA выходят в среднем за 10-12 месяцев.

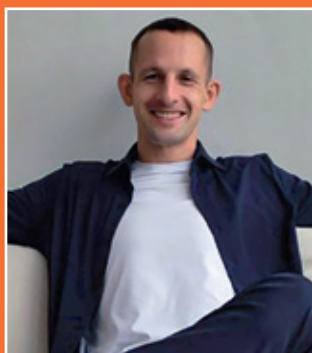
Любой наш потенциальный партнёр может пообщаться с уже действующими франчайзи и узнать всю информацию из первых рук.

Всего за год с небольшим, который прошёл с запуска франшизы, у нас уже появились партнёры, которые вышли на мастер-франшизы и имеют эксклюзивные права на закрытие определённых территорий. Кроме того, в наш бизнес можно войти и на правах инвестора, получив долю в конкретной пиццерии, а все заботы об оперативном управлении бизнесом возьмёт на себя управляющая компания.

Сегодня мы хотим, чтобы EPIC PIZZA появилась во всех регионах нашей страны, чтобы на карте России было как можно больше городов, где можно заказать нашу пиццу. И не только в России: в 2024 году мы открываем первую пиццерию в Казахстане. Это, безусловно, задача не одного дня, но это и не воздушные замки. У нас единственное предложение в России и СНГ по такому виду пиццы, небольшая инвестиция, лёгкий старт, всеобъемлющая поддержка – это и есть залог успешного масштабирования сети.



BINNY NATIVE PLACE – МЕСТО, ГДЕ ФОРМИРУЕТСЯ БУДУЩЕЕ



Иван Мальцев:

«ДЕТСКИЕ САДИКИ BINNY – НЕ ПРОСТО РАЗВИВАЮЩИЕ САДЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ, ЭТО КОМФОРТНОЕ МЕСТО, В КОТОРОМ ДЕТКИ, БЛАГОДАРЯ УНИКАЛЬНЫМ МЕТОДИКАМ ОЗДОРОВЛЕНИЯ, РАСТУТ ЗДОРОВЫМИ И СЧАСТЛИВЫМИ, ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО РАЗВИТЫМИ, СОЦИАЛЬНО АДАПТИРОВАННЫМИ И ПОЛНОСТЬЮ РАСКРЫВАЮТ СВОЙ ПОТЕНЦИАЛ».

Концепция детских садов Binny Native Place – формирование не только умных, но и здоровых, счастливых и гармонично развивающихся личностей, которые получают знания в психологически комфортной и экологически здоровой атмосфере. Binny Native Place – уникальный проект, объединяющий в себе современные образовательные методики, заботу о здоровье детей и инновационные подходы к воспитанию. На сегодняшний день сеть состоит из 27 экологических садов.

– Иван, что делает Binny Native Place одним из лидеров в сфере детского образования?

– Образование в Binny Native Place начинается с четко сформулированной миссии: вырастить поколение здоровых и счастливых детей. Это не пустой звук, а глубоко проработанная концепция, кото-

рая ориентирована на создание условий для комплексного развития детей, начиная с самого младшего возраста. Binny Native Place – не просто детский сад, это место, где формируется будущее. В Binny всё внимание нацелено на психологический комфорт и здоровье малышей, посещающих сад.

Особое внимание здесь уделяют здоровью малышей. Концепция сети садов Binny развивает нераскрытые возможности иммунной системы организма, способной самостоятельно победить болезни в результате специально подобранного комплекса упражнений и без использования медикаментозных средств лечения. Такой подход особенно актуален в городах с плотным населением, общим невысоким иммунитетом среди дошколят и не самыми идеальными условиями для развития здорового малыша. В рамках экологичного проекта Binny предусмотрен безопасный

Среди родителей не умолкают споры о том, нужно ли водить ребёнка в детский сад. Психологи уверены, что посещение детского сада способствует социализации и всестороннему развитию ребёнка. Чтобы нахождение ребёнка в саду не стало стрессом для родителей и малыша, необходимо соблюсти ряд условий. Педагоги и психологи отмечают, что возрастные особенности ребёнка трёх лет способствуют менее болезненному прохождению адаптации, поэтому отдавать ребёнка раньше этого возраста в дошкольные учреждения не рекомендуется. Особое внимание стоит уделить выбору детского садика. Ведь от того, насколько внимательно, ответственно и сочувственно педагоги относятся к ребёнку, зависят успешность его социальной адаптации и развитие речевых и когнитивных навыков. Социальные навыки улучшаются при посещении детских садов, где детям уделяется достаточно внимания, проводятся развивающие игры и занятия. К таким садам относится «Международная сеть экологических и здоровых детских садов Binny». Мы познакомимся с её основателем Иваном Мальцевым, который когда-то захотел создать особое место для детей, где их будут растить в атмосфере любви, взаимопонимания, свободы творчества и психологического комфорта. Так, в 2015 году был создан первый сад, который позже перерос в большой франчайзинговый проект.

интерьер из натуральных материалов, используются закаливающие дорожки и соляные комнаты. Для интерьеров садов Binny была разработана особая концепция палитры бренда: подобраны приятные натуральные оттенки без ярких, кричащих цветов, отражающие близость к природе и экологичность. Мебель изготавливается на заказ из натуральной древесины. Дети спят на гипоаллергенных ортопедических матрасах. И даже постельное бельё и пижамы покупаются только из натуральных материалов: хлопка, льна и конопли. Окружающее ребёнка пространство продумано до мельчайших деталей. Для безопасности малышей полы в сети садов Binny изготавливаются из бактерицидного экоматериала на основе пробкового дерева с ароматом хвои.

Для того чтобы образовательный процесс качественно усваивался, специалисты Binny также грамотно подходят к питанию

и физическому развитию малышей. Рацион проработан с нутрициологами. Меню не просто сбалансировано, но и состоит из правильно подобранных, сочетающихся друг с другом продуктов, включающих в себя витамины, микроэлементы и натуральный йод. Всё это укрепляет иммунитет ребёнка.

Хочется отметить, что в Binny Native Place еду и питье не смешивают, так как это способствует нарушению процесса пищеварения и ухудшению работы желудочно-кишечного тракта. Эта привычка, сформированная с детства, помогает детям придерживаться правильного и здорового питания в будущем.

Здоровое питание и физкультура – это залог сил и энергии.

Для укрепления физического здоровья детей в Binny Native Place применяются уникальные методики оздоровления профессора Бориса Увайдова. Они включают в себя лечебную физкультуру, самомассаж, физминутки, мягкое закаливание и другие упражнения. Это не только способствует физическому развитию, но также служит профилактикой от различных хронических заболеваний.

– Почему родители выбирают Binny?

– В основе образовательного процесса в Binny Native Place лежит более 30 уникальных программ, разработанных специально для этой сети. Эти программы охватывают разные аспекты, включая интеллектуальное развитие, развитие творческих способностей, социально-коммуникативные навыки и обучение английскому языку. Важно отметить, что обучение проходит в игровой форме, что делает учебный процесс интересным и эффективным.

– Расскажите подробнее про свои развивающие методики.

– Назову основные.

ТРИЗ-педагогика

В сети садов Binny внедрена ТРИЗ-педагогика. Игровые задачи по методике



ТРИЗ призваны научить нестандартному мышлению и гибкому поиску решения задачи. Дословно ТРИЗ расшифровывается как «теория решения изобретательских задач». ТРИЗ-педагогика развивает творческое мышление и любознательность, умение находить выход из нестандартных проблемных ситуаций, гибкость интеллекта, речевое развитие, умение свободно фантазировать и знакомит с явлениями окружающего мира и природы. Для занятий с детьми закупается специальное игровое оборудование из натуральных материалов.

Правополушарное рисование

Советский педагог Василий Александрович Сухомлинский когда-то заявил: «Ум ребёнка находится на кончиках его пальцев». Способность выполнять мелкие и точные движения кистями и пальцами рук тесно связана с вниманием, памятью, зрением, нервной системой и речью. Поэтому педагоги в сети садов Binny особое внимание уделяют художественному творчеству детей. Внедрено интуитивное правополушарное рисование. Многие считают, что научиться рисовать красиво очень трудно. Это утверждение опровергает методика, основанная на работах американки Бетти Эдвардс. Обучение по её программе позволяет научиться рисовать быстро и красиво. Систематические занятия с детьми обладают ещё и арт-терапевтическим эффектом: устраняют страх белого листа, снимают тревожность, улучшают межполушарное взаимодействие и эмоциональный подъём. Дети учатся видеть цвет, контуры предметов, перспективу. Занятия прохо-

дят в увлекательной форме под музыку и доставляют ребёнку много радости. Дети рисуют не только кистями, но и руками, мятой бумагой, ватными палочками, упавшими листьями и т. д.

Рисование песком

В сети экологических садов Binny внедрена ещё одна интересная методика – «Рисование песком». Игры с песком успокаивают психику ребёнка, сыпучий материал очень благотворно влияет на нервную систему. Здесь ребята могут играть в песке и летом, и зимой. Рисунки на песке, ребёнок не боится ошибиться, потому что можно быстро исправить неудачную линию. Занятия по рисованию кварцевым песком интересные и фантазийные. Дети придумывают сюжеты сказок и сами пытаются воплотить их на световом столе. К основным задачам песочного творчества относятся развитие мелкой моторики и, как следствие, развитие речи, снятие страхов, придание уверенности в себе, развитие воображения и творчества.

Музыкальное воспитание

Педагоги в садах Binny большое внимание уделяют всестороннему развитию личности ребёнка. Музыкальные занятия проводятся по специально разработанной программе «Гармония». Методический отдел компании учитывает психологические закономерности каждой возрастной группы. Программа занятия в детском саду выбирается индивидуально преподавателем, включая несколько видов деятельности: вокал, игра на музыкальных инструментах, прослушивание разных видов музыки, музыкальные движения и игры. Руководитель вокального кружка разрабатывает новое занятие, отталкиваясь от поставленных задач: развитие музыкального слуха, выступление на сцене, воспитание в ребёнке эмоционального отклика на музыку, поэтапное знакомство с различными инструментами и особенностями игры на них. На музыкальном занятии в детском саду дети учатся управлять собственным голосом и развивают чувство ритма.

Нам не всё равно

К развитию ребёнка в сети детских садов Binny подходят комплексно, учитывая возможности, потребности и особенности возраста отдельно взятой возрастной группы малышей. Главная задача – учитывать индивидуальные черты каждого малыша. Развивающие занятия в детском саду призваны охватить каждую сферу жизни ребёнка и различные области знаний в режиме дня.

Binny Native Place – это идеальное сочетание качественного образования и заботы о здоровье детей. Сеть детских садов создаёт условия, в которых дети могут развиваться гармонично и получать все необходимые знания и навыки для успешной жизни.

Подготовила Анна Добрынина





ТЕХНОПАРК «СЛАВА» ОБЕСПЕЧИВАЕТ МАКСИМАЛЬНО КОМФОРТНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РОСТА И РАЗВИТИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО БИЗНЕСА

Технопарк «Слава» – значимый элемент инновационной экосистемы города Москвы, созданный по инициативе и при поддержке правительства Москвы в 2008 году. На сегодняшний день в технопарке локализованы лаборатории и производственные площадки более 60 компаний, ведущих свою деятельность по направлениям «биотехнологии», «приборостроение», «энерготехнологии» и «ИТ». О деятельности технопарка рассказал его генеральный директор Виктор Иванович Шкредов.

На площадке работает 1200 сотрудников, 120 из которых имеет научные степени кандидатов и докторов наук. Здесь разрабатывают и производят первые в России препараты для лечения бесплодия человека (ООО «Айвифарма»), тест-системы для медицинской диагностики редких наследственных нарушений (ООО «ДНК-технология-ТС»), оборудование для автоматизации металлургических технологий (ООО «Техноап») и многие другие инновационные решения.

За последние пять лет арендаторы инвестировали в свои производственные площадки более трёх миллиардов рублей. Компания ООО «Акситех» открыла новый цифровой завод по производству телеметрического, датчикового, аккумуляторного оборудования и специализированного ПО. Новые мощности позволили увеличить объём создаваемых технических решений по эффективности и безопасности объектов автоматизации газораспределения, водоснабжения и других энергетических объектов.

ООО «Биоинвест» расширило свои производственные мощности, открыв новую лабораторию по производству уникальных лекарственных белковых субстанций: гормона роста, гранулоцитарного колониестимулирующего фактора, интерферонов человека, животных.

ООО «С-Инновации» успешно ввело в эксплуатацию вторую линию по производству высокотемпературных сверхпроводников (ВТСП), что позволило увеличить количество выпускаемой продукции и сохранить лидерство на мировом рынке. Компания выпускает ВТСП-провод различного назначения, в частности для токоограничивающих устройств, генераторов, накопителей энергии, магнитных систем.

ООО «ТПС» реализован новый проект по производству источников бесперебойного питания на базе суперконденсаторов для

управления поворотом лопастей ветрогенераторов.

– Ежегодный прирост выручки резидентов составляет более 10%. Выручка компаний за 2023 год составила 12 миллиардов рублей, что на 20% выше, чем в 2022 году. Всё это благодаря талантливым командам высококвалифицированных специалистов, которые разрабатывают и выпускают качественную и конкурентоспособную инновационную продукцию, часть из которой не имеет мировых аналогов и находит широкое применение в разных отраслях.

Продукция, выпускаемая резидентами, широко востребована как в России, так и за её пределами. Пятнадцать компаний экспортируют за рубеж и активно развивают сотрудничество.

ООО «Гордиз» является единственным российским производителем продукции для молекулярно-генетической идентификации личности на основе мультиплексного

анализа STR-локусов хромосомной ДНК; другие направления деятельности компании связаны с разработкой решений для индивидуализации и идентификации животных, медицинской диагностики и научных исследований. Продукция компании является импортозамещающей, занимает основную долю российского рынка, кроме того, поставляется в страны СНГ и Иран.

НВП «Астрафарм» – фармацевтическая компания, является одним из ведущих российских предприятий по производству лекарственных препаратов для домашних животных, некоторые разработки компании не имеют мировых аналогов. На сегодняшний день компания успешно прошла международную сертификацию и активно развивает сотрудничество с Турцией и другими странами ближнего и дальнего зарубежья.

– Наша площадка обеспечивает максимально комфортные условия для роста и развития высокотехнологичного бизнеса, предоставляет компаниям широкие инженерно-технические возможности для размещения производственных линий и габаритного оборудования, а также ряд услуг, в числе которых – технические и консалтинговые услуги, помощь в проведении научно-исследовательских работ. Технологический центр коллективного пользования, входящий в структуру технопарка, обеспечивает удовлетворение потребностей инновационных компаний в аналитическом, метрологическом и технологическом оборудовании, а также оказывает услуги научно-технического консалтинга.

Резиденты активно пользуются различными мерами поддержки правительства Москвы, в том числе Московского экспортного центра, фонда «Московский инновационный кластер» и прочих федеральных институтов развития (Фонд НТИ, Фонд содействия инновациям, РЭЦ, Фонд развития промышленности и пр.).





BOGORODSKY INDUSTRIAL PARK

ТОЧКА РОСТА ПЕРСПЕКТИВНОГО БУДУЩЕГО

КОНТАКТЫ

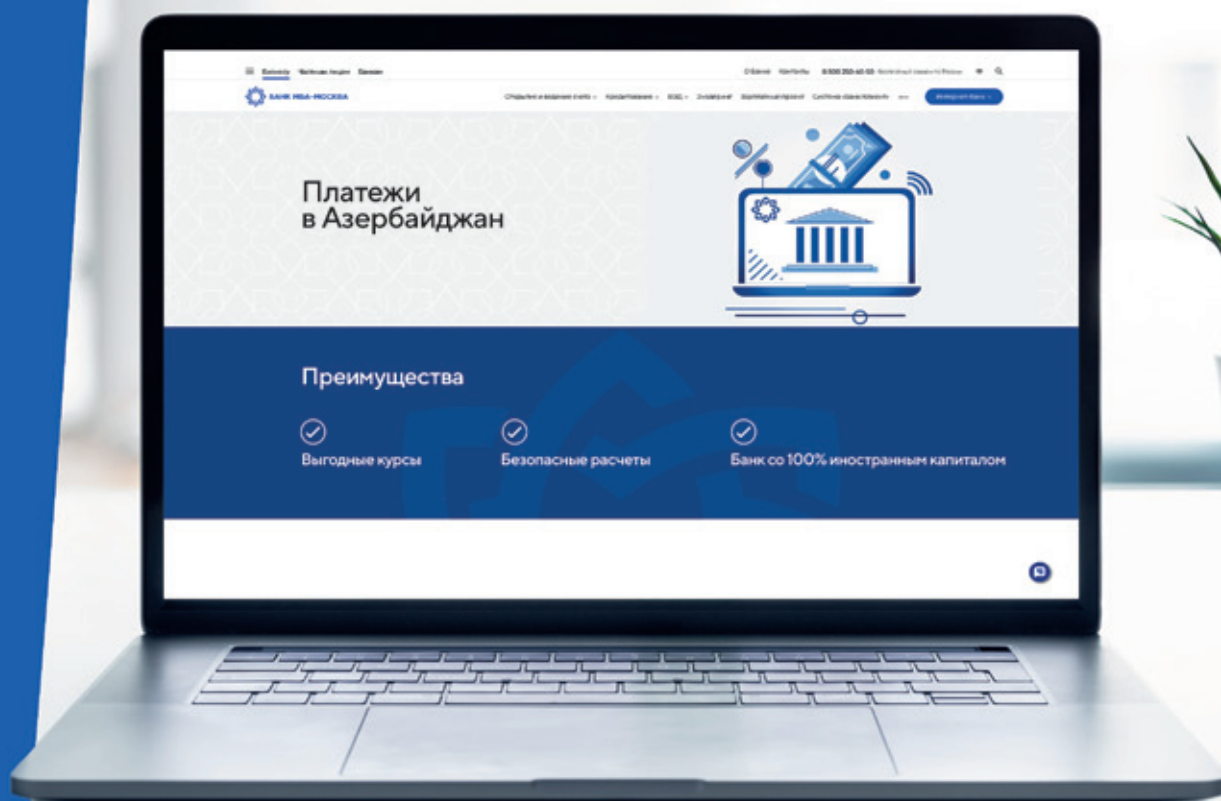
142434, МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. НОГИНСК,
ТЕРРИТОРИЯ «НОГИНСК-ТЕХНОПАРК», ДОМ 3

+7 (495) 287-16-35
+7 (495) 287-16-36

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

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

РЕКЛАМА



ПЛАТЕЖИ ЗА РУБЕЖ

в Азербайджан, Турцию, Грузию,
Кыргызстан, Китай и Белоруссию
для юридических лиц

8 800 250-40-50

ibam.ru

ard.moscow

«Банк «МБА-МОСКВА» ООО, 123022, г. Москва, ул. Рочдельская, д. 14, стр. 1, ОГРН 1027739877857 от 25.12.2002 года.
Генеральная лицензия Банка России № 3395 от 30.01.2012 года.
Предложение не является офертой.

В соответствии с действующими Тарифами «Банка «МБА-МОСКВА» ООО.

Реклама.

6+