

12/257 май 2024



With the
support of the
CCI of Russia

www.tpprf.ru •

12+

Business DIALOG Media

RBC

Russian Business Guide

ПМЭФ'24

ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

Жанна Андреева:

«ДЛЯ МЕНЯ ВАЖНО ЖИТЬ
В ГОСУДАРСТВЕ, ГДЕ ЦЕННОСТЬ
СЕМЬИ ЯВЛЯЕТСЯ НАЦИОНАЛЬНЫМ
ПРИОРИТЕТОМ»

STELLAR MED

КОСМИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПО ЗЕМНЫМ ЦЕНАМ!

ELLISYS SENSE

ПРОГРАММИРУЕМАЯ ФРАКЦИОННАЯ МИКРОИГОЛЬЧАТАЯ RF-СИСТЕМА

Микроигольчатый RF-лифтинг ELLISYS SENSE — это всесезонная процедура без риска гиперпигментации.

Уникальное сочетание передовых технологий, вариативность настроек и режимов гарантирует высокую эффективность, комфорт и безопасность для пациента.

Вакуумный захват SMART VACUUM обеспечивает контроль полного прилегания игл к коже и позволяет работать по подвижным векам, вплоть до ресничного края без риска для глаз.

Запатентованная технология SMART DOUBLE SHOT дает возможность устанавливать различные параметры для нескольких импульсов на разной глубине за один прокол, благодаря чему минимизируется болезненность и значительно сокращается время реабилитации.

Получение глубокого и объемного лифтинга обеспечивается технологией предварительного прогрева PRE-HEATING.

А благодаря специальным настройкам DUTY можно проводить микрошлифовку эпидермиса, удалять пигментацию, шрамы и рубцы.

ПОКАЗАНИЯ К ПРИМЕНЕНИЮ

- ✓ Мимические морщины
- ✓ Нависшие веки
- ✓ Малярные мешки
- ✓ Акне
- ✓ Рубцы постакне
- ✓ Узелковые и гнойные угри
- ✓ Дряблая кожа рук и локтей
- ✓ Морщины на шее
- ✓ Отсутствие тонуса кожи
- ✓ Расширенные поры
- ✓ Неровный тон кожи
- ✓ Растяжки/стрии
- ✓ Пигментация
- ✓ Шрамы
- ✓ Милиумы
- ✓ Сирингома

ПРОЙТИ ПРОЦЕДУРЫ НА АППАРАТЕ ELLISYS SENSE УЖЕ МОЖНО В ВЕДУЩИХ КЛИНИКАХ СТРАНЫ



ЦЕНТР МЕДИЦИНСКОЙ
КОСМЕТОЛОГИИ
ОКСАНЫ
ВОЛКОВОЙ



ГАЛАКТИКА
КЛИНИКА ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ



КЛИНИКА
профессора
ЮЦКОВОЙ



СЕНСАВИ
ИНСТИТУТ КРАСОТЫ



КИЭМ



г. Москва, Научный проезд 14А, с.1, оф.1.16

+7 (993) 608-10-70

(WhatsApp, Telegram)

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ТРЕБУЕТСЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА.

Реклама. Рекламодатель ООО БЬЮТИ ИНН 7839421309. Erid:2VSb5yo1b6x

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:

Екатерина Золотарева

Дизайн/вёрстка: **Александр Лобов**

Дирекция развития и PR:

Алёна Ремизова, Анна Шехматова, Наталья Фастова, Екатерина Цындук

Журналисты номера: **Анна Добрынина, Дарья Бакарина, Екатерина Иванова, Вячеслав Колесников**

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 № 12/257 май 2024

Дата выхода в свет: **24.05.2024.**

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: **Ekaterina Zolotareva**

Deputy Marketing Director:

Irina Vladimirovna Dlugach

Designer: **Alexandr Lobov**

Directorate for Development and PR:

Alyona Remizova, Anna Shekhmatova,

Natalia Fastova, Ekaterina Tsynduk

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.**

Публишер: **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 № 12/257 May 2024

Дата выпуска: **24.05.2024.**

Эdition: **30000 copies. Open price.**

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ РЕДАКЦИИ Russian Business Guide

КОМИТЕТ ПО ЛОГИСТИКЕ

Компания «Точные поставки»

КОМИТЕТ ПО ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Генеральный директор ООО «РУСИНОКС»

Сергей Валерьевич Шкедин



КОМИТЕТ ПО АПК

Анастасия Геннадьевна Романовская – руководитель отдела маркетинга и экспорта компании «Листерра»



КОМИТЕТ ПО ESG

Наталья Борисовна Починок – управляющий партнёр Digital ESG компании IBS, председатель Комиссии по социальной политике Общественной палаты РФ

Елена Александровна Мякотникова –

директор «СИБУРа» по климатическим инициативам и углеродному регулированию

КОМИТЕТ ПО ЖКХ

Наталья Викторовна Абросимова –

генеральный директор Ассоциации ЖКХ МО



АССОЦИАЦИЯ
РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТРАСЛЕВОЕ
ОБЪЕДИНЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЕЙ
«СОЮЗ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-
КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ»

КОМИТЕТ ПО ТУРИЗМУ

Этнографический парк-музей «ЭТНОМИР»

КОМИТЕТ ПО ИНДУСТРИАЛЬНЫМ ПАРКАМ

Олег Васильевич Карцов –

генеральный директор компании «Парк Ногинск»



КОМИТЕТ ПО НАЛОГАМ И ФИНАНСОВОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ БИЗНЕСА

Антон Александрович Левдонский – старший менеджер

по финансовому консультированию ГК «Мариллион»



КОМИТЕТ ПО ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКЕ ТОВАРОВ

Сергей Андреевич Ватажицын, ООО «Вайландт Электроник»



КОМИТЕТ ПО АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Мария Александровна Федотова

КОМИТЕТ ПО ДОРОЖНОМУ СТРОИТЕЛЬСТВУ

Андрей Тимурович Соколов, компания «Асфальт-Качество»

АКТУАЛЬНАЯ ПОВЕСТКА ПМЭФ

4 **НОВОСТИ ФОРУМА**

8 **НОВГОРОДСКАЯ ТПП:**
ПРОДОЛЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ ТРАДИЦИЙ ГОСПОДИНА ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ

10 **ЖАННА АНДРЕЕВА:**
«ДЛЯ МЕНЯ ВАЖНО ЖИТЬ В ГОСУДАРСТВЕ, ГДЕ ЦЕННОСТЬ СЕМЬИ ЯВЛЯЕТСЯ
НАЦИОНАЛЬНЫМ ПРИОРИТЕТОМ»

ФАРМАЦЕВТИКА И КОСМЕТОЛОГИЯ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ

16 **«РЕТИНОИДЫ»:**
ИДЕАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ НАЧАТЬ ОСВАИВАТЬ
НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ, – СЕЙЧАС

20 **ОКСАНА ВОЛКОВА:** КОСМЕТОЛОГИЯ: РИСКИ НАСТОЯЩИЕ И МНИМЫЕ

24 **ОЛЕСЯ МУСТАЕВА:**
«ОПРАВДАТЬ ОЖИДАНИЯ КЛИЕНТА ОТ ПРОДУКТА – ВОТ ПУТЬ, КОТОРЫЙ СДЕЛАЕТ
ЕГО ПРИВЕРЖЕНЦЕМ БРЕНДА»

26 **ДЕТСКИЙ КЛУБ «РАДОНЕЖ»:**
«НАШИ ВОСПИТАННИКИ – РОДОМ ИЗ СЧАСТЛИВОГО ДЕТСТВА»

ТРЕНДЫ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

30 **ЛЮБОВЬ АГАФОНОВА:**
МОДЕРНИЗМ В РОССИИ: ЭКСПЕРИМЕНТ ПО СОЗДАНИЮ НОВОГО МИРА

34 **BIART – ЦЕНТР ЭСТЕТИКИ И МОДЫ!**

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ: РОССИЯ – ТУРЦИЯ

38 **АРСЕН АЮПОВ:**
«30 ЧАШЕК ЧАЯ, ИЛИ КАК ВЕСТИ БИЗНЕС С ТУРЕЦКИМИ ПАРТНЁРАМИ»

СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС

44 **ALGORI-M – РОССИЙСКИЙ ЛИДЕР ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ
КОНСТРУКЦИЙ ДЛЯ ЧИСТЫХ ПОМЕЩЕНИЙ**





WWW.VOLSHEBNITSA.RU

БЕЗ САХАРА
шоколад и трюфели



Реклама. Рекламодатель ООО КФ ВОЛШЕБНИЦА ИНН 7729352268. Erid:2VSb5z2MUe4

ЗАРУБЕЖНЫЙ БИЗНЕС СМОЖЕТ ИСКАТЬ МСП-ПАРТНЁРОВ В РОССИИ ЧЕРЕЗ СПЕЦИАЛЬНУЮ ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКУ

Иностранные компании получают возможность взаимодействовать с отечественным малым и средним бизнесом благодаря специальной B2B онлайн-площадке. Её в тестовом режиме запустили Корпорация МСП и Фонд Росконгресс в рамках российско-китайского Экспо в Харбине.

Благодаря данной работе представителям иностранного бизнеса станут доступны онлайн-инструменты, которыми до этого мог пользоваться только малый и средний бизнес России.

«Сегодня цифровой трансформации и развитию технологий искусственного интеллекта уделяется большое внимание как драйверам ускоренного роста экономики страны, что отмечено в майском указе президента «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года». Сотрудничество между Фондом Росконгресс и Корпорацией МСП является прекрасным примером симбиоза, объединяющего экспертные знания и ресурсы для содействия развитию малого и среднего предпринимательства, создания благоприятной экономической среды и стимулирования инноваций, а также для реализации стратегических решений, инициируемых институтами развития», – отметил советник Президента Российской Федерации, ответственный секретарь Организационного комитета ПМЭФ Антон Кобяков.

Пройдя верификацию через личный кабинет Фонда Росконгресс, зарубежные компании смогут решать сразу несколько задач. Так, они получают доступ к информации о более чем 5,5 тыс. проверенных производственных предприятий и их продукции, а также смогут добавить информацию о себе. Через онлайн-площадку можно будет разместить свои потребности в различных товарах или найти новых клиентов среди компаний-участниц онлайн-площадки, презентовать свой проект потенциальным инвесторам. Здесь же бизнес получит доступ к обновляемой информации о перспективных инвестиционных проектах в разных странах и отраслях.

«Российские МСП выросли не только до взаимодействия с крупным бизнесом внутри страны, но уже являются поставщиками иностранных компаний. Только при поддержке корпорации за 1,5 года МСП заключили более 50 долгосрочных контрактов. При этом наш малый и средний бизнес не только встраивается в производственные цепочки зарубежных компаний, но и сам выходит на рынки других

стран, – отметил генеральный директор Корпорации МСП Александр Исаевич. – Сегодня Корпорация МСП аккумулирует запросы бизнеса из 12 стран. Запуск совместной с Фондом Росконгресс площадки увеличит их численность, упростит для зарубежных компаний поиск партнёров среди российских МСП».

**НАРОДОСБЕРЕЖЕНИЕ:
ГЛАВНУЮ ЦЕЛЬ РАЗВИТИЯ РОССИИ
ОБСУДЯТ НА ПМЭФ-2024**

Президент Российской Федерации Владимир Путин подписал указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года».

Документ определяет направления и целевые показатели для обеспечения устойчивого экономического и социального развития Российской Федерации, укрепления государственного, культурно-ценностного и экономического суверенитета, увеличения численности населения страны и повышения уровня жизни граждан, основываясь на традиционных рос-





сийских духовно-нравственных ценностях и принципах патриотизма, приоритета человека, социальной справедливости и равенства возможностей, обеспечения безопасности государства и общественной безопасности, открытости внешнему миру, экономического развития, основанного на честной конкуренции, предпринимательстве и частной инициативе, высокой эффективности и технологичности.

«В этой связи важно отметить, что объявленные указом цели развития нашли отражение в архитектуре деловой программы Петербургского международного экономического форума – 2024. Каждый трек включает в себя мероприятия, направленные на всестороннее обсуждение как текущих задач развития России, её роли и места в новой структуре мировой экономики и международных отношений, так и стратегии реализации национальных идей. В том числе акцент в повестке форума будет сделан на стратегии народосбережения России и повышении качества жизни граждан как одного из ключевых факторов укрепления России», – отметил советник Президента Российской Федерации, ответственный секретарь Организационного комитета ПМЭФ Антон Кобяков.

Так, вопросы сохранения населения, укрепления здоровья и повышения благополучия людей, поддержки семьи, создания возможностей реализации потенциала каждого человека, развития его талантов, воспитания патриотичной и социально ответственной личности будут затронуты в рамках трека «Здоровое общество, традиционные ценности и социальное развитие – приоритеты государства». Одной из важных тем этого

направления также станет обсуждение стратегий создания комфортной и безопасной среды для жизни и достижения экологического благополучия страны.

Треки «Российская экономика: цели и задачи нового цикла» и «Технологии, обеспечивающие лидерство» раскроют возможности устойчивого и динамичного развития российской экономики, инструментов и программ достижения технологического лидерства, а также расскажут о реализации национальных проектов в сфере цифровой трансформации государственного и муниципального управления, экономики и социальной сферы.

ТЕРРИТОРИЯ ИННОВАЦИЙ ФОНДА РОСКОНГРЕСС СТАНЕТ САМОЙ МАСШТАБНОЙ ЗА ВСЮ ИСТОРИЮ ПМЭФ

В 2024 году Территория инноваций – флагманский проект Фонда Росконгресс в сфере технологий, науки и венчурных инвестиций – откроется на Петербургском международном экономическом форуме в новом масштабе. С 5 по 8 июня на площади свыше 1000 кв. м пройдут дискуссии о будущем технологий, выставка передовых разработок от лидеров отрасли и питч-сессии молодых команд. Также впервые в истории ПМЭФ при поддержке Минцифры России состоятся международные киберучения Standoff, организованные Positive Technologies, в рамках которых специалисты по информационной безопасности проверяют защищённость компаний из разных отраслей экономики на примере виртуального государства.

Необычным будет и сам формат площадки, которая превратится в настоящую

серверную. Центральным элементом станет световая инсталляция в виде серверного блока. Пользователи смогут взаимодействовать с ней с помощью сенсоров и датчиков движения и в режиме реального времени менять направления искрящихся потоков данных.

Многие сессии в рамках деловой программы Территории инноваций будут посвящены развитию инновационных отраслей до 2030 года – именно этот срок был обозначен президентом России Владимиром Путиным для реализации нового национального проекта «Экономика данных». Руководители ведущих ИТ-компаний обсудят потенциал роста технологических экосистем, возможности привлечения инвесторов, кадров и партнёров в условиях высоких процентных ставок и скорости изменений в отрасли. Свой взгляд на развитие ИТ-индустрии предложат и главы субъектов Российской Федерации в рамках сессии Клуба губернаторов «Технологическое лидерство: как регионы становятся соавторами инновационной России будущего».

Не останутся без внимания и наиболее проблемные вопросы, с которыми сталкиваются молодые команды. Более того, в ходе специальной питч-сессии авторы лучших проектов, вошедших в топ-100 форума «Сильные идеи для нового времени» по направлению «Технологическое развитие», презентуют свои инициативы экспертному жюри из представителей крупнейших компаний и венчурных фондов.

Программа Территории инноваций будет также включать в себя ряд отраслевых дискуссий, среди которых – беспилотные технологии, искусственный интеллект, решение задач для промышленных пред



приятий и цифровая безопасность.

Уже традиционной для Территории инноваций станет тема космоса. В прошлом году одним из участников площадки был режиссёр Клим Шипенко, снявший «Вызов» – первый художественный фильм за пределами Земли. В этом году организаторы пошли дальше. Фонд Росконгресс и Территория инноваций совместно с Госкорпорацией «Роскосмос» являются партнёрами торжественных мероприятий, приуроченных к 245-летию основания Московского государственного университета геодезии и картографии (МИИГАиК). Так, ещё в марте с космодрома Байконур состоялась отправка на МКС «капсулы времени», подготовленной студентами вуза. На ПМЭФ-2024 экспертами Территории инноваций выступят лётчики-космонавты и учёные, которые расскажут о проводимых исследованиях с использованием данных дистанционного зондирования Земли из космоса, перспективных технологиях и разработках для обеспечения технологического суверенитета России.

«Технологии играют всё большую роль в нашей жизни. Их уровень во многом определяет экономический потенциал, качество жизни и общее развитие стран в современном мире. Поэтому совершенно естественно, что Территория инноваций является одним из наиболее динамичных направлений в экосистеме Фонда Росконгресс, прибавляя от форума к форуму. Уверен, предстоящий ПМЭФ станет

новой вехой для проекта и подарит нам много интересных новостей», – отметил председатель правления, директор Фонда Росконгресс Александр Стуглев.

ПМЭФ-2024: ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ВЫЕЗДНАЯ СЕССИЯ ПРОШЛА В КОСТА-РИКЕ

Заключительная выездная сессия 27-го Петербургского международного экономического форума состоялась в столице Республики Коста-Рика Сан-Хосе. С российской стороны в дискуссии приняли участие руководитель Фонда Росконгресс Александр Стуглев и Чрезвычайный и Полномочный Посол Российской Федерации в Республике Коста-Рика Юрий Беджанян.

«Первой страной в Центральной Америке, с которой Россия наладила официальные контакты, стала Коста-Рика. Это случилось в 1872 году. За более чем 150-летнюю историю отношений между странами выстроилась прочная связь. Сегодня наши дипломатические и торговые отношения полноценны и находятся на высоком уровне. Мы видим большие перспективы развития сотрудничества в сферах туризма, культуры, инвестиций и бизнеса», – отметил Юрий Беджанян.

Делегацию Коста-Рики составили представители компаний из сфер агропромышленности, цифровых технологий и туризма. Более десяти руководителей и менеджеров высшего звена приняло уча-

стие в выездной сессии ПМЭФ. Во время дискуссии была затронута тема двусторонних деловых отношений между странами, а также были продемонстрированы возможности по развитию бизнеса для коста-риканских предпринимателей, которые открывает ПМЭФ.

Александр Стуглев в ходе беседы прокомментировал: «Мы видим обоюдную заинтересованность в сотрудничестве, создании партнёрских отношений и развитии международной кооперации между нашими странами. Именно поэтому мы сегодня находимся здесь, чтобы рассказать о возможностях, которые ПМЭФ открывает коста-риканскому бизнесу. На сегодняшний день форум является местом для создания новых связей между предпринимателями, он помогает участникам находить новых партнёров и создавать интересные проекты, направленные на укрепление взаимовыгодных отношений».

Представители Фонда Росконгресс подробно рассказали гостям мероприятия о тематических площадках форума, форматах их проведения, а затем перешли к личным переговорам.

В РАМКАХ ПМЭФ-2024 БУДЕТ РАБОТАТЬ ПРОСТРАНСТВО «ЗДОРОВОЕ ОБЩЕСТВО»

В рамках ПМЭФ-2024 состоится мероприятия экосистемы «Здоровое общество», посвящённые вопросам охраны

здоровья, будет представлено тематическое выставочное пространство «Здоровое общество», на котором ключевые игроки сферы здравоохранения презентуют прорывные технологические проекты и инновационные разработки. Серия экспертных дискуссий по здравоохранению включена в основную деловую программу Петербургского международного экономического форума.

В рамках презентационной зоны пространства состоятся выступления ведущих государственных и научных деятелей, представителей фармацевтической и медицинской индустрий по актуальным темам здравоохранения.

«Традиционно площадка «Здоровое общество» на ПМЭФ является местом презентации наиболее значимых достижений в области здравоохранения. Экспертные дискуссии охватывают широкий круг вопросов здравоохранения, развития медицины и науки, доступности медицинской помощи, цифровизации отрасли, кадрового обеспечения. Деловая программа составлена при экспертной поддержке ведущих профильных институтов, что определяет качество проработки и ак-

туальность заявленных тем. Эксперты обсудят наиболее актуальные вопросы импортозамещения медицинской и фармацевтической продукции, передовые технологии для активного долголетия, новые возможности для медицинского и лечебно-оздоровительного туризма в России, корпоративные и социальные инициативы российских компаний, инвестиционные возможности для развития биомедицинских технологий, нейротехнологии, а также цифровые экосистемы здоровья, внедрение искусственного интеллекта, создание новых инновационных продуктов и развитие технологий в здравоохранении на пространстве БРИКС», – отметила первый заместитель директора по развитию, руководитель дирекции по здравоохранению Фонда Росконгресс Анастасия Столкова.

Экспертные дискуссии организованы при поддержке ФМБА России, ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России, ФГБУ «Центр экспертизы и контроля качества медицинской помощи Минздрава России», Института лидерства и управления здравоохранением Сеченовского Университета и других организаций.

«Темы пространства «Здоровое общество» на ПМЭФ отражают актуальную повестку здравоохранения: это подготовка кадров, цифровизация и искусственный интеллект, телемедицина и инновационные технологии, профилактика заболеваний. Центральный научно-исследовательский институт организации и информатизации здравоохранения традиционно оказывает экспертную поддержку мероприятию, мы принимаем активное участие в подготовке ряда сессий деловой программы», – подчеркнула директор Центрального научно-исследовательского института организации и информатизации здравоохранения Ольга Кобякова.

Проект «Здоровое общество» – это профильная платформа для сотрудничества представителей органов власти и экспертных сообществ с целью обмена передовым инновационным опытом, обсуждения целевых ориентиров, глобальных трендов и перспектив развития системы здравоохранения и выработки практических предложений, направленных на построение здорового общества.

*По материалам
<https://forums.spb.com/news>*





Почти тысячу лет назад в зоне влияния Новгородского княжества находился весь Север, а новгородские купцы торговали с представителями в том числе и самых дальних концов тогдашнего мира. Город был богат, радушен и свободен. Этим традициям сегодня стремится следовать Новгородская торгово-промышленная палата – объединение неравнодушных людей, радеющих за родной регион, не боящихся трудных и объёмных задач и не оставляющих без помощи любого земляка, за ней обратившегося. Мы побеседовали с президентом Союза «Новгородская торгово-промышленная палата» Александром Григорьевым.

Новгородская ТПП:

ПРОДОЛЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ ТРАДИЦИЙ ГОСПОДИНА ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА

– Александр Николаевич, Новгородской палате уже почти 30 лет, и за это время она взрастила не одно поколение предпринимателей. Как развивалась НТПП? Какие основные вехи в её истории вы бы отметили?

– Начну с того, что в мае 2024 года мы и правда отметим тридцатилетие нашей палаты. Интересно наблюдать, как старожилы-предприниматели приводят в бизнес своих выросших детей, в частности в проект ТПП РФ «Семейные компании России». Наряду с другими региональными палатами и мы развиваем это направление, видя в семейном предпринимательстве большие перспективы. Любая конструкция прочна, если опирается на устойчивый базис, а семья, семейный бизнес – безусловно, один из таких базисов для сильной экономики.

Что касается истории нашей палаты, то я бы выделил три вехи.

В 1990-е годы, на начальном этапе, НТПП помогала предприятиям закрепиться на рынке, и многие из них успешно работают по сей день.

Затем 2000-е годы ознаменовались для палаты расцветом выставочной деятельности: мы проводили до 10 выставок в год, что для нашего небольшого региона является очень высоким показателем.

Третий этап – это последние десять-пятнадцать лет, когда в палате сформировался прочный костяк специалистов-экспертов в самых разных областях. Отмечу, что многие узкопрофильные и сложные вопросы в регионе под силу решить только нашим экспертам!

– Великому Новгороду и его купцам, как мы знаем, издревле была присуща «торговая жилка»: в древние времена ваш город был связующим звеном между русскими княжествами и европейскими государствами. Как вы думаете, присуща ли эта «жилка» современным предпринимателям?

– Бесспорно, новгородский бизнес очень предприимчив. Поэтому мы пытаемся находить для членов НТПП прямые практические решения, которые принесут пользу, помогут технически и консультационно, именно в контексте сегодняшнего дня, ведь всё так стремительно меняется.

Также важной является деятельность наших комитетов и клубов. Сейчас мы имеем восемь профессиональных объединений при НТПП: Клуб руководителей и HR, Клуб маркетологов, Комитет по развитию семейного предпринимательства, Комитет по логистике и грузоперевозкам, Комитет правовой и медиативной защиты бизне-

са, Комитет по цифровым технологиям и другие сообщества, помогающие изучать вопросы как «горизонтально» – в среде партнёров и друзей, так и «вертикально» – с привлечением отраслевых лидеров.

Более того, палата сохраняет и развивает межрегиональные и международные связи: многолетнюю дружбу и партнёрство с северо-западными палатами, с регионами Республики Беларусь. Надёжные взаимоотношения установились с представителями Турецкой Республики, с которыми мы периодически организовываем совместные бизнес-миссии.

Всего же местные компании экспортируют товары в десятки стран мира. Так что «жилка» у палаты и новгородских предпринимателей, как видите, не только наличествует, но и развивается!

– В составе НТПП – более 270 компаний и предприятий. Скажите, трудно ли стать членом палаты? Много ли сейчас желающих вступить в ваши ряды?

– Интерес к деятельности НТПП стабилен. Вступить в палату – только первый шаг. Затем важно понять, как выстраивается работа, какие отношения зарождаются в процессе, сложится ли взаимный интерес. Проводится индивидуальная работа по качественному отбору, ведь у каждого бизнеса свои цели и задачи.

Именно так, постепенно, формируется членская база, на десятилетия сохраняя в составе НТПП постоянных приверженцев.

– Новгородская палата оказывает широкий перечень услуг – порядка 50 различных видов. За какими из них предприниматели обращаются чаще всего?

– Значительную часть работы палаты составляет экспертная деятельность – почти ежедневное проведение экспертиз и выдача сертификатов происхождения товаров.

Востребованы экспертизы отечественной и импортной продукции (к примеру, сырья, комплектующих, продуктов питания, медикаментов). Среди физических лиц актуальна потребительская экспертиза товаров. В части оценочной экспертизы наши специалисты сегодня выполняют полный спектр услуг, помогая бизнесу и населению оценить и переоценить любое имущество, земельные участки и активы.

Кроме того, НТПП помогает подтвердить отечественное происхождение товаров для включения в реестр Минпромторга в соответствии с Постановлением Правительства РФ № 719, которое даёт возможность участвовать в государственных и муниципальных закупках, государственном оборонном заказе, а также является основой для принятия решений о мерах поддержки.

Кстати, говоря о закупках, отмечу, что наши специалисты содействуют в данной области как поставщикам, так и госзаказчикам, которым требуется тендерное сопро-

вождение. С нами работают организации, которым необходимо чёткое соблюдение сложного отраслевого законодательства.

Более того, много вопросов у наших предпринимателей возникает по интеллектуальной собственности: мы разъясняем, как защитить свои права и не нарушать чужие, и помогаем в регистрации товарных знаков.

– Знаю, что многие региональные ТПП делают упор на организацию выставок и форумов – в силу их важности для развития «принимающего» региона. Какие крупные мероприятия Новгородская палата проводила в 2023 году? Какие вы планируете организовать в 2024-м?

– Самые крупные события НТПП (как и в палатах иных регионов) в 2023 году были посвящены столетию экспертизы в России и в системе ТПП РФ. Столь масштабное освещение юбилея ещё раз напомнило бизнесу о вкладе торгово-промышленных палат в экономическую, внешнеэкономическую и хозяйственную деятельность. А в 2024 году, конечно, центральным событием для нас станет 30-летие Новгородской палаты.

В начале года мы традиционно подведём итоги нашего ежегодного конкурса «Бизнес-летопись», который собирает и фиксирует достижения новгородских предприятий и предпринимателей.

В апреле совместно с партнёрами впервые проведём крупную выставку «Безопасный Персонал», которая состоится на площадке недавно построенного в Великом Новгороде инновационного научно-технологического центра «Интеллектуальная электроника – Валдай». Кстати, там же в сентябре 2023 года проходило заседание Президиума Госсовета России с участием Президента РФ В. В. Путина и президента ТПП РФ С. Н. Катырина, а также первый Всероссийский чемпионат высоких технологий. В рамках чемпионата совместно с представителями власти, образования и бизнеса НТПП прорабатывала перспективы развития федерального проекта «Профессионалитет», который призван обеспечивать кадровые потребности наших работодателей.



– На сайте НТПП имеется рубрика «Зарубежные предложения». Какие предложения вам поступают, в чём они заключаются?

– Бизнес просто не успевает следить за актуальной повесткой, а в условиях ограничений важно иметь представление о возможностях сотрудничества с дружественными государствами.

Ежедневно нам поступают предложения о выставках, бизнес-миссиях, онлайн-переговорах, коммерческие предложения, запросы на поставки и поиск комплектующих, справочные данные о ситуации в конкретном государстве с учётом внешней и внутренней политики. Какие-то направления достаточно регулярны (Турция, Республика Беларусь, Китай, Индия, Узбекистан), а какие-то пока не носят редкий характер (Зимбабве, Малайзия, Грузия, Марокко и др.), но открыты для общения.

Так, мы помогаем предприятиям переориентироваться на новые рынки дружественных стран, собираем имеющуюся «картину мира», чтобы не упускать возможности.

– НТПП активно занимается благотворительной деятельностью. Расскажите, какие действия в данном направлении предпринимает палата и кому уже удалось помочь?

– Благотворительной деятельностью Новгородская палата занималась всегда,

помогая детским учреждениям, некоммерческим организациям и конкретным людям, оказавшимся в трудной ситуации.

В последние годы основную задачу в вопросах благотворительности мы формулируем так: помогать можно в любой момент. Благодаря наличию огромного количества контактов, связей с бизнесом, собственных информационных ресурсов палата может оперативно доносить просьбы нуждающихся до предпринимателей. А бизнес на такие просьбы откликается, помогая самыми разными способами: не только финансово, но и техникой, активами, транспортировкой, продукцией, услугами и даже собственными талантами!

– Какие планы есть у Новгородской палаты на ближайшее будущее?

– В регионе имеется необходимость в упорядочивании рынка интеллектуальной собственности. В настоящее время специалистами разных отделов НТПП готовится большой проект – научно-исследовательская работа по комплексной оценке объектов ИС, их систематизации и внесению в общую базу данных. Это весьма ответственный и объёмный труд.

По семейному бизнесу: в объявленном Году семьи хотелось бы провести в Великом Новгороде масштабный фестиваль с выставкой, конгрессными и развлекательными мероприятиями, привлечением гостей из других регионов. Но пока мы ищем партнёров, готовых выступить соорганизаторами.

И конечно, ждём новых членов! Вступление в наши ряды каждого нового предприятия – это новая страница жизни Союза «Новгородская торгово-промышленная палата». Руководители и представители наших компаний-членов любят встречаться и общаться не только на деловых, но и на торжественных мероприятиях. Так что в мае мы все вместе с удовольствием соберёмся на тридцатилетнем юбилее Союза «Новгородская торгово-промышленная палата» – крупнейшего и старейшего в регионе делового объединения!

Подготовил Михаил Московец





ЖАННА АНДРЕЕВА:

«ДЛЯ МЕНЯ ВАЖНО ЖИТЬ В ГОСУДАРСТВЕ, ГДЕ ЦЕННОСТЬ СЕМЬИ ЯВЛЯЕТСЯ НАЦИОНАЛЬНЫМ ПРИОРИТЕТОМ»

Основой для устойчивого развития Российской Федерации должно стать тесное взаимодействие бизнеса и государства, когда бизнес готов инвестировать в развитие человеческого потенциала и брать на себя ответственность за решение социально значимых вопросов.

Сегодня российские предприниматели занимаются благотворительностью и меценатством, реализуют многочисленные социальные проекты, выстраивают диалог с властью и принимают участие в деятельности общественных организаций. Почему лидерам бизнеса важна активная социальная позиция? Как экспертность предпринимательского сообщества может помочь в формировании кадрового потенциала страны? Почему семейные ценности и раннее трудовое воспитание детей должны лежать в основе суверенитета страны? Об этом мы поговорили с Жанной Андреевой – членом Комитета по образованию и социальной политике Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, директором по региональному развитию производственной компании «ЛИДЕР».

– **Жанна Владимировна, Ваша компания много лет занимается производством детского игрового и спортивного оборудования, решая тем самым одну из приоритетных задач нашей страны – благоустройство территорий и создание комфортной городской среды. Кроме этого, компания «ЛИДЕР» также принимает участие и в благотворительных проектах. Расскажите о них подробнее. Почему Вы считаете необходимым инвестировать в социальную сферу?**

– Каждый по-своему отвечает на вопрос о смысле вложений в социальную сферу или благотворительные проекты. Думаю, в жизни человека наступает момент, когда приходят понимание и готовность поддерживать идеи, которые отвечают личным ценностям, отзываются в собственном сердце, в жизни и душах других людей. Это во многом определяет качество жизни и наполнение каждого нового дня.

Для нас важно то, что мы имеем возможность поддерживать нашу страну в драматичные эпизоды нашей общей истории. Кроме того, у нас есть проекты, наполненные светом и радостью. Так, на протяжении нескольких лет наша компания проводит конкурс детских рисунков «Двор моей мечты», суть которого заключается в том, что воспитанники детских садов живописно изображают то, как в их мечтах должна выглядеть детская площадка. Победитель конкурса определяется по итогам голосования на сайте компании, а детский сад, воспитанником которого является победитель, получает новую площадку в подарок. В этом году мы расширили список возможных участников, решив, что будет справедливо, если в конкурсе будут принимать участие дети из детских домов.

Осенью прошлого года возможностями компании «ЛИДЕР» удалось оборудовать детскую столярную мастерскую в семейном центре «Радонеж», действующем при храме Сергия Радонежского в одном из районов Москвы. В стенах этого центра проводятся занятия по множеству направлений, в числе которых – спортивное, лингвистическое, музыкальное, изобразительное искусство и профессиональная подготовка. Занятия в детской столярной мастерской позволяют детям окунуться в атмосферу ручного труда, овладеть навыками работы с инструментами и создать собственные изделия под руководством опытного наставника.

На мой взгляд, приобщение детей к созидательному труду, раннее знакомство с профессиями, осознанная профориентация, общение с людьми, уважающими свой выбор в жизни, – тот фундамент, на котором должен строиться кадровый суверенитет нашей страны.



– **Наряду с бизнесом, Вы много времени уделяете общественной деятельности. Какие направления работы сегодня получают наибольшее внимание с Вашей стороны?**

– Ключевым направлением для меня является работа в рамках Комитета по образованию и социальной политике Торгово-промышленной палаты Российской Федерации. Основной целью деятельности Комитета является содействие развитию системы образования, качественной подготовке кадров, соответствующей задачам государственной политики и потребностям бизнеса, формированию предложений и инициатив по вопросам социальной политики.

Возглавляет данный Комитет ректор РЭУ им. Г. В. Плеханова Иван Васильевич Лобанов. В состав Комитета входят представители российских организаций, в том числе объединений предпринимателей, торгово-промышленных палат, органов государственной власти, научных и деловых кругов.

Для меня является существенно важным тот факт, что в работе Комитета задействован реальный опыт практикующих специалистов. Мне также удаётся вырабатывать предлагаемые решения, опираясь как на весомый опыт работы в

крупной инвестиционной компании, так и на опыт развития собственного бизнеса.

– **Что уже удалось реализовать в рамках работы Комитета по образованию и социальной политике ТПП РФ?**

– В течение минувшего года нам удалось уделить много внимания проблеме сохранения и развития малых городов. Образование и развитие социальной сферы в данном вопросе рассматриваются как драйвер роста этих территорий, что крайне важно в контексте комплексного пространственного развития нашей страны. В работе я с интересом изучаю опыт регионов, в которых отражено успешное взаимодействие государства и бизнеса, вовлечение местных предпринимателей в развитие системы школьного и профессионального образования.

Инициативной группой Комитета был разработан рекомендательный стандарт корпоративной социальной ответственности работодателя в интересах работающих матерей и иных работников с семейными обязанностями.

Не менее важна и работа Комитета в формировании проекта документа «Кадровый стандарт» и комплексной программы трудового патриотического воспитания.



– Как работа Комитета по образованию и социальной политике помогает решать задачи, с которыми сейчас сталкивается наша страна? К примеру, решение проблемы кадрового голода на предприятиях?

– Отвечая на вызовы той реальности, в которой наша страна живёт последние несколько лет, мы предметно занимались изучением возможностей равной трудовой реализации работников разных возрастных групп. Актуальность этой темы возрастает ежедневно, учитывая проблему кадрового голода квалифицированных специалистов в ряде профессий.

Сегодня важно привлекать к активной трудовой деятельности молодых сотрудников и сохранять трудовую активность сотрудников «серебряного» возраста.

Опираясь на опыт развития собственного бизнеса, принимая во внимание анализ возрастной структуры сотрудников, я считаю важным подходить к организации труда работников разных поколений дифференцированно, с учётом различия в способах развития навыков, мотивации и с той ценностью, которую они несут для компании.

Важно внедрять систему прямого и обратного наставничества на предприятии, развивая тем самым возрастную преемственность и вовлекая молодых сотрудников в осознанную трудовую деятельность.

– Что привело Вас в федеральный проект партии «Единая Россия» «ВЫБИРАЙ СВОЁ»?

– Весной 2022 года, когда начался массовый уход иностранных компаний с российского рынка, беспрецедентно усилилось санкционное давление, произошёл

разрыв в цепочках поставок товаров и комплектующих для производственного сектора экономики, партия «Единая Россия» запустила проект «ВЫБИРАЙ СВОЁ». Основной его задачей стали содействие в построении технологического суверенитета и обеспечение продовольственной и технологической безопасности страны.

Координатором проекта стал депутат Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации, заместитель руководителя фракции «Единая Россия» в Государственной Думе Сергей Иванович Морозов.

Сегодня одна из ключевых задач проекта – участие в деятельности по формиро-



ванию кадрового суверенитета страны, включая сохранение традиционных ценностей нашего государства и повышение уровня благосостояния населения.

Мне очень созвучны идеи и ценности проекта. В них отражены моя гражданская позиция, моё видение развития страны с точки зрения предпринимателя, и, конечно, мне, как маме троих детей, важно жить в традиционном обществе, где ценность семьи и развитие нравственных качеств являются национальным приоритетом.

Ещё летом 2023 года я активно выступала с инициативой определения будущего 2024 года Годом семьи. Важно прививать и возвращать идею ценности семьи как таковой, подчёркивать важность проявления уважения и заботы разных поколений семьи друг о друге, связанности поколений в традициях, в истории семьи, в знаниях о достижениях членов семьи разных возрастов.

Я убеждена, что в основе сильной страны должны быть крепкие семьи, в которых растут самодостаточные личности, которые в будущем, получив образование, составят основу кадрового потенциала страны.

– Общеизвестно, что игра для детей – базовая ступень развития и получения знаний о мире, способ отработки важных навыков взаимодействия и социальной адаптации. Вы и Ваша команда обладаете колоссальным уровнем экспертизы по обустройству детских игровых зон. Откуда Вы черпаете идеи для создания новых форм и видов игрового оборудования?

– Создание детской площадки – это всегда сложный и увлекательный процесс, слаженная работа команды специалистов высокой квалификации. Важный аспект проектирования – взаимодействие дизайнера и конструктора, итогом симбиоза которых станет грамотное сочетание дизайна, функциональности и безопасности. Важно, что сегодня мы разрабатываем не отдельные предметы благоустройства, мы реализуем ту или иную идею городской среды, определяя её тематическую составляющую и ценность. Благоустройство – уже не просто технический элемент оформления территории. Ключевые девелоперы пришли к пониманию того, что для потребителя становится важным не только жильё как таковое, но и вид из окна, дворовая территория с возможностью разного вида досуга и многое другое.

Поэтому нами движет идея того, что детская площадка – это важная составляющая общего развития ребёнка. В первую очередь это физическое развитие, совершенствование моторики и координации, развитие воображения через игру, повышение социального интеллекта

через коммуникацию и сотрудничество с другими детьми.

Сегодня наш ассортимент продукции включает около двух тысяч изделий, в которых яркость идей соединена с высоким уровнем качества. Регулярно изучая лучшие технологические идеи, мы отслеживаем тенденции развития рынка благоустройства. Отрадно, что сегодня, кроме яркого и запоминающегося дизайна, большое значение уделяется качеству продукции.

– Какой из проектов Вы могли бы привести в пример?

– На мой взгляд, интересен и показателен опыт благоустройства города Жуковский. Наукоград Жуковский – центр российской авиационной науки, в связи с этим было принято решение о том, что тематика благоустройства ряда площадок должна соответствовать этому направлению научной мысли. Нашими специалистами была разработана игровая площадка «Авиация», играя на которой дети могли бы познакомиться с устройством лётного поля, самолётами, организацией полётов, авиастроением, самолётным спортом, физическими явлениями, а также со смежными научными отраслями.

Площадку оснастили интерактивными объектами, которые вовлекают ребёнка в изучение эффектов акустики, связи науки и техники. На примере игровых элементов можно узнать, как устроен самолёт, какие бывают фигуры высшего пилотажа, как распространяются звуковые волны, что такое аэроакустика и аэродинамика.

Главным объектом притяжения стал игровой элемент «Самолёт». Кроме того, на площадке разместились диспетчерская вышка, канатная дорога, встраиваемые батуты, карусель, параболическая антенна и непреходящий атрибут любого аэродрома – флюгер.

Другой интересной частью наших площадок являются встраиваемые уличные

музыкальные инструменты. Впервые такая площадка была представлена осенью 2023 года в Москве – на площадке Цифрового делового пространства – в рамках первого Всероссийского конгресса по комплексному развитию территорий, организатором которого выступил Всероссийский центр национальной строительной политики при поддержке Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации.

Нам бы очень хотелось, чтобы сильное тематическое наполнение детских площадок помогло заложить основы интереса детей к изучению окружающего мира.

– В последнее время Ваша компания начала активно расширять географию своего присутствия на региональном уровне. Где удалось реализовать наиболее интересные проекты?

– Несомненно, преобразению внешнего облика регионов нашей страны способствует федеральный проект «Формирование комфортной городской среды» в рамках национального проекта «Жильё и городская среда». За время его реализации – начиная с 2017 года – уже благоустроено более 56 тыс. общественных пространств и придомовых территорий. Компания «ЛИДЕР», в силу наработанного опыта и репутации, участвует в государственных программах по благоустройству и взаимодействует с крупными девелоперскими компаниями.

Число регионов, которые украшают наши детские городки, неизменно растёт. Это даёт повод для радости и импульс для вдохновения на новые свершения. Сегодня продукция производственной компании «ЛИДЕР» присутствует в Южном, Центральном, Приволжском, Северо-Западном, Уральском и Дальневосточном федеральных округах.

– Удаётся ли сейчас выстраивать эффективное международное сотрудничество?



– В истории нашей компании присутствует опыт работы на рынках Белоруссии, Казахстана, Армении. За нашими плечами также успешное участие во множестве международных выставок. Однако в условиях изменяющейся геополитической ситуации нам, как и многим российским предприятиям, необходимо адаптироваться для укрепления своего присутствия на зарубежных рынках. География экспорта российских товаров претерпевает значительные изменения из-за освоения новых рынков и перераспределения товарных потоков. Это требует решения дополнительных задач по выстраиванию отношений с партнёрами.

Осенью 2023 года в рамках развития международного партнёрства компания «ЛИДЕР» приняла участие в деловой поездке в Иран, организованной Ассоциацией парков России при содействии Посольства Исламской Республики Иран в РФ, мэрии Тегерана и крупнейшей строительной компании Ирана Abasabad Renovation Company.

В рамках деловой программы состоялась международная конференция «Parks, public spaces and city development. From Moscow to Tehran» с участием представителей российской и иранской сторон, в ходе которой были освещены двусторонние возможности взаимодействия, обмен опытом в сфере развития комфортной городской среды, обсуждение возможностей поставок оборудования и техники между странами.

Опыт подобного взаимодействия позволяет российским компаниям наращивать экспортный потенциал нашей страны в новых динамично изменяющихся условиях. Лично для меня было большим удовольствием наблюдать сплочённость российской делегации в этой поездке, отмечая очевидную высочайшую компетентность





Особенность нашего времени состоит в том, что информационный поток стремителен: с одной стороны, это даёт возможность аккумулировать колоссальный объём данных, с другой – заставляет работать с этой информацией в оперативном режиме, поскольку наступает быстрая потеря актуальности этих данных. Тем не менее базовые принципы, которые лежат в основе экономической теории со времён Адама Смита и Джона Кейнса, не теряют своей актуальности.

– Быть наставником и примером для подрастающего поколения – большая ответственность. Какова главная задача педагога, на Ваш взгляд?

– В первую очередь для меня важно стать проводником фундаментальных знаний, находя их отражение в примерах развития современного бизнеса, в том числе опираясь на собственный опыт.

Справедливо будет отметить и тот факт, что, ещё будучи студентами, ребята уже всерьёз задумываются о своём профессиональном развитии.

Мой опыт работы со студентами третьих и четвёртых курсов в таких вузах, как РУДН (Российский университет дружбы народов), СПбГЭУ (Санкт-Петербургский государственный экономический университет), свидетельствует о том, что ещё во время учёбы многие из них задаются вопросами, как строить и развивать личный бренд. Одной из своих главных задач я вижу необходимость заложить основу того, что фундаментом личного бренда являются самоидентификация и репутация в общечеловеческом и профессиональном смыслах.

Задача преподавателя каждой образовательной ступени, на мой взгляд, состо-

ит в том, чтобы знакомить студентов с коллегами, занимающимися благоустройством нашей страны, и чувствовать атмосферу общего дружелюбия. В такие моменты очевидным становится то, что любые сложности политического, экономического и иного характера преодолимы и лишь добавляют силы и устойчивости российскому бизнесу и стране в целом.

– В интервью нашему журналу год назад Вы рассказывали о том, что работаете над материалами диссертации на кафедре Торгово-промышленной палаты в РЭУ им. Г. В. Плеханова. Планируете ли Вы и в дальнейшем развиваться в научной и преподавательской деятельности?

– Да, в ближайших планах – выход на защиту диссертации. Основная работа над материалом уже завершена, получены результаты научного исследования, проведена апробация.

Некоторое время назад в стенах Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова состоялась III международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы формирования, развития и использования человеческих ресурсов». В научном мероприятии приняло участие свыше сорока пяти учёных из пяти стран мира. Предметом их исследований стали вопросы развития и использования человеческих ресурсов в реалиях обеспечения технологического суверенитета экономики, приоритетов развития социально-трудовой сферы, развития человеческого капитала, повышения уровня и качества жизни населения, а также современные тренды и инновационные технологии в

управлении человеческими ресурсами. Будучи соискателем базовой кафедры ТПП РФ «Управление человеческими ресурсами» РЭУ им. Г. В. Плеханова, я принимала участие в этом мероприятии. В рамках выступления мне удалось осветить вопрос влияния факторов развития информационного общества на производительность труда, предложить методику оценки взаимосвязи уровня цифровой трансформации и производительности труда, что может позволить разрабатывать действенные механизмы регулирования эффективности труда в регионах.





ит не только в передаче академических знаний, но и в приобщении учащихся к той системе ценностей, которая позволит им на протяжении жизни совершать выбор, который, кроме профессиональных достижений, позволит чувствовать личное моральное удовлетворение от созидательных действий. Я рада, что имею возможность поддерживать нашу талантливую молодёжь через мероприятия, проводимые правительством Москвы и бизнес-ассоциациями на площадках ведущих вузов нашей страны.

– Жанна Владимировна, безусловно, нам хочется узнать о Ваших планах по развитию бизнеса и компании, но особенно хотелось бы, чтобы Вы поделились с нами своим видением того, какие изменения необходимы в обществе и в системе образования сегодня, чтобы проблема кадрового дефицита не стояла так остро в будущем.

– Планы, несомненно, лежат на стыке профессиональной и общественной деятельности, и я понимаю, что изменения также являются неотъемлемой частью пути.

Расширение бизнеса для нас на сегодняшний день заключается в первую очередь в развитии производства: в увеличении возможностей выпуска большого объёма изделий и разнообразия продуктовой линейки, в создании и реализации

увлекательных творческих коллабораций. Однако всегда важно помнить, что любой бизнес – это в первую очередь люди, сильная команда сотрудников. Для нас очень важны сейчас высококвалифицированные специалисты технических специальностей. Ни для кого не секрет, что наша страна столкнулась с проблемой кадрового дефицита специалистов именно этого профиля.

И вот здесь важно смотреть на проблему шире, чем просто поиск специалистов на открытую вакансию. С этим как раз связаны планы работы Комитета по образованию и социальной политике ТПП РФ. Я, со своей стороны, многократно инициировала внесение качественных изменений в систему школьного и среднего профессионального образования. В вопросах развития человеческого капитала нет быстрых решений. Если мы хотим перенести опору нашей экономики с сырьевых источников на человеческий капитал, то нам необходимы длинные преобразования сроком от 10 лет, и именно сейчас есть смысл всерьёз задуматься над вопросами трудового воспитания подрастающего поколения, формирования ответственного отношения к собственному труду и уважения к труду окружающих нас людей.

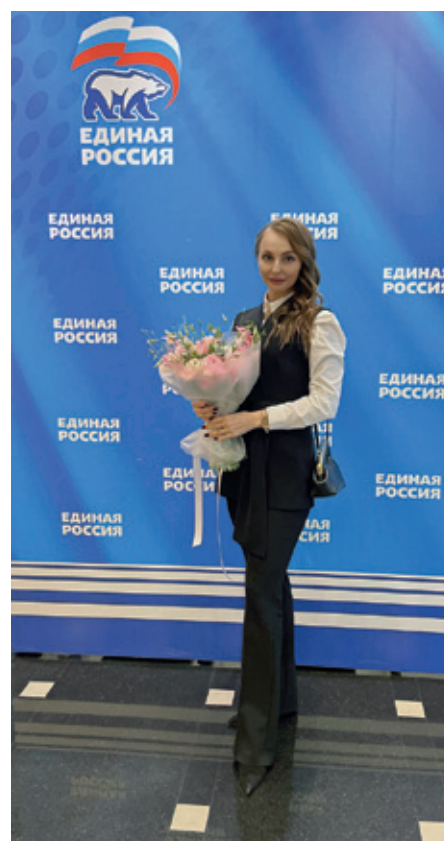
Радует, что в школах ввели дополнительные уроки, направленные на укоренение традиционных ценностей и про-

фессиональное самоопределение. Идея хороша, однако реализация её зачастую формальна и, кроме отторжения, не вызывает у школьников никакой реакции. Во многом это связано с подобным отношением к этому уроку самих учителей. Очень важно, чтобы в школах, где проходит ранняя профориентация, зачастую она начинается с седьмого класса средней школы, профессиональный интерес детей был поддержан активным вовлечением практикующих экспертов соответствующего профиля. Необходимо инициировать разработку механизма участия этих специалистов в учебном процессе в формате регулярных встреч – с целью вовлечения и дальнейшего погружения детей в основы профессии, формирования приверженности своему выбору. Сегодня такая практика уже существует, и наша общая задача – тиражировать успешный опыт во множество школ нашей страны.

Однако самое важное – мне хотелось бы, чтобы в наших детях сохранилась способность мечтать. На Востоке говорят: «Мечта – это крылья, не знающие усталости».

Важно, чтобы, вне зависимости от возможностей или ограничений нового времени, люди выбирали живое общение. Я очень хочу, чтобы дети знали и ценили родную культуру, природу, по-прежнему находили опору внутри своей семьи, были бережливы к ресурсам и доброжелательны по отношению друг к другу.

Беседовала Анна Добрынина



Фармацевтическое научно-производственное предприятие «Ретиноиды» – российский производитель лекарственных средств для лечения заболеваний кожи. Компания уже более 30 лет производит и реализует на российском фармацевтическом рынке лекарственные препараты и активные фармацевтические субстанции.

Многолетний опыт, научный потенциал и высокотехнологичная производственная база, соответствующая лучшим мировым практикам, позволяют предприятию выпускать продукцию, качество которой признано врачебным сообществом и потребителями. Об истории становления компании и о том, как она развивается сейчас, нам рассказал директор АО «Ретиноиды», кандидат фармацевтических наук Константин Ноздрин.



«РЕТИНОИДЫ»: ИДЕАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ НАЧАТЬ ОСВАИВАТЬ НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ, – СЕЙЧАС

– Константин Владимирович, *флагманское направление деятельности вашего предприятия – это производство лекарственных средств и фармацевтических субстанций. Но мы знаем, что компания ведёт ещё много других проектов. Расскажите об этом подробнее.*

– Да, совершенно верно. Основное направление деятельности компании «Ретиноиды» – производство лекарственных препаратов. Выпуск фармацевтических субстанций является альтернативным направлением, но это далеко не весь спектр нашей деятельности.

Сегодня АО «Ретиноиды» – это несколько крупных подразделений. Во-первых, это производственная площадка, оборудованная по всем современным требованиям. Во-вторых, у компании есть



свой центр доклинических исследований, который занимается разработкой новых лекарственных средств для лечения заболеваний кожи. Существует у нас и собственная клиническая база – научный дерматологический центр «Ретиноиды», где ведутся амбулаторный приём пациентов и мониторинг безопасности лекарственных препаратов нашего производства, нарабатывается опыт их клинического применения.

Кроме того, с недавних пор мы диверсифицировали продуктовый портфель и разработали линейку средств лечебной косметики, которая удачно интегрируется в схемы применения лекарственных препаратов и используется врачами-дерматологами: для продления периода ремиссии при хроническом заболевании кожи, для ухода за кожей, в качестве вспо-

могательных средств при терапии кожных заболеваний и так далее.

Помимо этого, компания изготавливает учебные пособия для медицинских вузов.

– Расскажите, пожалуйста, об истории компании. С чего всё началось?

– Всё началось с науки. Мой отец, Владимир Иванович Ноздрин, начал заниматься ретиноидами ещё в 70-х годах прошлого века. Тогда под его руководством был проведён скрининг химических соединений, которые потенциально могут стать лекарствами, изучены их свойства.

В 1991 году, когда в России появилась возможность создавать частные предприятия, он вместе с ближайшими коллегами основал компанию «Ретиноиды». Тогда же стала формироваться производственная база: вначале – на уровне лаборатории, в масштабах, сопоставимых с объёмами производственной аптеки. Сегодня компания «Ретиноиды» объединила учёных, врачей, технологов, фармакологов и многих других специалистов для того, чтобы создавать и производить современные, эффективные и безопасные лекарственные препараты.

– Давайте расскажем читателю, что же такое ретиноиды. Каковы основные принципы, на которых основано их производство?

– Ретиноиды – это группа химических соединений, синтетических производных витамина А. Своё название группа веществ взяла от латинского слова «retina» – «сетчатка» (глаза), потому что впервые они были обнаружены именно в этой структуре. Сегодня ретиноиды нашли широкое применение в дерматологии и в других медицинских отраслях. Выяснилось, что молекулы ретиноидов могут оказывать положительный эффект и на другие органы и системы организма,



однако в большей степени ретиноиды всё-таки используются в дерматологии.

И поскольку это была первая группа соединений, которую мы выбрали в качестве объекта научных исследований и создания лекарственных препаратов, саму компанию мы также назвали «Ретиноиды».

В дальнейшем к ретиноидам в качестве объекта научных исследований компании добавились другие молекулы и субстанции с их содержанием, которые используются в терапии заболеваний кожи. Но линейка, содержащая витамин А (синтетический аналог), является основной в структуре продуктового портфеля компании.

– Есть ли у компании миссия? Какова основная цель предприятия в разработке лекарственных препаратов?

– Миссией компании является обеспечение пациентов современными, эффективными и безопасными лекарственными препаратами высокого качества.

А целей у нас много, они связаны с

развитием рынков сбыта и расширением продуктового портфеля.

В ближайшие годы компания планирует начать активную экспортную деятельность. При этом мы намерены уделить большое внимание увеличению региональных рынков сбыта и на территории Российской Федерации. Нам есть куда развиваться.

– Продукция предприятия используется для лечения заболеваний кожи. Какими препаратами вы можете гордиться?

– Флагманом ассортиментного портфеля АО «Ретиноиды» является препарат «Радевит Актив». Это мазь для наружного применения, содержащая жирорастворимые витамины А, D и E. Препарат для смягчения и питания кожи был выпущен на рынок более 25 лет назад и оказался очень удачным как с точки зрения состава и эффективности, так и с точки зрения периода развития рынка, когда он появился. Препарат занял своё место на фармацевтическом рынке России и пользуется устойчивым спросом.

Не менее популярным является препарат, содержащий мочевины, – «Уродерм».

Эта мазь для наружного применения обладает действием, направленным на смягчение и увлажнение кожи, на борьбу с избыточным ороговением кожи (мозоли и натоптыши). Препарат также завоевал доверие врачей и пациентов.

Помимо этого, можно отметить масляный раствор витамина А, который успешно применяется у взрослых и детей.

Кроме того, за годы деятельности предприятия был создан и выведен на рынок ряд препаратов с ретиноидами (синтетическими аналогами витамина А). Среди них – мази для наружного применения «Видестим» и «Редецил». Их используют для лечения таких патологий, как экзема, дерматит, нейродермит, аллергические реакции кожи, псориаз. Эти лекарственные средства также нашли достойное





применение в терапии ожогов, трещин кожи, в том числе молочных желёз, а также при состояниях, сопровождающихся сухостью кожи. Мази пользуются устойчивым спросом, их назначают дерматологи всей страны.

– Какие исследования проводятся при разработке новых лекарственных средств для лечения кожи?

– При разработке новых препаратов проводится огромный спектр исследований, включающий в себя два крупных этапа: доклинические и клинические испытания. На этапе доклинических исследований проводится оценка эффективного и безопасного использования лекарственных препаратов на экспериментальных моделях.

После подтверждения эффективности и безопасности в лаборатории проводятся клинические испытания препаратов, которые проходят в 3-4 этапа. Все эти требования описаны в регуляторном законодательстве.

– Константин Владимирович, интересно узнать, какие технологии используются на вашем предприятии для обеспечения качества лекарственных средств?

– Компания «Ретиноиды» оснащает своё производство современным фармацевтическим оборудованием, которое соответствует лучшим российским и зарубежным практикам. Это позволяет потребителю быть уверенным в качестве нашей продукции. Многоступенчатый контроль на разных этапах – от аудита поставщиков сырья до контроля стабильности препаратов после их вывода в гражданский оборот – обеспечивает неизменно высокое качество продукции.

– Мир не стоит на месте. В вашей отрасли инновационные подходы играют большую роль. Можете рассказать, какие новшества вы применяете при создании препаратов для лечения заболеваний кожи?

– Несмотря на появление современных технологий (компьютерного моделирования, искусственного интеллекта и прочего), фармацевтическая разработка предусматривает традиционные подходы к научному исследованию.

Хотя, безусловно, обновляются возможности химического анализа, появляются новые модели для изучения фармакокинетики, мы стараемся идти в ногу со временем и использовать все эти методы.

– Где сегодня можно приобрести вашу продукцию?

– Наши лекарственные препараты поступают в аптеки, косметическая продукция широко представлена на маркетплейсах. Мы реализуем продукцию крупнейшим фармацевтическим дистрибьюторам, которые, в свою очередь, поставляют препараты в аптеки на всей территории Российской Федерации.

– Коснёмся темы импортозамещения. Что изменилось для вас в этом вопросе?

– Да, для нас это важный вопрос. В последнее время появились новые поставщики сырья и материалов. Некоторые позиции стали производиться российскими компаниями. Однако говорить о полном импортозамещении фармацевтической промышленности пока ещё рано.

Многие ингредиенты, относящиеся к «тонкой» химии, производятся только за

рубежом. Пока что российская промышленность не может преодолеть зависимость от зарубежных субстанций, но, уверен, однажды это произойдёт.

– Какие вызовы и препятствия вы видите сегодня в своей отрасли и как ваше предприятие с ними справляется?

– На сегодняшний день фармацевтическая отрасль жёстко регламентируется государством. Это касается очень многих производственных процессов, и отклонения от регламента невозможны. Однако за свою тридцатилетнюю историю компания научилась эффективно управлять этими процессами.

– Хотели бы услышать несколько слов о вашей команде. Роль единомышленников в вашем направлении деятельности трудно переоценить.

– Да, наш коллектив может похвастаться дружной и сплочённой командой. Сегодня в компании работает более 200 человек. Ключевые позиции занимают сотрудники, для которых работа на предприятии – это неотъемлемая сфера их жизни, потому что многие из них работают в компании дольше 10 лет. Мы очень ценим их и стараемся передать новым членам команды те же ценности: ответственность, добросовестность, нацеленность на результат.

– Какие планы есть у предприятия на будущее в сфере производства и исследования ретиноидов?

– Сегодня компания разрабатывает несколько лекарственных препаратов, которые войдут в ассортимент в ближайшие пять лет, активно развивая портфель лечебной косметики. И сейчас, я считаю, идеальное время для того, чтобы начать осваивать новые горизонты.





ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЕ
НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ
ПРЕДПРИЯТИЕ

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ АО «РЕТИНОИДЫ»

1991 г. ОСНОВАНИЕ

Фармацевтическое предприятие «Ретиноиды» было основано в 1991 году. Тогда в конце восьмидесятых – начале девяностых годов XX века в стенах Центрального кожно-венерологического института под руководством Владимира Ивановича Ноздрины собралась команда лучших на тот момент специалистов в области исследования фармакологической активности и клинического применения ретиноидов, разработки лекарственных препаратов на их основе.

В 1991 году была создана и зарегистрирована компания, которая была изначально построена по модели, включающей в себя разработку, клинические исследования, производство и реализацию лекарственных препаратов для лечения заболеваний кожи.

1994 г. ПЕРВЫЕ ШАГИ

В начале девяностых годов XX века многие фармацевтические фабрики в стране оказались закрыты. По этой причине на заре своего становления компания «Ретиноиды» производила те лекарственные препараты, которые традиционно выпускались фармацевтическими предприятиями и в которых отечественное здравоохранение ощущало острую нехватку. Параллельно компания стала создавать собственные препараты для лечения кожных заболеваний, содержащие витамин А и его синтетические аналоги, регистрировать их и выводить на рынок.

1995 г. ФЛАГМАНСКИЙ ПРОДУКТ

Компания «Ретиноиды» зарегистрировала лекарственный препарат «Радевит», запустила его промышленный выпуск и начала его поставки в аптеки страны.

Препарат объединил в себе тщательно подобранный состав активных ингредиентов и сбалансированной основы для их адресной доставки в глубокие слои кожи. Благодаря этому «Радевит» завоевал доверие врачей и пациентов и впоследствии стал флагманом ассортиментного портфеля компании.

1998 г. РАСШИРЕНИЕ

С 1998 года АО «Ретиноиды» начало активно замещать ассортимент традиционных препаратов своими собственными разработками, а также развивать и расширять производство. Были зарегистрированы такие препараты, как «Ретиновая мазь», «Видестим» и др.

2000 г. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Компания обновила производственное оборудование. Уровень производства достиг 1 млн упаковок в год. Активно развивались службы контроля и обеспечения качества. АО «Ретиноиды» начало инвестиционные проекты по строительству собственных производственных корпусов.

2002 г. «ПЛАТИНОВАЯ УНЦИЯ»

В 2002 году АО «Ретиноиды» стало победителем открытого конкурса профессионалов фармацевтической отрасли «Платиновая унция – 2002» (под эгидой Министерства здравоохранения Российской Федерации) в номинации «Препарат года», категория «Российский препарат».

2006 г. НАУЧНОЕ РАЗВИТИЕ

Активно развивается научный потенциал компании. В Орле функционирует виварий, где исследуются новые лекарственные средства.

2015 г. СТАНДАРТ GMP

В 2015 году компания впервые получила заключение, подтверждающее соответствие предприятия требованиям Правил организации производства и контроля качества лекарственных препаратов (GMP).

2016 г. УВЕЛИЧЕНИЕ МОЩНОСТЕЙ

Завершено строительство производственного комплекса в Московской области, начато его оснащение чистыми помещениями и оборудованием.

2017 г. МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА

Проведена реконструкция, введён в эксплуатацию участок производства и хранения активных фармацевтических субстанций, соответствующий современным требованиям.

Объём реализации субстанций существенно возрос. Постоянными клиентами компании стали крупные российские производители лекарств.

2018 г. РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ

Компания «Ретиноиды» расширила свой продуктовый портфель за счёт средств лечебной косметики и продуктов для ухода за кожей и волосами. Начато производство шампуня «Нафтадерм», геля после укусов комаров «Азудол» и пр.

Компания перенесла юридический адрес в собственный корпус в Балашихе.

2019 г. НАРАЩИВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА

Введён в эксплуатацию корпус по производству готовых лекарственных средств в Балашихе.

Начат проект строительства административно-складского корпуса «Ретиноиды».

2020 г. НОВЫЕ ПРОДУКТЫ

Получена лицензия на производство лекарственных средств в новом корпусе в Балашихе.

Начато производство нескольких новых косметических продуктов: это тонирующий гель «Лаврик», увлажняющий детский крем «УрокрЭМ» и пр.

2021 г. ЮБИЛЕЙ

С момента основания АО «Ретиноиды» прошло 30 лет.

Объём производства превысил 3 млн упаковок в год, а реализация препарата «Радевит Актив» превысила 1 млн упаковок в год.



КОСМЕТОЛОГИЯ: РИСКИ НАСТОЯЩИЕ И МНИМЫЕ

Несмотря на огромное количество информации о косметологических услугах, в этой теме немало «белых пятен». Приходится разбираться в потоке рекламных обещаний и пытаться вычислить долю правды в «страшилках» из интернета. Однако ответы на сложные вопросы нужно искать у профессионалов, а не ориентироваться на слухи. Наш гость – кандидат медицинских наук, врач-дерматокосметолог с 30-летним стажем, преподаватель Цикла повышения квалификации врачей-косметологов Санкт-Петербургской государственной педиатрической медицинской академии Оксана Волкова.

«КОСМЕТОЛОГА НА ДОМ ВЫЗЫВАЛИ?»

– Оксана Владимировна, на ваш взгляд, какую проблему следует называть ключевой, если мы говорим о качестве косметологических услуг?

– На самом деле следует говорить о целом комплексе проблем. Это и уровень компетентности специалистов, и использование нелегальных препаратов, и серьёзные осложнения после инвазивных процедур.

Но начать наш разговор я предлагаю с такой беды, как «кухонная косметология», хотя бы потому, что человек, рискнувший обратиться к «косметологу-домшнику», наверняка столкнётся со всеми этими проблемами. Поэтому нужно просто запомнить правило: нельзя пользоваться услугами специалистов, которые работают у себя дома либо арендуют кабинет в салоне красоты. Врачебные процедуры в таких условиях – пример не только недобросовестной конкуренции в сфере эстетической медицины, но прежде всего – высоких рисков для самого пациента.

Недавно на приёме у меня была пациентка с тяжелейшими осложнениями после некоего «японского филлера». Женщине отказали в нескольких клиниках: трудно помочь, когда даже не знаешь, с чем имеешь дело. Ко мне она пришла уже в состоянии отчаяния. Я с огромным трудом удалила из-под кожи какую-то перламутровую жидкость. Впереди – долгий восстановительный процесс.

А «косметолог», вколовшая это непонятное вещество в лицо пациентке, увидев последствия, от всех претензий отмахнулась: само пройдёт. Что ж, если не брать в расчёт врачебную ответственность и порядочность, лжекосметолог действительно может не волноваться: он всегда может сказать, что впервые видит пациентку, и жертва ничего не докажет – нет ни договора, ни чека, и уж тем более информированное согласие никто не подписывал. Позже мы выяснили, что препарат, который она использовала, не прошёл лицензирование в России, не имеет сертификатов, не проверен на безопасность.

– Но часто такого «домашнего доктора» рекомендуют друзья, которые уже давно пользуются его услугами.

– Действительно, со стороны всё кажется весьма безобидным. Врача-косметолога (если это действительно врач) вы знаете (или вам рекомендовали подружки), возможно, услуга обойдётся дешевле, чем в клинике, да и время можно сэкономить: специалист может даже сам приехать к вам.

Правда, этот «специалист» не скажет, что по-настоящему соблюсти требования асептики и антисептики реально лишь в медицинском учреждении, а нарушение условий хранения препаратов снижает их эффективность. Он не объяснит и то, почему продаёт свою работу по таким низким ценам. На первый взгляд, логично: ему не приходится платить аренду и налоги, зарплату администраторам и директору, но на самом деле снизить стоимость инъекционных услуг в два раза, по сравнению со среднегородскими ценами, невозможно, если, конечно, косметолог не готов трудиться себе в убыток.

Так откуда такой демпинг? Единственный способ: использовать не оригинальный препарат, который прошёл все необходимые испытания, доказал безопасность и эффективность, получил сертификаты, а его дешёвый аналог. Подделку, иными словами. Неужели не очевидно, что этому врачу ничто не помешает вколоть вам фальсификат, если он уже нарушает закон, делая инъекции не в медицинском кабинете? Фальсификаты вместо оригинальных инъекционных средств не просто не принесут ожидаемого и обещанного результата – они способны нанести огромный вред здоровью. А сейчас ещё стали использоваться незарегистрированные в России дешёвые аппараты: например, для SMAS-лифтинга. Восстановление после таких сомнительных и опасных процедур может оказаться долгим и очень сложным.

– Оксана Владимировна, но и в медицинском центре никто не застрахован от осложнений.

– Да, однако если процедура проводится в клинике, то в случае негативного эффекта у пациента всегда есть возможность рассчитывать на помощь и право обратиться в суд, чтобы компенсировать физический и моральный ущерб. Цепочка поставки легальных, сертифицированных средств совершенно прозрачна: при покупке у официальных дистрибьюторов

всегда можно обратиться к поставщику с рекламациями. А в случае с «надомниками» доказать, что врач вводил именно данный препарат, невозможно. И когда начинаются проблемы, то предъявить претензии просто некому.

Знаете, я никогда не отказываю в помощи людям, попавшим в такую беду, но искренне не понимаю, как может умный, образованный человек так рисковать своим здоровьем?! Есть ситуации, когда проблему удаётся решить полностью, однако порой мы можем лишь улучшить внешний вид, минимизировать последствия, но не устранить их окончательно. Мы ведь нередко имеем дело с осложнениями, причина которых нам неизвестна. И каждый раз ищем выход, буквально изобретаем его. Разжижаем плотные филлеры специальными коктейлями, которые способствуют рассасыванию этих уплотнений, разминаем образовавшиеся под кожей комочки с помощью аппаратной косметологии. Однажды к нам обратилась девушка после контурной пластики губ: в морозную погоду под кожей у неё начинали образовываться шарики. И мы придумали разогревать их коагулятором: они таяли и вытекали. Потом этот пластик даже за свой счёт отправили на гистологию: было интересно, что же за материал вкололи в губы!

Мнимая экономия нередко оборачивается немалыми затратами на последующее лечение, не говоря уже об огромных эмоциональных и моральных издержках. При этом подобные случаи становятся мощной антирекламой всей отрасли эстетической медицины.

– Что может изменить эту ситуацию?

– Власти должны ужесточить меры борьбы с косметологами-надомниками и с поставщиками, продающими нелегальные препараты. Важно, чтобы СМИ вели разъяснительную работу, объясняя, чем опасен теневой рынок косметологии. Но прежде всего – люди должны взять на себя ответственность за своё здоровье. Если у «кухонных косметологов» не будет клиентов, им придётся «выйти из тени». Но далеко не все из них смогут работать официально, так как не у каждого такого «косметолога» есть не только высшее медицинское образование, но и необходимые сертификаты.



«В КОСМЕТОЛОГИ ПОЙДУ, ПУСТЬ МЕНЯ НАУЧАТ!»

– **Оксана Владимировна, вы упомянули в перечне проблем уровень компетентности специалистов. Как вы оцениваете качество современного образования врачей-дерматокосметологов?**

– Многоплановость работы врача-косметолога требует фундаментального образования, клинического мышления и безупречного знания не только анатомии, физиологии, биохимии, фармакологии, но и других отраслей медицины. Однако

многие видят в косметологии, прежде всего, лёгкий способ зарабатывания денег и в гораздо меньшей степени думают о том, насколько это серьёзная, сложная и ответственная область медицины.

Косметолог должен обладать хорошим клиническим мышлением, чтобы подбирать каждому пациенту полноценный лечебный курс с хорошими отдалёнными перспективами, а не предлагать только модные дорогостоящие процедуры.

Однако профессия косметолога приобрела массовый характер. Представьте, в Петербурге не менее 200 человек ежегодно получает сертификаты косметолога.

Немало образовательных учреждений теперь имеет право на обучение косметологии и выдачу сертификатов, но, к сожалению, уровень знаний выпускников оставляет желать лучшего. Мы обсуждали эту проблему с коллегами: у всех складывается впечатление, что в косметологию идут одни двоечники. Их главная цель – получить диплом, не погружаясь в процесс обучения, они надеются «добрать» необходимые знания в процессе работы. Таким образом, пациент становится подопытным кроликом в руках такого «специалиста».

Как человек, искренне влюблённый в своё дело, я не могу оставаться равнодушной к подобной ситуации. И это стало одной из причин, почему я начала преподавать: мне очень хочется не только передать знания, но и научить будущих косметологов уважению к своей профессии, убедить в недопустимости поверхностного отношения к ней.

– По вашему опыту, как нужно готовить врача-дерматокосметолога?

– Как хорошего врача. Я даже на собеседовании при приёме на работу спрашиваю: «Вы, когда поступали в медицинский, кем хотели быть?» К тем, кто мечтал стать хирургом, гинекологом, эндокринологом, доверия у меня больше: они серьёзнее относились к учёбе. А те, кто сразу выбрал для себя косметологию, к сожалению, меньше обращают внимание на образовательный процесс, считая, что им это не понадобится.

Я сама мечтала стать детским эндокринологом. Мы первые три курса учились, не поднимая головы, потому что были убеждены: врач должен знать всё! К сожалению, сегодня к фундаментальным знаниям относятся довольно поверхностно. Студенты начинают работать уже во время учёбы, и им «идут навстречу», потому что надо же как-то жить. И молодые врачи мне говорят, что эту тему не прошли, потому что работали или потому что преподаватель болел...

И всё-таки в последние пару лет у меня появился робкий оптимизм. Если несколько лет назад студенты не стеснялись говорить: «А зачем нам столько знать?», то новое поколение врачей уже более осознанно выбирает профессию.

Но проблема в том, что предыдущее поколение, которое не имело знаний, но успешно освоило приёмы маркетинга, активно создаёт свои школы, работает тренерами на курсах для врачей-косметологов. Я бы рекомендовала, как бы старомодно это ни звучало, по-прежнему доверять печатному слову, а не интернету. Запастись учебниками и атласами по анатомии и биохимии – кстати, эти книги всегда должны быть под рукой у косметолога.

И ещё необходимо стремление развиваться интеллектуально, быть разносто-

ронней личностью. Посещение театров, музеев – наша прямая профессиональная обязанность! Ведь только наблюдение, изучение разнообразия красоты, гармонии, пропорций, воспитание эстетического чувства создают настоящего профессионала индустрии красоты.

Врачи в России всегда были интеллектуальной элитой. И хотя принято считать, что косметология у нас зародилась лишь в 90-х гг., на самом деле в Советском Союзе были великолепные научные школы – Московский, Ленинградский, Киевский институты красоты, – давали прочную профессиональную базу и вырастили немало знаменитых специалистов.

ЕСЛИ РЕКОМЕНДАЦИИ ВРАЧА ВЫЗЫВАЮТ СОМНЕНИЯ

– Оксана Владимировна, а как быть, если возникает ощущение, что тебе навязывают дорогостоящие косметологические услуги? Например, пациент хочет убрать конкретную морщину, а ему предлагают целый комплекс омолаживающих процедур. Или для решения не очень сложной, на первый взгляд, проблемы составляют план стоимостью в полмиллиона рублей... Как понять, когда вас «раскручивают», а когда нужно обязательно прислушаться к тому, что советует врач?

– Ситуация, когда пациент уже сам «назначил» себе процедуры, очень знакома: подруга сделала лазерную шлифовку, контурную пластику или биоревитализацию, и у неё прекрасные результаты. Однако это не значит, что и вам необходимы те же манипуляции. Даже если у вас одни и те же проблемы – пигментация, морщины или птоз, – то решения могут быть совершенно разными, так как зависят от типа кожи, особенностей старения. Поэтому, если косметолог не бежит послушно исполнять пожелания, а предлагает совсем другие процедуры, не стоит сразу подозревать его в намерении увеличить средний чек.

Другое дело, что врач должен подробно и понятно объяснить, что, почему и в какой последовательности он предлагает сделать, какие задачи решит каждая процедура. И ещё один важный момент: хороший специалист предложит разные варианты. Такой подход говорит и о широком профессиональном кругозоре врача, и о широком ассортименте услуг центра или клиники, в которую вы обратились. А вот если вам предлагают «единственный способ», то это должно насторожить.

Например, если цель – выглядеть моложе, то достичь её можно быстро и дорого, а можно потратить значительно больше времени, но сэкономить средства, то есть что является большей

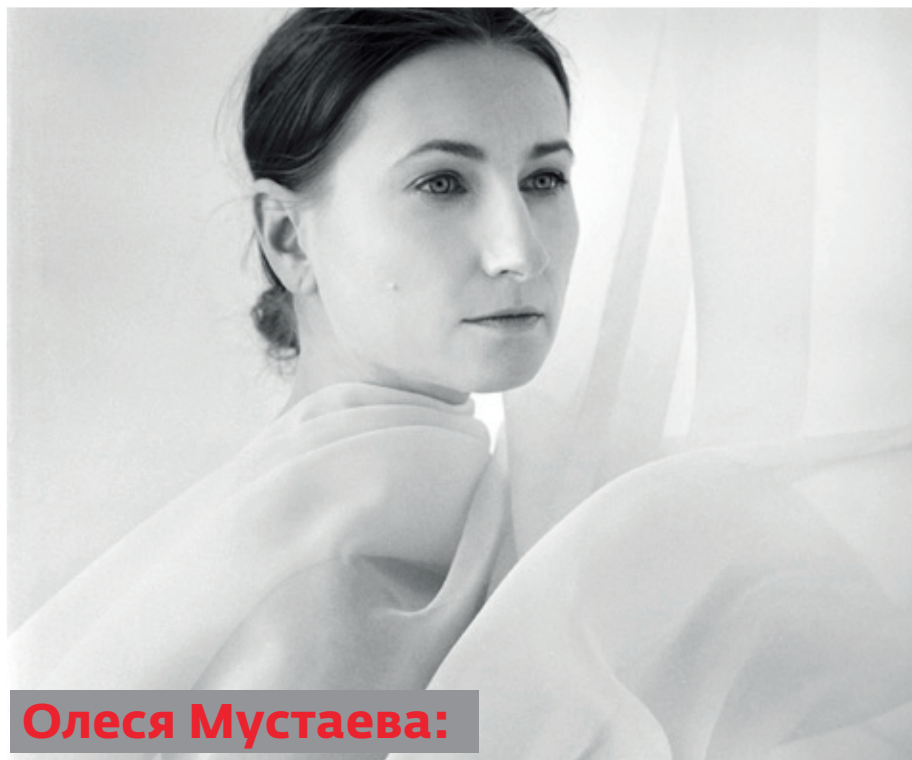
ценностью для пациента – время или деньги. Поэтому вопрос, каким временем вы располагаете, должен быть одним из ключевых на консультации. Ведь кто-то решил заняться собой, потому что появился ещё один выходной на неделе, а кому-то нужно срочно привести себя в порядок перед юбилеем или встречей с одноклассниками.

– Оксана Владимировна, а если врач предлагает методику, которую пациент считает опасной? Либо кажутся высокими риски при проведении про-

цедуры, либо пугают отдалённые последствия. Что делать – отказаться или всё-таки доверять врачу, раз профессионал здесь он?

– Конечно, доверие необходимо. Но если какая-то процедура вызывает неприятие, почему не сказать об этом своему косметологу? Сегодня существует так много очевидно безопасных технологий, что предложить другие варианты совсем не сложно. А для результата очень важно, с каким настроением пациент идёт на процедуры.





Олеся Мустаева:

«Оправдать ожидания клиента от продукта – вот путь, который сделает его приверженцем бренда»

«Мастерская Олеси Мустаевой» – российский производитель косметических средств на основе органических экстрактов и растительных компонентов, подтверждённых стандартами ECOCERT, COSMOS. На сегодняшний день компания выпускает более 200 наименований продукции и является владельцем 25 торговых марок, в том числе бренда космецевтики «Она Иная».

С 2021 года «Мастерская Олеси Мустаевой» – член Российской парфюмерно-косметической ассоциации.

Со дня основания компании её неизменными принципами работы стали доказанная эффективность, экологичность и доступность. Продукция компании широко представлена на крупнейших маркетплейсах и площадках профессиональной косметики и парфюмерии. О том, как добиться успеха в бизнесе и завоевать доверие клиентов, мы поговорили с Олесей Мустаевой – основательницей и лицом бренда, а также ведущим технологом-разработчиком компании.

– Олеся Николаевна, бренд натуральной косметики «Мастерская Олеси Мустаевой» завоевал любовь и доверие клиентов в России и за рубежом во многом благодаря своему экспертному подходу к разработке рецептур, тщательности к деталям и многократным клиническим исследованиям каждого производимого средства. Насколько мне известно, проведение клинических испытаний косметической продукции не является обязательным. Почему одной из основных ценностей вашего бренда стала доказанная эффективность?

– Вы абсолютно правы, проведение клинических испытаний косметической продукции не является строго обязательным. Но с оговоркой: если мы не выносим эти

свойства на упаковку, в рекламные и официальные заявления компании. Согласно регламентам, регулирующим работу нашей парфюмерно-косметической индустрии, обещания о свойствах продукта должны быть подтверждены. И недопустимо приравнивать свойства отдельных ингредиентов, даже если они изучены, к свойствам всего продукта. В конечной рецептуре ингредиент может не проявиться, его свойства могут быть снижены.

Реальность, к сожалению, показывает, что большое количество компаний игнорирует существующие правила по разным причинам: начиная от отсутствия профессионализма и заканчивая погоней за маркетингом.

Для меня, как для разработчика и владельца бренда, это отличный инструмент

оценки эффективности моей работы и проверки своих подходов в создании косметики. Мы можем привести клиента к бренду, но оправдать его ожидания от продукта – вот путь, который сделает его приверженцем бренда.

Наша компания про постоянство и стабильность, мы не делаем одноразовых запусков.

– Современные женщины достаточно требовательны: они обращают внимание не только на состав и привлекательность упаковки, но и на удобство использования продукта, его цвет, запах и то, как он ведёт себя на коже. Кто и как определяет, насколько новое средство соответствует тем высоким стандартам, которых придерживается ваша компания перед запуском новинки в массовое производство и продажу? Как удаётся каждую продуктовую серию доводить до совершенства?

– Поддержание высоких стандартов качества нашей продукции – это сложный многоуровневый процесс. Мы придерживаемся строгих внутренних протоколов компании, которые напрямую коррелируют с моими личными стандартами. Но кроме этого – мы опираемся на результаты работы фокус-групп, промежуточных клинических исследований и инструментальных исследований кожи.

Каждый выпущенный продукт – отдельный проект. Над его созданием трудится целая команда профессионалов. Это не только содержимое: упаковка и её удобство, эстетическое удовлетворение, актуальность и доступность продукта.

Современные клиенты требовательны, и в работе над проектом не существует ненужных мелочей.

Например, при запуске детского мыла в нашей детской серии «Калябушки» мы не только тестировали рецептуру дермато-



логически, но и провели эксперимент на удобство упаковки в применении для детей при выборе дозатора. Многие дозирующие крышки требуют более сильного нажатия, что вызывает сопротивление у ребёнка применять продукт.

Для нас поддержание высоких стандартов – это не просто формальное требование, это ДНК нашей компании и то, как мы видим свою роль в индустрии красоты.

– Обилие косметических средств и брендов порой приводит в растерянность. Как правильно выбрать косметику для ухода за лицом?

– Я рекомендую придерживаться трёх простых, но очень важных правил: качественное очищение, эффективная фотозащита и увлажнение кожи.

Очищение кожи – 50% успеха. Умываться необходимо два раза в день мягкими, но эффективными средствами, чтобы полностью смыть с лица различные загрязнения, не повредив защитный барьер кожи. Из ассортимента нашей компании могу рекомендовать начать с очищающего геля Sensitive. Продукт дерматологически протестирован, не содержит синтетических отдушек и эфирных масел, подойдёт даже самой чувствительной и реактивной коже.

Про важность защиты от UV-лучей сейчас говорят везде. Советую выбирать средства широкого спектра действия (UVA, UVB) и с экспериментально подтверждённым показателем SPF. Из ассортимента нашей компании этим критериям соответствуют серия SunRay и крем бренда «Калябушки» SPF 35.

Увлажняющие средства в идеале должны содержать ингредиенты, имитирующие кожное сало и замедляющие испарение воды, восстанавливающие липидный барьер, иными словами – физиологические липиды. Такие продукты есть у нашего бренда «Она Иная»: тоник-антистресс и сыворотка для лица.

– Есть ли в вашем ассортименте «лечебная» косметика для кожи, склонной к аллергическим реакциям? Какие проблемы с кожей сейчас наиболее распространены, по вашим наблюдениям?

– Достаточно часто мы сталкиваемся с такими проблемами кожи, как повышенная сухость, склонность к дерматитам, чувствительность, розацеа, преждевременные признаки старения кожи и пигментация.

Наша продукция – это косметические средства, называться «лечебной» мы не можем. Однако у нас есть все продукты, которые могут облегчить ситуацию или решить проблемы с кожей, которые я только что перечислила. Доказательства тому – многолетний опыт консультаций, сотни отзывов клиентов о ремиссии и улучшении ситуации с кожей с фотографиями «до/после».

Возьмём как пример хит компании – Крем № 3. Данный продукт – не лечебное



средство, однако у нас накопилось огромное количество кейсов, которые показывают реальную эффективность крема в уходе за кожей, склонной к чувствительности, повышенной сухости и дерматитам. Вот цитата из отзыва одного из наших клиентов о Кремe № 3 из официального телеграм-канала компании: «Я обладательница сухой и чувствительной кожи. Моё первое ваше средство – это Крем № 3. Этот крем – моя любовь. А когда появился этот продукт в большом объёме, я так была рада. Крем использую для лица, рук и тела. Сухости и шелушения теперь нет».

Независимо от проблемы, грамотно подобранный под тот или иной случай



уход и правильные продукты могут положительно повлиять на здоровье кожи. А вот неверно выбранная уходовая косметика может стать причиной таких эстетических проблем, как шелушение, тусклый цвет, высыпания. Избыточное увлечение кислотами и ретинолом также может привести к раздражению кожи. Игнорирование солнцезащитного ухода – к пигментации, раннему старению кожи, отсутствию «сияния» кожи.

Хочу отметить, что особенность нашей компании – индивидуальный подбор косметики с «живой» консультацией. Никаких чат-ботов. Наши консультанты делают персональные подборки под каждый конкретный случай клиента.

– Весна – это время обновления. С началом цветения и первыми лучами солнца женщины начинают активно готовиться к периоду летних отпусков. На какую косметику стоит обратить своё внимание в этот период?

– Мы советуем иметь в своём арсенале качественный солнцезащитный крем. Идеальный вариант – дневной солнцезащитный крем для лица – совмещает сразу несколько задач: ухаживает за кожей, увлажняет и защищает клетки кожи от повреждающего UV-излучения.

Например, в составе нашего солнцезащитного крема для лица SunRay SPF 35 содержатся пептид, эктоин, экстракт спарассиса курчавого, которые включают собственные защитные ресурсы кожи, защищают ДНК клеток кожи от стресса и всех повреждающих факторов (солнце – большой стресс для кожи), увлажняют и снимают покраснения. Этот продукт способен значительно улучшить состояние кожи, поэтому прекрасно переносится даже при акне, розацеа и повышенной чувствительности.

Согласитесь, куда приятнее и проще поддерживать здоровье и молодость на регулярной основе, чем прибегать к SOS-средствам. Я рекомендую использовать реально работающий солнцезащитный крем и на пляже, и в условиях города.

– И напоследок: расскажите, что вдохновляет вас на разработку новых составов и косметических серий?

– Всё, что вижу и слышу... Вдохновить может что и кто угодно. Сама порой удивляюсь этому. Новая парфюмированная коллекция от бренда «Она Иная» для Sochi Fashion Week, работа над которой сейчас идёт очень активно, появилась на основе контраста подиум – backstage.

Ещё один проект возник на основе сюжета спектакля. Мы сейчас активно работаем над ним и планируем, что новые продукты увидят свет уже в мае. Это будет очень неожиданно и интересно!

Беседовала Анна Добрынина

ДЕТСКИЙ КЛУБ «РАДОНЕЖ»: «Наши воспитанники родом из счастливого детства»



«Радонеж» – это не просто детский садик в общепринятом понимании, а уютный творческий и образовательный клуб для детей и их родителей. Находится он в подмосковном Одинцово, но известен уже далеко за его пределами.

Здесь, помимо присмотра и ухода за детьми в возрасте от полутора лет, ведётся серьёзная развивающая деятельность: проводятся офлайн- и онлайн-занятия в студиях для разных возрастов (от 1,5 до 14 лет), применяются интересные образовательные подходы, проходят познавательные творческие мастер-классы, разнообразные занятия, направленные на всестороннее и гармоничное развитие воспитанников и учеников клуба, а также костюмированные занятия и весёлые фотосъёмки для детей.

О том, чем живёт «Радонеж», о его достижениях и повседневных заботах, о задумках на будущее нам рассказала его руководитель Анна Шеррер-Терехова.



– С чего начиналась работа «Радонежа»? Какие цели и задачи вы ставили при создании детского дошкольного учреждения?

– Наш клуб существует с 2016 года, а в 2022 году произошла смена управляющего состава. Цели и задачи, которые мы перед собой поставили, были связаны в первую очередь с внешними и внутренними изменениями центра.

В образовательной сфере мы продумали и прописали педагогическую повестку клуба, подали заявку, получили образовательную лицензию и выпустили свой соб-

ственный Дневник развития. Это своего рода книжка, в которой мы фиксируем и анализируем развитие каждого ребёнка, это полностью наша разработка.

– А что это такое – Дневник развития?

– Для нас это стало самым важным нововведением клуба в прошлом году. Идея пришла с рождением в 2022 году моего третьего сына – будущего воспитанника нашего сада. Тогда я купила альбом «Первый год жизни» и стала с вдохновением его наполнять, вместе с этим пришло осознание, что у старших моих сыновей заметок

уже на порядок меньше. Дети быстро вырастают, и для родителей многие моменты их развития забываются. А для самих детей забываются ещё быстрее. Возвращаясь домой, на вопрос «Чем вы сегодня занимались?» они не всегда и не всё могут вспомнить или не все ещё могут рассказать.

В первый год жизни ребёнка практически каждый родитель хранит памятные моменты, заполняя или альбом с пояснениями, или памятную книгу, где фиксирует на фотографиях и в записях первую улыбку, зубик, первый шаг, первые слова и многое другое. Кто-то делает гипсовый



оттиск ножки или ручки младенца. А потом, когда малыш идёт в детский сад, заметок, связанных с его жизнью и развитием, становится значительно меньше – просто потому, что ребёнок переходит на следующую ступень. Этапы социализации в коллективе, появление друзей среди сверстников, много других событий – и объективно родитель проводит с ребёнком уже гораздо меньше времени.

Поэтому, посоветовавшись с коллегами и получив от них поддержку, мы решили, что нам обязательно нужен Дневник развития. На протяжении нескольких месяцев мы вели его разработку и наполнение. В этот проект было вложено много кропотливого труда: сбор и отбор данных, составление, улучшения, оптимизация, разработка оформления, вёрстка в фирменном стиле нашего клуба – и вот, наконец, печать!

Для наполнения дневника наши воспитатели фиксируют информацию в течение всего учебного года. Там есть всё о том, что происходит с детьми, чем они занимаются: данные мониторингов и диагностики, памятные моменты, мероприятия... Много интересного и красивого! Заполнение Дневников развития – это одна из очень важных составляющих работы воспитателя клуба «Радонеж», это индивидуальный подход.

По каждому из детей мы ведём подробную работу – как диагностического характера, по более чем 30 показателям (три раза за год), так и ежедневную, по результатам 4-5 уроков в день. Педагог отмечает, как проходило восприятие нового материала: эмоциональную, интеллектуальную, моторную составляющие. Уделяя большое внимание письменной части заполнения, воспитатель анализирует работу воспитанника и в дальнейшем выстраивает занятия с опорой на потребности каждого из детей. В конце учебного года родитель забирает Дневник развития своего ребёнка на долгую память в свой семейный архив.

В этом году – наш первый выпуск детей, родителям которых мы смогли подарить индивидуальные Дневники развития. Их улыбки и слова благодарности нас вдохновляют на новые творческие идеи.

– Какие творческие подходы вы используете для занятий с воспитанниками?

– У нас работает монтеessori-педагог, мы используем кубики Зайцева, дары Фрёбеля, приглашаем художницу Юлию Решетнёву – выпускницу Академии Ильи Глазунова, члена Союза художников РФ. Она проводит мастер-классы по живописи несколько раз в год.

Ежеквартально к нам приезжает кукольный театр, а совсем недавно мы изготовили себе свой собственный театр и вместе с детьми пошили из фетра кукол для наших собственных постановок. Для



детей, начиная с года, кукольный театр является прекрасным тренажёром развития речевого аппарата, наряду с занятиями логоритмикой, которые также проходят в нашем центре. У ребёнка стимулируется запуск речи, потому как самым юным нашим воспитанникам 1,5 годика, а именно с такого возраста мы принимаем детей в садик, это очень важно.

Яна Петровна Шляпцева, специалист по подготовке к школе и логоритмике, воспитатель:



«Логоритмику я открыла для себя как уникальный инструмент в работе с детьми. Она помогает разнообразить любое занятие, закрепить навыки и умения ребёнка, переключить внимание, отдохнуть или, наоборот, взбодриться, начать занятие или его завершить. Детки особенно легко раскрываются, когда слышат знакомую мелодию.

Также, безусловно, методика помогает развитию речи, которому уделяется большое внимание, особенно в работе с малышами. Занятия логоритмикой часто используются для запуска и закрепления речи ребёнка. Они формируют правиль-

ную артикуляцию, внимание, чувство ритма, умение ориентироваться в пространстве. Логоритмика – это коррекция и терапия различных форм дисграфии. Благодаря ей дети пополняют словарный запас, разрабатывают как мелкую моторику, так и крупную, учатся правильно произношению и многому другому».

– Как строится взаимодействие с родителями?

– Со всеми родителями на первой встрече мы проводим экскурсию по нашему клубу, знакомим с расписанием дня, сеткой занятий, меню, перечнем мастер-классов и исследований, а также рассказываем об участии нашего центра в различных конкурсах – как регионального, так и всероссийского уровня.

Мы заточены на серьёзную образовательную составляющую, поэтому в первую очередь должно быть единение взглядов с родителями в этом направлении. И должна отметить: таких родителей много, поэтому клуб практически всегда полностью загружен. Хотя, конечно, как в любом частном или государственном учебном заведении, из-за переезда или выпуска в школу у нас появляются свободные места, поэтому набор в «Радонеж» открыт круглый год.

– Как построена программа садика в летний период этого года?

– Ввиду того, что 2024 год Президентом РФ В. В. Путиным объявлен Годом семьи, мы решили июнь посвятить именно этой теме; традиционные семейные ценности – это основа сильного государства, и важно о них рассказывать, начиная с самого юного возраста.

Июль мы посвятим творчеству Александра Сергеевича Пушкина, погрузимся в мир сказок гениального поэта, которому в этом году исполняется 225 лет со дня рождения. В тематических занятиях в лёгкой игровой форме мы расскажем воспитанникам о детстве поэта, которое прошло совсем рядом с нами – в бывшей дворянской усадьбе в деревне Захарово Одинцовского городского округа Московской области. Кстати, творческие работы наших детей украшают Дом культуры деревни Захарово в дни проведения там рождественских и пасхальных выставок.

– Принимаете ли вы детей с особенностями?

– Есть замечательная мексиканская пословица: «Они пытались похоронить нас, но они не знали, что мы – семена». Да, у нас есть такие детки, и мы видим в них огромный потенциал. Но ввиду того, что мы не являемся профильным учебным заведением для детей с ограниченными возможностями здоровья, принять мы можем всего несколько таких воспитанников. При принятии решения о том, что ребёнок будет воспи-



тиваться в нашем клубе, для нас очень важны осознанность и вовлечённость в процесс родителя.

Со своей стороны, у нас имеются возможности оказать эффективную помощь; и чем раньше к нам придёт такой ребёнок, тем лучше, потому что самое ценное – это время, и важно им распорядиться правильно, чтобы использовать все шансы успешной коррекции. Кроме того, мы понимаем, что родителям таких деток, как никому другому, очень важна поддержка и опора! И мы всем сердцем их поддерживаем и стараемся оказать помощь. Взаимовыручка и желание помогать нуждающимся – это отличительная черта русского человека, и в образовательной среде она раскрывается особым образом. Но вот что ещё важно: «Талант сам по себе бесцветен и приобретает окраску только в применении», – писал М. Е. Салтыков-Щедрин. Я считаю, что такие дети талантливы, важно им помочь раскрыться.

– Расскажите о специалистах клуба «Радонеж», какой у них опыт?

– У нас в штате непосредственно с детьми работают четыре воспитателя, педагог ментальной арифметики, два помощника воспитателя и медсестра. Плюс приходящие сотрудники: это логопед, монтеessori-педагог, педагог по глине, педагог по шахматам, тренер по теннису, педагог по живописи и скетчингу. Практически все сотрудники имеют высшее педагогическое, а также дефектологическое, профильное среднеспециальное образование. При выборе специалистов важнейшие качества, на которые мы обращаем внимание, – это любовь к детям, наличие собственных детей, профильное образование, опыт работы, готовность стать членом команды и трудиться с душой.

Катерина Анатольевна Павловская, исполнительный директор, тренер по ментальной арифметике, психолог:



«Главная задача ментальной арифметики – это тренировка мозговой деятельности: развитие интеллектуальных способностей, формирование устойчивых нейронных связей правого и левого полушарий. В результате занятий происходит развитие всех видов памяти, концентрации внимания,

логики, творческого, образного и аналитического мышления. Формируются усидчивость и самостоятельность. Значительно возрастают скорость и качество обработки получаемой информации. И в итоге ментальная арифметика помогает заложить фундаментальные способности к успеху в любом деле, ведь тренированный мозг значительно легче и быстрее справляется даже с самой сложной задачей.

А ещё эта методика способствует раскрытию заложенного от природы потенциала человека, который без должного внимания мог так и остаться незамеченным.

Когда мне задают вопрос: «Что же это за занятия?», я часто отвечаю, что это словно спортзал для мозга. Ментальная арифметика – одна из ведущих методик, направленных на развитие интеллектуальных способностей человека любого возраста. Естественно, в возрасте от четырёх до четырнадцати лет достигается максимально эффективный результат. Но и для взрослых подобные тренировки тоже очень полезны. Ментальная арифметика – отличный способ профилактики болезней Паркинсона, Альцгеймера, деменции и других подобных нарушений».

– Какое внимание вы уделяете изучению иностранных языков – например, английскому?

– Позвольте мне процитировать Михаила Шолохова: «Величайшее богатство народа – его язык». Последние лет десять наблюдался тренд на «английские» частные детские сады, где все занятия проходят исключительно с носителями языка, а русский язык – буквально пару-тройку часов в неделю. В нашем клубе мы выступаем за патриотическое воспитание, которое нераздельно связано со знакомством с русской литературой, народными промыслами, традициями и символами, музыкальной культурой, историей, праздниками. То есть все занятия мы проводим на русском языке, и три часа в неделю мы уделяем английскому языку. Да, мы понимаем важность изучения второго языка, и, возможно, у нас тоже появится носитель языка – как предметник на время уроков и на время прогулок: в игровом формате в отдельные дни.

– Помогает ли городская администрация, как складывается диалог с властями?

– У нас есть замечательный опыт плодотворного сотрудничества со службой благоустройства города Одинцово – в части согласования модернизации детской площадки на придомовой терри-



тории. Нам требовалось разрешение на проведение работ своими силами, специалисты администрации выезжали на место и проводили осмотр площадки. Мы, в свою очередь, произвели выемку грунта, установили бетонные бордюры по периметру, застелили геотекстиль, засыпали гравий, песок, положили асфальт и поверх этого «пирога» залили финишное мягкое покрытие, нанесли рисунок по его поверхности, установили замечательные игровые элементы. По периметру детской площадки мы высадили ростовые туи «смарагд» для создания атмосферы единения с природой.

– В прошлом году Комиссия по дополнительному, дошкольному и школьному образованию «ОПОРЫ РОССИИ» добились уравнивания поддержки частных и муниципальных садов и школ в Московской области. Вы уже получаете эту поддержку? Насколько она важна?

– Я очень обрадована этим решением и считаю его важным, так как бизнес в области дошкольного образования – это призвание и альтруизм, эта не та сфера, в которой зарабатывают. Размер зарплаты дошкольного педагога в госучреждении – лучшее тому подтверждение. Мы в декабре 2023 года подали документы на оформление лицензии «Детский сад» и очень рассчитываем на положительное решение и поддержку.

На текущий момент у нас есть лицензия на дополнительное образование детей; и мы работаем по ОКВЭД «Присмотр и уход», согласно которому мы рассчитывали на субсидию в области социального предпринимательства. Летом прошлого года мы подавали документы на возмещение затрат на аренду и покупку оборудования

по этому направлению, я потратила значительное время на обработку и заполнение всей необходимой документации, получили положительное решение. И вдруг на очередном этапе нам пришло письмо: «Вам отказано в предоставлении услуги по причине недостаточности размера бюджетных ассигнований на данное мероприятие». Да, было обидно, особенно за потраченное на это время, которое лично я могла бы посвятить своим собственным трем детям, а также детям в садике и воспитанникам воскресной школы, руководителем которой я также являюсь. Но в любом случае это опыт и путь, который нужно было пройти.

– Вы планируете подавать заявку в этом году?

– Это своего рода лотерея, но есть обязательства, которые мы заблаговременно прописываем, рассчитывая на поддержку. Например, увеличить штат сотрудников, количество детей в саду и налоговые отчисления. В прошлом году всё это было возможно, мы приняли новых детей и увеличили штат, но не получили помощи, а на текущий момент мы вышли на проектные мощности и не можем себе позволить дальнейшее увеличение численности детей. А значит, и не сможем увеличить штат сотрудников и, как следствие, отчисления в бюджет, поэтому мы не вправе рассчитывать на субсидию. Мы активно принимаем участие в конференциях, и я знаю владельцев, которые получали помощь, так же как и тех, кто ею оказался обделён.

– В чём ещё, по-вашему, государство могло бы оказать поддержку детским частным дошкольным учреждениям?

– Именно для нас – в вопросах сертификации пособий ввиду серьёзности затрат

на проведение лабораторных исследований. Мы в этом году привлекли мастеров из Подмосковья и Крыма и совместно работали и сшили замечательные книги из фетра, взяв тему времён года, являющуюся краеугольной при тестировании ребёнка с особенностями развития, планшеты для отработки мелкой моторики и рукавички из ткани по темам русских сказок.

Но все эти пособия должны проходить обязательную сертификацию, а это сложный и недешёвый процесс.

– На интернет-ресурсах можно прочитать много позитивных отзывов о вашем учреждении: например, что «Радонеж» – это лучший детский сад в России. В чём, по-вашему, секрет успеха?

– Мы видим своей миссией вырастить здоровое и всесторонне развитое поколение людей, которое родом из счастливого детства.

Нам важны каждый наш воспитанник и каждый родитель. Мы создали и продолжаем постоянно совершенствовать среду, в которой видят и ценят индивидуальность каждого ребёнка и где дети чувствуют себя в безопасности и окружёнными любовью и заботой.

Кроме того, для нас очень важно, чтобы дети находились в комфортном пространстве, которое к тому же будет соответствовать нашему видению эффективности взаимодействия детей с окружающим миром.

Квалифицированные, любящие свою работу и детей специалисты, современные методики, инвентарь и пособия, эргономичная среда, сетка занятий, грамотно выстроенная и направленная на всестороннее развитие. И всё это дополнено теплом наших сердец, которое создаёт особую атмосферу и уют.

– Какие у вас планы на будущее, есть ли неосуществлённые идеи?

– Вдохновителями наших новых идей практически всегда становятся наши воспитанники, именно благодаря их креативности мы подмечаем интересы и потребности, проводим совместно совещания и реализуем задумки. К реализации следующей идеи мы уже приступили: надеемся к началу учебного года отпечатать в типографии собственные, индивидуальные, сформированные по трём возрастным группам рабочие тетради под нашим брендом.

Контакты:

г. Одинцово, ул. Говорова, д. 28
+7 499 490 55 71
www.radonezhclub.ru
info@radonezhclub.ru

Подготовил Вячеслав Колесников

Невозможно найти сокровище, если сокровище не найдёт тебя. Когда я ищу мой шедевр, движет ли мной желание обладать им? Поиски честного ответа на этот вопрос неизбежно обнаруживают такое обилие многозначностей и подтекстов, что начинаешь прозревать: охотничьим азартом коллекционера должен управлять инстинкт следопыта истины. Когда художник кладёт краску на холст, он интуитивно стремится запечатлеть «фотографию вечности». У коллекционера своя метафизическая задача, своё служение – едва ли не первым разглядеть творческую удачу, прозрение художника. И едва ли не первым он окунается в ни с чем не сравнимое наслаждение созерцать на холсте частный случай вечности. Открывая художника людям, делая его прозрение достоянием зрителя, коллекционер становится его соратником.

(Эпиграф к документальному фильму «Ловцы солнца»)

О русском авангарде и роли личности в истории отечественного искусства рассказывает Любовь Агафонова – известный культуролог, публицист, советник директора, руководитель развития новых художественных проектов Дома русского зарубежья, основатель арт-галереи «Веллум», коллекционер русского искусства.

МОДЕРНИЗМ В РОССИИ: эксперимент по созданию нового мира



МЯТЕЖНЫЕ ТВОРЦЫ

В течение двадцати лет – на рубеже прошлого и позапрошлого веков – Россия была средоточием талантов: наука, литература, экономика, искусство – личности проснувшейся страны, сумевшие изменить собственные судьбы и решившие изменить судьбу всего человечества.

Изменения в общественном и политическом устройстве, науке, мировоззрении и даже в бытовых привычках совершенно непредставимы и нелогичны без агитационного влияния искусства.

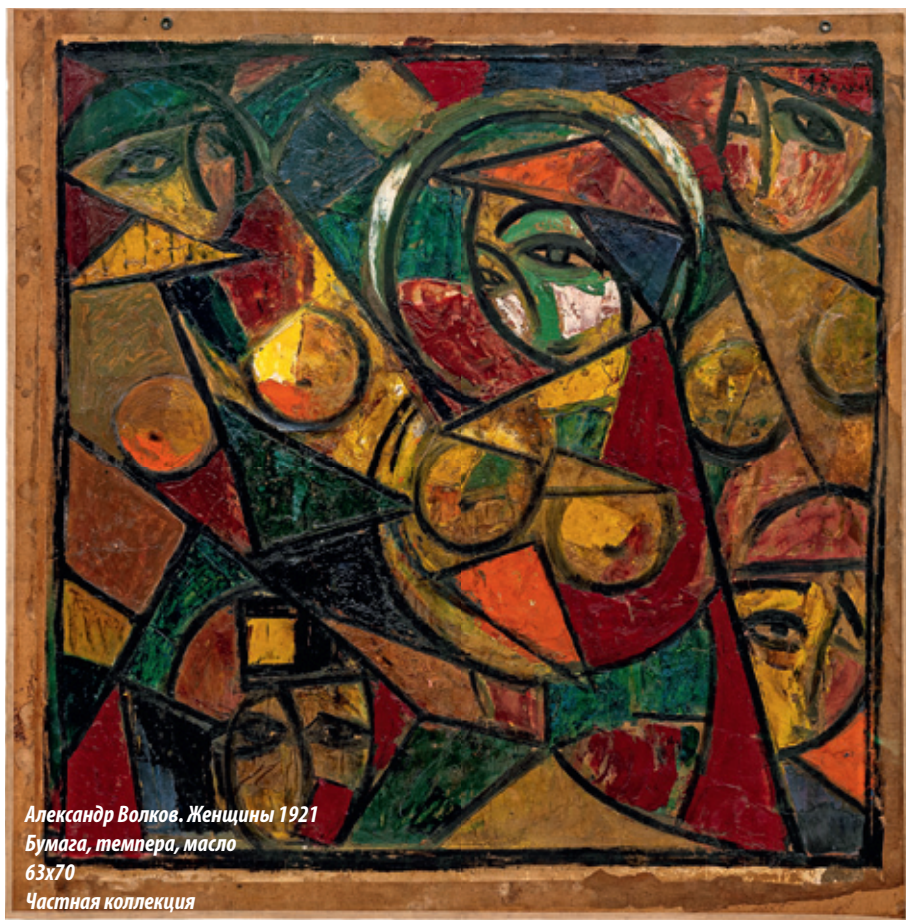
Бури в умах, на страницах газет, красочных холстах и на полях военных сражений – и всё это на фоне многоликой, многонациональной, ни на кого не похожей русской действительности. Исследуя прошлое, мы занимаемся возвращением той важнейшей культуры, которая была сто лет назад. Чтобы идти вперёд, нужна фундаментальная основа, которая есть в той эпохе. К сожалению, мы подзабыли за последние лет сорок-пятьдесят, что тогда творилось.

Русский писатель, философ или художник вдруг позволил себе быть искренне убеждённым в собственной избранности, избранности тех, кто оказался рядом, осознав своё мессианское предназначение. Искали рай, призывали его своим творчеством – каждый по-разному, но абсолютно искренно. Придуманный на страницах книг и в футуристических диспутах новый мир был создан – к удивлению его же создателей – от Москвы до Парижа, от Петербурга до Ташкента, от Омска до Харбина. Я обращаю внимание не столько на творчество деятелей культуры, сколько на случайные или закономерные встречи этих людей, влияние накопленного гуманитарного опыта, географические – даже мифические – предпосылки фантазий русского художника, создавшего мир, который нас сегодня окружает.

Особое значение в предреволюционную эпоху играла личность. Так, гений художника-новатора и чуткого преподавателя Константина Коровина дал импульс к развитию творческого потенциала студентов МУЖВЗ.

ИСКРОМЁТНЫЙ КОРОВИН

Коровин-художник, Коровин-человек, который любил прекрасных женщин. Он был искрой, которая зажигала вокруг себя другие звёзды. Все знают Коровина как автора московской художественной школы, благодаря которому в России прижился импрессионизм. Но мало кто говорит о том, что Коровин ещё воспитал и целую плеяду художников-авангардистов:



Роберта Фалька, Александра Шевченко и Давида Бурлюка.

Ларионов и Гончарова, например, бывали на мастер-классах Константина Алексеевича. История любви и совместного творчества двух русских гениев – Гончаровой и Ларионова – неотделима от их учёбы в МУЖВЗ, в котором системное образование сопровождалось артистическими уроками живописи в классе у Коровина и Серова. Их встреча и любовь, которую испытать не всякому дано, привели к взаимопроникновению двух огромных талантов; не случись бы этой встречи, быть может, культура получила совсем других художников.

Тогда не было преподавания в привычном академическом понимании этого слова. Коровин мог прийти в класс, показать своё мастерство студентам, которые стояли рядом, а потом прийти через два-три месяца. Его преподавание не было назидательным. Он давал импульс – быть таким, как он.

Ученики Коровина стали одними из создателей русского художественного авангарда, отразившего эпоху и предсказавшего острым языком лучизма, кубизма и супрематизма революцию. В отношении русских как литераторов, так и художников справедливо выделить обращённость к реальности, к жизни как таковой. Уже в 1914 году, с началом Первой мировой войны, которая изменит весь мир, имен-

но из России ярче, чем в Европе, стартует системный подход к визуальному воздействию на массы.

ПЕРФОРМАНСЫ РЯБУШИНСКОГО

Одновременно с Коровиным совершенно неожиданно даже, наверное, для себя самого меняет искусство и мир меценат и коллекционер Николай Рябушинский – мой «любимый сказочный герой», как и Коровин, и Волков, и Судейкин с Бакстом или стихи Анны Ахматовой и философские изыскания Василия Розанова, которые мне не менее близки. Рябушинскому хотелось прославиться, он устраивал шокирующие «перформансы» с медведями, выбегающими на перрон, или с дикими животными на поводке, или голыми женщинами-русалками в аквариумах в его издательстве. Всё что угодно, лишь бы о нём написали в газетах. Но потом своё неистовство он воплощает в самом дорогом и богато иллюстрированном журнале русского символизма «Золотое руно», куда он приглашает своих друзей-художников, в том числе Коровина. Всё это происходит во время первой революции 1905-1907 годов, после закрытия другого влиятельного журнала «Мир искусства».





Владимир Немухин и Любовь Агафонова, 2012 год

стов, которые потом станут основателями объединения «Бубновый валет». Так что именно Рябушинский первым привёз и Матисса, и Пикассо, и Ван Гога. Эти факты долго умалчивались в советское время, потому что Рябушинские, в отличие от Морозова, который давал деньги на революцию, Щукина, который тоже с революцией заигрывал, или разорившегося Саввы Мамонтова, были назначены личными врагами Ленина. Их фамилия либо вымарывалась, либо подавалась с негативной коннотацией. С тех пор так и повелось. Но я не испугалась вернуть Рябушинскому его имя и рассказать его историю на основе архивов и документов. В отличие от других искусствоведов, я обращаюсь в первую очередь к личности и её влиянию на окружение.

ПАДШИЕ АНГЕЛЫ РЕВОЛЮЦИИ

Итак, это время редкого симбиоза художников и меценатов, когда и тот и другой хотели и помогли друг другу созидать. Авангардисты почувствовали себя гениями, правда, они не хотели страсти и крови, а хотели стать богами. Но вышло, что стали падшими ангелами – демонами, которые творили революцию в искусстве своими ломаными линиями, ломая при этом мир и свою душу. Но символисты, о которых я говорю и в книге, и в фильме, и на выстав-

Рябушинский помогает с организацией знаменитой выставки «Голубая роза», которую мы реконструировали в Доме русского зарубежья, и после открывает журнал, который будут читать везде: и в Европе, и в России, и даже в Америке. Журнал «Золотое руно» – своего рода диспут с Сергеем Дягилевым и Александром Бенуа, создателями журнала «Мир искусства». Бенуа не в восторге от Рябушинского, но сотрудничает с ним. «Буду работать в золотом г-не», – пишет Бенуа. Несмотря на такую оценку, Бенуа не прогадал, ведь журнал становится важнейшим художественным изданием, революционным для того времени, он выходит вопреки всему. На следующей за «Голубой розой» выставке у Рябушинского экспонируются не только русские художники, но и тогда мало кому известные художники из Франции: Винсент Ван Гог, Анри Матисс, Пабло Пикассо, с которым потом Рябушинский будет долго дружить в эмиграции.

Советское искусствоведение породило какие-то мифы и шаблоны, из-за которых многие детали утрачены или позабыты. Я смогла найти документы, которые ставят под сомнение многие шаблоны, и публикую их в своих развлекательных эссе и экспонирую. Как, например, на выставке «Николай Рябушинский: “Голубая роза” и “Золотое руно”. Истоки и продолжение» и одноимённой книге я показала письмо Ивана Морозова к Рябушинскому, где последний рассуждает, как надо коллекционировать. Мы привыкли, что Иван Морозов и Сергей Щукин – наши главные меценаты, что они первыми купили французских импрессионистов. Но мало кто знает, что первых французских импрес-

сионистов в Россию привёз Рябушинский. В экспозиции есть архив Николая Павловича, который он собирал всю жизнь: фотографии, письма, приглашения, записки. И он свидетельствует о том, что на третьей выставке «Золотого руна» показывались Фальк, Шевченко, Ларионов, Гончарова – одни из первых авангарди-



Николай Рябушинский. Фотография. Первая четверть XX в.

ках, не хотели нового, в отличие от авангардистов и футуристов. Они не про будущее, а про сны, с помощью которых они стремились уйти из реальности. Они шли по тонкому льду и при этом плавили его и тонули. Они не смогли спасти мир. Вместо этого случилась та трагедия, о которой мы знаем, – Октябрьская революция.

Новаторы нового поколения претендовали на создание искусства. Бывшие фрики оказались призванными текстом и картинкой влиять на жизнь. И в такой трактовке принципиально по-иному осознавалась роль искусства в воздействии на зрителя. Картина, текст или мелодия теперь должны были формировать сознание гражданина.

ВОЗВРАЩЁННЫЙ АВАНГАРД

Динамично развивалась история искусства в быстротечном XX веке – с короткими затуханиями и молниеносными взлётами. В 1957 году состоялся Фестиваль молодёжи и студентов, после этого – выставка в Сокольниках в 1959 году, где вновь увидели абстрактное искусство, которое на 30 лет было забыто в советской стране. И произошёл возврат к идеям начала XX века. К тому же художники русского авангарда повлияли на развитие европейского и американского искусства и дали ему толчок, а через 30 лет и тот же авангард уже из внешних пределов советской страны возвращается к себе и моментально зажигает новые звёзды в СССР. Но тогда ещё жили и работали художники, которые помнили искусство революционных лет, как художник-кубист Натан Альтман, который в 1920-м создал мифологическую картинку взятия Зимнего дворца, когда здания покрыли футуристическими картинками, а на улицах стояли авангардные конструкции. Была жива художница младшего поколения Ефросинья Ермилова-Платова, которая дружила с Владимиром Немухиным и Анатолием Зверевым. То есть не было прерывания, волна продолжалась, идеи и техники передавали напрямую – от поколения к поколению. У Анатолия Зверева есть ранние кубические работы, прообразом которых стали те, что ему показывал Георгий Костаки в своей коллекции. То есть Зверев посмотрел на работы Розановой, Поповой и Кандинского и сделал оммажи.

В Узбекистане искусство авангарда, того самого, создавшего нового человека, продержалось дольше, потому что на окраинах не было такого острого давления цензуры. Ещё в начале 1920-х художники приехали в советский Туркестан в составе экспедиции по изучению памятников, чтобы спасти медресе Улугбека в Самарканде, на площади Регистан. Приехали, подняли падающий минарет. Я пишу



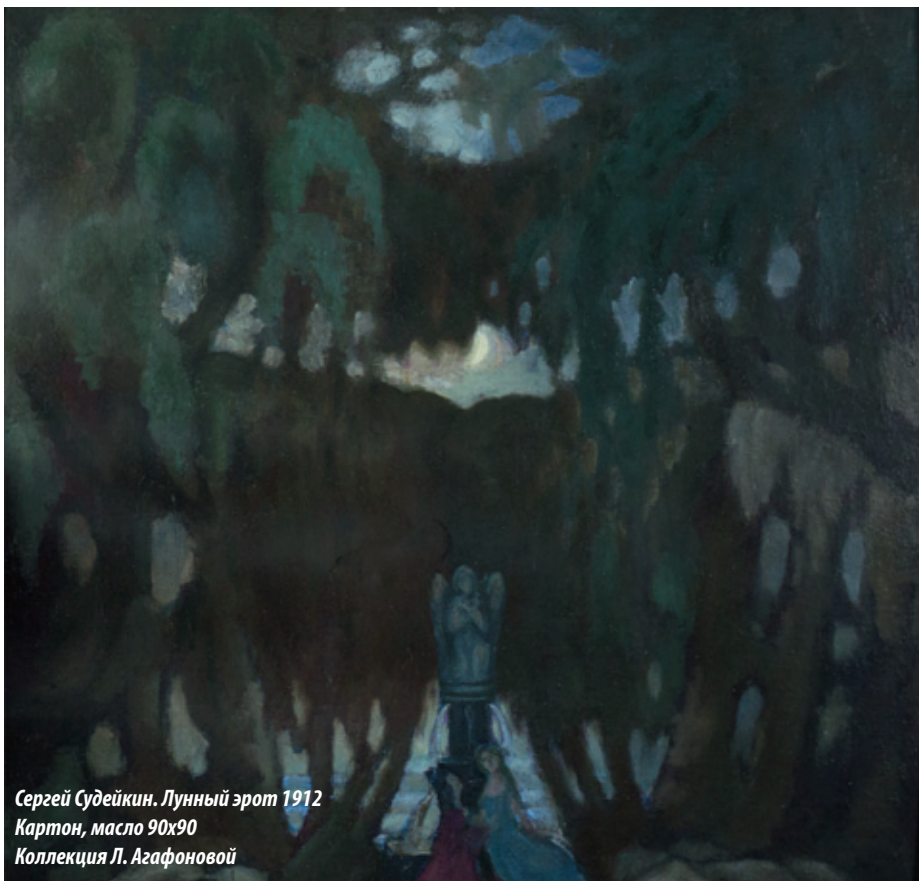
об этом в книге «Прикоснувшиеся к солнцу», которая стала основой для сценария фильма «Ловцы солнца». Владимир Шухов, Кузьма Петров-Водкин и Виктор Уфимцев буквально воссоздали площадь Регистан, позже признанную великим памятником архитектуры, жемчужиной ЮНЕСКО. Чтобы поднять минарет, Шухов придумал, как его приподнять, повернуть и укрепить фундамент под ним. То есть художники русского авангарда, среди которых были и ученики Коровина, заново подняли великую культуру и процитировали её в своих произведениях.

КОСМИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА

Идеалистическая философия и креативные мечты творческих личностей начала XX века вдохновили учёных, инженеров и конструкторов к созданию уже реальных аппаратов – космического корабля, на котором советский гражданин отправился в космос. С этого момента человечество уже перестало быть прежним.

Кино, литература, изобразительные искусства призваны были отразить грандиозность явления. Космос становится в 1960-е годы неотъемлемой частью советской эстетики и народного самосознания. Его атрибуты – воспевание подвигов героев-космонавтов, изображения взлетающей ракеты или спутника на орбите, пейзажи степей Байконура – воплощались не только мастерами соцреализма, но и, казалось бы, далёкими от официальной идеологии художниками-нонконформистами. Так, Анатолий Зверев, узнавший о запуске первого искусственного спутника Земли в 1957 году, с восторгом и гордостью встроил его изображение в своё абстрактное произведение. Отечественные художники и поэты в великий и трагичный XX век блестяще справились с социальным заказом: воспитали новую личность. И именно так эксперимент по созданию нового мира успешно осуществился.

Автор текста: Любовь Агафонова



*Сергей Судейкин. Лунный эрот 1912
Картон, масло 90х90
Коллекция Л. Агафоновой*

BIART – ЦЕНТР ЭСТЕТИКИ И МОДЫ!

Пространство стиля BIART, обладающее невероятным магнетизмом, очаровывает посетителей своей красотой, наполненностью, содержанием и смыслами. Здесь одновременно собраны коллекции одежды, аксессуаров, предметов интерьера, искусства, ароматов, созданных российскими дизайнерами, работают профессиональные стилисты, которые учат не следовать кратковременным тенденциям, а находить свой стиль. Ведь именно за этой концепцией – будущее мира моды. Об уникальном проекте, какого ещё не было в России, нам рассказала его основательница Ольга Ковкина.



– *Ольга, BIART – совершенно удивительное место для людей, ценящих стиль, неординарные вещи, самовыражение! Здесь посетители находят для себя восхитительные предметы гардероба, редкие интерьерные вещи, культурный досуг! BIART с первых мгновений влюбляет эстетикой пространства, уютной атмосферой, сочетающей шик, современность и авторский взгляд. Расскажите о том, что вдохновило вас на создание этого проекта. И какова его основная философия?*

– BIART – первое концептуальное пространство стиля в России, представленное в столь неординарном формате: парящие в воздухе арт-объекты, шоурум, кофейня, мероприятия, выставки, лекторий, просмотры фильмов – всё это воплощено в единую идею, воспитывающую вкус и чувство прекрасного.

Главная миссия BIART – донести до покупателя ценность каждого бренда через пять органов чувств. Здесь всё пропитано ощущениями и эмоциями, приобретение вещей превращается в культурное событие.

Я визуализатор, имеющий привычку переносить всё, о чём думаю или что создаю, на бумагу. Таким образом, три года назад, во время обучения на курсе стилистов, получила задание прописать своё будущее. На листе бумаги возник образ

места моей мечты, я разобрала подробно каждый пункт того, как себе его представляю: светлое пространство, панорамные окна и вид на озеро. С этого момента и начался путь зарождения BIART.

После была практика в Милане. Я влюбилась в этот город, в его улочки, архитектуру, людей. Особое впечатление на меня произвело историческое концептуальное место под названием Corso Como 10. На его площадке присутствовали одежда, предметы интерьера, музыка, литература и потрясающие инсталляции. Я была поражена идеей, и мне захотелось познакомить калининградцев с этой концепцией.

Всё задуманное свершилось. Ровно через два года, в период локдауна, проект был реализован. Но именно кризис и закрытие границ дали мне возможность сконцентрировать внимание аудитории на российских дизайнерах, которые вполне могут составить конкуренцию зарубежным. Мне хотелось показать, что среди них есть довольно талантливые люди, и то, что они делают, достойно внимания каждого из нас.

– **С чего началось ваше увлечение историей моды, искусством?**

– Несмотря на то, что в медицинском бизнесе я нахожусь более 20 лет, модой и эстетикой стиля интересуюсь на про-

тяжении всей жизни. С раннего детства слово «индивидуальность» было для меня естественным состоянием. Мама активно поддерживала меня, культивируя любовь к красоте и находя необычные решения для моего самовыражения.

Но любовь к чувству прекрасного привила мне ещё и бабушка. Она является образцом того, как в женщине могут сочетаться совершенно разные стихии. Занимая руководящую должность, она была талантливой портнихой. Мы вместе часто придумывали новые образы. Вот и сейчас я продолжаю её дело, получаю удовольствие от пошива одежды, комбинируя эти вещи с разными дизайнерскими моделями из моего гардероба.

С раннего детства я созерцала, как мама и бабушка заботливо украшали каждый уголок своего дома. Это повлияло на то, что в моём доме нет случайных деталей и предметов декора. Благодаря этому, создавая мир вокруг себя, я усиливаю своё воображение и чувство насмотренности.

В течение жизни мы с родителями часто переезжали с места на место, и в каждом городе находил источник вдохновения. Родители приучали нас с братом к эстетике и учили видеть прекрасное в окружающем мире. Практически каждые выходные мы посещали выставки художников, концерты, галереи, и это сформировало

мой вкус и стиль. Объектами моего внимания были сложные формы декораций, различные конструкции, цветовые сочетания. Это предопределило то, чем я сегодня занимаюсь.

В 30 лет я была увлечена работами японского дизайнера Йоджи Ямамото. Через его творчество открыла для себя деконструктивизм.

Абстракции Василия Кандинского поражали своей яркостью и многообразием цвета, излучая какую-то необъяснимую энергию и гармонию.

– Как правило, проекты, подобные BIART, создаются в городах-миллионниках, таких как Москва, Санкт-Петербург. Насколько целевая аудитория Калининграда была готова к появлению столь роскошного и творческого пространства? А возможно, ваш секрет успеха кроется в том, что BIART является местом притяжения туристов?

– За три года своего существования пространство стиля BIART в Калининграде завоевало популярность не только россиян, но и иностранцев. Для нас огромная честь слышать в адрес проекта, что он уникален! И люди, приезжающие специально к нам из Франции, Италии, Германии, Швейцарии и Прибалтийских стран, чувствуют себя здесь как дома. Кстати, о пространстве стиля BIART, наверно, больше знают за пределами Калининграда, и это немного обидно, ведь прежде всего оно создавалось для его жителей.

К слову сказать, через год после открытия BIART к нам приехала съёмочная группа из «Газпром-медиа», которая сняла о нас фильм. Летом этого же года я была приглашена на Неделю моды в Москву в качестве почётного спикера, где делилась опытом в реализации своего проекта. Для меня это было важным событием.

– Уверена, что читателям издания было бы интересно узнать о том, как вы находите дизайнеров для своего проекта.

– В пространстве стиля BIART собраны коллекции разных стилевых направлений для разной целевой аудитории: деловая одежда, casual, концептуальная, для интеллектуальных, смелых и свободных.

В поиске интересных работ мы посещаем не только выставки и шоурумы, но и частные галереи. Тщательно отбираем каждое изделие и лично знакомимся с дизайнерами. Особое удовольствие доставляет найти что-то уникальное. В коллекции BIART присутствуют украшения дизайнеров, работы которых представлены в музеях Санкт-Петербурга, Москвы и Калининграда.

– Поговорим о мероприятиях, организуемых вами. Какими творческими



встречами, проходившими в стенах BIART, вы особенно гордитесь?

– Мы одними из первых в городе стали проводить тематические мероприятия, приглашая на первоначальном этапе специалистов из Калининграда: дизайнеров, психологов, врачей, стилистов, художников. Все они выступали у нас на площадке. Позже начали знакомить жителей нашего города со специалистами извне. Нас посетили эксперт по речи (Екатеринбург), историк моды (Москва), стилист (Москва), дизайнеры украшений (Москва), эксперт в мире ювелирного искусства (Москва).

Фишкой концепции стали и постоянные просмотры фильмов с привлечением профессионалов из разных областей – с самым глубоким обсуждением и анализом сюжетов. Ведь мода – это не только про одежду, это про то, что нас окружает.



– Ещё одна изюминка пространства стиля – его кофейня, о которой вы упоминали выше. В чём её особенность?

– Я не представляю BIART без уютной кофейни. Здесь можно встретиться с друзьями, пообщаться с деловыми партнёрами или отдохнуть после покупок в приятной обстановке: выпить чашечку свежесваренного кофе, попробовать изумительные десерты, приготовленные нашим кондитером. А можно вдохновиться уникальными люстрами, парящими над каждым столиком, филиппинского дизайнера Kenneth Coboпрue, чьи работы известны во всём мире, включая членов королевской семьи и голливудских знаменитостей. Или картинами юной калининградской художницы Polasha, её работы стали визитной карточкой кофейни; или внимание привлекут шикарные композиции из живых цветов от наших партнёров. Всё это создаёт настроение и воспитывает вкус.

– В социальных сетях проекта можно найти информацию о том, что вместе с командой BIART можно отправиться в отпуск по главным модным столицам мира! Расскажите о формате этих путешествий, что они под собой подразумевают?

– Путешествия вдохновляют, наполняют энергией и способствуют реализации новых идей. В определённый момент я поняла, что хочу познакомить людей с атмосферой, культурой и едой тех стран, которые посетила.

Знакомство происходит в пространстве стиля BIART через напитки, выпечку, одежду, выставки, просмотры фильмов, встречи со спикерами. Каждое такое мероприятие может погрузить в настоящее приключение, воссоздать позитивные эмоции и предоставить возможность познакомиться с потрясающими людьми, ведь приятное путешествие зависит не только от выбранной страны, но и от попутчиков.

– В завершение беседы хотелось бы спросить о стратегии развития BIART в будущем: не задумывается ли вы о создании филиалов в других городах?

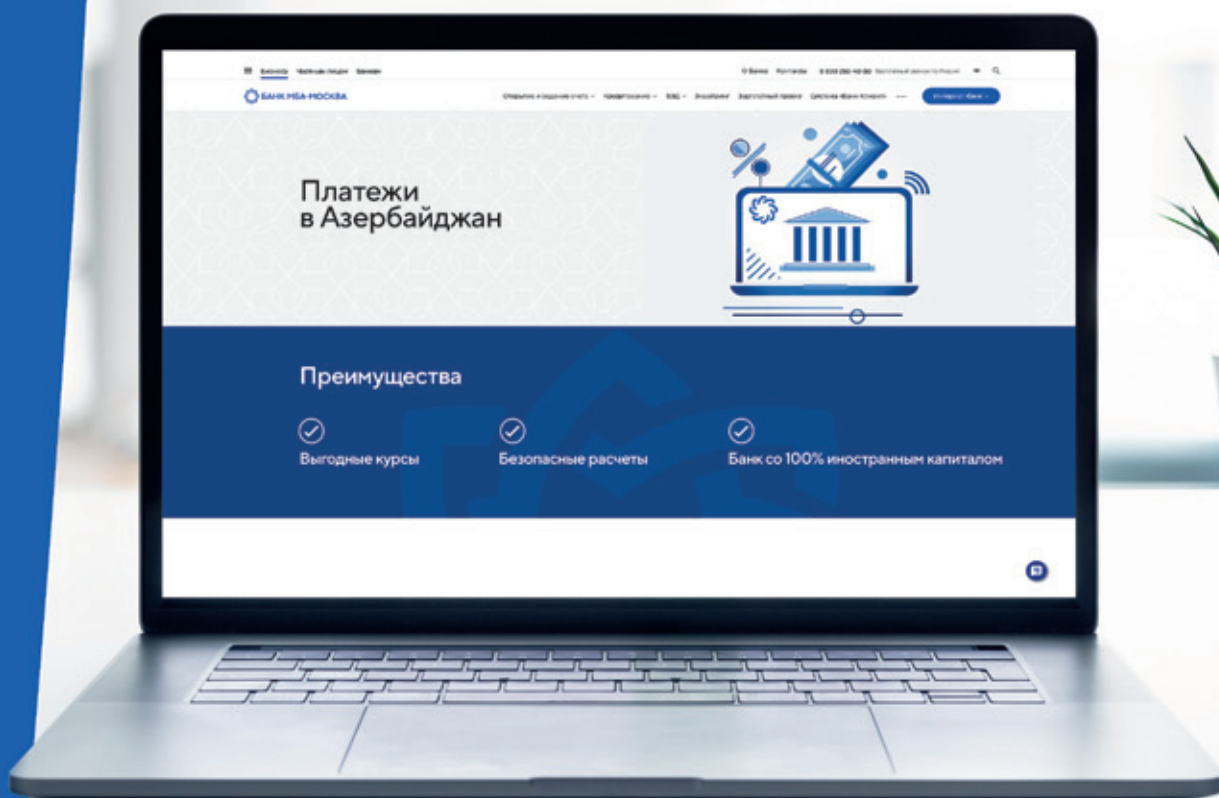
– Мне приятно осознавать, что проект, который изначально создавался в небольшом городе, получил отклик у множества людей, живущих в разных уголках нашей необъятной Родины. Поэтому неудивительно, что появились мысли о расширении, открытии пространства стиля в столице. Надеюсь, что этот масштабный проект не заставит себя долго ждать!

г. Калининград, пр. Мира, 89, оф. 9.

Тел.: 8 (4012) 50-52-50

<https://t.me/BIART39>

Беседовала Дарья Бакарина



ПЛАТЕЖИ ЗА РУБЕЖ

в Азербайджан, Киргизию, Таджикистан,
Узбекистан, Грузию, Белоруссию,
Китай, Турцию, Сербию

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+

 **БАНК МБА-МОСКВА**

АССОЦИАЦИЯ «РОССИЙСКО- ТУРЕЦКИЙ ДИАЛОГ»



ПО ВОПРОСАМ СОТРУДНИЧЕСТВА:

kuzmina@rbgmedia.ru



«30 ЧАШЕК ЧАЯ, ИЛИ КАК ВЕСТИ БИЗНЕС С ТУРЕЦКИМИ ПАРТНЁРАМИ»

Арсен Аюпов – президент Ассоциации «Российско-Турецкий диалог», к.ю.н., партнёр юридической фирмы NSP и руководитель Российско-Турецкой рабочей группы при РСПП. Многолетний опыт работы с турецкими партнёрами, сопровождение крупнейших инвестиционных проектов с участием турецких инвесторов в России, организация деловых мероприятий всех форматов – от круглых столов до международных российско-турецких форумов, – глубокое погружение в изучение кросс-культурной коммуникации сделали его экспертом с уникальным опытом в области российско-турецкого делового сотрудничества. Секретами взаимоотношений с представителями турецкого бизнес-сообщества Арсен Аюпов поделился в книге «30 чашек чая, или Как вести бизнес с турецкими партнёрами», изданной при поддержке издательско-коммуникационной группы «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА», отрывки из которой мы предлагаем вашему вниманию.

НИЧТО НЕ СТОИТ НА МЕСТЕ

Последние 20 лет отношения между Россией и Турцией развиваются очень динамично. Если посмотреть на уровень товарооборота между странами, к примеру, в 2002 году, то мы увидим цифру около 4 млрд долларов США. В 2022-м данная цифра составила рекордные 65 млрд \$, сделав Турцию партнёром № 2 после Китая.

Особенно за последние два года взаимоотношения между странами сильно изменились. Если ранее торговые связи Турции с Россией складывались преимущественно на уровне крупного бизнеса и государственных корпораций, то сейчас в Турцию хлынул большой поток представителей малого и среднего бизнеса.

Россияне не только открывают тысячи новых компаний в Турции, но также покупают рекордное количество турецкой недвижимости, став лидерами по покупке квадратных метров среди остальных иностранцев.

Такие метаморфозы требуют новых знаний россиян о турках – и наоборот. Нашим согражданам становится интересно изучать турецкий язык, историю и культуру Турции. Турецкие сериалы полюбились российской публике и сегодня легко конкурируют с западными за сердца своих зрителей.

Всё это говорит о возросшей потребности россиян изучать своих южных соседей, по новой открывать эту страну для себя.

Но, пожалуй, самым важным аспектом, требующим глубокого погружения и переосмысления, является кросс-культурная коммуникация между россиянами и турками.

Работая с турецким бизнесом более десяти последних лет, я давно стал задумываться над тем, что ведение международных проектов представляет собой сложную систему взаимоотношений, в которой отводится отдельное место ментальности. Не так давно об этом заговорили на мировом уровне, и сегодня теме кросс-коммуникации отводится большое значение в рамках мирового бизнеса.

При этом если взять в пример Китай, то мы увидим, что в отношении ведения бизнеса с китайскими партнёрами существует уже не один десяток книг, которые есть в свободном доступе. Что же касается Турции, то я пока не встречал ни одной книги, посвящённой теме именно кросс-культурной коммуникации с нашей страной. Справедливости ради необходимо отметить, что появляются авторы, которые пишут сегодня о Турции. К примеру, мой добрый товарищ и один из героев данной книги Иван Стародубцев написал уже несколько прекрасных книг об отношениях между Россией и Турцией. Однако жанр данных книг скорее историко-политический, чем кросс-культурный.

Именно отсутствие таких знаний и по-двигло меня написать данную книгу.

Я захотел издать книгу, в которой во-едино собрал бы как собственный опыт многолетней работы с турецкими партнёрами, так и знания экспертов, их личные истории, связанные с реализацией российско-турецких проектов.

Я очень надеюсь, что данная книга станет моим скромным вкладом в развитие российско-турецких деловых и кросс-культурных отношений, окажется полезным пособием по переговорам для представителей бизнеса в рамках двустороннего сотрудничества.

ИГРА В АССОЦИАЦИИ

Какие ассоциации возникают у вас при слове «Турция»? Тёплое море? Песок? Жаркое солнце? Комфортный отель с системой «Всё включено»? Вкусная турец-

кая кухня? Хороший сервис и отличный отдых? А может, интересные туристические маршруты в Стамбуле, Памуккале, Каппадокии, Эфесе или где-нибудь в Фетхие? Турецкий текстиль? Челноки с баулами одежды? Ну, или турецкий президент Эрдоган, который в последние годы не сходит с лент новостей?

На самом деле опрос о том, что же ассоциируется у россиян со словом «Турция», был проведён в 2011 году. Результаты следующие:

- 24% – ковры, пролив Босфор, кожаные куртки, певец Таркан, янычары;
- 19% – «Прекрасный отдых в Кемере и Анталии!», «Море, горы, лето, фрукты»;
- 11% – «Море и толпы отдыхающих», «Средиземное море».

Несмотря на то, что с момента опроса прошло 13 лет, мало что изменилось в сознании россиян. Турция остаётся в нашем восприятии страной-курортом, где царствует вечное лето.

Насколько справедливо оценивать Турцию, опираясь исключительно на ассоциации? Я приведу несколько реальных фактов о взаимоотношениях России и Турции:

– Турция сегодня является вторым партнёром России по величине товарооборота после Китая. Наша взаимная торговля в 2022 году составила около 65 миллиардов долларов;

– экономика Турции – одна из наиболее быстроразвивающихся в мире. Страна находится на 11-м месте по величине ВВП, рассчитанного по паритету покупательной способности;

– турецкие компании проинвестировали в экономику России за последние 15 лет более одного триллиона рублей;

– Росатом сегодня строит в Турции современную атомную электростанцию – АЭС «Аккую»;

– через территорию Турции проходит два крупнейших российских газовых трубопровода «Голубой поток» и «Турецкий поток», снабжая её газом и позволяя транспортировать часть в Европу;

– в Турции сегодня действуют предприятия российских компаний, таких как «Группа Газ», Татнефть, «СИБУР», ММК и т. д.;

– турецкие строительные компании построили большую часть современных промышленных и коммерческих объектов в России.

Этот список можно продолжать, но из приведённого выше уже понятно, что мы очень крепко связаны с Турцией экономически и политически.

И, учитывая текущие геополитические процессы, происходящие сегодня в мире, нашим двум странам просто предначертано опираться друг на друга, работать бок о бок, взаимно обогащаясь и развиваясь.

К сожалению, далеко не все знают об этих фактах. Удивительно, но, сидя в высоких кабинетах крупных российских промышленных компаний, часто видишь удивлённые глаза собеседника, начиная с ним разговор о Турции. Он признаёт, что, кроме турецких курортов, о Турции





ничего и не слышал. Что уж там говорить о мировом лидерстве Турции в производстве сельскохозяйственной продукции, текстиля, автомобилей и запчастей, морских судов, строительных материалов и бытовой техники. И это не единичная ситуация.

Всё это говорит о том, что у россиян в отношении Турции сложилось множество стереотипов, которые продолжают существовать и сегодня. Одна из целей данной книги – разрушить их.

ДОЛОЙ СТЕРЕОТИПЫ

Стереотипное умозаключение очень часто компенсирует нехватку серьёзных знаний. Недаром родовой признак любого стереотипа – это упрощение. В этом коренится опасность использования стереотипов в кросс-культурных коммуникациях.

Стереотипная оценка людьми определённой национальности самих себя крайне редко совпадает с оценкой представителей других национальностей. В связи с этим стереотипы всегда создают барьеры для межкультурных коммуникаций.

Развенчание стереотипов – это только одна сторона медали. Гораздо более сложной проблемой являются культурные различия. Развитию взаимоотношений двух стран сильно мешает недостаточное знание культурных различий между турками и россиянами. Прежде чем перейти к раскрытию этой темы, я расскажу немного о себе.

Я профессионально занимаюсь развитием российско-турецких деловых отношений последние десять лет. Возглавляя Российско-Турецкую рабочую группу при РСПП и Ассоциацию «Российско-Турецкий диалог», я вместе со своими коллегами

ежедневно взаимодействую с турецким бизнесом, участвую в выстраивании бизнес-партнёрств, сопровождаю инвестиционные проекты. Такое повседневное общение на стыке двух культур – России и Турции – не могло не повлиять на формирование моего собственного менталитета и моё мировоззрение. По мере приобретения опыта ведения деловых переговоров я научился воспринимать как российский, так и турецкий контекст, читать «между строк» те акценты и смыслы, которые закладывают предприниматели при общении. Именно «прочтение» этих скрытых смыслов и позволяло выравнивать общий знаменатель в сложных российско-турецких уравнениях.

ОБЩЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ

Дело в том, что и русские, и турки являются представителями высококонтекстной культуры. Высококонтекстными являются культуры, которые имеют длинную и богатую историю. Для них характерно наличие определённых устоев, обычаев и традиций, которые передаются из поколения в поколение. Всё это генерирует общий контекст, понятный и привычный участникам соответствующих групп. Если сравнивать с другими странами, то самой высококонтекстной культурой является Япония. Это островное государство с гомогенным населением и тысячелетней историей, многие века оставшееся закрытым для остального мира. За многие столетия японцы научились буквально понимать друг друга без слов. У них даже есть такое выражение: «Читать воздух».

Самой низкоконтекстной страной являются США. Эта страна, история которой насчитывает всего несколько столетий, сформировалась в результате притока иммигрантов из разных стран, с разной историей, культурой, языками и традициями. Поскольку общего культурного

контекста у иммигрантов не было, им пришлось формировать свой контекст на базе прямого и ясного общения – настолько, насколько это было возможно, чтобы избежать двусмысленности и неопределённости.

Моё профессиональное взаимодействие с турецким бизнесом началось, когда в 2013 году я создал свою юридическую компанию. Сначала это были клиентские взаимоотношения: я сопровождал турецкие компании как юридический консультант, помогал турецким инвесторам, которых было довольно много в 2013-2016 годах, инвестировать в Россию и локализовывать здесь своё производство, строить заводы и жилые, коммерческие объекты.

КРЕДИТ ДОВЕРИЯ

Постепенно, по мере погружения в турецкую ментальность, просто отношения «заказчик – консультант» начали перерастать в неформальное общение и даже в дружбу. С турками по-другому не бывает. Ты сначала становишься для них товарищем/другом, то есть создаёшь кредит доверия, и уже потом на этой базе строятся долгосрочные деловые отношения.

Если в России говорят, что не стоит вести бизнес с друзьями, поскольку можно потерять и друга, и бизнес, то в Турции как раз наоборот. Ты сначала становишься другом, а потом делаешь совместный бизнес. Сами турки часто рассказывают мне, как они по 30-40 лет ведут бизнес со своими друзьями, с кем вместе когда-то учились в школе.

И таких «наоборот» в ментальности двух наций очень много. Это ещё одна причина, которая сподвигла меня написать данную книгу. Уж слишком часто эти «наоборот» встречаются в российско-турецких отношениях, и если в них не разобраться, то мы так и будем продолжать не понимать друг друга. Это будет и далее приводить к нереализованным проектам, недополученным инвестициям, несложившимся партнёрствам.

Ежедневно занимаясь развитием российско-турецких деловых отношений, я вижу, насколько огромный потенциал скрыт во взаимодействии наших стран. Если его разогнать на полную катушку, то давно намеченные лидерами наших стран 100 млрд долларов товарооборота будут с лёгкостью преодолены.

Так почему же турки и россияне так часто не слышат друг друга? Казалось бы, говорить можем на одних языках: многие турки, живущие в России, легко осваивают русский, либо бизнесмены двух стран зачастую могут общаться на английском. Логика работает очень похоже, культура и история наших стран взаимно переплетены

много веков, дипломатические отношения также сложились несколько столетий назад, но всё равно восприятие информации происходит по-разному.

Всему виной разные культурные парадигмы. Пока мы не разберёмся в отличиях между деловыми культурами наших стран, вести бизнес будет крайне сложно.

ИСКУССТВО УБЕЖДЕНИЯ «ПО-ТУРЕЦКИ»

Умение убеждать является одним из важнейших качеств делового человека. Если вы не умеете убеждать других людей в чём-либо, вам будет сложно что-то продать, реализовать вашу идею, привлечь партнёров в ваш проект. Интересным фактом является то, что способы и манеры убеждения тоже основаны на различных культурах.

Если обобщить международный опыт, то при убеждении существует два основных типа аргументации: «вначале принципы» и «вначале практика».

В аргументации типа «вначале принципы» (или по-другому – дедуктивная аргументация) выводы или факты получают, отталкиваясь от общих принципов или концепций.

В аргументации типа «вначале практика» (или по-другому – индуктивная аргументация) выводы делаются на основе фактических наблюдений реального мира, то есть эмпирическим путём.

Несмотря на то, что отдельные люди, в зависимости от их образования, профессии и склада ума, могут использовать как дедуктивный, так и индуктивный метод аргументации, тем не менее привычный людям способ аргументации во многом зависит от способа мышления, преобладающего в их культуре.

Сторонники «практического подхода» предпочитают сначала изучать практические примеры, из которых они и извлекают знание. В обучении им нравится использовать метод «бизнес-кейсов», когда из описания реальной ситуации они делают общие выводы.

Сторонники «теоретического подхода» тоже, как правило, любят практические примеры, но они предпочитают сначала понять базовую концепцию, перед тем как переходить к её применению.

Яркими представителями лагеря «вначале практика» являются англосаксонские культуры таких стран, как США, Великобритания, Канада.

Латиноамериканские и романо-германские культуры, наоборот, являются приверженцами подхода «вначале принципы». К этому же кластеру относится и Россия!

Наглядным примером разницы в подходах этих двух групп стран являются разные системы права. В англосаксонских

странах действует прецедентное право, в соответствии с которым решение, вынесенное по одному случаю, становится прецедентом для подобных случаев в будущем. В большинстве стран Европейского союза используется система гражданского права, возникшая на основе римского права, в которой статут или принцип (закон) применяется для каждого случая в отдельности.

Турция же, не являясь явным апологетом ни того ни другого подхода, находится где-то посередине. Однако, учитывая, что, по сравнению с Россией, Турция является намного более «практичной», для россиян турки выглядят во многом как «практики» в сравнении с «теоретиками»-россиянами.

Как же это выглядит на практике?

ТЕОРИЯ VS ПРАКТИКА

Будучи торговцами по своей сути, турки не любят много и долго теоретизировать. В переговорах они предпочитают сразу переходить к сути, не сильно вдаваясь с формальные аспекты.

С этим связано, к примеру, то, что турки не любят долго читать договоры. Будучи практикующим юристом, я неоднократно становился очевидцем этого подхода.

Недавно ко мне за консультацией обратилась турецкая промышленная компания с жалобой на своего российского контрагента, который требовал с неё пени за просрочку в поставке товара. Когда мы с моими коллегами начали анализировать заключённый между сторонами договор, мы сразу нашли положение о пенях за просрочку и показали его турецкому клиенту. Интересна была их реакция: турки очень сильно удивились, словно видели данный пункт впервые. Более того, они

начали причитать: мол, ну как же так? Мы ведь с ними обо всём договорились, зачем вставлять такие пункты в договор? И зачем эти пункты применять?

Российские контрагенты, будучи более вьедливыми, гораздо больше внимания уделяют таким деталям, как подготовка договора, обсуждение и отстаивание договорных положений, зная о том, что в будущем им, возможно, придётся отстаивать свои права в суде. Турки же зачастую опускают этот этап, не считая его особо важным, полагая, что достигнутые ранее устные договорённости на уровне руководства будут защищать интересы обеих сторон. По этой причине в России погорело большое количество турецких предприятий. Те, кто добился здесь успеха, сумели вовремя адаптироваться и научились привлекать профессиональных юристов и иных необходимых консультантов к своим проектам и сделкам.

То же самое касается и ведения деловой переписки с турецкими контрагентами.

Они, как правило, не любят длинных, объёмных писем. Если вы направите туркам чересчур детализированное письмо – с большим количеством информации, – с большой степенью вероятности, они просто не прочитают это письмо, отложив его на потом.

Ещё одно наблюдение из этой серии: турки не любят длинных «заумных» презентаций. Слайды, перегруженные текстом и концептуальной информацией, просто не будут восприняты. А слишком долгое выступление просто их утомит. Гораздо лучше воспринимаются яркие слайды – с реальными кейсами, картинками и бодрой подачей.

Помню, в 2018 году меня пригласили на презентацию турецкой кухни, которая





проходила в Москве. Так вот, после приветственных слов организаторов перед нами выступил профессор Газиантепского университета г-н Мустафа Байрам. Он презентовал нам турецкий булгур! Я надолго запомнил ту яркую и познавательную презентацию, потому что слайды были лёгкими, красочными, с большим количеством фотографий и картинок, всё это рассказывалось буквально на одном дыхании. Сам лектор тоже был больше похож на рок-звезду, чем на учёного: подтянутый, лощёный, в шикарном костюме, с головным микрофоном, позволяющим свободно жестикулировать обеими руками. Он постоянно перемещался по всей сцене, буквально приковывая к себе всё внимание. А сразу после этого гостей повели пробовать турецкие блюда из того самого булгура. Так сказать, закрепили теоретический материал практическим заданием.

ЛИДЕРСТВО, ИЕРАРХИЯ И ВЛАСТЬ

На тему лидерства и власти написано огромное количество книг. Существуют разные типологии лидерства – в зависимости от темперамента человека, его характера и склада ума.

При этом, помимо личностных характеристик, существуют ещё и национальные черты, которые позволяют нам выделить разные подходы к иерархии и власти.

Казалось бы, империи – это дела давно минувших дней, но тем не менее даже в наше время текстовых сообщений и видеоконференций, когда межкультурное взаимодействие является обычным де-

лом, традиции, сложившиеся на протяжении многих веков, продолжают влиять на культуры, в которых люди вырастают и формируются.

В этом смысле россиянам не нужно рассказывать, как работать с иерархическими структурами. Тем не менее, думаю, будет не лишним сказать о некоторых особенностях того, как работает именно турецкий стиль руководства.

Я много лет работал с турецкими строительными компаниями и каждый раз удивлялся тому, как чётко выстроена у них иерархическая структура: каждый занимается своим фронтом работ и не лезет ни вправо, ни влево – со строгим подчинением вышестоящему звену. За счёт этого выстраивается чёткий механизм: шестерёнки крутятся – машина едет. Недаром именно турецкие строительные компании добились таких больших успехов во всём мире!

Турки – руководители, это маленькие султаны над теми, кто находится у них в подчинении. С одной стороны, они по-отечески стараются заботиться о своих подчинённых и поддерживать их, с другой – очень жёстко реагируют на нарушение субординации. Занимая определённую должность в турецкой компании, крайне не рекомендуется перепрыгивать через уровень своего руководителя, когда вам понадобится выйти на более высокий уровень. Если ваш босс узнает, что вы его обошли, это очень сильно может ударить по его самолюбию, а это, в свою очередь, существенно скажется на ваших доверительных отношениях.

ПАРИТЕТ ДОЛЖНОСТЕЙ

Если же вы, работая в российской компании, общаетесь с турецкими партнёрами, то опять же рекомендуется соблюдать паритет по должностному функционалу между взаимодействующими сотрудниками двух компаний.

Руководитель турецкой компании будет ожидать общения с равным себе руководителем российской компании.

Если на встречу с главой турецкой компании придёт более низкий по рангу сотрудник и не объяснит уважительную причину, по которой на встречу не явился глава российской компании, то это может положить конец переговорам.

У турок принято очень почтительно относиться к своим руководителям, даже обсуждать его за спиной считается плохим тоном. Руки, конечно, никто уже давно своим боссам не целует, но элементы почтительности в культуре сохранились.

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ

Принятие решений обычно очень близко к стилю руководства в разных странах: эгалитарному и иерархическому. Большинство культур, относящихся к эгалитарному стилю, полагаются на консенсус при принятии решений. Шведы, например, являются чрезвычайно эгалитарными, и в то же время это одно из самых консенсус-ориентированных обществ в мире. Голландцы тоже придают большое значение эгалитарному стилю лидерства и принятию решений на основе консенсуса. В то же время иерархические культуры (от Марокко до Кореи) – это одновременно и культуры, в которых решения принимаются «сверху вниз».

При этом из данного правила существуют некоторые исключения. К примеру, американская культура нарушает этот шаблон, будучи одновременно эгалитарной и использующей подход «сверху вниз», когда один человек, обычно отвечающий за результат, быстро принимает решения от имени всей группы.

Что касается Турции, то её культура лидерства, как мы уже писали выше, характеризуется как иерархическая. Поэтому и решения в Турции как правило принимаются «сверху-вниз». То есть в этом смысле в турецкой культуре нет расхождения между лидерством и принятием решения.

Однако, на мой взгляд, в турецкой культуре есть и другая особенность. Точнее, их даже две: длительное раскачивание и изменение решения при смене контекста.

ДЛИТЕЛЬНОЕ РАСКАЧИВАНИЕ

Учитывая, что в культуре принятия решений «сверху вниз» ответственность

лежит, как правило, на одном человеке, зачастую такое решение очень тщательно взвешивается. А соответственно, принимается не всегда быстро.

Восток – вообще, дело небыстрое. И Турция здесь исключением не является.

Мы очень часто получаем обратную связь от российских компаний в адрес их турецких визави о том, что приходится очень долго ждать ответа на их предложение. Одной из причин, по которым решение принимается не так быстро, как хотелось бы, является взвешивание рисков. Турки всегда тщательно соотносят будущие выгоды с потенциальными потерями. И если потенциальные потери перевешивают хоть на чуть-чуть, то с большой вероятностью решение будет принято не в вашу пользу.

И тут обычно срабатывает наложение сразу двух составляющих турецкой культуры: замалчивание проблемы (это одна из турецких особенностей при возникновении конфронтации) и гибкое неспешное планирование времени. Всё это приводит к тому, что турецкая сторона просто «уходит в тишину». По их логике они молчат, потому что им сейчас нечего вам ответить. Так как расстраивать они вас своим негативным ответом не хотят, но и возможность упускать тоже не хочется. Поэтому начинается выжидание какого-то события, знака или действия (вспоминаем «İnşallah»), которые повлияют на

возможность принять положительное решение.

ИЗМЕНЕНИЕ РЕШЕНИЯ ПРИ СМЕНЕ КОНТЕКСТА

Ещё одной особенностью при принятии решений является смена контекста. Как правило, она проявляется в том, что турецкая сторона довольно оперативно принимает некое промежуточное решение и сообщает об этом своему контрагенту. Но если далее, в процессе подготовки контракта (достижения определённых договорённостей) или даже после его подписания, появляются новые вводные (дополнительная информация, другие мнения, меняется ситуация, конъюнктура), то решение легко пересматривается и изменяется.

При всём при этом если турки чувствуют выгоду от проекта, то, будучи прирождёнными торговцами, они становятся очень эффективными и решительными.

Если им что-то нужно от вас, то они вас буквально из-под земли найдут: оборвут все телефоны, отправят кучу сообщений/писем, подключат общих знакомых.

Поэтому при работе с турками, предпочитающими подход в принятии решений «сверху вниз», надо учитывать указанные

выше особенности и быть готовыми к следующей стратегии:

- решение, как правило, будет зависеть от конкретного человека – руководителя (владельца) компании. Соответственно, и диалог необходимо выстраивать именно с ним;

- если решение с турецкой стороны чересчур затягивается, это явный сигнал к тому, что что-то идёт не так, необходимо как можно раньше проявить инициативу и выйти на контакт – чётко и открыто выяснить, в чём состоит заминка и как её можно разрешить;

- если решение с турецкой стороны принято, то от вас, в свою очередь, также наверняка будут ожидать быстрого решения первым лицом. В случае излишнего промедления такое первое лицо рискует приобрести репутацию нерешительного или неэффективного лидера;

- если же решение турецкой стороной принимается слишком быстро, это тоже не повод расслабляться. За углом всегда может подстеречь «смена контекста», влияющая на дальнейшую судьбу переговоров. Здесь необходимо оставаться гибкими в течение всего процесса и быть готовыми к пересмотру или корректировке принятых ранее решений, даже если они уже положены на бумагу и скреплены подписями и печатями.

Вот такое вот тонкое дело этот Восток!



В современном мире строительства и промышленности, где надёжность и качество являются важнейшими факторами, выбор правильного поставщика металлоконструкций имеет решающее значение. Одним из ведущих производителей металлоконструкций для чистых помещений в России является завод ALGORI-M. О преимуществах компании, роли российского предпринимателя в современном мире и значимости таких понятий, как порядочность, ответственность и патриотизм, мы беседуем с Натальей Китаевой, основателем и владельцем ALGORI Group, в состав которой входит и завод ALGORI-M.

ALGORI-M – РОССИЙСКИЙ ЛИДЕР ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ ДЛЯ ЧИСТЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

– **Наталья, расскажите подробнее о том, чем занимается ваше предприятие.**

– ALGORI-M – это команда профессионалов, которая ведёт работу от проектирования до реализации объекта на высшем уровне. Клиенты завода – государственные, частные и медицинские организации, которым важны результат и качество.

Сегодня мы являемся основным российским производителем ограждающих конструкций для чистых помещений. Только за последний год нами было реализовано более 50 тыс. кв. м операционных блоков по всей России и ближнему зарубежью. Конструкции из оцинкованной стали, алюминия и стекла считаются самыми надёжными и позволяют реализовать безграничные возможности современных инженерных идей.

Мы построили Костромской онкологический диспансер, сеть клиник репродуктивной медицины доктора Фомина, Клиническую больницу № 1 им. У. И. Ханбиева в Грозном, сеть клиник NGC и другие объекты.

Коллектив ALGORI-M – это ответственные и высококвалифицированные специалисты, полностью вовлечённые в процесс, готовые к нестандартным решениям, требующим индивидуального подхода. Благодаря нетривиальным задачам, которые ставят перед нами наши клиенты, мы постоянно учимся и растём профессионально.

При выборе ALGORI-M заказчик может быть уверен, что его проект будет оснащён надёжными и качественными металлоконструкциями, которые смогут прослужить максимально долго.

– **В чём преимущества сотрудничества с ALGORI-M?**

– Первое и наиболее значимое преимущество нашего предприятия – это качество. Компания ALGORI-M известна своим безупречным качеством работы. На предприятии используют только сертифицированные материалы и благодаря современной системе контроля продукции отслеживают её соответствие всем заданным параметрам на каждом этапе производства. Это гарантирует, что заказчик получит металлоконструкции высокого стандарта, которые прослужат долгие годы.

Ещё одно значимое преимущество – широкий ассортимент продукции и возможность индивидуального изготовления нестандартных решений. Мы производим металлоконструкции для индивидуальных заказчиков под конкретные параметры клиента.

Отдельного упоминания заслуживает технологическое превосходство ALGORI-M. Регулярное совершенствование технологических процессов, следование современным требованиям и инновациям в отрасли медицины позволяют нам выпускать продукцию, отвечающую высоким мировым стандартам и требованиям заказчиков. Вся

наша продукция имеет необходимые сертификаты соответствия в области санитарно-гигиенических требований, пожарной безопасности и так далее. Наша система менеджмента качества сертифицирована по стандарту ISO.

Кроме того, мы чрезвычайно ответственно подходим к своевременному исполнению договорных условий. Завод ALGORI-M придерживается принципа точного соблюдения договорённостей и сроков поставки. Ответственность и умение реализовывать проекты в соответствии с графиком имеют огромное значение в нашей деятельности, и мы дорожим своей репутацией надёжного партнёра и поддерживаем её.

Моё кредо в целом звучит так: «Когда строишь операционную, понимаешь, что и сам можешь однажды в ней оказаться». Да, это бизнес, но далеко не всё в нём измеряется коммерческой выгодой. На кону

стоят здоровье и жизни людей, поэтому работаем мы на совесть.

– **Насколько сегодня ваше производство зависит от импортного сырья или оборудования?**

– В настоящее время доля импорта в нашей продукции минимальна. Если ранее мы использовали при строительстве и оснащении чистых помещений зарубежные комплектующие и сырьё примерно на 35%, то сейчас с уверенностью могу сказать, что эта цифра не превышает 5%. И, возможно, в ближайшее время вообще приблизится к нулю. Так что импортозамещение однозначно пошло нам на пользу. Сейчас ведь организовано множество фондов для поддержки бизнеса, сформированы общедоступные проверенные базы российских поставщиков, созданы практически все условия – только работай и развивайся!



– Актуальная проблема сегодня – это кадровый ресурс. Как вы привлекаете профессиональных специалистов?

– Мы налаживаем взаимодействие с вузами, помогаем им готовить студентов к реальной работе, приглашаем лучших специалистов к себе на завод – как для стажировки и прохождения практики, так и для постоянной работы. Хочу отметить, что вузы, в свою очередь, выражают искреннюю заинтересованность в сотрудничестве.

И студенты также заинтересованы во взаимодействии с нами: будущие специалисты после прохождения практики уже знают наше предприятие, особенности производства, его ресурсы и возможности. Немаловажно, что они погружаются в коллектив, впитывают азы корпоративной культуры, осваивают навыки совместной работы на общее дело. И для нас важно не только передать им производственные умения, но и показать, что ALGORI-M – это эффективное и ответственное предприятие, деятельность которого заключается не просто в проектировании и создании сложных технологических решений, но и в обеспечении роста компании, благополучия её работников и, как следствие, общества в целом.

– Как вы считаете, каким должен быть путь сегодняшней России? На чём необходимо сконцентрировать внимание как бизнесу, так и государству?

– Я думаю, что объединённой миссией государства и бизнеса должна стать выработка современной идеологии совершенства в России. Это должна быть именно государственная идеология, охватывающая все сферы развития и деятельности страны. Считаю, фундаментом для этого процесса стало утверждение указом Президента РФ основ государственной политики по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей. И понятия патриотизма и любви к России здесь имеют первостепенное значение.

Вообще, что такое по большому счёту идеология в государстве – это общественный договор относительно того, что является нормой. Нормой для всех – независимо от рода занятия и сферы деятельности. И бизнес здесь не исключение. Скорее, наоборот, активные и социально ответственные предприниматели могут и должны быть инициаторами позитивных изменений. А в дальнейшем, как показывает нам история, идеология формирует образ будущего и влияет на роль государства в мире.

Возьмём, например, близкую мне строительную отрасль – это жёсткая сфера, высокая конкуренция. Но, несмотря на всю специфику, дела всегда нужно вести на достойном и высоком уровне. Поэтому



важнейшим качеством для людей своей профессии я считаю порядочность. Если говорить именно о нашей компании, то мы строим для медицины. И сейчас, в это непростое время, особенно важны человечность и ответственность за результат.

– Наталья, помимо руководства ALGORI Group, вы ведёте активную общественную деятельность. Почему для вас это важно?

– Знаете, примерно лет 5-6 лет назад на выставке в Дюссельдорфе (Германия) я обратила внимание на то, как мои высококопоставленные коллеги представляют нашу страну и как ведут переговоры за круглым столом. Помню, я себе сказала: всё, что я вижу и слышу, как-то несистемно, неправильно. Есть же свои правила для переговоров, для презентаций. И у меня в голове выстроилась схема моих дальнейших действий.

За это время я окончила две школы международного этикета и протокола, периодически даже преподаю эти дисциплины, вступила в Международную женскую ассоциацию РФ и Торгово-промышленную палату Московской области. Сегодня могу сказать, что я знаю все правила ведения переговоров на любом уровне! И поэтому сейчас на подобных мероприятиях представляю нашу любимую страну по всем правилам протокола, как это и должно быть! Недавно, весной этого года, в ТПП РФ на юбилейной церемонии вручения премии «ЛЮДИ ГОДА» я была в числе почётных гостей и вместе с заместителем Чрезвычайного и Полномочного Посла Республики Гана в Российской Федерации господином Гербертом АДДИ-НЕТТЕЙ награждала самых достойных и отличившихся в номинации «Медицина и бизнес на защите здоровья». Отмечу, что это для меня большая честь; и, значит, всё, что я делала, всё, чему училась, не зря!

– Расскажите о планах дальнейшего развития ALGORI-M.

– Ежегодно с огромным успехом мы демонстрируем свою продукцию на выставке «Здравоохранение» в Москве, представляем Россию в Дубае, Германии, Бахрейне, других странах. И я всегда с гордостью озвучиваю, что наша продукция СДЕЛАНА В РОССИИ! Помимо того, что она соответствует международным стандартам качества, что документально подтверждено сертификатами и протоколами испытаний, её уровень намного выше многих зарубежных производителей – по качеству сырья, инженерному исполнению, технологическим решениям!

Если говорить о планах, то прозвучит это довольно просто, но так оно и есть: чтобы развиваться и достигать успехов, НУЖНО РАБОТАТЬ БОЛЬШЕ ОСТАЛЬНЫХ.

И любить своё дело. Тогда будут приходить энергия, вдохновение и силы! И эта формула всегда срабатывает на 100%.

Быть лучшей в своей сфере и есть моя главная мотивация. Я получаю настоящее удовольствие от качественно выполненных задач. И конечно, меня мотивирует постоянное развитие.

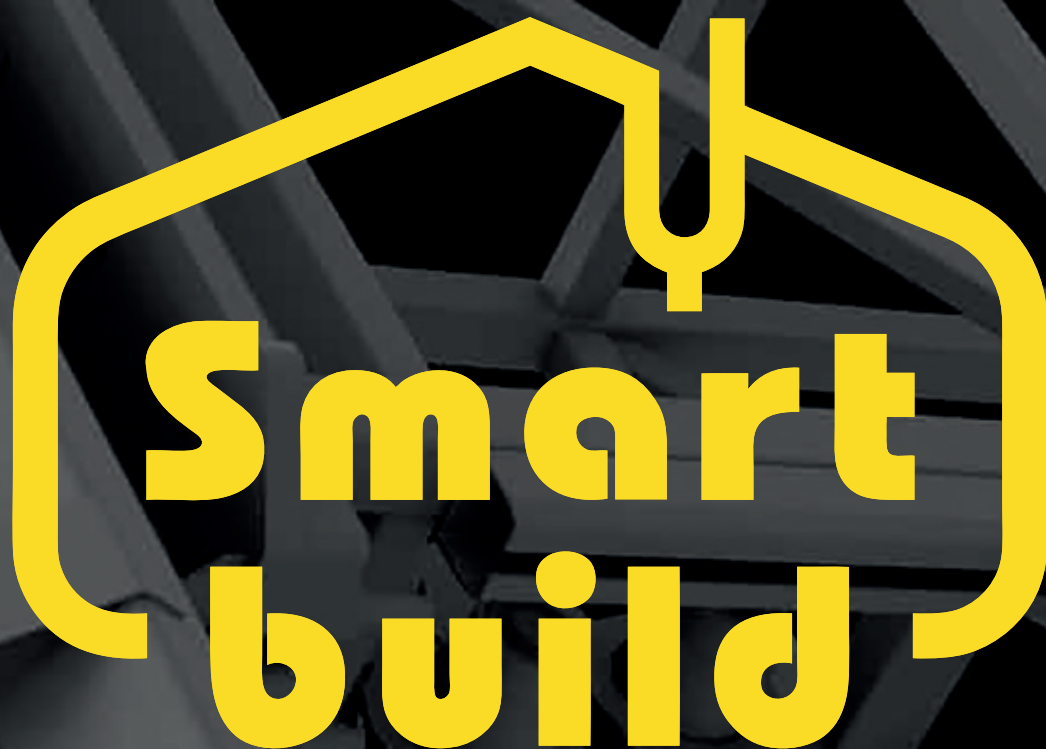
Также параллельно с развитием бизнеса я хочу на собственном примере показать, что мы, женщины, обладаем огромным ресурсом! И для этого необязательно отказываться от женственности, становиться грубой и мужеподобной. Мужчины – это действие. Они меньше распыляются на рассуждения, не перебирают множество вариантов, не фокусируются одновременно на множестве задач. Они видят цель и действуют. У женщин дело обстоит иначе. Женщина – это эмоции. Мы воображаем развитие ситуации, рассматриваем все возможности. У нас больше ресурса на это – и в этом наша сила, преимущество. А также в гибкости, многогранности, способности нестандартно взглянуть на вопрос и продумать тысячу вариантов решений. Так рождаются очень яркие проекты.

– При такой серьёзной деловой и общественной нагрузке как вы отдыхаете, расслабляетесь, что вас стимулирует к дальнейшему покорению высот?

– Однозначно: в первую очередь это спорт! Я люблю наблюдать за изменениями своего тела, даже во время отпуска стараюсь предусмотреть место и время для тренировок, увлекаюсь боксом, имею разряд ГТО! Поверьте, спорт, как никакое другое занятие, «вытаскивает» из самого грустного состояния, разгоняет уныние и даёт силы. Ещё я люблю путешествовать, переживать яркие и незабываемые моменты. Свободное время я посвящаю саморазвитию и, конечно, своей семье: любимому мужу и прекрасному принцу – сыну.



ПРОИЗВОДИТЕЛЬ СТРОИТЕЛЬНЫХ 3D ПРИНТЕРОВ



smartbuild.pro



[SMARTBUId](#)



+7 (903) 629-23-77

Научно-производственное закрытое акционерное общество «МАЛКУТ»

является производителем шипучих витаминно-минеральных комплексов и лекарственных средств. Наша компания ориентируется на потребителей и стремится создавать продукцию, отвечающую их потребностям. Выпускаемая предприятием продукция создана с использованием критериев доказательной медицины, по оригинальным рецептурам для детей и взрослых.

Для производства витаминно-минеральных комплексов и лекарственных препаратов мы используем сырьевые составляющие ведущих европейских производителей, в том числе:

- DSM Nutritional Products;
- MERCK KGaA;
- Lonza;
- Cargil GmbH.

Мы контролируем качество наших продуктов на всех этапах производства. Каждая партия (серия) продукции проходит контроль по микробиологическим, радиологическим, токсикологическим, а также физико-химическим показателям. Предприятие оснащено сертифицированным оборудованием, отвечающим требованиям стандарта GMP. На предприятии действует система менеджмента безопасности пищевой продукции, соответствующая требованиям СТБ ISO22000-2020.



Research and Production Closed Joint-Stock Company (NP ZAO) «Malkut»

is a manufacturer of effervescent vitamin-mineral complexes and medicines. Our company focuses on consumers and strives to create products that meet their needs. All products are created for children and adults by using criteria of evidence-based medicine, according to the original formulas.

For the production of vitamin-mineral complexes and pharmaceutical products we use raw material of European leading manufacturers, such as:

- DSM Nutritional Products;
- MERCK KGaA;
- Lonza;
- Cargil GmbH.

We control the quality of our products at all stages of production. Each batch (series) of products is controlled according to microbiological, radiological, toxicological, as well as physicochemical indicators. The enterprise is equipped with certified equipment that meets the requirements of the standard GMP. The enterprise has a food safety management system that meets the requirements of STB ISO22000-2020.



SUN RAY

ОТ СОЗДАТЕЛЕЙ «ОНА ИНАЯ»

ЗАЩИТА ОТ СОЛНЦА И УХОД ЗА КОЖЕЙ



СЕРТИФИЦИРОВАН
BIORUS



ДЕРМАТОЛОГИЧЕСКИ
ПРОТЕСТИРОВАНО

- ШИРОКИЙ СПЕКТР ЗАЩИТЫ ОТ UV-ЛУЧЕЙ
- ЛЕГКАЯ ТЕКСТУРА
- 2-В-1 УХОД И ЗАЩИТА
- 100% МИНЕРАЛЬНЫЕ ФИЛЬТРЫ
- УХАЖИВАЕТ ЗА КОЖЕЙ И УВЛАЖНЯЕТ
- НЕ ЗАБЕЛИВАЕТ



 Золотое Яблоко



master-om.com



ozon.ru
арт. 1183724291



wildberries.ru
арт. 192625015