

 With the
support of the
CCI of Russia

RBCG

36/281
ноябрь
2024



Business
Women.Live.Family
Russian Business Guide

2024

**ИРИНА ЗОЛотоВА,
«МЕДПАРТНЕР»:**

**«НАШЕЙ СТРАНЕ ПОРА ВЫЙТИ
НА ПЕРВОЕ МЕСТО В МИРЕ
С ПРОДУКТАМИ НА ОСНОВЕ
ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО
ИНТЕЛЛЕКТА»**



На правах рекламы



WWW.VOLSHEBNITSA.RU

БЕЗ САХАРА шоколад и трюфели



RBG
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 Сергеевна Суворовская
Заместитель директора по коммерческим вопросам:
Ирина Длугач

Редактор номера:
Екатерина Золотарева

Дизайн/вёрстка:
Александр Лобов

Дирекция развития и PR:
Марина Бабкина, Ольга Иванова, Кира Кузмина,
Наталья Фастова, Екатерина Цындук, Александра
Логинова

Журналисты:
Елена Александрова, Алина Волкова, Анна
Добрынина, Екатерина Иванова, Вячеслав Колесников
Перевод: Татьяна Полтаева

В выпуске использованы фото: Андрей Волков,
Эдуард Целуйко

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 RBG.

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.
Адрес редакции и издателя: 143966, Московская
область,

г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23
E-mail: mail@b-d-m.ru
Тел.: +7 (495) 528-17-35

Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа»
Зарегистрировано Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных технологий и
массовых коммуникаций. Регистрационный номер
средства массовой информации ПИ № ФС77-70487 от
25 июля 2017.

RBG № 36/281 ноябрь 2024
Подписано в печать: 13.11.2024
Дата выхода в свет: 21.11.2024
Тираж: 15 000. Цена свободная.

RBG
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 Suvorovskaya
Deputy Marketing Director:

Irina Dlugach
Managing Editor:
Ekaterina Zolotareva

Designer:
Alexander Lobov
Directorate for Development and PR:
Ekaterina Tsynduk, Alexandra Loginova
Journalists:

Elena Alexandrova, Alina Volkova, Anna Dobrynina,
Ekaterina Ivanova, Vyacheslav Kolesnikov
Translation: Tatiana Poltaeva

The publication uses photo: Andrey Volkov, Eduard
Tseluiko
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
RBG.

Materials are not reviewed and returned.
Address of the founder and publisher: 23-1-2 ul. Pobedi,
Reutov,

the Moscow region, 143966
E-mail: mail@b-d-m.ru
Tel.: +7 (495) 528-17-35

Publisher: Business-Dialog Media LLC
Registered by the Federal Service for Supervision of
Communications, Information Technology, and Mass
Media. Media registration number PI # FS77-70487 from
July 25, 2017.

RBG № 36/281 November 2024
Signed to the press: 13.11.2024
Date of issue: 21.11.2024
Edition: 15 000 copies. Open price.

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ РЕДАКЦИИ RBG

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 – член исполнительного комитета (Правления),
директор по устойчивому развитию, РУСАЛ

КОМИТЕТ ПО ЖКХ

Наталья Викторовна Абросимова –
генеральный директор Ассоциации ЖКХ МО



АССОЦИАЦИЯ
РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТРАСЛЕВОЕ
ОБЪЕДИНЕНИЕ РАБОТДАТЕЛЕЙ
«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 ЛОГИСТИКЕ

Компания «Точные Поставки»

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»

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНАЯ ПОВЕСТКА

4 РОСТ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА – УСТОЙЧИВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ ПОСЛЕДНИХ ДЕСЯТИ ЛЕТ

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ

6 ИРИНА ЗОЛотоВА, «МЕДПАРТНЕР»: «НАШЕЙ СТРАНЕ ПОРА ВЫЙТИ НА ПЕРВОЕ МЕСТО В МИРЕ С ПРОДУКТАМИ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА»

ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО – НА БЛАГО РОССИИ

12 МАРИНА КОКОРИНА: МАСШТАБНЫЕ «ВОЗМОЖНОСТИ» ДЛЯ ЖИЗНИ И БИЗНЕСА

16 ЕЛЕНА ИЗГОРОДИНА: «ЖЕНСКИЙ КОЛЛЕКТИВ “ВОЛШЕБНИЦЫ” ТВОРИТ НАСТОЯЩЕЕ ВОЛШЕБСТВО, СОЗДАВАЯ ПРОДУКТЫ, КОТОРЫЕ СТАНОВЯТСЯ ПО-НАСТОЯЩЕМУ ЛЮБИМЫМИ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ»

18 ИННА БОГДАНОВА: МИССИЯ BEAUTYDIET – ПОДДЕРЖИВАТЬ ЗДОРОВЬЕ И КРАСОТУ ЖЕНЩИН ЧЕРЕЗ ПИТАНИЕ, СПЕЦИАЛЬНО РАЗРАБОТАННОЕ ДЛЯ ЖЕНСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ»

20 ДЕВИЗ КОМПАНИИ «ТЕХТРЕЙД» – «БЫСТРО, БЕЗОПАСНО И МАКСИМАЛЬНО ВЫГОДНО ДЛЯ КЛИЕНТА!»

22 «ЭКОТЕК»: «МЫ СТАРАЕМСЯ ИЗМЕНИТЬ ОТНОШЕНИЕ ЛЮДЕЙ К РАЗДЕЛЬНОМУ СБОРУ МУСОРА, ЧТОБЫ СДЕЛАТЬ НАШУ ПРИРОДУ ЧИЩЕ, А ЭКОНОМИКУ – КРЕПЧЕ»

24 ВИЛЬГЕЛЬМИНА ШАВШИНА, «Б1»: «В СЛОЖНЫЕ ВРЕМЕНА УСИЛИВАЮТ СВОИ ПОЗИЦИИ ТЕ, КТО НЕ БОИТСЯ РИСКОВАТЬ»

26 ОЭЗ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»: УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В НАСТОЯЩЕМ И УВЕРЕННОСТЬ В БУДУЩЕМ

28 «ПЕРВЫЙ ПЕЧАТНЫЙ ДВОР» – БОЛЬШЕ ЧЕМ ТИПОГРАФИЯ

30 «ШВЕЙНАЯ МАСТЕРСКАЯ № 1»: ИНТЕРЬЕРНЫЙ ТЕКСТИЛЬ КАК ИСКУССТВО

32 ИРИНА ГЛАДЫРЕВА: «ЖЕНЩИНА, КОТОРАЯ УСПЕВАЕТ ВСЁ»

34 МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ЗАВОД ПОДЪЕМНЫХ МЕХАНИЗМОВ: «МЫ СОЗДАЁМ МИР БЕЗ ГРАНИЦ»

36 НАТАЛЬЯ СУПРУН: «ОЦЕНКА ВНУТРЕННЕГО СОСТОЯНИЯ – ПЕРВЫЙ ШАГ НА ПУТИ ВЫСТРАИВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ!»

38 ЕЛЕНА ТАРАСЮК: «АКТИВИРОВАТЬ ЛИЧНЫЙ БРЕНД МОЖНО ЧЕРЕЗ БИЗНЕС-ИГРЫ»

40 ЕЛЕНА МИНГОВА: «ДЕТСКИЙ САД – ЭТО ОСНОВА, НА КОТОРОЙ СТРОИТСЯ ЛИЧНОСТЬ РЕБЁНКА, ЕГО СОЦИАЛЬНАЯ И ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ЗРЕЛОСТЬ, ЕГО НАВЫКИ И ЗНАНИЯ»

42 АННА МОГУТНОВА, «НАРО-ФОМИНСКОЕ АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ»: «ВСЕ ПРОБЛЕМЫ РЕШАЕМЫ!»

44 АЛСУ БАСКАКОВА: «МОЯ МЕЧТА – ЧТОБЫ В КАЖДОМ ГОРОДЕ ПОЯВИЛСЯ СВОЙ САМЫЙ УЮТНЫЙ “ПРИЧЕСОНЧИК” ДЛЯ ДЕТЕЙ»

46 ЮЛИЯ ПАДЕРИНА: «УСПЕШНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ НИКОГДА НЕ СДАЁТСЯ, А КАЖДАЯ НЕУДАЧА ВОСПРИНИМАЕТСЯ КАК ВЫЗОВ»

48 НОННА СУСЛОВА: «МИЛОСЕРДИЕ – ПУТЬ К САМОИЩЕЛЕНИЮ»

50 ВАЛЕНТИНА ГЕРАСИМОВА: «ПРОЕКТЫ ДИЗАЙН-СТУДИИ WHITE – ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ, “ВКУСНЫЕ” И ОРИГИНАЛЬНЫЕ»

52 АНАСТАСИЯ ЛИТВИНЕНКО, «КИТБИЗ»: «МОИ КЛИЕНТЫ ПОЛУЧАЮТ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ, НЕ ПЕРЕПЛАЧИВАЯ»

54 ЕЛЕНА БОРЗОВА: «ХОРОШИЙ АРХИТЕКТУРНЫЙ ДИЗАЙН ЗАТРАГИВАЕТ ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕКА НА ВСЕХ УРОВНЯХ – ФУНКЦИОНАЛЬНОМ, ЭМОЦИОНАЛЬНОМ, ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ»

56 ИННА ЗОЛЬТМАНН: «ИНТЕРЬЕР – ВТОРАЯ ОДЕЖДА»

58 КСЕНИЯ ТИХОМИРОВА: ГЛАВНЫЙ ДРАЙВЕР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РОСТА: ПОЧЕМУ КОММУНИКАТИВНЫЕ НАВЫКИ ВАЖНЕЕ, ЧЕМ КАЖЕТСЯ?

60 ЦЕНТР УПРАВЛЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТЬЮ: ОТ ЖЕЛАНИЯ – ДО РЕЗУЛЬТАТА

62 МАРГАРИТА ДАТСКАЯ: «НАША ЦЕЛЬ – НАУЧИТЬ СЛУШАТЕЛЯ ДУМАТЬ, ЧТОБЫ ОН ДОВЕРЯЛ СВОИМ РЕШЕНИЯМ И ПРЕВРАЩАЛ ИХ В ДЕЙСТВИЯ, ЭКСПЕРИМЕНТЫ И УСПЕХИ»

64 МАРИНА ГЛЕБОВА: ИСТОРИЯ О ТОМ, КАК ПРЕВРАТИТЬ СВОЮ СТРАСТЬ В УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС!

66 ГАРДНЕРОВСКИЙ ФАРФОР – ДЛЯ ЛЮДЕЙ С УТОНЧЁННЫМ ВКУСОМ

68 НАТАЛИЯ ЛУКОМСКАЯ: «КАРТИНА-МЕТАФОРА – КАК АЛМАЗ, В КОТОРОМ КАЖДЫЙ УВИДИТ СВОЮ ГРАНЬ»

70 ПРЕМИЯ «НЕЖНЫЙ ГРАНТ» – УНИКАЛЬНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ ЖЕНЩИН-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ЗАЯВИТЬ О СЕБЕ

72 ТАТЬЯНА РОСС: «НАША ЦЕЛЬ – ВОССТАНОВЛЕНИЕ ЗДОРОВЬЯ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРВАЛЬНОЙ ГИПОКСИ-ГИПЕРОКСИЧЕСКОЙ ТРЕНИРОВКИ»

74 ИННОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ТЕЛА И ПРОФИЛАКТИКИ ЗДОРОВЬЯ С БРЕНДОМ BBVENDS



Business
Women. Live. Family
Russian Business Guide



ПАРТНЁРЫ ПРЕМИИ:



РОСТ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА – УСТОЙЧИВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ ПОСЛЕДНИХ ДЕСЯТИ ЛЕТ

Почему санкции благотворно повлияли на женское предпринимательство в России? Сколько российских женщин сейчас в малом бизнесе? Какие новые «окна возможностей» для них открыты? Об этом рассказала председатель Совета Евразийского женского форума, первый заместитель председателя Комитета Совета Федерации по федеративному устройству, региональной политике, местному самоуправлению и делам Севера Галина Карелова.

– В России наблюдается небывалый рост женского предпринимательства. В чём причина? Это санкции так благотворно повлияли на возможность женщин заниматься бизнесом?

– Рост женского предпринимательства – устойчивая тенденция последних десяти лет. Женщины масштабно заявили о себе во всех направлениях развития нашей страны, буквально во всех сферах: в экономике, социальной сфере, политике, экологии...

Я это связываю с тем, что у наших женщин накопился огромный образовательный и интеллектуальный потенциал. Благодаря политике поддержки малого предпринимательства открылось много «окон возможностей». Женщины начали очень быстро осваивать новые финансовые инструменты.

С введением санкций это переросло в «лавину». Освободились ниши, где женщины априори могут стать хозяйками положения. Они работают творчески, осмысленно, чётко анализируя, какая продукция будет востребована именно сейчас, а какая – в перспективе.

– Какие конкретные примеры вам сразу приходят на ум?

– Генеральный директор одного из крупнейших текстильных предприятий России «Шуйские ситцы» Анна Богаделина во время эпидемии ковида отрабатывала новые виды защитной ткани для медицинских масок, а с началом СВО уехала «за ленточку», работала санитаркой и анализировала, какая продукция нужна бойцам, как под это ориентировать производство.

Людмила Щербакова в 2023 году в сложнейших условиях – после пандемии и во время санкций – открыла огромное предприятие на тысячу с лишним рабочих мест «Велфарм-М» для производства 300 наименований лекарственных препаратов. Одновременно были введены мощности по полному производственному циклу выпуска гепарина, что полностью закрыло потребности в нём в стране.

Таких примеров масса. В бизнесе много ярких женщин, владеющих современными бизнес-инструментами, обладающих прекрасной интуицией и мудростью. Пришло время, когда особенно

«ЖЕНЩИНЫ ПРОДВИГАЮТ ПОЗИТИВНЫЙ ИМИДЖ СТРАНЫ, УСТАНОВЛИВАЮТ СОЗИДАТЕЛЬНЫЕ И КОНСТРУКТИВНЫЕ СВЯЗИ, ПОДДЕРЖИВАЮТ МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОНТАКТЫ С ЖЕНЩИНАМИ-УЧЁНЫМИ, ВРАЧАМИ».





важна способность женщин к быстрой адаптации. И они осознают это: если не успеть, можно опоздать.

– Женщины-предприниматели работают в основном на внутреннем рынке страны? Им тяжело выходить на внешние рынки? В условиях санкций сложно вести внешние коммуникации?

– Выставка и конкурс «Экспортёр года» показали, что у нас больше половины вновь появившихся экспортёров – женщины.

У Совета Евразийского женского форума сейчас 27 проектов, почти все они с международным участием. Например, в образовательном проекте «Женщина-лидер» участвуют женщины из 23 стран мира, в том числе недружественных России.

Это говорит о том, что женщины продолжают сотрудничать с нами. И когда в 2023 году в Индии проходил последний саммит «Женской двадцатки», на который российская делегация привезла русские кокошники, их надели представительницы всех стран-участниц.

Женскую повестку зачастую недооценивают. Женщины продвигают позитивный имидж страны, устанавливают созидательные и конструктивные связи, поддерживают международные контакты с женщинами-учёными, врачами... Мы не имеем права их не сохранять. Нам надо всем работать на авторитет России.

– Сколько сейчас в России работающих женщин? Сколько из них имеет свой бизнес?

– Если говорить в целом, то в России сейчас высокая занятость: 34,4 млн женщин работают – это 48,7% от всего занятого населения. Около 30% субъектов малого и среднего бизнеса возглавляют женщины – это более 1 млн 700 тыс. бизнесов. Доля женского предпринимательства в социальной сфере достигает 90%, а в сфере услуг – 58%.

За последние годы растёт и количество женщин на руководящих должностях: общая доля женщин-руководителей

«ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ РАСТЁТ И КОЛИЧЕСТВО ЖЕНЩИН НА РУКОВОДЯЩИХ ДОЛЖНОСТЯХ. ПО ДАННЫМ РОССИЙСКОГО ИНСТИТУТА ДИРЕКТОРОВ, УВЕЛИЧИВАЕТСЯ ЧИСЛО КОМПАНИЙ, ГДЕ В СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ ВХОДИТ ВСЁ БОЛЬШЕ ЖЕНЩИН».

сохраняется на уровне порядка 20%. Для сравнения: в мире этот показатель составляет 4,4%. По данным Российского института директоров, увеличивается число компаний, где в совет директоров входит всё больше женщин: сегодня 85% таких компаний.

У нас каждый регион принял программы, направленные на поддержку разных активностей женщин. Недавно, например, стартовал новый образовательный проект «Женщина-лидер. Флотские города» для жительниц городов базирования Северного, Черноморского, Балтийского и Тихоокеанского флотов РФ.

– В этих городах у женских сообществ особые запросы?

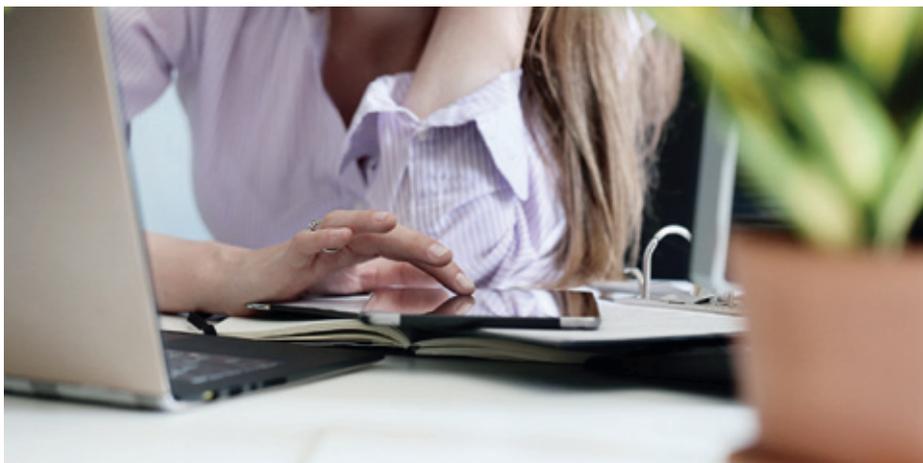
– Как правило, это закрытые города, где есть проблема женской занятости, и там очень активна повестка жён военнослужащих, находящихся в зоне СВО.

На самом деле советы жён и матерей офицеров Военно-морского флота существовали всегда. Это была хорошая советская традиция. Сегодня оттуда идёт огромная волна женского движения, объединяющая все флотские города. Женщины помогают друг другу жить и находить применение своим знаниям и устремлениям; помогают тем, кто пережил горе.

– Есть ли какие-то новые тенденции в женской занятости, которые обращают на себя внимание?

– Женщины стали чаще интересоваться работой в IT-сфере. В 2023 году число активных резюме соискательниц в IT составило 143 тыс. в месяц. Сегодня в этой сфере женщин-руководителей даже больше, чем мужчин. Россия входит в тройку лидеров по этому показателю.

Речь идёт о высокоинтеллектуальных и высокотехнологичных проектах с элементами искусственного интеллекта. Информационные программы типа «Умный дом», «Умный транспорт» и др. покупают не только в России, но и за рубежом. Женский вклад в развитие этого направления будет только увеличиваться.





Компания «МЕДПАРТНЕР» с 2017 года специализируется на услугах, связанных с обращением медицинских изделий и медицинской техники. ООО «МЕДПАРТНЕР» дважды признано лучшим предприятием отрасли по СЗФО, является победителем в номинации «Достояние отрасли», по данным Центра Аналитических Исследований, и включено в «Рейтинг устойчивых и динамично развивающихся предприятий страны». Во главе с генеральным директором Ириной Золотовой специалисты компании включены в рабочую группу Государственной Думы по вопросам развития ядерной медицины. Компания приняла участие в регистрации и выводе на рынок препаратов для диагностики раковых опухолей, что в 2022 году стало прорывом в области ядерной медицины. С 2023 года компания «МЕДПАРТНЕР» разрабатывает и выводит на рынок собственные программные продукты. Одним из первых проектов в области IT-индустрии стала разработка программного обеспечения Med-XML. На сентябрь 2024 года компания анонсировала запуск искусственного интеллекта юриста AiSTAI. Этот проект станет прототипом модели искусственного интеллекта, аналогов которой в мире не существует. С Ириной Золотовой мы поговорили о том, какие качества характера, жизненные ориентиры и ценности помогают ей добиваться столь ошеломительных результатов в профессиональной деятельности.

**ИРИНА ЗОЛотоВА,
«МЕДПАРТНЕР»:
«НАШЕЙ СТРАНЕ ПОРА
ВЫЙТИ НА ПЕРВОЕ
МЕСТО В МИРЕ С
ПРОДУКТАМИ НА
ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ
ИСКУССТВЕННОГО
ИНТЕЛЛЕКТА»**

– Ирина Валерьевна, по образованию вы юрист. Как случилось, что медицина и юриспруденция столь тесно переплелись в вашей жизни? Почему выбор пал на такую непростую специализацию? Ведь область обращения медицинских изделий является одной из самых сложных и зарегулированных с юридической точки зрения, и вы стали признанным экспертом в этой области.

– К данной деятельности я пришла достаточно давно, в 2007 году. Сначала я работала штатным специалистом в аудиторской организации, занималась аудитом систем менеджмента качества (СМК), в том числе в сфере производства медицинских изделий. Одно к другому пришло, и получилась коллаборация из СМК и регистрации медицинских изделий, что в дальнейшем вылилось в основное направление моей деятельности. В тот момент, когда я начала заниматься регистрацией медицинских изделий, идеи создания своей организации у меня не было. Я работала по найму генеральным директором, затем решила полностью перейти в область медицинских изделий, была принята на должность руководителя отдела регистрации медицинских изделий и лицензирования, где отработала много лет.

Количество, сложность проведённых проектов и объём знаний на тот момент накопились колоссальные, и работать штатным специалистом, даже руководителем отдела, уже было не для меня. Пришло осознание необходимости открыть свою компанию. Так появилась компания «МЕДПАРТНЕР».

Для меня важно не останавливаться в своём развитии, ставить для себя новые цели и идти к их достижению. На сегодняшний день у меня несколько высших образований. По второму образованию я инженер-испытатель, по третьему – производственный. А сейчас получаю четвёртое высшее образование по специальности «менеджмент в здравоохранении», которое позволит руководить медицинской организацией.

– Основы личности и характера формируются в семье. Какие семейные ценности закалили ваш характер? Кто по профессии ваши родители?

– Мой папа – подполковник в отставке, дедушка был полковником. По мужской линии у нас военная династия. А мама всегда следовала за отцом, что вызывает у меня бесконечное восхищение и уважение, потому что это порой было совсем не просто. Родилась я на Сахалине, оттуда мы переехали в Афганистан, потом уехали в Германию. А когда войска начали выводить, мы приехали в Россию.

Я безумно люблю своих родителей. Желание радовать родителей, показать им,



что они воспитали достойного человека, – это стимул, который помогает мне профессионально расти и достигать успехов.

Я видела отношение папы к его делу жизни, его приоритеты, его честность. Он принимал решения, исходя из интересов службы и того, что ему говорит его совесть. И мне всегда хотелось быть достойной дочерью своих прекрасных родителей.

– При создании своего бизнеса вам не было страшно взять на себя ответственность за других людей в команде, ведь будет зависеть от принятых вами решений?

– Юридическое образование позволяет мне просчитывать последствия любых своих действий. Приступая к сложному проекту, я понимаю, какого результата хочу достигнуть, и всегда ищу законные способы достижения своих целей.

Так и с компанией. Мы не используем никаких «серых» схем, а деятельность организации выстроена таким образом, чтобы и контрагентам, и нашей организации было комфортно в процессе работы. Да и по натуре я борец и лидер, поэтому не испытываю страха перед ответственностью.

– Каждый руководитель крупного предприятия проходит через процесс принятия необходимости делегировать свои полномочия. Легко ли было вам, как ведущему эксперту компании, научиться распределять свои задачи и ответственность?

– Первые два года было очень тяжело делегировать полномочия. Я – собственник по натуре, а по знаку зодиака – Дева. А, как известно, Девы – педанты, очень скрупулёзно и ответственно относятся к любой работе, потому что для них важен результат, и он должен быть всегда положительным. Поэтому сначала полномочия управленческого характера я

замыкала на себе. И в этом плане было сложно, так как ещё есть семья, которой нужно моё внимание и время. Был период борьбы с собой, результатом которого стали кадровые перестановки. Некоторые мои полномочия были делегированы долго работающим в организации людям, с повышением в должности. Я пришла к пониманию того, что задача руководителя – научиться доверять людям, которых ты взял на работу, и правильно делегировать свои задачи. Также руководителю необходимо учиться слушать мнение своих сотрудников. Ведь если ты делегировал полномочия, то ты полагаешься на профессионализм этого человека. Когда начинаешь прислушиваться к другому мнению, тогда в организации всё начинает работать как единый механизм, как часы. И очень важно то, как ты это мнение слушаешь.

Моя тактика предполагает сначала индивидуальное общение, потому что не каждый может сформулировать свою мысль в присутствии других коллег. Случается, что людям гораздо комфортнее высказать свою мысль один на один.

И после того, как мы обсудили какой-то вопрос один на один, выносим его на коллегиальное обсуждение. Свои решения я всегда выношу на публичное обсуждение, будь то перепланировка офиса или закупка нового оборудования.

– Помимо услуг, связанных с обращением медицинских изделий и медицинской техники, компания «МЕДПАРТНЕР» работает ещё и в сфере разработки программного обеспечения с применением технологий искусственного интеллекта. Что, должна признаться, сильно удивило меня.

– Вплоть до 2023 года мы занимались только вопросами обращения медицинских изделий. В определённый момент по приглашению государственных

органов мы присоединились к мероприятиям, связанным с развитием ядерной медицины в нашей стране. Так, мы участвовали в заседании Государственной Думы, посвящённом развитию ядерной медицины, участвовали в рабочих группах по этим вопросам, работали над законодательной базой в этой области. Так появилось дополнительное направление работы – научная деятельность в области ядерной медицины.

В качестве генерального партнёра мы принимаем участие в профильных форумах по теме обращения медицинских изделий. Совместно с государственными и профильными учреждениями выступаем в совместных сессиях, конференциях и семинарах.

По итогам участия в форумах пришли к выводу, что, помимо бумажной и проектной работы, нам нужно начать разрабатывать собственные проекты.

Первым проектом стала разработка программного обеспечения Med-XML. Этот сервис позволяет за одну минуту создавать электронное досье в формате XML по стандарту ЕАЭС для регистрации медицинских изделий. Дело в том, что ранее подобных решений на нашем рынке не было, а все файлы PDF конвертировались в XML-формат вручную, что влекло за собой человеческие ошибки и стоило достаточно дорого. По правилам Евразийского экономического союза, документы на регистрацию должны передаваться в регулирующие органы в формате XML, который затем вновь переводится в PDF-формат.

С этой проблемой мы столкнулись, когда подавали досье на регистрацию по правилам ЕАЭС в Казахстан. С нашими IT-специалистами подумали, что, если нет такого решения, нам нужно стать первыми. В итоге разработали автоматическое программное обеспечение, в которое загружается PDF-досье, и в течение 5-10 секунд программа автоматически переводит его в формат XML, полностью соответствующий решению ЕАЭС. На данный момент мы являемся единственным владельцем такого программного обеспечения (автоматизированного), и аналогов ему нет.

Мы сразу разработали четыре версии нашего продукта: облачный сервис, корпоративный сервис CORP-XML, интеграционное решение для госуслуг GOV-XML и решение для проверяющих органов, позволяющее провалидировать и преобразовать документ из XML-формата в папку с PDF-документами.

Сейчас наше ПО работает для отрасли медицинских изделий, но мы задумываемся над тем, чтобы доработать это решение в том числе и для лекарственных препаратов (это пока планы). Мы поддерживаем работу нашего продукта и опера-



тивно реагируем, если что-то меняется на законодательном уровне.

Подробно проработав те недочёты, которые есть в искусственном интеллекте в медицине, который на данный момент является не совсем искусственным интеллектом, а программным обеспечением с технологиями искусственного интеллекта, мы задумались над тем, что нашей стране пора выйти на первое место в мире с продуктами по искусственному интеллекту, которых ни у кого нет, в том числе у Илона Маска. Во всяком случае, нам этого очень хочется.

Мы создали искусственный интеллект юриста AiSTAI с учётом опыта работы в проектах, связанных с искусственным интеллектом в области здравоохранения, с нашими ведущими предприятиями и государственными учреждениями, понимания структуры и специфики искусственного интеллекта. Это действительно искусственный интеллект, и сейчас мы проводим его обучение. Это нейросеть, которая обучается сама.

– Может ли разрабатываемый вами продукт стать аналогом чата GPT?

– Сначала мы хотели выйти с этим продуктом только в юридической сфере и потом развивать его до масштабов социальных. Но на текущий период времени наш AiSTAI имеет все функции чата GPT и ещё много чего интересного. Конеч-

но, для идеальной работы AiSTAI нужно время, ведь он, как и ребёнок, учится постепенно. Поэтому мы приглашаем всех интересующихся граждан и организации пользоваться AiSTAI в тестовом режиме, доступ к которому сейчас предоставляется бесплатно.

Аналогов проекта, над которым мы сейчас работаем, в мире нет. Готовый продукт мы планируем презентовать в первой половине следующего года. Сейчас в плане понимания того, что такое искусственный интеллект, мы находимся на одной из высших ступеней. И надеемся, что качество наших продуктов, которые мы выпустим, будет соответствовать нашим представлениям, желаниям и знаниям.

– Будем с нетерпением ждать выхода этого продукта на рынок! Дополнительно хочу расспросить вас об основном направлении деятельности вашей организации. Насколько широк перечень ваших услуг?

– Наша компания оказывает проектные услуги по запуску медицинских производств с нуля: от подбора земель до монтажа производственных линий. К нам обращаются предприятия, которые, например, работали в другой отрасли промышленности или в медицинской сфере, но произвели какие-то другие изделия. Предположим, что предприятие не знает, как производятся инсулиновые шприцы,

оно обращается к нам и просит запустить процесс производства этих шприцов. Причём этот процесс может включать в себя как отдельные этапы, так и запуск производства «под ключ»: начиная от полного досье по ЕСКД, налаживания технологических процессов, подбора производственного оборудования, монтажа этого оборудования, составления перечня каждой категории специалистов, необходимых для выпуска нужного количества продукции, и заканчивая обучением этого персонала. Перед запуском производства любого продукта на первичном этапе мы проводим маркетинговые исследования для выявления его востребованности на рынке, анализируем данные государственных закупок.

Причём организовать выпуск новой медицинской продукции мы можем даже для тех предприятий, у которых пока нет для этого никакой инфраструктуры. Мы берём на себя подготовку пакета документации и переговоры с особыми экономическими зонами. Мы помогаем предпринимателям организовать бизнес с нуля и просчитываем рентабельность на три года.

Также у нас достаточно большое количество контрактов, в рамках которых мы проводим работу по анализу рынка уже после продажи изделий. Работаем как с государственными, так и с частными медицинскими организациями по выявлению замечаний к качеству продукции, если они есть. Мы отслеживаем всё, что происходит с продуктом на всех стадиях его жизненного цикла.

– Насколько конкурентна ваша отрасль?

– Все компании, работающие в отрасли регистрации медицинских изделий, рдеют за вывод на рынок доброкачественных, эффективных и безопасных продуктов. Я считаю, что работы хватит всем, тем более что партнёров для регистрации, как правило, выбирают по рекомендациям.

Если специалист успешно ведёт свою деятельность в течение многих лет, никакая реклама не нужна. У нас в организации нет отдела продаж. Нет ни холодных звонков, ни рассылки коммерческих предложений. Наша позиция на рынке, качество оказываемых услуг и результаты, которых мы достигаем, всегда положительные, из года в год на протяжении многих лет. Были, конечно, и результаты, которые не совсем нас удовлетворили, но не ошибается тот, кто ничего не делает.

Каждый выполненный проект влечёт за собой определённый успех в отрасли.

– По мнению клуба экспертов Росатома, ядерная медицина сегодня является наиболее быстроразвивающейся отраслью отечественного здравоохранения. В качестве эксперта вы участвовали в заседании

Госдумы, посвящённом вопросам развития ядерной медицины. Расскажите, пожалуйста, нашим читателям о сфере применения разработок ядерной медицины и вкладе компании «МЕДПАРТНЕР» в обеспечение доступности этих технологий.

– Я горжусь – и в личном плане для меня это очень важно, так как я являюсь участником рабочей группы Комитета по здравоохранению Государственной Думы РФ по развитию ядерной медицины – нашим участием в проектах, которые мы ведём совместно с компанией «Медикор-Фарма-Урал». «МедикорФарма-Урал» – ответственный производитель, и работать с ними – большое удовольствие.

Первый крупный проект – «Генератор технеция Tc99m», регистрационное удостоверение по которому вышло в 2022 году. Нами была проделана достаточно сложная работа, задействованы все возможные силы специалистов нашей организации, чтобы этот продукт вышел на рынок как можно скорее.

В состав этого генератора входит холодный набор Сентискан®, 99mTc, он используется для диагностики опухолей сигнальных лимфатических узлов. Такой препарат в последний раз был зарегистрирован тридцать лет назад в СССР. Регистрация этого препарата стала

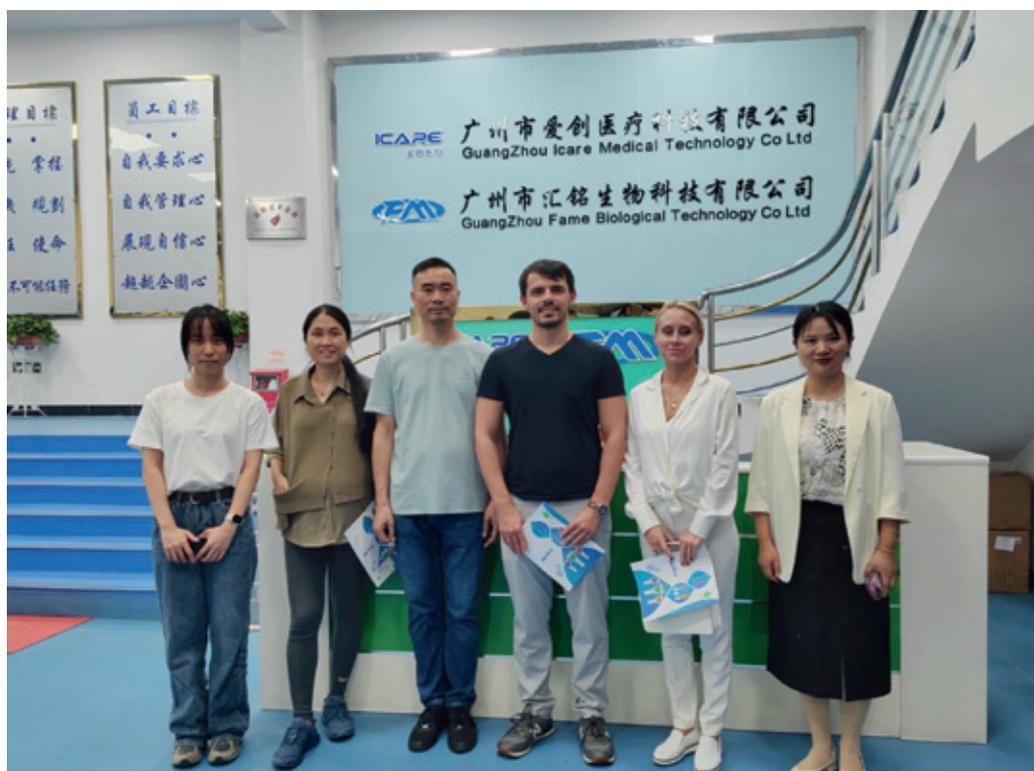
большим прорывом в области ядерной медицины для нашей страны в целом, и мы горды своим участием в этом проекте.

Второй проект – «Микроисточники радиоактивного излучения на основе йода 125». Эти микроисточники применяются для проведения низкодозной брахитерапии рака предстательной железы, а также для маркировки метастатических лимфатических узлов при раке молочной железы. Работа над этим проектом была начата в ноябре 2023 года, и на данный момент мы уже получили регистрационное удостоверение на данное изделие. И это хороший результат, так как ядерная медицина – это высокий класс риска, и это сложное изделие с большим количеством характеристик, с маленьким количеством лабораторий, аккредитованных на проведение испытания этого изделия.

– Расскажите о вашей команде. Под своим началом вам удалось собрать уникальных специалистов. Что объединяет этих людей? Какими ценностями принято руководствоваться в компании?

– Начнём с того, что я очень люблю всех своих ребят. Я бы сравнила наш коллектив с командой, участвующей в Олимпийских играх, где каждый член команды нацелен на достижение успеха. Какие бы ни воз-

«ЗА 2022 ГОД МЫ УВЕЛИЧИЛИ
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ
КОМПАНИИ НА 30%, А ЗА 2023 ГОД МЫ
ВЫРОСЛИ В 2,5 РАЗА».



никали трудности у нас на пути, каждый старается сделать всё, чтобы команда победила. Они привыкли работать так, чтобы был результат. Конечно, мы полностью соблюдаем трудовое законодательство, у нас хорошая оплата труда и социальные гарантии. В нашей компании принято дорожить каждым сотрудником, и мы стараемся обеспечить такие условия труда, которые коммерческие организации не готовы предложить. Все переработки у нас оплачиваются по трудовому законодательству, есть тринадцатая заработная плата, премирование, оплачиваемые обеды и т. д. Сейчас мы подумываем о том, чтобы организовать санаторно-курортное лечение для наших сотрудников, так как работаем мы в режиме многозадачности с постоянно жёсткими дедлайнами.

Хочу отметить, что в нашей компании есть реальная возможность для профессионального и карьерного роста. Сотрудник может прийти на должность инженера-испытателя и дорасти до заместителя генерального директора. Мы учитываем заслуги, опыт работы и квалификацию. Также в нашей организации есть обучение: если человек приходит со средним техническим образованием, то по достижении трёхлетнего стажа работы в организации наша компания заключает

договор с одним из высших учебных заведений, которое готовит специалистов по интересующему нас профилю на получение высшего образования нашим специалистом. Сотрудники на постоянной основе повышают квалификацию, проходя курсы повышения квалификации в профильных учебных заведениях страны.

Я стараюсь замечать и поддерживать любой профессиональный прогресс своих сотрудников и благодарна им за ответственное отношение и любовь к нашему общему делу.

– В вашей компании внедрена и применяется самостоятельно разработанная система качества оказания услуг. К каким мировым практикам вы обращались при её создании?

– Мы действительно внедрили СМК, которую разработали самостоятельно. Это связано с тем, что для нашей деятельности стандарта осуществляемой нами услуги не существует – ни государственного, ни европейского. Есть общий стандарт ИСО 9001, но он подходит для любого бизнеса и любой отрасли. Мы взяли за основу стандарт ИСО 9001 и разработали свою собственную систему, которая касается непосредственно работы с Федеральной службой по надзору в сфере здравоохра-

нения, процессов регистрации и обращения медицинских изделий на территории РФ. Мы прописали все процессы, все должностные инструкции, которые касаются этих процессов.

В основе нашей рабочей деятельности, в том числе системы менеджмента качества, лежит цикл Деминга, заключающийся в четырёх основных составляющих: планируй, делай, проверяй, действуй.

– Думаю, одними из доказательств эффективности внедрённой вами системы менеджмента качества стали присвоение вашей компании звания «Достоиние отрасли» и награждение вас орденом «За эффективное управление» и медалью «Профессионал года». Какие чувства вы испытали, получив эти заслуженные награды?

– Это случилось совершенно неожиданно для меня, так как никаких заявок на участие в исследовании мы не подавали. Я пришла на работу и сначала подумала, что это какой-то розыгрыш. Мне пришло письмо от Центра Аналитических Исследований с информацией о том, что мы стали лучшим предприятием отрасли по Северо-Западному федеральному округу.

Это абсолютно независимая организация, которая занимается широким спектром вопросов в области аналитики и ведения предпринимательской деятельности. Экспертное оценивание предприятий проводится на основании официальных данных Росстата, ФНС, ЕГРЮЛ и более десяти других информационно-аналитических организаций. И вот оказалось, что есть отраслевая номинация «Лучшее предприятие отрасли». Она проводится с целью определения эффективных, финансово устойчивых и рекомендованных к сотрудничеству предприятий страны. И мы попали в эту номинацию, хотя сами нигде не регистрировались. Как я потом узнала, можно подать заявку и поучаствовать в этом исследовании центра для того, чтобы получить награду. В нашем случае это произошло по факту выборки Центром Аналитических Исследований предприятий, которые работают с определёнными кодами ОКВЭД.

И в 2023 году мы подтвердили звание 2022 года и стали лучшим предприятием отрасли, получили звание «Достоиние отрасли – 2023». Теперь мы включены в «Рейтинг устойчивых и динамично развивающихся предприятий страны».

В рамках этих побед общественная организация «Центр Аналитических Исследований» наградила меня орденом «За эффективное управление» и медалью «Профессионал года». Конечно, это было очень приятно, но вместе с тем это накладывает определённую ответственность. Дело в том, что большинство людей в нашем мире ориентированы на денежную



составляющую, и это нормально, у каждого человека свои приоритеты. Но для меня, наверное, важнее признание того, что я двигаюсь в правильном направлении. Такие награды, несмотря на то, что они не являются правительственными, для меня являются показателем того, что я принимаю верные профессиональные решения.

– Нам интересно ваше мнение о состоянии рынка медицинских изделий. Как, на ваш взгляд, введённые против нашей страны санкции повлияли на медицинскую промышленность и темпы её развития?

– До 2022 года производство медицинских изделий в нашей стране развивалось очень медленными темпами, к сожалению. Например, купить в Китае готовый шприц было дешевле, чем произвести его в России.

Безусловно, были в России и сейчас активно развиваются и очень ответственные предприятия, которые разрабатывают и производят собственную продукцию: это и одноразовые изделия, и тяжёлое оборудование, и многое другое. И я желаю этим предприятиям огромного успеха.

Но с 2022 года, а именно с 1 апреля, после того как было принято Постановление Правительства РФ № 552 «Об утверждении особенностей обращения, включая особенности государственной регистрации, медицинских изделий в случае их дефектуры или риска возникновения дефектуры в связи с введением в отношении Российской Федерации ограничительных мер экономического характера», начался новый виток развития нашей отрасли.

В постановлении есть список дефектурных изделий, которые на территории Российской Федерации либо вообще не производятся, либо производятся в очень малом количестве. На постоянной основе с 2022 года комиссия Росздравнадзора дополняет этот список новыми изделиями.

Наши предприятия, которые уже работали в сфере производства медицинских изделий, а также новые предприятия начинают производить ту продукцию, которая находится в этом дефектурном списке. И это очень удобно, потому как в любой отрасли, прежде чем производить какой-то вид продукта, вам сначала нужно провести маркетинговые исследования, изучить рынок, и это занимает уйму времени. Пока ты это делаешь, ты можешь стать далеко не первым и не единственным. И в данном случае та работа, которую проводят Федеральная служба в сфере здравоохранения, подведомственные учреждения и иные органы власти, очень ценна. Предприниматели могут открыть этот список и посмотреть, что они могут



начать производить. Поэтому уже появилось достаточно много новых компаний, а те производства, которые работали ранее, обновляют свою линейку продукции, добавляют в ассортимент новые изделия.

Что касается санкций, то я не увидела серьёзного их влияния на нашу работу. Да, у нас были партнёры в США и Европе, причём мы продолжаем общение, но, в силу политических причин, они не могут работать. И им на смену пришли не менее замечательные партнёры из стран Востока и Азии, которые хотят работать на нашем рынке и выводят свою продукцию.

– Насколько мне известно, ваша компания принимает участие в благотворительных проектах, а вас лично связывает тёплая дружба с протоиереем храма Августовской иконы Пресвятой Богородицы Дмитрием Василенковым. В этом смысле ваша личная позиция и социальная ответственность вашего бизнеса – прекрасный пример для подражания. Почему для вас так важно помогать людям?

– Чем больше добра и любви ты отдаёшь, тем больше получаешь взамен. Я человек верующий. Моим духовником является отец Дмитрий Василенков, военный священник. Отец Дмитрий совершил большое количество выездов в «горячие точки». Он побывал на Северном Кавказе, в Грузии, Сирии, на Донбассе. Написал книгу «На войне», основанную на впечатлениях от этих поездок и на жизненном опыте. За отвагу и большую просветительскую работу был награждён двумя орденами Мужества, орденом Дружбы Народов, медалями.

С 2014 года он помогает детским домам, которые находятся в Луганской и Донецкой народных республиках. А с 6 апреля 2023 года указом патриарха Ки-

рилла Дмитрий Василенков был назначен главным военным священником духовенства в зоне проведения специальной военной операции.

И вот с 2014 года я и компания «МЕД-ПАРТНЕР» оказываем какую-то посильную помощь в делах отца Дмитрия. Батюшка Дмитрий – потрясающе добрый человек; когда находишься рядом с ним, ощущаешь огромную волну тепла и доброты, которую словами просто не описать. Это человек настолько самоотверженный и настолько преданный служению Богу и преданный помощи людям, который не думает о себе. Он полагается на то, что Господь даст нужное ему в определённый момент времени.

Если мы помогаем другим – это говорит о том, что мы не стали жестокосердными людьми. Если происходит горе и трагедия – люди становятся беспомощными, они нуждаются в помощи. И нужно эту помощь оказать, чтобы была надежда на будущее.

– Ирина Валерьевна, вы удивительно многогранный, разносторонний и творческий человек. Откуда вы черпаете силы и вдохновение?

– В моей жизни есть два занятия, доставляющие мне огромное удовольствие. Моя страсть – это вождение автомобиля, и я очень люблю путешествовать вместе со своей семьёй по России именно на машине.

Мы часто ездим в небольшой домик в деревне, который достался мне от бабушки. Там не ловит телефон, никто не беспокоит. И мы с семьёй пытаемся сохранить этот дом именно своими руками: красим, белим, чиним. И я очень люблю эти моменты спокойствия и равновесия.

Беседовала Анна Добрынина

Сильные духом, целеустремлённые, активные и талантливые люди идут к своей цели и, как правило, достигают успеха, становясь крупными предпринимателями, бизнесменами и руководителями. А чтобы не останавливаться на достигнутом, нужно постоянно развиваться, стремиться к большему и расти над собой.

Деловой клуб «ВозМОЖНОсти» под руководством Марины Кокориной ставит своей целью объединять предпринимателей из самых разных сфер, предоставляя им возможность обмениваться опытом, вдохновляться идеями друг друга, находить партнёров и клиентов, создавать грандиозные проекты, реализовывать смелые планы и расширять деловые связи.

Масштабные «ВозМОЖНОсти» для жизни и развития



Свою деятельность Деловой клуб «ВозМОЖНОсти» начал в 2017 году с неформальных встреч в формате делового пикника, впоследствии он прошёл несколько этапов становления и перерождения, и 22 сентября 2024 года при участии самых преданных резидентов состоялось его торжественное официальное открытие, которое вела руководитель Ассоциации бизнес-тренеров Зоя Ярлыкова.

Новый клуб явился результатом командной работы, огромную помощь и поддержку в открытии которого Марине оказал её супруг Алексей. Название появилось не сразу, его подбирали очень тщательно: хотелось, чтобы оно было нешаблонным, но близким для предпринимателей. Разные варианты обдумывали все вместе, пока Марина не решила прислушаться к речи предприимчивых людей из разных сфер. В итоге выяснилось, что самое распространённое слово, которое звучит в бизнес-окружении, – это «ВозМОЖНОсти»! Возможности ищут, ловят, замечают, делятся, предлагают, используют, благодарят, ценят, берегут, развивают и так далее. Как только на утверждение

За свою профессиональную историю Марина и Алексей Кокорины организовали более 3000 мероприятий разного формата, поэтому основной чертой Делового клуба «ВозМОЖНОсти» являются разнообразные живые мероприятия и возможность продвигаться предпринимателю и эксперту на любом уровне и в любом регионе страны.

«Деловой клуб «ВозМОЖНОсти» создан для объединения сильных и развивающихся людей, увеличения их потенциала в личностном росте и в развитии бизнеса. Мы стремимся создать пространство для бизнесменов, где они могут чувствовать себя в комфортной и безопасной среде, наполняя себя смыслами, впечатлениями, отдыхом и другими возможностями получения энергии и ресурса, необходимыми для развития своего потенциала, личностного и финансового роста, становясь эмпатичнее к другим и к миру».

предложили это название, все единогласно приняли его с большим удовольствием! Каждый захотел идти под флагом возможностей!

«В нашем клубе горизонтальное управление, когда все предприниматели, невзирая на возраст, успешность и самореализованность, общаются друг с другом как равноценные партнёры, которые могут усилить те или иные стороны друг друга. Все резиденты – самодостаточные, реализовавшиеся люди: как топ-менеджеры и владельцы крупнейших бизнес-проектов с миллиардным оборотом, так и начинающие предприниматели, для которых есть разные возможности для роста, такие как бизнес-трекинг, форум-группы и мастермайнды. Все участники вовлечены в развитие себя и своего бизнеса, они вступают в клуб, так как заинтересованы в объединении ресурсов каждого и хотят сделать себя и коллег сильнее и успешнее», – рассказала Марина Кокорина.

Начав с июля принимать новых резидентов, Деловой клуб вырос до 45 человек из Москвы, Чехова, Серпухова, Подольска, Троицка, Видного, Санкт-Петербурга и других городов. Также сообщество имеет много партнёров в других городах. И в связи с тем, что на данный момент постоянной площадки для встреч у клуба нет, его цель – создать Дом предпринимателя, где можно проводить такие встречи. Уже сейчас резиденты с большим

удовольствием посещают подобные мероприятия, считая их достойными столичного уровня, и рекомендуют другим предпринимателям присоединяться к ним.

«Показывая внушительные результаты, мы очень надеемся, что придут люди, которые захотят помочь нам создать место для встреч, безопасное пространство, куда можно приходить в любое время, заниматься делами, приглашать гостей и организовывать мероприятия», – поясняет Марина Кокорина.

Основательница Делового клуба считает, что в малых городах жизнь есть, и очень хорошо, что в малых городах сейчас активно идёт развитие бизнеса, предприниматели приезжают туда из мегаполисов, чтобы жить в более комфортных условиях. Так, одна из наших резиденток – Мария Кордубаева, ландшафтный дизайнер, основатель и руководитель компании Royal Gardens, популярный блогер и лидер общественного мнения страны живёт в Чехове Московской области.

«Мы приглашаем всех желающих, в которых отзываются наши деятельность, цели и ценности, вступить в наш клуб для более масштабного развития. У вас есть возможность познакомиться с нами и пообщаться, придя на одно из наших мероприятий. У клуба много планов и идей: например, есть большое желание развить Лигу предпринимательского стендапа,



Евгения Корж

Основатель и руководитель сети школ английского языка Grand Talant Евгения Корж предоставляет

услуги наставничества, открытия центров дополнительного образования и школ иностранного языка «под ключ». А также Евгения Корж вместе с Ольгой Вилковой и Людмилой Рудометовой является сооснователем образовательного сообщества «Pro Развитие Чехов» в Чехове, основная задача которого – воспитание успешного человека.

Имея многолетний опыт работы в сфере образования, резиденты клуба учат руководителей частных образовательных учреждений общаться между собой, создавать общества педагогов, детей и родителей, пропагандируют развитие социального предпринимательства и социальных предприятий как новой отрасли экономики России.

Бизнес-леди тесно работают с родительским обществом Чехова, чтобы донести до пап и мам пользу частного образования, два раза в год проводят образовательную конференцию для осознанных родителей города. Участницы сообщества делают всё возможное, чтобы частное образование росло и процветало и чтобы юные жители Чехова приходили обучаться в созданные лицензированные образовательные центры.

Сегодня Евгения Корж и её коллеги работают с руководителями образовательных организаций со всей страны: из Казани, Дагестана, Екатеринбурга, Таганрога, Нижнего Новгорода и других городов, предлагая образовательные продукты и помогая пройти лицензирование.

На данный момент в сообществе появился новый проект под названием «династийное образование» – ноу-хау образовательного проекта и гордость его соосновательниц. Созданная концепция нового семейного образования, где главной ценностью являются семья и семейные традиции, идёт в сочетании с историческим и культурным наследием нашей страны. Во главе угла – комплексный подход в обучении, воспитании и, конечно же, гармоничное развитие ребёнка. Предпринимательницы искренне верят, что новый продукт придёт по душе многим руководителям образовательных учреждений России, и гордятся тем, что «династийное образование» зародилось именно в Чехове, который славен историческими личностями и династиями, жившими здесь на протяжении многих десятилетий.





**Наталья
Пекшева**

Владелица BeautyClub «Белая линия», экс-гендиректор федеральной сети «Цвет диванов», ВИП-резидент делового клуба «ВОЗМОЖНОСТИ».

Во времена пандемии коронавируса семья Натальи проводила большую часть времени на даче в подмосковном городе Чехове, и позже она решила отдать своих двойняшек в начальную школу там же. В качестве клиентки местного салона красоты «Белая линия» Наталья разглядела его потенциал и выкупила салон у прежних хозяев, тем самым закончив карьеру топ-менеджера и начав собственный бизнес, окончательно переместившись из Москвы в Чехов. Влиться в бьюти-индустрию ей удалось легко и быстро, имея опыт работы с людьми и построения команд: так началась новая глава её жизни.

Через пару лет салон становится самым крупным салоном города с полным циклом услуг, коллектив – более 20 человек, и приходит понимание того, что останавливаться на достигнутом не стоит, а это возможно только с получением медицинской лицензии, что Наталья Пекшева и делает.

Теперь коллектив вырос до 25 человек, а BeautyClub «Белая линия» – салон красоты не только «полного цикла», имеющий в своём штате высококвалифицированных стилистов, барберов, мастеров ногтевого сервиса, подологов, косметологов-эстетистов, массажистов, бровистов, мастеров перманентного макияжа, а также дипломированных врачей-косметологов, которые являются специалистами в области инъекционной косметологии, что очень ценно для города Чехова. Наталья Пекшева активно использует и развивает аппаратную косметологию, не допуская компромиссов и работая только с самым эффективным оборудованием. Она убеждена, что крайне важно оправдывать, а иногда и превосходить ожидания клиентов, для этого повышая квалификацию мастеров и внедряя новые технологии и инновации в бьюти-индустрию.

К владелице BeautyClub «Белая линия» часто обращаются предприниматели для анализа и структуризации бизнеса, сопровождения продажи или покупки бизнеса, а также для проведения стратегических сессий и определения точек роста, ведущих к кратному развитию бизнеса.



потому что через юмор и смех предприниматели раскрепощаются, им становится проще решать насущные вопросы. Своими остроумными выступлениями они мотивируют друг друга продолжать предпринимательскую деятельность», – поделилась Марина Кокорина.

Сейчас Деловой клуб развивается в новом формате при поддержке двух попечителей – Егора Курятникова и Татьяны Друговой; они оба полностью отвечают ценностям и задачам клуба и мотивируют на масштабирование других резидентов клуба своим примером. Егор Курятников – гендиректор завода «АГМА», и для него очень важно, чтобы порядок был не только в бизнесе, но и в том, что его окружает. А супруга Егора Курятникова, Елизавета, которая также активно вовлеклась в коллектив сообщества, настолько им вдохновилась, что кардинально сменила сферу деятельности: профессию инженера «Мосводоканала» она поменяла на профессию фешен-фотографа, окончив Британскую школу дизайна.

«Мы благодарим за постоянную помощь, поддержку и веру в нас Ольгу Вилкову, руководителя центра дообразования «Вилена» и гендиректора рекламной компании «А-групп», которая создала со своей командой логотип нашего клуба, а также постоянно предлагает своё помещение для наших мероприятий и поддерживает их своим участием.

Отдельно хотим поблагодарить: нашу самую верную участницу мероприятий – бухгалтера и налогового консультанта Альфию Хуснутдинову; самую самоироничную и ответственную владелицу типографии «50 копеек» Анну Чернец; нашего руководителя по заботе о резидентах клуба Светлану Макаревскую, а также руководителя по внешним связям клуба Дарью Смирнову, занимающую руководящие должности в Ассоциации малых городов России и Ассоциации усадеб и имеющую свою научную программу на радио «Медиаметрикс», и руководителя бухгалтерской компании Татьяну Булыгину за помощь в рекомендации культурных мероприятий Москвы; одну из луч-



Татьяна Есина

Учредитель и генеральный директор НОЧУ «СОШ «Феникс» с годовым оборотом организаций в 960 млн рублей. В Деловой клуб «ВОЗМОЖНОСТИ», по мнению Татьяны Есиной, случайные люди не попадают, хотя её вполне можно назвать случайным резидентом.

Знакомство Татьяны с основательницей Делового клуба «ВОЗМОЖНОСТИ» Мариной Кокориной произошло через соцсети. Живя в столице, Татьяна Есина была активистом-дачником в Чеховском районе, вела местный паблик и решала местечковые вопросы небольшого СНТ и соседних деревень. А Марина Кокорина, в свою очередь, решала вопросы предпринимательского сообщества города Чехова и окрестностей путём объединения людей.

Являясь учредителем и директором сети частных школ и детских садов «Феникс», Татьяна Есина всегда была заинтересована в развитии частного образования в России. Шуточно свою миссию она озвучивает так: «Помогаю развиваться законным конкурентам». Именно поэтому пять лет назад Татьяна начала проводить с коллегами ежегодный конкурс для учителей частных школ «Вклад учителя». И благодаря Деловому клубу «ВОЗМОЖНОСТИ» она старается помогать небольшим семейным частным школам и детским центрам работать в правовом поле – не бояться проверок и лицензирования образовательной деятельности.

Но возможности в «ВОЗМОЖНОСТЯХ» не односторонние: в клубе состоит много бизнесменов, чьи услуги Татьяна Есина пользуется регулярно – например, деловую одежду покупает только в магазине Чехова под названием NVtwo. Сейчас в планах у Татьяны – построить детский лагерь в Тарусском районе, очистные сооружения для которого она будет заказывать также у фирмы, находящейся в Чехове.

«Все анонсы предстоящих мероприятий Делового клуба можно посмотреть на нашем официальном сайте, а отчёты о прошедших мероприятиях – в наших соцсетях во «ВКонтакте» и «Телеграме».

У «ВозМОЖНОстей» очень насыщенный календарь событий: в октябре мы выступали как федеральные спикеры в Перми на Фестивале семейных заводских династий, в августе нашу делегацию приглашали на БРИКС; также благодаря нашему амбасадору и члену совета Андрею Лякину мы участвовали в чемпионате по проектной деятельности на базе Корпоративного университета Санкт-Петербурга и заняли призовое место. В ноябре ко Дню женского предпринимательства и Дню матери мы ждём в гости с музыкально-литературным спектаклем известного медиаэксперта Марию Егорову».



ших страховых агентов Наталью Ткачеву и многократную участницу гуманитарной миссии при возникновении ЧС Алёну Киселеву за то, что они первыми пришли в клуб в 2017 году и до сих пор с нами», – подытожила Марина Кокорина.

Деловой клуб «ВозМОЖНОсти» создан и для сильных женщин, и для достойных мужчин. Но так как этот выпуск журнала посвящён бизнес-леди, то сейчас мы делаем акцент именно на них.



Татьяна Другова

Психолог, философ, член-корреспондент Российской академии наук,

лауреат всероссийского конкурса «Сделано в России. Психология», блогер-миллионник. В свои 60 лет Татьяна является обладательницей звания «Миссис Россия Гранд – 2023», доказывая своим примером, что быть счастливой, гармоничной и ресурсной женщиной можно в любом возрасте и несмотря ни на что.

Татьяна Другова – создатель и автор программы StepWay, по прохождении которой люди выходят на своё место в системе жизни, выстроив гармоничные и ресурсные отношения с родными и близкими и наведя порядок в своём бизнесе. Она также является автором бестселлера «Жизнь в свою пользу», разошедшегося в количестве 10 тыс. экземпляров, и сейчас работает над второй книгой, касающейся бизнеса и денег.

Помимо этого, Татьяна Другова разработала метод ролевых трансформаций и записывает видеоподкасты на своём канале на YouTube, где имеет более 350 тыс. подписчиков. На программы в студию к Татьяне приходят герои, добившиеся внушительных результатов в бизнесе и личной жизни.

К Деловому клубу «ВозМОЖНОсти» Татьяна присоединилась по приглашению Марины Кокориной с большим удовольствием, так как это сообщество успешных, целеустремлённых, инициативных и интересных людей. В своё время именно женская часть сообщества во главе с Мариной Кокориной поддержала Татьяну Другову на конкурсе красоты, оказав ей моральную поддержку и спонсорскую помощь в подготовке к конкурсу.

Сейчас, являясь попатителем Делового клуба «ВозМОЖНОсти», Татьяна видит искреннюю вовлечённость всех его участников, глобальную и конструктивную работу, проводимую в клубе, и то, какая мощная поддержка оказывается каждому из его участников.

<https://vozmozhnosty.club/>



Оксана Косых



Оксана Косых – тревел-дизайнер, владелица туристической компании «Норд-Тур», специализирующейся на международном отдыхе и корпоративных выездах за границу; имеет более 25 лет опыта работы в сфере туризма.

Полтора года назад Оксана познакомилась с Мариной Кокориной и вступила в сообщество того формата, решив его развивать и помогать резидентам. Там Оксана Косых увлеклась авторскими турами разной тематики и начала развивать собственные туры по России. Она предложила участникам клуба свой рекламный проект «Ярославль – альтернативная история», в котором собрала «алмазы» Ярославля: Ирину Рощину и Егора Парфенкова.

Сейчас Оксана собирает женские группы в Ярославль, в которых будут затронуты темы женского психоанализа. Для участниц запланирован просмотр глубоко психологического спектакля «Бегущая с волками», после чего пройдёт совместная дискуссия для осмысления увиденного: «Стоит ли убегать от пристального взгляда жёлтых глаз, если бежать приходится от себя?»

В планах у Оксаны Косых – продолжение работы с женскими группами по авторским программам с посещением Египта, Мальдив и других зарубежных стран.



Горький, молочный, пористый и с разными начинками шоколад любят во всём мире за непревзойдённый вкус и аромат, натуральный состав, удовольствие, которое он дарит, а самое главное – он позволяет на мгновение вернуться в беззаботное детство.

Кондитерская фабрика «Волшебница» с многолетней историей дарит возможность наслаждаться изысканным шоколадом высочайшего качества, она постоянно обновляет свой ассортимент и совершенствует вкусы кондитерских изделий, изобретая всё новые и новые виды сладостей.

Об успешно реализуемых новинках, линейках детского шоколада и незабываемом приключении, организуемом на фабрике шоколада в виде экскурсий для маленьких сладкоежек, рассказала нашему изданию директор по PR и рекламе предприятия Елена Изгородина.

Елена Изгородина:

«ЖЕНСКИЙ КОЛЛЕКТИВ «ВОЛШЕБНИЦЫ» ТВОРИТ НАСТОЯЩЕЕ ВОЛШЕБСТВО, СОЗДАВАЯ ПРОДУКТЫ, КОТОРЫЕ СТАНОВЯТСЯ ПО-НАСТОЯЩЕМУ ЛЮБИМЫМИ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ»

ШИРОЧАЙШИЙ АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ КОНДИТЕРСКОЙ ФАБРИКИ «ВОЛШЕБНИЦА» ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ КОНФЕТ, ТРЮФЕЛЬ, ПЛИТОЧНЫЙ И ПОРЦИОННЫЙ ШОКОЛАД, ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ, ШОКОЛАД-ОТКРЫТКИ, СУВЕНИРНУЮ ПРОДУКЦИЮ И МНОГОЕ ДРУГОЕ.

– Елена, кондитерская фабрика «Волшебница» уже 27 лет успешно занимается производством трюфелей, шоколад-

ных конфет, порционного и плиточного шоколада и других сладостей. Насколько за эти годы компания расширила свой ассортимент?

– С 1997 года «Волшебница» выросла из торговой компании по реализации импортных кондитерских изделий и поставщика сырья в известного российского производителя, предлагающего покупателям более 200 различных видов шоколадных изделий. Миссия нашей компании – производство высококачественной шоколадной продукции, которая гарантирована тщательным отбором поставщиков сырья: партнёрами фабрики являются исключительно лидеры мирового рынка.

Любимые многими конфеты трюфель стали особенно популярными в нашей стране благодаря уникальной рецептуре, созданной на предприятии французскими шоколатье и реализованной опытными технологами на нашем производстве в промышленном масштабе. Получая вос-

торженные отзывы потребителей, мы начали активно развивать ассортиментную линейку «королевских конфет» – а именно так называются трюфели в кондитерском мире – и предложили варианты продукта без добавления сахара для тех, кто хочет ограничить его потребление или вынужден это сделать по медицинским показаниям.

Всё это время нам приходило большое количество запросов на подарочные варианты продукта, и наша команда создала изысканные варианты упаковки, новые формы конфет, и, конечно же, были разработаны особые рецептуры с натуральными ягодными и фруктовыми посыпками.

– Ваше предприятие делает особый акцент на создании полезных продуктов: это и детский шоколад с антикариесным эффектом, и новая линейка «Шоколадная аптека». Что это за «волшебные» новинки?

– Серия шоколада Magic Heroes – это наш ответ на потребность родителей в полезных сладостях для детей. В рецептуру добавлены ценные для здоровья ингредиенты: злаки, овощи, фрукты и особый натуральный компонент – смола тропического дерева «Фито-дент» (в составе указана смола *Boswellia*), которая борется с бактериями, препятствует развитию кариеса и помогает сохранить здоровье и белизну зубов. Продукт получил высокую оценку экспертов и золотую медаль в конкурсе «Инновационный продукт» на международной выставке продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2023».

Отмечается, что продукт разрабатывали совместно со стоматологами, на упаковке шоколада нанесена маркировка «антикариес». На выбор предлагаются плитки с разными добавками: с фруктами, овощами, ягодами и злаками.

Также в начале года мы выпустили инновационную продукцию – линейку тёмного шоколада 75% какао без сахара с лекарственными растениями «Шоколадная аптека», которая уже успела удостоиться золотой медали за «Инновации в составе продукта» в конкурсе на «Продэкспо-2024». Серия «Шоколадная аптека» – это четыре вида функционального шоколада: «Бодрость» с элеутерококком, женьшенем и лимонником; «Гармония» с солодкой, пустырником, иван-чаем и гречихой; «Иммунитет» с мелиссой, тимьяном, шалфеем, орегано и вербеной; «Спокойствие» с эхинацеей, фенхелем, мускатным орехом и кардамоном.

– **Особое внимание кондитерская фабрика «Волшебница» уделяет самым юным сладкоежкам. Расскажите о невероятно популярном новом направлении: детских экскурсиях на действующее кондитерское производство.**

– Детские экскурсии – это наше любимое направление и постоянный источник положительных эмоций! Мы с радостью



открываем двери нашего производства для юных сладкоежек. Дети узнают, как делают шоколад, могут попробовать разные виды шоколада, а также принять участие в увлекательных мастер-классах по отливу «шоколадных карандашей» и декорированию упаковки. Экскурсии проводятся в игровой форме, чтобы было интересно и познавательно для ребёнка любого возраста.

– **Большая часть сотрудников предприятия – женщины, которые создают шоколадную продукцию с особой любовью и трепетом. Можно ли сказать, что в том числе благодаря их женской мягкости и положительным эмоциям кондитерские изделия «Волшебницы» настолько высоко ценимы и любимы во всём мире?**

– Я уверена, что наша продукция нравится покупателям по многим причинам: высокое качество, натуральные ингредиенты, широкий ассортимент и, конечно же, частичка души, которую вкладывают наши сотрудники в каждое изделие.

Наш женский коллектив творит настоящее волшебство, создавая продукты, которые становятся по-настоящему любимыми для покупателей: продукты для особых моментов и продукты на каждый день, чтобы радовать себя и близких.

НОВЫЙ ГОД СОВСЕМ СКОРО, И ФАБРИКА «ВОЛШЕБНИЦА» ПРЕДЛАГАЕТ ПРОГРАММУ НОВОГОДНИХ ЭКСКУРСИЙ. ОНИ ВКЛЮЧАЮТ В СЕБЯ ЭКСКУРСИЮ ПО ЦЕХАМ ПРОИЗВОДСТВА, ДЕГУСТАЦИЮ ШОКОЛАДА, ИНТЕРАКТИВНУЮ НОВОГОДНЮЮ ПРОГРАММУ С ДЕДОМ МОРОЗОМ, МАСТЕР-КЛАСС ПО СОЗДАНИЮ НОВОГОДНЕЙ ШОКОЛАДКИ, МАСТЕР-КЛАСС «ДИЗАЙН ВОЛШЕБНОЙ ШОКОЛАДКИ», А ТАКЖЕ СЛАДКИЙ НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК.

– **Расскажите о планах «Волшебницы» на ближайший год: продолжите ли вы расширять своё присутствие на международных рынках и развивать сотрудничество с другими странами?**

– Наше предприятие ежегодно поставляет в торговые сети России, стран ближнего и дальнего зарубежья тысячи тонн шоколада в виде плиток и конфет. Продукция «Волшебницы» очень востребована на международных рынках: мы уже реализовали экспортные отгрузки в 17 стран мира, а в ближайших планах – начать работу в странах Персидского залива и усилить присутствие в Китае, СНГ и других регионах.

«ВОЛШЕБНИЦА» НЕОДНОКРАТНО ЗАНИМАЛА ЛИДИРУЮЩИЕ ПОЗИЦИИ И ПРИЗНАВАЛАСЬ ОДНОЙ ИЗ ЛУЧШИХ В СВОЕЙ ОТРАСЛИ:

- победитель премии Russian Business Guide в номинации «Пищевое производство. Продукт года» за 2023 год;
- лауреат всероссийского конкурса производителей товаров и услуг «Звезда качества России» в номинации «Производители кондитерских изделий»;
- золотая медаль «Подтверждённое качество» за шоколад «Восхищение» 100% какао от экспертов отраслевого издания «Кондитерские изделия»;
- золотая медаль в конкурсе «Инновационный продукт» на международной выставке продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2023» за шоколад Magic Heroes в номинации «Инновации в составе продукта».

Любая женщина мечтает хорошо себя чувствовать, красиво выглядеть и оставаться здоровой в любом возрасте. Для этого существует огромное множество способов, среди них – ведение здорового образа жизни, должный уход за собой, но основное остаётся неизменным: это правильно подобранное и сбалансированное питание. Beauty Diet создаёт низкоуглеводные продукты для женщин – кладезь полезных жиров, минералов и нутриентов. Главная особенность технологий производства Beauty Diet – минимальная переработка сырья для сохранения пользы и цельности ингредиентов. Создательница бренда Инна Богданова рассказала нашему изданию о ценности и пользе выпускаемой продукции, о главных преимуществах кетопитания для женщин и о новых линейках в ассортименте.



ИННА БОГДАНОВА: «МИССИЯ BEAUTY DIET – ПОДДЕРЖИВАТЬ ЗДОРОВЬЕ И КРАСОТУ ЖЕНЩИН ЧЕРЕЗ ПИТАНИЕ, СПЕЦИАЛЬНО РАЗРАБОТАННОЕ ДЛЯ ЖЕНСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ»

– Инна, вы запустили первый в России бренд низкоуглеводных продуктов для женщин Beauty Diet. Какую ценность для женщин несут эти продукты, в чём их главное преимущество для покупательниц?

– Мы стремимся дать женщинам возможность управлять своим здоровьем и ощущать силу собственного тела, используя продукты с натуральным составом и низким содержанием углеводов. Главное преимущество Beauty Diet – это не просто полезные, но и вкусные продукты, которые поддерживают гормональное здоровье, улучшают метаболизм и помогают бороться с инсулинорезистентностью.

– Для такого рода бизнеса необходимо в первую очередь специальное образование, а также большой опыт общения по данному вопросу со специалистами из других стран и многие другие факторы. Расскажите, с чего вы начали развивать свой бренд и что вам в этом помогло?

– У меня есть нутрициологическое образование, которое я получала за рубежом, но это было задолго до того, как я придумала Beauty Diet: в 2016 году я пошла на обучение, так как столкнулась сама с проблемами инсулинорезистентности и СПКЯ.

Что касается бизнеса, у меня за плечами 17 лет предпринимательства и 12 лет управления бизнесом. А чтобы запустить

собственное производство, конечно же, я прибегала к помощи профессионалов, которые помогли мне на старте минимизировать количество ошибок и избежать убытков. Благодаря собственному опыту и серьёзным изменениям в питании, которые помогли мне добиться результатов, я вдохновилась создать бренд, отвечающий нуждам женщин. Конечно, помощь зарубежных экспертов и поддержка сети профессионалов сыграли важную роль в становлении Beauty Diet; также у меня глобальная насмотренность в прямом и переносном смысле, и я очень хорошо чувствую тренды, которые становятся мейнстримом через 3-5 лет, но в моменте неочевидны.

– На рынке здорового питания в России есть немало разнообразной продукции, обещающей снижение веса, поддержание здоровья организма и прочее. Что выделяет Beauty Diet среди других брендов на полках магазинов?

– Beauty Diet – первый российский бренд, который ориентируется на женское здоровье и красоту с помощью кетопродуктов. Мы не просто создаём продукты, а разрабатываем их так, чтобы они помогали в гормональной поддержке, поддерживали уровень сахара и улучшали метаболизм. Это продукты, созданные женщинами и для женщин, учитывающие их потребности. На полке нас выделяет яркая лаконичная упаковка, которая привлекает целевую аудиторию, а также необычные вкусовые сочетания и формы продуктов.

Также мы – единственный производитель в России, специализирующийся на кето и ультранизкоуглеводных продуктах питания, которые отвечают всем параметрам такого питания, являются единственным здоровым для страдающих метаболическими нарушениями и диабетом 2-го типа. Мы недавно завершили собственное клиническое исследование, оно показало, что ни один из наших продуктов не повышает уровень сахара в крови даже при употреблении натошак.

– Вы отмечаете, что победить бесплодие при помощи питания не только возможно, но и доказано вами на личном опыте. Расскажите об этом периоде в вашей жизни.

– Для меня это был сложный, но значимый период. У меня были диагноз СПКЯ и инсулинорезистентность, что затрудняло зачатие. Переход на строгую кетодиету и изменение образа жизни стали переломным моментом. Я восстановила здоровье и смогла забеременеть естественным путём и выносить здорового ребёнка на таком питании, что ещё раз доказало мне, насколько важно правильное питание.

Стоит отметить, что не всем это показано, но базовый отказ от сахара и рафинированных углеводов в пользу овощей точно поможет быть здоровее, ведь статистически в настоящее время население употребляет рекордное количество сахара и углеводов, при этом ведя малоактивный образ жизни.

– Beauty Diet – это чистая кетопродукция, единственная на рынке России. Перечислите, пожалуйста, главные преимущества кетопитания для женщин.

– Кетопитание стабилизирует уровень сахара, помогает бороться с воспалениями, снижает риски гормональных сбоев и улучшает обмен веществ. Это особенно важно для женщин, которые сталкиваются с такими проблемами, как инсулиноре-

зистентность, лишний вес и ПМС, гормональные переходы в разные фазы жизни, а также помогает иметь стабильный уровень энергии и настроения вне зависимости от фазы цикла.

– Расскажите нашим читателям о составе вашей продукции, в частности о таких редких ингредиентах, как эритрит, масло МСТ, и многих других.

– Мы используем натуральные ингредиенты, такие как эритрит – безопасный заменитель сахара, и масло МСТ, которое поддерживает энергию и помогает организму использовать жиры как основной источник топлива. Эти ингредиенты подобраны для поддержания здоровья и оптимального веса. Также в составе функциональной линейки мы используем трипептиды морского коллагена, гиалуроновую кислоту, различные экстракты и эфирные масла.

Наш шоколад мы производим исключительно на какао-бобах премиального качества из Колумбии сорта Fino de Aгota, кокосовое молоко без казеина и мальтодекстрина и т.д.; в целом мы очень щепетильно относимся к выбору ингредиентов для нашей продукции и одними из первых в России стали использовать повсеместно в своих продуктах эритрит и аллюлозу.

– Вы недавно запустили новые линейки продукции: Shine, Anti-age, Metabolism, Detox и другие. Опишите преимущества данных продуктов.

– Наши линейки, такие как Shine, Anti-age, Energy, Metabolism, и Detox, направлены на поддержку разных аспектов здоровья и обогащены функциональными ингредиентами, служащими цели, указанной в названии линейки. Например, линия Anti-age поддерживает молодость кожи, а Detox помогает очистить организм от токсинов. Metabolism содержит запатентованный французский комплекс полифенолов Vinitrox, Energy – масло МСТ, которое даёт мощный заряд энергии.

– В вашем ассортименте появилась новинка – продукты здорового питания для всей семьи под брендом Daily Value. Это что-то уникальное?

– Да, Daily Value – это бренд, который мы создали, чтобы поддержать здоровье всей семьи, включая детей. Продукты сбалансированы по составу и подходят для ежедневного употребления, что позволяет всей семье придерживаться полезного рациона, при этом у каждого члена семьи могут быть разные потребности: кто-то на кето, кто-то занимается спортом, а детям нужны просто продукты с высокой питательной ценностью, но не за счёт углеводов.

– С 2022 года вы значительно расширили ассортимент, какие новые продукты появились у вас в этом году?

– Нашему бренду стало тесно в формате снеков, поэтому мы приняли стратегическое решение в 2024 году – сделать ребрендинг и расширить линейку продукции. На полках появятся функциональные батончики с коллагеном и пробиотиками, новые вкусы любимых всеми Keto Crisp, Wellness Protein для женщин, а весной выйдут наши безалкогольные функциональные напитки красоты и молодости.

– Как вы решили выйти на экспорт в страны Ближнего Востока?

– С самого начала бренд задумывался экспортно ориентированным. А дальше уже дело техники: мы получили запросы от международных дистрибьюторов, которые увидели потенциал наших продуктов для своих рынков. Также при поддержке Московского экспортного центра дважды принимали участие в выставке Gulfood и бизнес-миссиях в Саудовскую Аравию и ОАЭ. На Ближнем Востоке очень высокий уровень диабета и ожирения населения, в связи с этим направление кето там не является диковинным, и наша продукция очень востребована.

– В каких выставках и форумах ваша компания успела принять участие за последнее время?

– Мы постоянно принимаем участие в отраслевых и тематических выставках, форумах, конгрессах. Недавно приняли участие в конгрессе «Национальное здоровье», Евразийском женском экономическом форуме, форуме «Здоровое общество» и многих других.

– У вас в планах – запустить wellness-линейку. Какие продукты ждать потребителю в следующем году и в чём будет их уникальность для женщин?

– В следующем году мы планируем представить новые продукты для женского здоровья, включая добавки для поддержки кожи, углеводного и гормонального баланса. Эта линейка будет сочетать в себе лучшие компоненты для женского здоровья и активного долголетия. Также мы работаем над продуктами, которые помогут женщинам плавно перейти на новый этап своей жизни: менопауза. В настоящее время у менопаузы возраст сильно отличается от того, в котором входили наши мамы и бабушки, и некоторые входят в менопаузу уже в возрасте до 30 лет. Поэтому наша продукция будет очень актуальной.

Беседовала
Алина Волкова

Компания «ТЕХТРЕЙД» является ведущим оператором в сфере складской логистики и грузоперевозок по России. Благодаря современным технологиям, собственным складам класса А и обширному автопарку «ТЕХТРЕЙД» обеспечивает надёжное хранение и оперативную доставку грузов по всей территории страны.



ДЕВИЗ КОМПАНИИ «ТЕХТРЕЙД» – «БЫСТРО, БЕЗОПАСНО И МАКСИМАЛЬНО ВЫГОДНО ДЛЯ КЛИЕНТА!»



СКЛАДСКАЯ ЛОГИСТИКА

Для специалистов компании «ТЕХТРЕЙД» каждый клиент уникален. Под любой запрос клиента найдётся самое оптимальное и выгодное решение по складскому хранению.

ОТВЕТСТВЕННОЕ ХРАНЕНИЕ

«ТЕХТРЕЙД» предлагает услуги ответственного хранения на собственных складах, расположенных в Москве и Подмосковье. Эти склады оборудованы современными системами безопасности и климат-контроля, что гарантирует сохранность ваших товаров при любых условиях. Круглосуточная охрана и видеонаблюдение обеспечивают дополнительный уровень безопасности.

КРОСС-ДОКИНГ

Услуга кросс-докинга от «ТЕХТРЕЙД» позволяет существенно сократить время нахождения товаров на складе. Грузы сразу перенаправляются с одного транспортного средства на другое, минуя длительное хранение. Это значительно ускоряет процесс доставки и уменьшает логистические затраты.



ЛОГИСТИКА И СЕРВИС ПОСМ

ТЕХТРЕЙД

3PL-УСЛУГИ

Компания «ТЕХТРЕЙД» предоставляет полный спектр 3PL-услуг, включающих в себя управление цепочками поставок, складирование, транспортировку, обработку заказов и другие логистические операции. Это позволяет клиентам сосредоточиться на основном бизнесе, передавая все логистические процессы профессионалам.

ПРЕИМУЩЕСТВА СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ «ТЕХТРЕЙД»:



- инновационные технологии — использование передовых систем управления складом (WMS) для оптимизации процессов и минимизации ошибок;
- снижение затрат — оптимизация логистических маршрутов и процессов позволяет существенно сократить издержки на транспортировку и хранение;
- индивидуальный подход — каждый клиент получает персонализированные

решения, адаптированные под его уникальные потребности и требования.

ГРУЗОПЕРЕВОЗКИ ПО РОССИИ



АВТОМОБИЛЬНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ

Компания «ТЕХТРЕЙД» предлагает полный спектр услуг по автомобильным перевозкам, что позволяет удовлетворить любые потребности клиентов. В автопарке компании присутствуют различные виды транспортных средств: от малотоннажных до крупнотоннажных грузовиков. Это позволяет выполнять заказы любого объёма и сложности.

1. Малотоннажные перевозки. Подходят для доставки небольших партий товаров. Эти транспортные средства обладают высокой манёвренностью, что позволяет осуществлять доставку даже в условиях плотного городского трафика.
2. Крупнотоннажные перевозки. Используются для транспортировки крупных партий товаров на дальние рас-

стояния. Оснащение таких грузовиков рефрижераторами позволяет перевозить скоропортящиеся продукты и медикаменты.

3. Специализированные транспортные средства. Включают в себя автоцистерны для жидкостей, платформы для перевозки негабаритных грузов и другие специальные машины.

МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ



Для оптимизации маршрутов и сокращения сроков доставки «ТЕХТРЕЙД» активно использует мультимодальное перевозку. Это комбинирование различных видов транспорта, таких как автомобильный, железнодорожный и морской, для достижения наибольшей эффективности.

Преимущества мультимодальных перевозок:

- экономия времени — использование различных видов транспорта позволяет минимизировать задержки на пути следования;

- снижение затрат — оптимизация маршрутов и использование наиболее эффективных видов транспорта для каждого этапа доставки;

- гибкость логистики — возможность адаптации под любые изменения в условиях перевозки или требованиях клиента.

МЕЖДУГОРОДНИЕ ПЕРЕВОЗКИ

Компания «ТЕХТРЕЙД» осуществляет доставку грузов по всей территории России, включая самые отдалённые регионы. Это достигается благодаря разветвлённой сети филиалов и партнёров по всей стране.

- Обширная география перевозок — доставка осуществляется в города и населённые пункты по всей России, что обеспечивает охват самых различных рынков;

- мониторинг транспортных маршрутов — постоянный контроль состояния транспортных маршрутов и движения автотранспорта позволяет своевременно реагировать на любые изменения и избегать задержек;



- надёжность и оперативность — высокий уровень сервиса и профессионализм сотрудников гарантируют точное соблюдение сроков и сохранность груза на всём пути следования.

ПРЕИМУЩЕСТВА ГРУЗОПЕРЕВОЗОК «ТЕХТРЕЙД»:



- Надёжная и быстрая доставка грузов. Благодаря современному автопарку и инновационным технологиям компания гарантирует точное соблюдение сроков доставки и сохранность груза. Ваши товары будут доставлены в целостности и сохранности, независимо от сложности маршрута.

- Высококачественное складское обслуживание. Современные склады класса А, оснащённые передовыми системами безопасности и управления, обеспечивают идеальные условия для хранения любых видов товаров. Услуги ответственного хранения и кросс-докинга позволяют минимизировать время и затраты на логистику.

- Индивидуальный подход к каждому клиенту. «ТЕХТРЕЙД» предлагает персонализированные решения, адаптированные под уникальные потребности каждого клиента. Будь то крупная корпорация или малый бизнес, каждый заказ будет обработан с максимальной внимательностью и профессионализмом.

- Гибкие условия сотрудничества и конкурентные тарифы. Компания стремится предоставлять услуги по доступным ценам, предлагая гибкие условия оплаты и специальные предложения для постоянных клиентов. Это позволяет эффективно планировать бюджет и оптимизировать логистические расходы.

- Высокий уровень клиентской удовлетворённости. Многочисленные положи-

тельные отзывы клиентов и стабильный рост числа заказов свидетельствуют о высоком уровне удовлетворённости и доверия к компании «ТЕХТРЕЙД». Компания всегда готова к сотрудничеству и нацелена на долгосрочные партнёрские отношения.

POSM

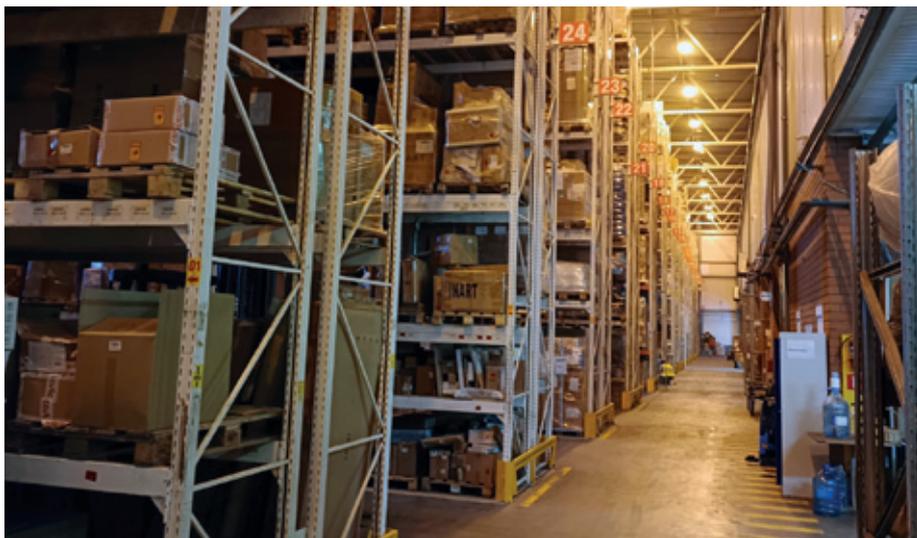
Одно из востребованных направлений работы компании «ТЕХТРЕЙД» — обслуживание торгового оборудования и POSm. Специалисты компании предлагают комплексный сервис по производству, поставке, установке и обслуживанию рекламных носителей в Москве, Московской области и России. Вниманию клиентов представлены сотни дизайнерских аксессуаров для мгновенного привлечения внимания покупателей и роста продаж. «ТЕХТРЕЙД» изготавливает и поставляет такие POS-материалы, как:

- полочные разделители;
- рекламные держатели;
- подвесные системы;
- стопперы;
- шелфтокеры;
- воблеры;
- флажки;
- диспенсеры;
- упаковки.

Конструкции и аксессуары подбираются с учётом особенностей продвигаемых товаров, специфики объектов и рекламных целей заказчика. Компания «ТЕХТРЕЙД» предлагает своим клиентам широкий выбор рекламных конструкций для оформления напольных, потолочных и настенных поверхностей, входных групп и торговых залов, кассовых зон и мест выкладки продукции, а также других пространств.

«ТЕХТРЕЙД» ежемесячно успешно выполняет десятки проектов для различных клиентов, включая государственные корпорации, крупные бренды и малый бизнес. Компания демонстрирует высокий уровень удовлетворённости клиентов, что подтверждается положительными отзывами и растущим количеством заказов.

Сотрудничество с «ТЕХТРЕЙД» предоставляет уверенность в надёжной и быстрой доставке грузов, высококачественное складское обслуживание и индивидуальный подход к каждому клиенту. Выбирая «ТЕХТРЕЙД», вы делаете важный шаг к успешному развитию вашего бизнеса.



Компания ООО «ЭкоТек» с 2017 года является региональным оператором по обращению с ТКО по югу Кемеровской области. За годы успешной работы на вверенной компании территории была создана современная инфраструктура по вывозу, экологически безопасной обработке и утилизации твёрдых коммунальных отходов. Под контролем предприятия ежегодно проводится огромная работа по сохранению чистоты и первозданности окружающей природы, внедряются новые практики для увеличения использования доли вторичного сырья на производствах, планомерно реализуется проект по раздельному сбору отходов «Дольки». Директор дивизиона группы компаний, подконтрольных ООО «ЭкоТек», Елена Туранова верит, что уже в ближайшие 5-10 лет Россия сможет полностью перейти к экономике замкнутого цикла. И ООО «ЭкоТек» делает всё, что зависит от компании, чтобы ускорить этот процесс.



ООО «ЭКОТЕК»:

«МЫ СТАРАЕМСЯ ИЗМЕНИТЬ ОТНОШЕНИЕ ЛЮДЕЙ К РАЗДЕЛЬНОМУ СБОРУ МУСОРА, ЧТОБЫ СДЕЛАТЬ НАШУ ПРИРОДУ ЧИЩЕ, А ЭКОНОМИКУ – КРЕПЧЕ»

– Елена Александровна, сегодня вы являетесь директором дивизиона группы ТКО в Кузбассе, под вашим началом работает более 600 человек. Расскажите о вашем становлении как руководителя. Какие качества характера помогли вам добиться успеха в своей профессиональной деятельности?

– Начну с того, что когда-то, в 2011 году, я пришла в совершенно новую для меня отрасль менеджером по качеству. Тогда у меня было слабое представление об отрасли, но было огромное желание двигаться вперёд и учиться новому. Когда это было необходимо, я просила дополнительное время на изучение задачи, разбиралась, докапывалась до сути, не отказываясь от любых поручений и работы, даже если это не касалось моих прямых обязанностей или если не хватало опыта.

Было понимание того, что желание и трудолюбие помогут мне выполнить любую, даже очень сложную, на первый взгляд, задачу. Я стала приверженцем компании. В этом смысле мне по духу очень близки слова философа Альберта Швейцера: «Успех – это не ключ к счастью. Счастье – это ключ к успеху. Если вы любите то, что делаете, вы будете успешны». Не нужно бояться выйти из зоны комфорта, поскольку это является точкой личного и профессионального роста. Не следует бояться новых задач и ответственности – нужно расти над собой. Я считаю это очень важным для руководителя любого уровня.

– Какие ступени карьерной лестницы предшествовали вашему новому назначению на должность директора дивизиона группы компаний в сфере обращения с ТКО по Кемеровской области? Перед вами вновь стоят новые задачи...

– Двигалась вперёд я постепенно: сначала стала начальником отдела, затем – заместителем генерального директора, а через пять лет – управляющим директором. В компанию ООО «ЭкоТек» я пришла в 2020 году в качестве управляющего директора.

Сегодня передо мной, как перед руководителем дивизиона, стоят задачи стратегические, они касаются развития группы компаний в области организации сбора, транспортирования, захоронения и обработки твёрдых коммунальных отходов.

Любое движение вперёд невозможно без крепкой команды, и одна из задач любого руководителя – собрать такую команду, в которой можно спокойно делегировать задачи и быть уверенной в их выполнении, сплотить команду. К каждому нужно найти свой ключик и свой подход. И я горжусь своими сотрудниками, очень много важной работы делается нашими коллегами: водителями, сортировщиками, узкопрофильными специалистами. Мне хочется отметить их работу и поблагодарить за тот труд, который они вкладывают в общее дело чистоты и порядка на вверенной нам территории.

– Что помогло вам, на вид хрупкой женщине, навести идеальный порядок в

вверенном вам подразделении? Коллектив-то у вас, наверное, преимущественно мужской?

– А вот, кстати, и нет! В компании «ЭкоТек» коллектив по большей части женский, потому что менеджеры, операторы кол-центра и диспетчеры в основном девушки. Что мне помогло? Однозначно, наверное, решимость и умение взять на себя ответственность за принятое решение.

Я считаю важным уметь вовремя сообщить о проблеме, если она возникла. Но прийти желательно не с проблемой к коллегам, а уже с её решением или предложением решения. И желательно, чтобы этих предложений было как минимум три.

Руководитель – это человек, который большую часть времени проводит в общении, поэтому нужно уметь любить людей, быть, наверное, экстравертом. Важно способствовать росту и развитию своих подчинённых. Умение работать с людьми помогает не только навести идеальный порядок, но и горы свернуть, если потребуется (*смеётся*).

– Есть отрасли, в которых, так уж сложилось, либо ругают, либо молчат. А вот если молчат – значит, всё хорошо: во дворе дома чисто и мусор уместается в контейнере. Не бывает вам обидно за то, что у нас так мало принято хвалить за чистоту?

– Вы знаете, я иногда читаю такие комментарии со своей фамилией, что волосы дыбом встают! Но здесь мне помогает то, что я человек очень позитивный. Вот

для кого-то стакан наполовину пуст, а для меня он всегда наполовину полон!

За счёт своей эмоциональной позитивности я не принимаю близко к сердцу негативные отзывы. Не ошибается только тот, кто ничего не делает! В любой работе бывают сбои. И чаще всего они какие-то объективные. Бывает, что идёт снегопад, и машина просто не может выехать из гаража. И в этом случае всё равно все недовольства адресованы нам. Тут остаётся только принять это и сказать: «Да, действительно, мы к вам не доехали. Но совсем скоро мы исправим эту ситуацию».

Критиковать может практически каждый, а вот замечание соседу, чтобы он не парковался рядом с контейнерами, так как мусоровоз не сможет подъехать к площадке, сделают единицы. Я всегда говорю коллегам «спасибо» за тот труд, который они делают. У нас есть миссия, есть политика, и в данном случае мы не просто взяли и вывезли мусор, мы стараемся изменить отношение к этому. Стремимся к тому, чтобы в городе и на территории, которую мы обслуживаем, стояли евроконтейнеры, мы выходим с инициативой по новым облагороженным площадкам, потому что жителю приятно подойти и выбросить мусор на чистой площадке в современный контейнер. И мы делаем для этого всё возможное.

Да, нас не так много хвалят. Но в моём случае это не приводит к выгоранию, потому что я очень люблю дело, которым занимаюсь. Это подпитывает, потому что ты видишь результат своей работы. И в дождь, и в снег, и в жару, и в стужу ты всё равно видишь чистую территорию. Да, бывают сбои и какие-то неприятные ситуации. Но всегда нужно выйти из них с честью и с достоинством. И если это случилось вдруг по нашей вине в силу каких-то обстоятельств, нужно это признать и быстро устранить.

Приятно, когда происходит какое-то награждение от лица муниципальных властей, от лица губернатора. Приятно, что тебя заметили и отметили. Это значит, что предприятие не зря работает. Но к этому нужно относиться спокойно. Мы же работаем не ради похвалы, а потому что хотим сделать наш мир чище и лучше. А если работаешь только за похвалу – тогда, конечно, может случиться выгорание.

– О важности перехода на экономику замкнутого цикла говорят все. Компания «ЭкоТек» ежегодно проводит большую работу в этом направлении. Много ли предприятий вашего региона используют в производстве переработанные отходы?

– На сегодняшний день в Кемеровской области не так много предприятий, которые занимаются переработкой. Тут мы уступаем центральной части России. Но

предприятия такие есть. Например, предприятие «Кузбасский СКАРАБЕЙ» забирает у нас на переработку бумагу. Они модернизировали своё производство и делают из неё картон, бумагу и упаковочные материалы. Также на переработку забирают шины. А вот что касается пластика – мы его брикетируем и передаём на предприятия, находящиеся в Новосибирске.

Реформа идёт, ещё шесть лет назад не было полигонов, а были свалки, где отходы никак не сортировались. Сейчас технологии шагнули далеко вперёд. Всё идёт к экономике замкнутого цикла. Отходы должны разделяться. А вот какую систему выбрать – дуальную или многофракционную, это нам ещё предстоит понять и внедрить. Мы опробовали дуальную систему сбора ТКО. Это два контейнера: один – для смешанных отходов, а второй – для бумаги, пластика, стекла и алюминиевых банок. Но, к сожалению, порядка 80% идёт смешение. Люди пока не всегда осознанно относятся к этому, и наша задача – популяризация раздельного сбора отходов. Чем чище мы сами изначально это сырьё разделим, тем больше мы его отдадим в переработку и

– Год назад в интервью нашему журналу вы рассказывали о проекте раздельного сбора отходов «Дольки». Мы говорили о том, что для эффективной реализации этого проекта раздельный сбор мусора должен стать образом жизни каждого россиянина. Что изменилось за этот год? Отмечаете ли вы положительную тенденцию по вовлечению жителей вашего региона в улучшение экологической ситуации?

– Процент отсортированного мусора по-прежнему остался приблизительно на отметке в 20%. Но очень отраднo, что в историю раздельного сбора мусора всё больше вовлечено детское население, и этому способствуют занятия в школе, которые проводит один из наших сотрудников. На наши мероприятия приходят семьями, а значит, мы работаем в этом направлении не зря.

Для России раздельный сбор мусора – это ближайшие 5-10 лет. Я могу ошибаться, но прислушаемся к моей интуиции. Я верю, что реформа достигнет своих целей в этот срок.



проще будет что-то из него сделать. Сейчас важно поддержать переработчиков, готовых это сырьё забирать и делать из него что-то. Оно может применяться во многих отраслях: например, при строительстве дорог. У нашей страны огромные территории, и пока реформа идёт не через кнут, а через пряник. Через систему образования и вызвания к здравому смыслу.

Мы часто участвуем в культурно-массовых мероприятиях в разных городах. Например, во всероссийском субботнике «Кузню приберите» компания «ЭкоТек» совместно с нашими партнёрами «Сороежкой» и «ЭкоЛэндом» является гарантом того, что собранные отходы будут отсортированы и правильно распределены на полигоне. Большой популярностью пользуются экскурсии на завод.

– Насколько амбициозны планы по развитию компании «ЭкоТек»?

– В нашей группе компаний каждое предприятие готовит себе генеральную цель по развитию на ближайшие пять лет и прописывает комплекс мероприятий, который необходимо реализовать для выполнения поставленных целей. Нам сейчас важно изучать и внедрять новые технологии, которые позволяют захоранивать в два раза меньше отходов. Мы стремимся к тому, чтобы как можно больше полезных фракций подвергалось дополнительной переработке, чтобы снизить вредное воздействие на окружающую среду. И мы будем плотно работать в этом направлении.

Беседовала Анна Добрынина

Вильгельмина Шавшина, «Б1»:

«В СЛОЖНЫЕ ВРЕМЕНА УСИЛИВАЮТ СВОИ ПОЗИЦИИ ТЕ, КТО НЕ БОИТСЯ РИСКОВАТЬ»

Кандидат юридических наук, партнёр и руководитель группы таможенного регулирования и международной торговли Группы компаний «Б1», доцент СПбГУ и признанный эксперт в области государственного регулирования с колоссальным опытом в сфере внешнеэкономической деятельности Вильгельмина Шавшина рассказала в интервью нашему изданию о своей карьере, об уникальности правовой практики в рамках внешнеторгового направления, о плодотворном сотрудничестве с китайским бизнесом-сообществом и об актуальности собственных онлайн-курсов СПбГУ.



– Вильгельмина, расскажите немного о себе: как вы начали работать в сфере ВЭД и почему это стало делом вашей жизни?

– Уже четыре года являюсь партнёром и руководителем группы международной торговли и таможенного регулирования в Группе компаний «Б1». В целом в профессии юриста по ВЭД реализую себя более 28 лет, хотя изначально получила образование на факультете технической кибернетики в политехническом университете, но в дальнейшем кардинально сменила профессию, о чём совсем не жалею. Именно кибернетика даёт мне системный взгляд на вещи, помогает грамотно отлаживать процессы, легко встраивает знания в предмет, что является большим преимуществом в моей профессии гуманитарного профиля – юриста.

Я с отличием окончила юридический факультет СПбГУ и уже во время учёбы начала работать в таможенных органах: те семь лет дали мне колоссальную правоприменительную практику. Кроме того, в то время я возглавила правовую службу в одной из крупнейших таможен в России: когда имеешь в подчинении 35 человек, половина из которых вдвое старше тебя, это ни с чем не сравнимый опыт. Затем у меня появилась своя адвокатура – приглашение Юрия Новолодского, это гурู юриспруденции, который был начальником Управления юстиции Санкт-Петербурга ещё при Анатолии Собчаке. И когда появилась возможность уйти от государственных коллегий адвокатов и стали появляться альтернативные, одна из первых была образована Юрием Михайловичем – коллегией адвокатов имени Анатолия Собчака, куда он пригла-

сил меня возглавить направление по ВЭД и обучил профессии защитника бизнеса. А через три года я получила приглашение присоединиться к крупнейшей международной юридической практике DLA Piper, где в качестве руководителя практики по таможенному регулированию и ВЭД проработала почти 16 лет.

– Являясь партнёром Группы компаний «Б1», в чём вы видите её ключевую особенность в сравнении с другими аналогичными компаниями?

– В своей юридической ипостаси я сменила несколько этапов: госслужба, адвокатура, международно-юридическая практика. Я помню тот «гэп», который пришлось перепрыгнуть, когда я переходила из адвокатуры в международно-юридическую практику, это был действительно очень интенсивный опыт. Но с переходом в ведущую международную практику E&Y «гэп», к моему удивлению, оказался ещё больше, потому что в «Б1» (ex E&Y) уровень корпоративной культуры, подхода к элементарной человеческой коммуникации и впрямь космический.

Я назыву три ключевых фактора, которые отличают нашу команду от остальных. Первое – здесь высочайший уровень стандарта клиентского сервиса, то есть готовность решать для клиента любой возникающий вопрос, реагировать на любой запрос, обеспечивать полную поддержку клиента на всех этапах реализации проекта. У нас в команде свыше четырёх с лишним тысяч профессионалов, это десять городов в России, и ключевое отличие – это сколько ресурсов компания вкладывает в обучение и развитие своего персонала.

Второе – это культура общения с клиентами, способность к эмпатии, индивидуальный подход к каждому. Я считаю, что половина успеха сопряжена с тем, насколько ты можешь эмоционально сопереживать клиенту и понимать его проблему не только как эксперт, но и как обычный человек. Когда ты понимаешь, что каждый кейс уникален, что надо искать персонализированное решение, которое будет учитывать специфику бизнеса, его потребности, тем более на том этапе экономического развития, в тех политических реалиях, в которых мы сейчас находимся. Основная наша стратегия – выстраивание долгосрочных партнёрских отношений с клиентом, взаимовыгодное сотрудничество.

И третье ключевое отличие – это уровень тех инновационных технологий, которые использует «Б1». А именно: внедряются самые современные IT-решения, которые позволяют автоматизировать многие процессы, сократить сроки выполнения задач, что улучшает качество услуги.

– Расскажите о сотрудничестве «Б1» с известными бизнес-сообществами.

– Когда обслуживаешь не иностранный, а российский бизнес, который сейчас нацелен и на экспортные рынки, нужно давать своим клиентам возможности для расширения. На данный момент российский бизнес активно сотрудничает с Индонезией, Индией, Китаем, Турцией, и поэтому в российских деловых кругах идёт тесное взаимодействие с известными бизнес-сообществами. Это в первую очередь «большая четвёрка» российских

деловых объединений: РСПП, ТПП РФ (где я являюсь экспертом Совета по таможенной политике), «Деловая Россия» и «ОПОРА России», на чьи ежемесячные заседания меня приглашают как эксперта.

Кроме того, «Б1» работает с Ассоциацией менеджеров России, около 15 лет я состою в руководстве Ассоциации европейского бизнеса, последние четыре года являюсь председателем Комитета по таможене и транспорту, до этого была сопредседателем Комитета по таможене и транспорту в Американской торговой палате; плюс Индийский Бизнес Альянс, Тихоокеанско-Евразийский Деловой Альянс. Как видите, мы очень активно общаемся с бизнесом и понимаем, что бизнес не хочет быть заложником тех или иных политических реалий, бизнесу хочется работать и нормально зарабатывать.

– В 2024 году «Б1» стала генеральным советником Союза китайских предпринимателей в России и Российско-Азиатского Союза промышленников и предпринимателей (РАСПП). Как продвигается работа компании в этом направлении?

– Для нас это очень ценно, потому что, по сути, является формализацией признания нашей экспертизы в актуальных темах на китайском направлении. Мы это расцениваем как важный шаг к дальнейшей интеграции в китайское бизнес-сообщество. Одним из значимых проектов стало совместное издание с МТВК «Гринвуд», где размещается много китайских компаний, вместе с Союзом китайских предпринимателей и при их поддержке брошюры *Doing business in Russia* на китайском языке, которую готовила именно ГК «Б1». Она предназначена для помощи китайским инвесторам, планирующим или уже ведущим бизнес в России. В ней собрана вся актуальная информация о ключевых аспектах и нюансах регулирования, которая влияет на инвестиционную деятельность.

Также мы проводили установочные сессии с РАСПП, обсуждали форматы дальнейшего взаимодействия и готовим расширенную презентацию по ведению бизнеса в России, которая будет представлена членам и партнёрам ассоциации.

Кроме того, совместно с китайским бизнес-парком «Хуамин» в 2024 году мы выпустили налоговый календарь на китайском языке; по приглашению Российско-Китайской палаты выступали спикерами на конференции-семинаре «Актуальные решения вопросов торговли с Китаем и другими странами БРИКС+». Плюс внутри компании «Б1» идёт интенсивное обучение сотрудников основам китайской бизнес-культуры и этикета.

– Что собой представляет программа «Деловые женщины»?

– Программа «Деловые женщины» направлена на поддержку женского предпринимательства и расширение возможностей карьерного роста среди женщин. Она включает в себя одноимённый ежегодный конкурс, проводимый ГК «Б1» с 2013 года, и серию образовательных проектов. Когда эта программа только запускалась, мы обращали внимание на то, что большое количество женщин занимало именно те должности, которые традиционно считаются женскими. Однако их роль в бизнесе становилась всё более заметной, работа начинала существенно влиять на операционную деятельность компании, поэтому в конкурсе «Деловые женщины» было выделено два направления, предпринимательское и корпоративное, чтобы помогать предпринимательницам расширять масштабы своей деятельности, а женщинам из корпоративного сектора – решать более амбициозные задачи, увеличивая возможности своего карьерного роста.

Наша глобальная миссия – сформировать сообщество, в рамках которого можно поддерживать друг друга, знакомиться с потенциальными партнёрами, клиентами, поставщиками, обмениваться опытом. И в рамках этой программы мы проводим различные встречи, дискуссии, бизнес-завтраки, чтобы обсуждать вопросы, которые волнуют предпринимательское сообщество. К примеру, у нас вошло в традицию встречаться в компании едино-



**ОСНОВНАЯ СТРАТЕГИЯ
«Б1» – ВЫСТРАИВАНИЕ
ДОЛГОСРОЧНЫХ
ПАРТНЁРСКИХ
ОТНОШЕНИЙ
С КЛИЕНТОМ,
ВЗАИМОВЫГОДНОЕ
СОТРУДНИЧЕСТВО.**

мысленниц в преддверии Нового года и на 8 Марта, на что мы получаем массу восхитительных отзывов.

– Вы подготовили онлайн-курсы СПбГУ «Формирование таможенной стоимости» и «Проведение таможенных проверок». Расскажите о них поподробнее.

– Эти курсы созданы в первую очередь для людей, связанных с бизнесом, который реализует связь экспорта с импортом, занимается ВЭД, обеспечивает перемещение товара. Я постаралась сделать их доходчивыми, не вдаваться в слишком сложные и специфические проблемы, чтобы они были актуальными и для представителей других профессий, которым хотелось бы глубже понимать таможенное регулирование. К тому же эта сфера очень интенсивно развивается с точки зрения законодательства. А когда нормы пишутся быстро, страдает юридическая техника, из-за чего возникает много пробельных моментов в регулировании. Наши курсы помогут узнать, что на эту тему думает эксперт, и это будет интересно и широкой аудитории. В видеолекциях записана самая актуальная информация, учитывающая последние изменения в законодательстве.

Главное преимущество курсов в том, что, как практикующий специалист, я действительно очень хорошо понимаю все судебные-арбитражные и правоприменительные тенденции. И в рамках курсов я упоминаю о правоприменении, о том, как складывается текущая судебная практика.

– Как изменились запросы заказчиков после введения санкций? Какие страны, на ваш взгляд, наиболее привлекательны в настоящее время для российского бизнеса?

– Безусловно, на нас очень повлияли санкции и те действия, которые РФ приняла в качестве ответных мер. Однако бизнес в любом варианте хочет работать, а иностранный бизнес очень не хочет терять российский рынок. Что бы там ни говорили, наш потребительский рынок – один из самых значительных. Всё это вынудило нас проводить реструктуризацию сети поставок, переориентироваться на партнёров из дружественных юрисдикций: это Ближний Восток, Китай, Азия, Индонезия.

В целом же хочу сказать, что те компании, которые сейчас занимаются ВЭД, – просто герои! В сложные времена всегда выживает сильнейший, усиливают свои позиции те, кто не боится рисковать, кто занимает максимально проактивную позицию, и они в итоге только выигрывают.

Подготовила Алина Волкова

На сегодняшний день особая экономическая зона «Санкт-Петербург» занимает второе место в ESG-рейтинге среди ОЭЗ России, являясь одной из самых эффективных промышленных площадок России. 73 компании, находящиеся на её территории, стабильно развиваются, наращивают производственные мощности и расширяют продуктовые линейки. О ключевых преимуществах особой экономической зоны «Санкт-Петербург», о выстраивании сотрудничества с крупным бизнесом, об активном контакте с инвесторами из Китая, стран СНГ и БРИКС, а также о планах по расширению ОЭЗ и новой площадке «Дыбенко» мы побеседовали с генеральным директором особой экономической зоны «Санкт-Петербург» Тамарой Рондалевой.



ОЭЗ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»: УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В НАСТОЯЩЕМ И УВЕРЕННОСТЬ В БУДУЩЕМ

– Тамара Владимировна, особая экономическая зона «Санкт-Петербург» функционирует без малого 20 лет и на сегодняшний день входит в число самых эффективных промышленных площадок России. На её территории в 337 гектаров свои проекты по разработке и производству высокотехнологичной продукции реализуют уже 73 компании. В чём состоит конкурентное преимущество ОЭЗ «Санкт-Петербург»?

– Во-первых, Санкт-Петербург, как крупный образовательный и научный центр, предоставляет отличный доступ к высококвалифицированной рабочей силе и открывает возможности для сотрудничества с университетами и другими образовательными учреждениями. Это создаёт благоприятные условия для инновационного развития и внедрения новых технологий.

Кроме того, наша ОЭЗ получает значительную поддержку от региональной и федеральной властей.

Ещё один значимый фактор заключается в том, что Санкт-Петербург занимает стратегически выгодное расположение, которое облегчает доступ к международным рынкам и логистическим маршрутам. Все эти факторы делают нашу ОЭЗ привлекательной для инвестиций и способствуют успешному развитию бизнеса.

– В 2023 году резиденты особой экономической зоны «Санкт-Петербург» инвестировали в свои проекты более 20 миллиардов рублей. Расскажите, на какого инвестора сейчас ориентирована ОЭЗ?

– Мы постоянно работаем над привлечением новых резидентов, особенно с учётом долгожданного расширения ОЭЗ

в конце прошлого года. На данный момент мы поддерживаем активный контакт с инвесторами из Китая, стран СНГ

«РЕЗИДЕНТЫ ВСЁ ЧАЩЕ ИЩУТ ГОТОВЫЕ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ОБЪЕКТЫ, КОТОРЫЕ ПОЗВОЛЯЮТ ИМ БЫСТРО РАЗВЕРНУТЬ СВОЁ ПРОИЗВОДСТВО».

и БРИКС. И видим рост интереса со стороны компаний из различных секторов, таких как фармацевтика, биотехнологии, медицинское оборудование и микроэлектроника. Эти отрасли – ключевые для экономики региона.

Однако к нам в последнее время также приходят предприятия из отраслей станкостроения, приборостроения, производства тяжёлого металлорежущего оборудования, деталей двигателей наземного и авиационного применения, лабораторного оборудования и аналитических приборов, инновационного электротехнического оборудования. Это разнообразие способствует обмену опытом и созданию инноваций, что, в свою очередь, развивает синергию между компаниями.



– На данный момент вы располагаете четырьмя площадками: «Нойдорф» и «Новоорловская», которые полностью заполнены инвесторами, а также «Парнас» и «Шушары». А в прошлом году Санкт-Петербург инициировал расширение ОЭЗ.

– В настоящее время мы активно занимаемся проектированием инженерной инфраструктуры. Площадка «Парнас» уже практически полностью занята резидентами, и мы приступили к её инфраструктурному развитию. На проектирование и строительство инженерной инфраструктуры выделено 2,8 млрд рублей из городского бюджета.

Что касается площадки «Шушары», в следующем году мы планируем разработать проектную и рабочую документацию, а также провести её экспертизу. Строительство инфраструктуры на этой площадке запланировано на период с 2025 по 2028 год, и, по предварительной оценке, оно потребует бюджетных инвестиций в размере 15,4 млрд рублей.

Кроме того, правительство города активно работает над присоединением ещё одного участка площадью 27 гектаров, который будет называться «Дыбенко». Этот участок находится в городской черте, вблизи метро, что делает его особенно привлекательным для инвесторов. Мы уверены, что эти шаги создадут дополнительные возможности для развития бизнеса и привлечения новых резидентов в ОЭЗ.

– На площадке «Новоорловская» запланировано строительство второго инновационного центра для новых резидентов, которое завершится в 2026 году. Как продвигается проектирование данного объекта?

– Проектирование объекта идёт по графику. В настоящее время проект уже поступил в Санкт-Петербургское государственное автономное учреждение «Центр

государственной экспертизы». Мы планируем завершить проектирование в первом квартале 2025 года.

– Удалось ли особой экономической зоне «Санкт-Петербург» с момента начала действия антироссийских санкций – а прошло уже почти два года – урегулировать и восстановить активную реализацию инвестпроектов?

– Несмотря на вызовы, связанные с антироссийскими санкциями, ОЭЗ «Санкт-Петербург» успешно адаптировалась и продолжила реализацию инвестиционных проектов. Мы внедрили новые подходы к привлечению инвестиций и поддержке резидентов, что позволило многим компаниям найти альтернативные поставщики и партнёров, а также развивать новые направления деятельности.

Активно создавая благоприятные условия для бизнеса, включая налоговые льготы и упрощение административных процедур, компании в ОЭЗ стабильно развиваются, наращивая производственные мощности и расширяя продуктовые линейки. Резиденты проинвестировали более 115 млрд рублей, создали свыше 7,2 тыс. высокотехнологичных рабочих мест, а их объём выручки достиг более 448 млрд рублей.

Кроме того, мы усилили сотрудничество с отечественными производителями и образовательными учреждениями, что позволяет нам поддерживать текущие проекты и запускать новые. В результате, несмотря на сложные условия, мы наблюдаем рост интереса со стороны инвесторов и продолжаем развивать инфраструктуру нашей ОЭЗ.

– Меняются ли критерии выбора локации со стороны инвесторов на фоне общей трансформации российской экономики?

– Да, критерии выбора локации меняются. С развитием цифровизации, изменениями в законодательстве, а также с учётом геополитической обстановки и мировых экономических трендов инве-

сторы могут пересматривать свои приоритеты при выборе места для размещения своих инновационных проектов.

Для привлечения инвестиций важно учитывать эти изменения и адаптировать локации под новые требования инвесторов. Это может включать в себя создание благоприятной инвестиционной среды, развитие инфраструктуры, обеспечение доступа к квалифицированным кадрам, а также разработку новых мер поддержки инновационных проектов.

– Как меняется запрос на сервисы со стороны резидентов вашей ОЭЗ?

– Для инвесторов на сегодняшний день на первом месте стоят вопросы материально-технического характера. Повышен спрос на готовые производственные площадки. Резиденты всё чаще ищут готовые к использованию объекты, которые позволяют им быстро развернуть своё производство. Многим резидентам, например, необходимо возведение производственных зданий «под ключ», наличие подготовленной исходно-разрешительной документации. Для удовлетворения потребностей в готовых площадях мы планируем строительство трёх объектов на трёх наших площадках общей площадью более 50 тыс. кв. м. Также есть запрос на качественную подготовку бизнес-плана и строительство производственных объектов «под ключ». В проработке находится создание отдела по ремонту объектов резидентов, который бы был способен оперативно по заявке компании осуществить широкий спектр ремонтных работ.

– ОЭЗ «Санкт-Петербург» за прошлый год повысила свои позиции и заняла второе место в ESG-рейтинге среди ОЭЗ России. Какие факторы позволили этого достичь?

– ОЭЗ «Санкт-Петербург» смогла занять второе место в этом рейтинге благодаря тому, что управляющая компания ОЭЗ провела второй за три года, более глубокий аудит всех действующих площадок, что позволило выявить и устранить недостатки, а также оптимизировать процессы. Также мы включили в отчётность все рекомендованные Минэкономразвития России показатели, что повысило прозрачность и доверие к информации.

На протяжении всего года наша управляющая компания активно актуализировала, дополняла и раскрывала как финансовые, так и нефинансовые данные, что способствовало улучшению имиджа ОЭЗ.

Начатая модернизация инфраструктуры территории площадки «Новоорловская» создала условия для дальнейшего развития и привлечения новых резидентов. Все эти меры в совокупности позволили ОЭЗ «Санкт-Петербург» достичь значительных успехов в области устойчивого развития.



«МЫ НАБЛЮДАЕМ РОСТ ИНТЕРЕСА СО СТОРОНЫ ИНВЕСТОРОВ И ПРОДОЛЖАЕМ РАЗВИВАТЬ ИНФРАСТРУКТУРУ НАШЕЙ ОЭЗ».

«ПЕРВЫЙ ПЕЧАТНЫЙ ДВОР» – БОЛЬШЕ, ЧЕМ ТИПОГРАФИЯ

За более чем двадцатипятилетнее существование российское предприятие «Первый печатный двор» стало одним из лучших по производству защищённой от подделки полиграфической продукции. Её используют финансовые учреждения, учебные и медицинские заведения, производители акцизных товаров – все организации, имеющие дело с документами строгой отчётности.

Основными преимуществами компании являются собственная современная производственная база полного цикла для работы на бумажных и полимерных носителях, использование новейших технологий и современное высокопроизводительное оборудование.

О деятельности в сфере антимонопольных нарушений, о ключевых преимуществах ООО «Первый печатный двор» перед другими полиграфическими предприятиями, об изменении в отношениях с зарубежными партнёрами и о векторе развития компании на ближайшие годы мы побеседовали с заместителем генерального директора по правовым вопросам ООО «Первый печатный двор» Еленой Байковой.



– Елена Вячеславовна, как вы пришли в компанию «Первый печатный двор» и что для вас значит быть частью успешной команды на протяжении почти 15 лет?

– Основным видом деятельности ООО «Первый печатный двор» является изготовление защищённых от подделок бланков документов, используемых государственными органами. Меня пригласили на работу в компанию как эксперта по антимонопольному праву. Наша организация всегда активно участвовала в государственных торгах, и нужен был квалифицированный специалист по сопровождению закупочной деятельности.

К 2010 году я имела большой положительный опыт по рассмотрению обращений, связанных с нарушениями при проведении конкурсов и аукционов в разных регионах страны. В те годы не было электронной системы закупок, и процедуры проходили при личном присутствии участников. Приходилось много ездить по России.

Вы правильно сказали, я стала именно частью команды профессионалов, где каждый на своём месте: тендерные специалисты предоставляли своевременно

всю необходимую для правового заключения информацию. Мы все как одна семья: вместе работаем, вместе отдыхаем!

Тема антимонопольных нарушений очень неоднозначная, я занимаюсь этим направлением по сей день, поскольку законодательство быстро меняется, и моя задача – оградить компанию и руководителей от негативных последствий, которые могут возникнуть в ходе хозяйственной деятельности. Как говорится, от переговоров до сговора – один шаг, по мнению контрольно-надзорных органов.

– Какова на сегодняшний день ситуация на рынке защищённой от подделки полиграфической продукции, как вы держиваете конкуренцию?

– Конкуренция очень высокая, поскольку ассортимент продукции с каждым годом уменьшается, часть документов переходит в цифровой формат. Наш козырь перед многими другими полиграфическими предприятиями – это то, что мы имеем опыт и производственные мощности для работы на различных носителях: как бумажных, так и полимерных. Мы можем делать документы с электронными носи-

телями с высокой степенью защищённости. Благодаря своему голографическому производству полного цикла – с применением электронно-лучевой технологии – мы создаём оптические защитные элементы с разрешением не ниже 120 000 dpi, которые практически невозможно подделать.

Несмотря на то, что по профессии я юрист, работая в компании, которая постоянно развивает новые направления деятельности, я обязательно должна разбираться в технологических процессах, а также в материалах, которые мы используем на производстве, тесно взаимодействовать с коллективом. Это прекрасная возможность для развития своих компетенций как правоведа, так и руководителя.

– Какие новые нестандартные изделия «Первый печатный двор» планирует к выпуску?

– В ряде случаев это коммерческая тайна. В иных – идея может прийти внезапно. У нас нет проектов, отложенных в реализации, находящихся в мечтах на долгий срок; надо – немедленно делаем. Из того, о чём могу рассказать: мы активно продолжаем работу в области физических платёжных инструментов нестандартных форм-факторов. Команда национальной платёжной системы «Мир» всегда поддерживает новые нетривиальные решения, даже если подобное ещё не производилось и не стандартизовалось, поэтому можно ожидать положительного решения.

– В условиях санкций произошли ли какие-то изменения в отношениях с зарубежными партнёрами?

– Да, конечно, но мы использовали параллельно несколько направлений для решения возникших проблем.

Во-первых, как показало время, релокация поставщиков произошла не полностью. В ряде европейских корпораций проведён ребрендинг с открытием российской компании; или же они продолжают работу через компании-посредники.

Во-вторых, мы уже имели опыт работы с партнёрами из Индии и Китая, который очень пригодился при более масштабной смене поставщиков, чем в 2014 году. Поиск новых поставщиков лучше осуществлять посредством участия в выставках и форумах как в России (Москва, Сочи, Санкт-Петербургский экономический форум, Восточный экономический форум и другие), так и за рубежом (Шанхай, Дели и иные). Это даёт возможность оценить потенциал поставщика при знакомстве на стенде, можно увидеть оборудование и, как говорится, потрогать материалы. Заключение соглашений на выставках иногда даёт ряд преимуществ – более выгодные условия, поскольку конкурен-

«ПЕРВЫЙ ПЕЧАТНЫЙ ДВОР» СОТРУДНИЧАЕТ С ПРАВИТЕЛЬСТВОМ ГОРОДА МОСКВЫ, ФЕДЕРАЛЬНЫМИ И РЕГИОНАЛЬНЫМИ ОРГАНАМИ ВЛАСТИ, МИНИСТЕРСТВАМИ И ВЕДОМСТВАМИ. А СРЕДИ ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ КОМПАНИИ – АДМИНИСТРАЦИИ РАЗЛИЧНЫХ ГОРОДОВ И РЕГИОНОВ РОССИИ, БАНКИ, ИНВЕСТИЦИОННЫЕ КОМПАНИИ, КРУПНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ И ФИРМЫ.



ты присутствуют одновременно в одном месте.

Путь грузов из Китая труден и долг, авиаперевозки дороги. В настоящее время регулярно возникают проблемы с оплатой товаров даже в юанях, поэтому нужно искать российских поставщиков, и мы это понимаем. Пока удалось заместить отечественной некоторые виды оснастки: например, удалось найти фрезы, применяемые при производстве смарт-карт. На очереди ламинационные пластины, различные механические узлы, микроконтроллеры, управляющие элементами производственного оборудования взамен импортных, выходящих из строя. Работы с российскими поставщиками продолжают-ся и по другим направлениям, в частности материалам.

– Елена Вячеславовна, кто является вашими постоянными заказчиками?

– В основном мы работаем с государственными органами и ведомствами, поскольку специфика нашей продукции такова, что она не обращается на свободном рынке. Бланки, которые мы изготавливаем, выдаются при оказании государственных услуг либо являются удостоверениями личности государственных служащих. Закупка таких документов производится на закрытой электронной площадке АСТ ГОЗ.

– Какие планы есть у компании на ближайшее время?

– Помимо развития технологий, освоения новых направлений деятельности, мы продолжаем работать над собой. Так сложилось, что производственная площадка у нас находится в Смоленске, а офис с коммерческим и маркетинговым отделами – в Москве.

За последний год мы столкнулись с нехваткой кадров, особенно в Смоленске, как вам известно, безработица в России практически отсутствует. В данной ситуации мы нацелены на максимальную оптимизацию производственных, административных и управленческих процессов. Мы разработали и внедрили систему внутреннего документооборота, позволяющую обмениваться документами в режиме реального времени, все сотрудники видят, на какой стадии каждый заказ: от заключения договора до отгрузки готовой продукции. Также на производстве провели переоснащение оборудования для автоматизации некоторых технологических операций.

В этом направлении наша компания и будет двигаться дальше! Не надо бояться трудностей, их преодоление делает нас более эффективным предприятием обрабатывающей промышленности.

Беседовала Алина Волкова



– Евгения Михайловна, ваше предприятие «Швейная мастерская № 1» занимается производством штор и интерьерного текстиля почти 20 лет. Какие ключевые моменты в истории развития ателье вы могли бы отметить?

– Действительно, 20 лет – это большой срок. Из ярких ключевых моментов отмечу 2011 год, когда кризис был в самом разгаре, и я для себя поняла, что больше не хочу развивать салон штор, а хочу сильнее углубиться в производство. И тогда я закрыла все свои салоны – их на тот момент у меня было три – и полностью сконцентрировалась на производстве.

И второй – самый мощный – крутой – скачок произошёл в 2016 году, когда ателье несколько затормозилось в развитии, и я решила привлечь своего супруга как управленца и руководителя отдела маркетинга, чтобы наладить процессы. В результате его активной работы за несколько лет он увеличил наше производство в десять раз! Помимо этого, наше предприятие внедрило множество новых технологий, мы получили российские патенты на некоторые технологии, произвели автоматизацию производства, привезли из-за границы автоматизированные спецмашины, которые на данный момент есть в России только в нашей «Швейной мастерской № 1».

– Увеличился ли спрос на вашу продукцию после того, как с российского рынка из-за введённых санкций ушли многие зарубежные бренды?

– Спрос как таковой не увеличился, так как на рынке индивидуального пошива и интерьерного текстиля не было таких игроков, которые бы ушли из России. Но появились трудности, связанные с поставками сырья: тканей, ниток, игл и даже оборудования. Если раньше мы предлагали клиентам пошив штор из тканей именитых европейских и американских брендов, то теперь, когда разрушились прежние логистические цепочки, приходится искать обходные пути для того, чтобы продолжать производить наши изделия.

В связи с этим российский рынок стали завоёвывать китайские производители, но, даже имея свою ценность и достаточно высокое качество продукции, некоторые позиции в их ассортименте весьма аутентичны. Поясню: у всех тканей Востока, не только из Китая, но и из Индии и Турции, своя восточная специфика, и дизайн этих тканей не всегда соответствует запросам наших клиентов.

– Какое оборудование вы используете в работе? В связи с санкциями, как решаются вопросы с его обслуживанием и поставками запчастей?

– Безусловно, работать на импортном оборудовании стало проблематичнее: ча-

«ШВЕЙНАЯ МАСТЕРСКАЯ № 1»: ИНТЕРЬЕРНЫЙ ТЕКСТИЛЬ КАК ИСКУССТВО

«Швейная мастерская № 1» работает на рынке с 2005 года и изготавливает все виды интерьерного текстиля. Её отличают высокое качество пошива, современные технологии и премиальный сервис.

За короткий срок ателье стало узнаваемым инновационным предприятием и лидером отрасли в России. Об интенсивном развитии мастерской, о сложностях в работе в связи с антироссийскими санкциями, а также о новом направлении производства – пошиве индивидуального костюма высокого сегмента – мы поговорили с руководителем и главным технологом «Швейной мастерской № 1», ведущим экспертом в области интерьерного текстиля Евгенией Кривошеевой.

стично оно оказалось в санкционном списке (например, оборудование для влажно-тепловой обработки [ВТО] – парогенераторы, утюжилные вытяжные столы), поэтому поставки из Европы прекратились. Также «Швейная мастерская № 1» оснащена разработанными и запатентованными в Голландии инновационными роботами, которые создают некоторые элементы штор и текстильной продукции. Но из-за нынешней обстановки эта голландская компания перестала работать с Россией; соответственно, мы больше ничего не можем от неё получить, равно как и обслуживать уже имеющееся у нас оборудование, так как программное обеспечение для него тоже в нашу страну не поставляется. Конечно, появилось аналогичное оборудование из Китая и Турции, но оно, к сожалению, пока не настолько надёжное, как проверенное годами европейское.

«Я НАДЕЮСЬ, ЧТО ЛЁГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ БУДЕТ РАЗВИВАТЬСЯ, ПОЯВЯТСЯ ТКАЦКИЕ ЦЕХА, СВОЁ СЫРЬЁ, И РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПОДНИМЕТСЯ НА СТУПЕНЬ ВЫШЕ».

– Помимо качественного оборудования, очень важно наличие профессиональных специалистов. Расскажите о своём коллективе, как вы ищете новых сотрудников?

– Рынок труда – это проблема, сейчас огромное количество отраслей испытывает дефицит кадров, и особенно мало специалистов в лёгкой промышленности. В качестве портных и швей всё больше работают люди старшего поколения, но и их становится меньше: они уходят на пенсию или перестают работать по состоянию здоровья. А молодёжь не видит перспектив в тех отраслях, где требуется ручной труд, такие профессии в нынешнее время потеряли свою значимость и престижность. Швейное производство – это исключительно творческая, скрупулёзная работа одновременно руками и головой, но, к сожалению, крайне недооценённая с финансовой точки зрения непосредственно на российском рынке. Поэтому большинство кадров забирает у нас рынок массовки, где швеи сидят за швейной машинкой, производят одну операцию и получают за это даже больше, чем люди, занятые в индивидуальном пошиве.

Причиной тому послужила ситуация, произошедшая в 2022 году, когда из России ушли европейские производители, начал развиваться рынок маркетплейсов, и повсеместно стали открываться цеха,

«поточки», где шьют более дешёвую продукцию для массмаркета.

– Евгения Михайловна, почему вы решили дополнительно заниматься именно пошивом индивидуального костюма высокого сегмента?

– Причин несколько. Во-первых, я училась на мастера-портного мужского костюма, затем повышала квалификацию в Европе, училась индивидуально у довольно известного портного и уже много лет занимаюсь тем, что шью одежду для себя, знакомых и родственников, поэтому и появилось желание расширять эту сферу.

Во-вторых, проанализировав рынок, я увидела огромное количество предложений в женском сегменте одежды, а в мужском их крайне мало. И мало не столько самой одежды, сколько одежды для нестандартных фигур. А мужчины у нас всё-таки все индивидуальные, разные, и мне хотелось бы подчеркнуть эту индивидуальность каждого человека, скрыть его недостатки, улучшив и подчеркнув то, чем хочется выделиться. А в массмаркете это сделать крайне сложно, и индивидуальный пошив – это самое лучшее решение проблемы.

– Какие материалы и где именно «Швейная мастерская № 1» берёт для производства своей продукции? Производят ли нужные вам ткани и фурнитуру в России?

– На данный момент материалы и фурнитуру мы покупаем в Европе и Китае. У нас есть премиальный бренд европейских тканей, таких, например, как Loro Piana, Holland & Sherry. С закупкой этих тканей дела обстоят посложнее, но те клиенты, которые хотят носить на своих плечах премиальную шерсть с хорошим пошивом и готовы подождать – а иногда ткань приходится ждать до двух месяцев, и это только ткань, без пошива, – для таких клиентов мы привозим ткани под заказ.

Сейчас мы также развиваем линейку наших тканей собственного предложения: заказываем их из Китая, в нашем ателье они есть в наличии, и их можно выбрать.

Чаще всего если ткани европейского производства, то это шерсть высокого качества, а если китайского производства, то это смесовые ткани: шерсть с полиэстером или шерсть с вискозой. Но нельзя сказать, что такие ткани хуже, они очень хорошего качества, но более дешёвого сегмента, не такие дорогие, как европейские. Я больше года изучала различные фабрики и их ассортимент, затем в «Швейной мастерской № 1» мы шили пробные партии, выбирали лучшие по качеству эксплуатации ткани.

Что касается российских производителей, то их, к сожалению, пока нет на рынке. Но я надеюсь, что лёгкая промышленность будет развиваться, появятся

ткацкие цеха, своё сырьё, и российский рынок поднимется на ступень выше.

«У НАС В АТЕЛЬЕ ЕСТЬ ТАКОЙ ПРОДУКТ, КАК ПОШИВ ШТОР ВРУЧНУЮ ПО СТАРИННЫМ АНГЛИЙСКИМ И ФРАНЦУЗСКИМ ТЕХНОЛОГИЯМ, КОГДА ШТОРЫ – ЭТО ПРАКТИЧЕСКИ ПРОИЗВЕДЕНИЕ ИСКУССТВА».

– Сотрудничает ли «Швейная мастерская № 1» с какими-либо фабриками-поставщиками услуги МТМ-пошива?

– Нет, МТМ-пошив – это всё-таки массовый продукт, хоть и более премиального качества. Я за индивидуальное ателье и за индивидуальный пошив, а это только Bespoke – технология шитья одежды по индивидуальным лекалам клиента, которая позволяет учесть все особенности силуэта, замаскировать недостатки и подчеркнуть плюсы фигуры. Причём эту систему я применяю не только в пошиве костюма, но и в пошиве штор. У нас в ателье есть такой продукт, как пошив штор вручную по старинным английским и французским технологиям, когда шторы – это практически произведение искусства.

– Какие ещё направления бизнеса вы планируете развивать в дальнейшем?

– Могу сказать, что сейчас у меня в планах – дальнейшие поддержка и развитие направлений индивидуального пошива интерьерного текстиля, это всё-таки наш флагманский продукт. Мы многого в нём добились: имеем патенты по разработке технологий пошива, я преподаю курсы и провожу мастер-классы по технологиям пошива и развитию швейного бизнеса, обучаю других специалистов, езжу по России и помогаю цехам развиваться – и это моё основное направление я буду развивать и дальше.

И второе, к чему у меня лежит душа и чем я мечтаю заниматься, – это пошив мужского костюма высокого сегмента. Сейчас мы пишем бизнес-планы, анализируем рынок и спрос, и, естественно, все свои силы я направляю на достижение видимых и ощутимых результатов. Секрет настоящей продуктивности – делать одно дело, не отвлекаясь ни на что, поэтому всю свою энергию и силы я направляю в одно русло, чтобы добиться максимальных результатов.

Беседовала Алина Волкова



**Ирина
ГЛАДЫРЕВА:
«ЖЕНЩИНА,
КОТОРАЯ
УСПЕВАЕТ
ВСЁ»**

Ирина Гладырева – автор и основатель обучающего проекта «Академия «Практика 1С», где специалисты могут повысить свои компетенции и расширить зону профессионального развития по профессиям IT: бизнес-аналитик, руководитель проектов, функциональный архитектор.

В то же время наша героиня – счастливая мать, воспитывающая двоих детей. Семья для неё – крепость, основа которой – традиционные ценности, любовь и взаимопонимание.

Мы поговорили с Ириной Гладыревой о том, почему её выбор пал на сферу IT, как совместить материнство и лидерство в бизнесе и что делать, если наступает кризис.

– Ирина, ваш бизнес связан с IT. Почему вы решили выбрать именно эту сферу?

– А почему бы и нет? Согласитесь, IT – это ведь не просто работа, это целый мир возможностей и бесконечного драйва! На самом деле я всегда была привержена этой сфере – это моё первое образование, и я посвятила ему больше двадцати лет. Я прошла серьёзный путь: от работы на крупных промышленных проектах до создания собственных решений. И когда настал момент, я решила: хватит работать на других, пора создавать своё. Так и появилась моя компания, которая уже через несколько месяцев стала настоящей самостоятельной единицей. Мне нравится, что в нашем деле можно не просто делать что-то привычное, а каждый день находить свежие идеи, встречать неординарных людей и вместе развивать перспективные решения.

– Какие перспективы вы видите в IT? Что в этой сфере вас вдохновляет больше всего?

– О, здесь можно говорить часами! Сфера IT – это не просто тенденция, это бурлящий поток, в котором хочется плыть. Представьте: мы больше не просто бухгалтерию ведём, а создаём системы, которые помогают бизнесу развиваться, видеть ключевые показатели и планировать стратегию на будущее. Россия сейчас уверенно занимает своё место на мировом IT-рынке, и я в этом процессе вижу нечто захватывающее. Когда вокруг всё кипит и растёт, когда ты на волне – это невероятное ощущение. Я называю это «жить в потоке» и кайфую от каждого дня.

«ЖИЗНЬ – ЭТО УДИВИТЕЛЬНОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ, И, ЕСЛИ У ВАС ЕСТЬ ЖЕЛАНИЕ СДЕЛАТЬ ШАГ ВПЕРЁД, НЕ ОТКЛАДЫВАЙТЕ ЕГО. ЭКСПЕРИМЕНТИРУЙТЕ, ПОЗВОЛЬТЕ СЕБЕ ПРОБОВАТЬ НОВОЕ И ДВИГАТЬСЯ В СОБСТВЕННОМ РИТМЕ».

– Помимо бизнеса, у вас есть семья и дети. Как вы всё успеваете? Есть какой-то особенный секрет?

– Ну, конечно, секретов нет, но есть одно важное правило: планирование! Да, у меня есть чёткое расписание на каждый день, где уделено время и на семью, и на отдых, и на работу. Вы не поверите, но даже выходные я планирую – хотя бы основные мероприятия. Порой кажется, что времени не хватает, но в конечном итоге всё успеваю. В нашей семье даже сложилась традиция: раз в месяц мы всей семьёй устраиваем мини-путешествия. Это могут быть поездки по Москве или другим городам – главное, чтобы была смена обстановки, возможность отвлечься, увидеть что-то новое. Такая вот наша «перезагрузка». А самое главное – не бояться радоваться моменту и включаться на полную!

– Ваши дети уже достаточно взрослые. Вы помогаете им в выборе пути или они всё решают сами?

– Я так сказала, что я – наблюдатель и наставник. Знаете, у нас в семье все с аналитическим складом ума, но это не значит, что дети должны идти по моим

стопам. Например, моя дочь пробовала себя в бизнес-аналитике – и, представьте, ей не понравилось! Вместо этого она выбрала HR и маркетинг. Сын, наоборот, любит создавать что-то своими руками – ему интересны техника, авиация. Моя задача – помочь им найти себя, а не навязывать свои решения. Важно, чтобы они не боялись искать и пробовать новое, и я рада быть рядом, когда они в этом процессе.

– Многие матери беспокоятся о своих детях даже после их взросления. Как вы считаете, нужно ли «отпускать» детей, когда они становятся самостоятельными?

– Я верю, что у каждого свой путь к самостоятельности. Кто-то может быть готов к этому уже в 18 лет, а кому-то и в 25 лет ещё нужна поддержка. Моя дочь живёт в общежитии, принимает многие решения сама, но знает, что всегда может ко мне обратиться. Я не вмешиваюсь в её личную жизнь, но, если возникают серьёзные вопросы, мы обсуждаем их вместе. Думаю, важно «отпускать», но при этом быть рядом, чтобы в трудные моменты дети знали, что всегда могут рассчитывать на нашу помощь.

– Что в детях вас вдохновляет? Есть ли семейные традиции, которые вы особенно цените?

– Самое вдохновляющее – видеть, как дети раскрываются и находят себя. Мы очень ценим наши традиции: раз в месяц устраиваем поездки, прогулки, обсуждаем прочитанные книги. Это позволяет увидеть, как меняются их интересы, о чём они думают, что их волнует. Через такие разговоры ты начинаешь лучше понимать своего ребёнка и видеть, каким он становится человеком.

Время для себя и для семьи я берегу как зеницу ока. Мы с детьми обожаем путешествовать, даже если это просто поездка в другой город на выходные. Москва, Подмосковье, Рязань – мы любим бывать везде, где можно отвлечься, увидеть что-то новое. А ещё я постоянно посещаю разные профессиональные мероприятия: форумы 1C, SQ Days, фестивали по бизнес-аналитике. Это не просто работа, а живое общение с людьми, которые тоже горят своим делом. А творческие вечера, литературные встречи – это мой личный источник вдохновения, где можно насладиться общением, наполниться эмоциями и просто отвлечься от рабочих моментов.

– Вы – успешная женщина, которая совмещает бизнес и семью. Что вы посоветуете тем, кто иногда чувствует, что не справляется?

– Поверьте в себя и помните, что сила всегда есть, нужно только её почувствовать! Я всегда говорю себе: «Я всемогущая!» Это

не просто фраза, а установка, которая помогает мне справляться с трудностями и помнить, что я смогу. Жизнь бывает разной, и в любой ситуации нужно оставаться стойкой. Когда чувствуешь, что ситуация сложная, просто начинаешь решать её шаг за шагом, и постепенно всё налаживается.

– Как вы справляетесь с конкуренцией в бизнесе? Что помогает удерживаться на плаву?

– О, конкуренция – это как вода для рыбы! Это не то, что пугает, а то, что помогает развиваться. Я всегда сосредотачиваюсь на своих сильных сторонах и стараюсь не обращать внимания на других. У каждого своя ниша, и у нас есть свои клиенты, которые ценят качество и внимание к деталям. Мы концентрируемся на развитии своих услуг, и результат всегда подтверждает правильность выбранного подхода.

– Вы вдохновляете многих женщин. Какой совет вы бы дали тем, кто ищет баланс между работой и семьёй?

– Не ищите идеальный баланс – его просто не существует. Найдите тот ритм, который будет комфортен именно вам. И главное – не бойтесь меняться. Экспериментируйте, пробуйте разные подходы, создавайте свой путь, который будет приносить радость. А если нужны поддержка или вдохновение – всегда можно найти комьюнити единомышленников. Я верю, что вокруг всегда есть люди, которые поймут, поддержат, а иногда и подскажут решение, которое на первый взгляд может казаться очевидным, но порой к нему трудно прийти самостоятельно.

– Ирина, а какие у вас планы на ближайшие годы? Есть ли какие-то особые цели, которые хотелось бы реализовать?

– О, целей хоть отбавляй! Но я предпочитаю ставить реалистичные задачи и постепенно к ним двигаться. Ближайшая цель – расширить команду профессионалов и построить систему, которая будет работать без моего постоянного контроля. Хочу больше делегировать и освободить время для новых проектов. Ещё одна важная цель – запустить несколько образовательных программ для тех, кто хочет войти в сферу IT и бизнес-аналитики. У нас есть такие курсы для бухгалтеров, финансистов, предпринимателей – они могут переqualificироваться и освоить новую профессию. Я вижу большой интерес, особенно среди людей, которые ищут возможности для роста и профессионального апгрейда. Это невероятно вдохновляет!

А если говорить о более длительной перспективе, то я вижу себя в окружении команды, состоящей из профессионалов, которые знают своё дело и любят его. Хочу выйти за пределы России, донести

наши знания и навыки до других стран. Сейчас IT в России на высоком уровне, и мне хочется, чтобы наши специалисты могли развиваться и на международной арене. В будущем я мечтаю запустить международные программы обучения для бизнес-аналитиков и молодых специалистов. Это как раз те вещи, которые заряжают меня энтузиазмом и дают силы двигаться дальше.

– Какой совет вы бы дали женщинам, которые хотят развиваться в бизнесе, но боятся сделать первый шаг?

– Начните с малого и доверяйте себе. Бизнес – это, конечно, вызов, но он начинается с одного шага. Если у вас есть идея, пробуйте её реализовать, пусть даже на минимальных ресурсах. Важно не бояться ошибаться. Помните, что в любой ситуации есть выход, всегда можно найти поддержку. Мне помогает окружение, мои единомышленники и друзья. Они всегда подскажут, поддержат и мотивируют на новые шаги. А если что-то пойдёт не так – ничего страшного, это всего лишь часть процесса. Главное – начать и быть уверенной, что дальше всё будет по силам.

– Напоследок: что бы вы хотели пожелать нашим читателям?

– Я желаю вам найти своё дело, которое будет вдохновлять. Жизнь – это удивительное путешествие, и, если у вас есть желание сделать шаг вперёд, не откладывайте его. Экспериментируйте, позволяйте себе пробовать новое и двигаться в собственном ритме. Пусть рядом будут те, кто вас поддержит и поймёт, а все трудности воспринимайте как ценный опыт. Помните: всё возможно, если вы этому верите!

**Хотите быть в курсе
новых возможностей и
вдохновляющих историй?
Подписывайтесь на наш
телеграм-канал [Practic 1C]
(<https://t.me/practic1c>), где
вы найдёте ещё больше
полезных советов, инсайтов
и секретов успешного
бизнеса и саморазвития.
**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ:
ВДОХНОВЕНИЕ
УЖЕ ЖДЁТ ВАС!****



*Бурмакина Юлия Викторовна
Руководитель PR направления*

Многопрофильный Завод Подъёмных Механизмов: «МЫ СОЗДАЁМ МИР БЕЗ ГРАНИЦ»

Многопрофильный Завод Подъёмных Механизмов – это современное производственное предприятие полного цикла, специализирующееся на создании и обслуживании подъёмных механизмов для маломобильных групп граждан. Мы гордимся тем, что наши изделия соответствуют строгим стандартам ГОСТов и ТУ. Успех нашего завода не случаен: он основан на высоком качестве продукции и отличном уровне обслуживания, а также на неустанном стремлении к развитию и совершенствованию. Мы постоянно внедряем новые технологии и методы производства, что позволяет нам опережать конкурентов и полностью удовлетворять растущие потребности наших клиентов. Выбирая МЗПМ, вы выбираете надёжность, инновации и качество, которые делают жизнь удобнее для каждого.



ВСЁ НАЧАЛОСЬ С МЕЧТЫ

Побывав во многих странах, учредитель компании Андрей Бурмакин когда-то только мечтал о том, чтобы в России инфраструктура городов была комфортной и благоустроенной для людей с ограниченными возможностями. Сейчас Многопрофильный Завод Подъёмных Механизмов является современным и технологичным предприятием полного цикла с собственным конструкторским бюро, но начиналось всё в 2017 году со скромного цеха по производству подъёмников, в котором несколько друзей-энтузиастов совмещали обязанности руководителей, менеджеров, сварщиков и монтажников.

«Год мы работали на чистом энтузиазме, – рассказывает Юлия Бурмакина, руководитель PR-направления компании. – И в 2018 году получили первые награды: «Лучший предприниматель в сфере производственной деятельности» и «Лучший стартап», которые вручаются предприятиям, заинтересованным в продвижении своих товаров и услуг на территории Богородского городского округа и Восточного Подмосковья. Тогда же началось наше сотрудничество с Торгово-промышленной палатой Московской области, и ещё через год мы стали победителями премии «Лучший семейный бизнес», а также одержали победу в проекте «Топ-100 предприятий под патронатом Президента ТПП РФ».

К 2024 году предприятие владеет собственной производственной базой, занимающей 1,3 гектара, на которых расположены производственные здания общей площадью 2,5 тыс. кв. метров. Производственные цеха оборудованы инновационным высокоточным оборудованием последнего поколения с высокой точностью резки. А численность работников предприятия превышает порядка 70 человек.

В апреле 2024 года Министерство инвестиций, промышленности и науки Московской области включило завод в реестр «100% Подмосковье».

ЮЛИЯ БУРМАКИНА:

«НАША ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ – КАЧЕСТВО ПРОДУКТА. МЫ ПОНИМАЕМ, КАК ВАЖНА НАША РАБОТА, КАК ОНА МОЖЕТ ПОМОЧЬ МАЛОМОБИЛЬНОЙ ГРУППЕ НАСЕЛЕНИЯ. ВКЛЮЧЕНИЕ В РЕЕСТР «100% ПОДМОСКОВЬЕ» ДАЁТ НАМ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛНОСТЬЮ СОСРЕДОТОЧИТЬСЯ НА СВОЕЙ РАБОТЕ, ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ОТВЛЕКАЯСЬ НА ПРОДВИЖЕНИЕ КАК ТАКОВОЕ. ОНО БУДЕТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬСЯ С ПОМОЩЬЮ ИНИЦИАТИВЫ, А КАЧЕСТВО И НАДЁЖНОСТЬ НАШИХ ПОДЪЁМНИКОВ И ДРУГОЙ ПРОДУКЦИИ ПОДТВЕРДЯТ НАШУ КОМПЕТЕНТНОСТЬ».

«ДОСТУПНАЯ СРЕДА»

Основное направление деятельности МЗПМ – проектирование, производство, монтаж и обслуживание подъёмных механизмов для маломобильных групп населения. Завод признан социально значимым предприятием Московской области и участвует в реализации программы «Доступная среда». В рамках этой программы свыше 80% учреждений Подмоско-



вья стало доступнее для людей с ограниченными возможностями.

При производстве и конструировании всех видов подъёмников на предприятии прежде всего думают о безопасности пользователей подъёмного оборудования. Изделия проходят жёсткий и многоступенчатый контроль и тестирование. Они включают в себя нагрузочное тестирование, проверку всех узлов и деталей на соответствие ГОСТам или ТУ, проверку надёжности системы безопасности, проверку электрики и механики. Все изделия тестируются до и после монтажа, ведь мелочей в этом деле не бывает!

Специалисты МЗПМ могут сделать доступной не только городскую среду, но и ваш загородный дом.

В ассортименте предприятия имеется несколько групп оборудования.

Подъёмники наклонного типа: уличный подъёмный механизм для маломобильных граждан. Предназначен для безопасного подъёма и спуска в подолучных переходах, вокзалах, метрополитене и т. д.

Подъёмники вертикального типа: предназначены для обеспечения беспрепятственного доступа людей с ограниченными двигательными возможностями в общественные, частные и жилые здания.

Лестничные подъёмники служат отличной альтернативой стационарным подъёмникам или пандусам. По сути, это электрическая машина, поднимающая сидящего в ней человека по лестнице. Такие подъёмники оснащены электроприводом, работают от батарей, удобно складываются для хранения.

Шахтный подъёмник

Конструкторское бюро компании разработало шахтный подъёмник (ВГШ), который обеспечивает доступную среду. На производстве реализуются разные модели шахтного подъёмника в зависимости от потребности заказчика: в частные дома, аэропорты, пешеходные переходы и парки. Подъёмник может подниматься до 11 м.

В этом году предприятие начало проектировать и производить новый вид оборудования – **грузовые шахтные подъёмники**.

Вертикальное перемещение грузов в промышленных условиях требует специализированного оборудования, способного обеспечить высокую производительность при минимальных затратах. Шахтный подъёмник – оптимальное решение для предприятий, нуждающихся в надёжной системе транспортировки товаров между этажами складских помещений и магазинов. Внешне напоминающий привычный грузовой лифт, этот механизм отличается большей грузоподъёмностью и значительно меньшей стоимостью эксплуатации. Благодаря современному производству на предприятии могут воплотить проекты любого уровня сложности, обеспечивая каждого клиента индивидуальными решениями.

ПОЧЕМУ КЛИЕНТЫ ВЫБИРАЮТ ШАХТНЫЕ ПОДЪЁМНИКИ?

Эти подъёмники сочетают в себе ключевые преимущества, делающие их незаменимыми помощниками на производственных площадках:

- Стоимость такого оборудования существенно ниже аналогов, что позволяет сократить капитальные затраты без ущерба для качества.
- Простота обслуживания – минимальный набор необходимых операций и доступность запчастей делают обслуживание подъёмников простым и доступным.

- Высокая прочность материалов и продуманная инженерия обеспечивают долговечность и безопасность работы.

- Данные модели подходят даже для пищевых производств благодаря соответствию строгим санитарным нормам.

- Интуитивно понятное управление и простота монтажа позволяют быстро интегрировать подъёмник в производственный процесс.

Завод «МЗПМ» предлагает своим клиентам шахтные подъёмники «под ключ», включая доставку, установку и настройку.

ЮЛИЯ БУРМАКИНА:

«МЫ УВЕРЕНЫ В СВОЁМ ОБОРУДОВАНИИ, А ПОТОМУ И КЛИЕНТЫ НАМ ДОВЕРЯЮТ!»



Беликова
Анастасия Юрьевна
Директор
по продажам

ЗАСЛУЖЕННОЕ ЗВАНИЕ ЛИДЕРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПОДМОСКОВЬЯ

Многопрофильный Завод Подъёмных Механизмов гордится своим опытом производства высококачественного промышленного оборудования для маломобильной группы людей. Многопрофильный Завод Подъёмных Механизмов – это надёжный и профессиональный партнёр для всех, кто нуждается в качественном подъёмном оборудовании. Высокий уровень сервиса, соблюдение стандартов безопасности и широкий ассортимент продукции позволили заводу «МЗПМ» заслужить репутацию одного из лучших предприятий в своей отрасли.

Беседовала
Анна Добрынина

Наталья СУПРУН: «ОЦЕНКА ВНУТРЕННЕГО СОСТОЯНИЯ – ПЕРВЫЙ ШАГ НА ПУТИ ВЫСТРАИВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ!»



Наталья Супрун – эксперт по продажам, член Общероссийской общественной организации «Опора России», член Союза пиарщиков России и спикер платформы LEADER-ID. Наталья разработала собственную методику по выстраиванию системы продаж, включающую в себя проработку мышления. Годовая программа сопровождения «Точка сборки эксперта» позволяет выстроить систему продаж и стать предпринимателям востребованными на рынке, а их бренду – узнаваемым.

– Наталья Геннадьевна, на сегодняшний день вы являетесь достаточно известным экспертом по продажам. Так уж сложилось, что нет у нас в системе высшего образования учреждений, которые бы готовили специалистов в области продаж. В эту сферу приходят люди из разных профессий. И даже бытует мнение, что продавцами занимаются те, кто не смог добиться успехов на каком-то другом своём поприще. Развенчайте этот миф и расскажите о своём опыте профессионального становления в продажах.

– Когда я получала высшее образование, действительно не было конкретной профессии, которая бы давала знания и навыки в продажах. В отделы продаж брали маркетологов, менеджеров и в целом людей с высшим экономическим образованием. Однако сейчас такая специальность, как «менеджер по продажам», уже появилась в некоторых вузах страны. Вопрос заключается только в том, смогут ли преподаватели учебных заведений, не имеющие собственного бизнеса, передать достаточно знаний и навыков в этой области. Ту практику и опыт, которую дают узконаправленные эксперты по продажам, вы нигде не найдёте. Эта практика нарабатывается годами. Только люди, прошедшие через процесс создания и развития собственного бизнеса, способны выстроить систему продаж не только у себя, но и у других предпринимателей. Эксперт по продажам – это очень ценный и востребованный специалист. По опыту ведения своих социальных сетей я вижу, что тема продаж вызывает очень большой интерес. Люди мне много пишут, хотят получить консультацию или попасть на стратегиче-

скую сессию. Навыки продаж сейчас нужны абсолютно всем. Даже люди, работающие в некоммерческих организациях, периодически друг другу что-то продают, в том числе свой профессиональный опыт.

Ну а тем, кто хочет развивать свой бизнес, даже если это совсем небольшое предприятие, нужно выстраивать систему продаж, учиться доносить до аудитории ценность своей услуги или продукта, иначе продажи будут носить случайный, а не регулярный характер. А это совсем не про бизнес. А я как раз занимаюсь выстраиванием системы продаж.

Я окончила Кубанский государственный университет по специальности «экономист», затем обучалась в Российском государственном университете им. А. Н. Косыгина по программе «Высокоэффективные PR-технологии и инструменты». Внутреннюю «кухню» продаж я прекрасно знаю как со стороны продавца, так и со стороны покупателя, так как восемь лет проработала муниципальным служащим в управлении экономики в секторе закупок. Когда я стала предпринимателем, я начала обучаться у наставников стратегическому мышлению, у психологов училась работать со своим внутренним состоянием и менталом. В 2018 году я целенаправленно начала получать опыт на различных курсах для предпринимателей и охотно делилась своими знаниями через социальные сети со знакомыми и подписчиками, помогая им в решении различных бизнес-задач. И вот тогда на основе обратной связи от этих людей я осознала, что умение обучать, передавать свои знания и программировать людей на успех – это то, что у меня отлично получает-

ся; и что немаловажно – мне это нравится. Так, я начала своё развитие как эксперт в области продаж.

– На своих курсах вы уделяете большое внимание работе с мышлением. С чего нужно начать? Почему далеко не у всех получается монетизировать своё хобби или уникальные навыки?

– В первую очередь нужно разобраться со своим внутренним состоянием.

Зачастую люди слишком сосредоточены на конечной цели и не видят преград, с которыми нужно разобраться прежде всего. Например, человек сфокусирован на бизнесе и увеличении прибыли, а у него есть проблемы со здоровьем. В этом случае нужно остановиться и уделить внимание себе. Я рекомендую прислушиваться к тому, что человек хочет сейчас. Мы определяем точку, в которой он находится, и прорабатываем все возможные внутренние или эмоциональные препятствия, которые могут мешать развитию бизнеса. Бывают и такие случаи, когда я рекомендую работу с профессиональным психологом. Но зачастую достаточно просто поднять дух, показать человеку его сильные стороны и помочь ими воспользоваться. Есть одно очень простое, но эффективное упражнение: нужно выписать все свои достижения. Люди воодушевляются после этого, у них повышается самооценка. Даже такие простые действия по-другому формируют человека и заставляют его начать действовать. Необходимо прописывать план на день, а вечером проанализировать, что из запланированного было сделано. Ещё очень важно обращать внимание на развитие своего эмоционального интеллекта. Для этого я использую

зую инструмент «самоанализ». Разобраться в себе – процесс достаточно трудоёмкий и глубокий, поэтому лучше воспользоваться помощью стороннего эксперта.

Есть две самые распространённые причины, по которым не у всех получается начать зарабатывать больше. Часто люди продолжают воспринимать это как хобби, не выстраивают систему и регулярные действия в ней. И, соответственно, не получают ожидаемых результатов. А другие, наоборот, слишком зациклены на извлечении прибыли и не обращают внимания на внутреннюю работу над собой. Ходят по кругу, совершая одни и те же ошибки. Такие предприниматели думают, что дело в инструментах, что какие-то из них не работают и нужно применить другие. А дело может быть в психологическом и эмоциональном состоянии, в нерешённых проблемах личного характера. И вся энергия утекает туда. А процессы в бизнесе не выстраиваются. Какой бы маркетинговый инструментарий вы ни включали – без работы над собой не будет желаемых результатов. Поэтому я начинаю работать с диагностики и называю её «распаковка личности и экспертности».

– Люди из какой сферы бизнеса чаще всего становятся вашими клиентами?

– Как правило ко мне приходят люди, которые уже имеют своё дело, зарабатывают на этом какие-то деньги и хотят масштабироваться. Порой они не всегда полностью осознают свои масштабы и не всегда применяют свои сильные стороны. Например, отучились на психолога и не понимают, что могут применить эти знания к той деятельности, которой они занимаются. «Распаковать» человека побольше, можно сформировать новую услугу или продукт, сделать его экспертом в этой области. Ко мне приходит много коучей, психологов, специалистов из бьюти-индустрии.

У нас не стоит задача получить больше работы и усталости, я заставляю своих клиентов посмотреть на своё дело немного иначе, оптимизировать бизнес-процессы, начать продавать дороже или пересмотреть целевую аудиторию, предложить продукт, которого нет на рынке.

– Ваш комплексный подход к продажам собран в программе «Точка сборки эксперта». Расскажите о ней.

– Продажи – это целая система мышления и действий. Именно поэтому в конце концов у меня появилась годовая программа «Точка сборки эксперта». Как я уже сказала ранее, на своих курсах я большое внимание уделяю работе с мышлением. Я дополнительно прошла обучение по коучингу. Для меня важно, чтобы люди перестали себя обесценивать. Мой подход заключается в том, чтобы параллельно развиваться на трёх уровнях: состояние, мышление и действия. Я выстраиваю си-

«МОЯ МИССИЯ ПРИ РАБОТЕ С ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, ЧТОБЫ ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОДАЖ. ПОСЛЕ ЛЮБОЙ СДЕЛКИ ДОЛЖНЫ ОСТАТЬСЯ ДОВОЛЬНЫМИ ДВЕ СТОРОНЫ: И ПОКУПАТЕЛЬ, И ПРОДАВЕЦ. ТОЛЬКО В ЭТОМ СЛУЧАЕ МОЖНО НАДЕЯТЬСЯ НА ПРОЛОНГИРОВАННЫЕ ОТНОШЕНИЯ, ПРИ КОТОРЫХ КЛИЕНТЫ БУДУТ РЕКОМЕНДОВАТЬ ПРОДАВЦА СВОИМ ЗНАКОМЫМ».



стему продаж: весь путь клиента, коммуникацию с ним, включая позиционирование и развитие бренда. Именно поэтому моя программа рассчитана на год. Работаем мы в мини-группах по 5-6 человек, большая часть обучения проходит в онлайн-формате с включением выездных офлайн-сессий, чтобы люди могли познакомиться друг с другом. Мои студенты получают обратную связь не только от меня, но и от других предпринимателей, с которыми они обучаются.

Результатом такого взаимодействия становится выход на другой уровень заработка и личной удовлетворённости от своего дела. Приведу пример: у меня обучалась психолог, её частная практика не приносила ей более пятидесяти тысяч в месяц. Мы поменяли позиционирование, сделали апгрейд социальных сетей, создали систему привлечения клиентов. И в результате к ней пришли клиенты, нацеленные на работу и готовые платить за свой результат. Доход вырос в шесть раз!

– Большинство женщин хотят реализовать себя как в семье, так и в общественной сфере. А также в бизнесе. Вам удалось найти золотую середину между своей профессиональной деятельностью и семьёй?

– Я считаю, что в этом отношении мне многое удалось. У меня трое детей. Старший сын – моряк. Он уже совсем взрослый и самостоятельный. Я состою во втором браке, и у нас с супругом очень сбалансированные и трепетные отношения.

Муж занимается своим любимым делом, он эксперт в строительной сфере. Мы

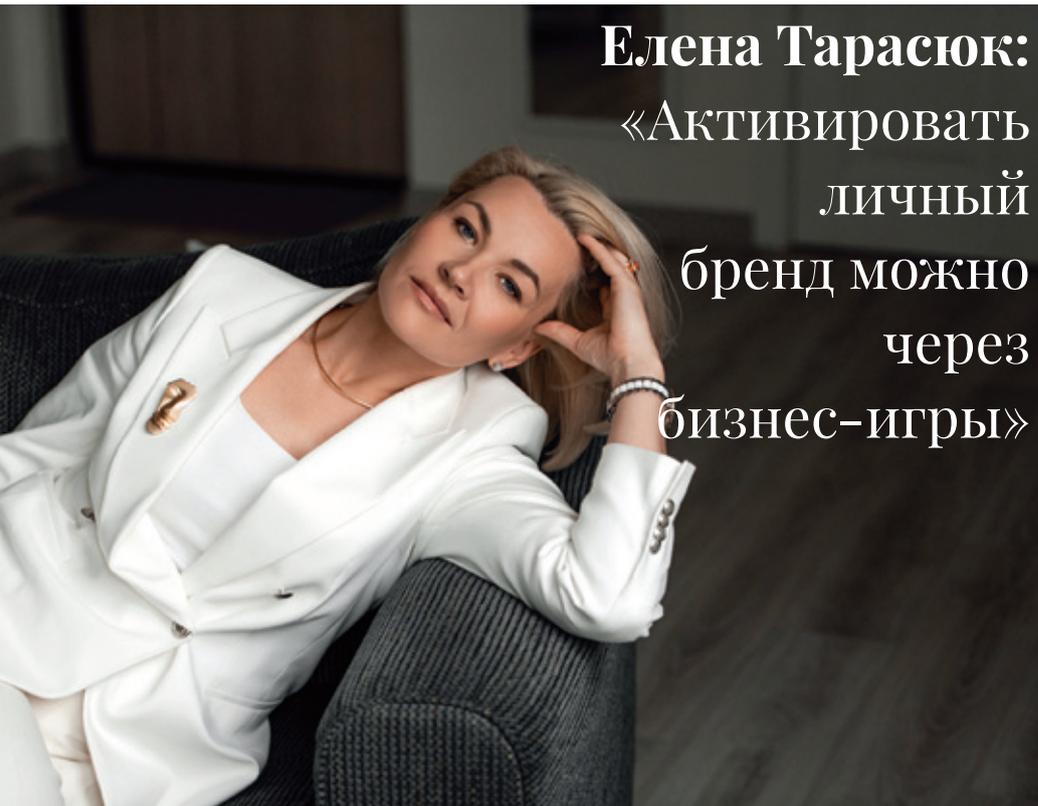
радуемся успехам друг друга, ни в чём не ограничиваем, и это ещё больше притягивает нас. Занимаемся спортом, катаемся на горных лыжах всей семьёй, ходим за грибами, ездим на рыбалку. Много времени стараемся проводить вместе за каким-то общим делом. Младший сын – футболист, и вся наша семья – постоянные болельщики «Локомотива», ходим практически на все матчи. У нас есть традиции, мы уважаем и поддерживаем увлечения друг друга.

– Поделитесь с нами вашими планами. Если бы мы могли заглянуть на несколько лет вперёд в будущее, какую версию себя вы хотели бы там увидеть?

– У меня есть цель – начать выступать перед многочисленной аудиторией. Сейчас я больше работаю индивидуально, но мне хочется масштабироваться. Для меня важно, чтобы подход к бизнесу был с душой, в предпринимательском деле необходима духовность. И я чувствую потребность говорить об этом со сцены.

Я хочу вдохновлять людей, потому что у нас есть огромное количество классных экспертов, просто не все они проявляются. У Карла Маркса есть цитата: «Великие кажутся нам великими лишь потому, что мы сами стоим на коленях». Каждый может стать великим, и за каждым великим человеком стоят такие же великие люди, которые остаются незамеченными. И мне хочется, чтобы их признавали.

Беседовала Анна Добрынина



Елена Тарасюк: «Активировать личный бренд можно через бизнес-игры»

Свой первый опыт в маркетинге Елена Тарасюк получила, работая в компании супруга, она помогла ему создать международный бренд мебели, занимающий лидирующие позиции на маркетплейсе Amazon. Участие в этом проекте сподвигло Елену кардинально изменить свою жизнь и стать профессионалом в области личного бренда и игропрактиком.

В интервью нашему журналу Елена рассказала о том, что такое трансформационные игры и как с их помощью можно решить различные задачи, стоящие перед бизнесом.

– Елена, за вашими плечами довольно большой и успешный опыт развития собственного бизнеса. Несколько лет вы занимались продвижением семейного мебельного бренда. Почему вы решили строить свою профессиональную карьеру в сфере маркетинга, за пределами вашей компании?

– Скажем так, декрет разделил мою жизнь на три этапа. До замужества я успешно строила карьеру управленца, в 19 лет уже руководила продуктовым магазином, а позже – мебельным салоном. Затем начался декретный период длиной в семнадцать лет. Я стала мамой пятерых детей. И на этом этапе стала помогать мужу в его бизнесе, занимаясь продвижением мебельного бренда Hansales. Нам удалось создать успешный европейский бренд, который занял лидирующие позиции на маркетплейсе Amazon. На тот момент мы сделали ставку на зарубежный рынок, начав первые поставки в Германию, хотя производство находилось в России. Благодаря узнаваемости бренда мы заключили выгодный контракт с эстонской компанией, которая начала производить мебель под брендом Hansales. Это сильно упростило логистику.

Когда геополитическая ситуация начала меняться, мы оказались в сложной ситуации. Все наши активы были заморожены за рубежом, и тогда я предложила адаптировать нашу продукцию к российскому рынку. На это ушёл примерно год. Сейчас продукция бренда Hansales представлена на самых популярных маркетплейсах России.

Именно работа над продвижением бренда Hansales заставила меня задуматься о получении профессионального образования в области маркетинга. Оказалось, что мужу и жене довольно сложно работать вместе, поэтому я осознала, что наступила пора стать самостоятельной профессиональной единицей и развивать свой личный бренд в области маркетинга. Я получила дополнительное образование по двум специальностям: «интернет-маркетолог» и «бренд-менеджер».

– Как вы открыли для себя трансформационные игры? Почему вас заинтересовало именно это направление?

– Чтобы продать себя как эксперта, я начала посещать деловые мероприятия небольших бизнес-сообществ. После очередного нетворкинга стало ясно, что там находится вся моя аудитория предпринимателей, которые не знают, как продвигаться. Мне нужно было найти какой-то нестандартный инструмент для продвижения себя как маркетолога. И тут я вспомнила о трансформационных играх и решила «продавать» себя в игровой форме. За полтора месяца я прошла курс по игре «Я – бренд» и начала проводить первые игры для предпринимателей. Затем начались выездные мероприятия и фестивали, где количество участников уже варьировалось от тридцати до семисот человек.

Когда за моими плечами было уже более восьмидесяти проведённых игр, я приняла участие в премии игропрактиков «Хрустальный кубик», которую проводят

организаторы и основатели проекта «Мир Игопрактики». В рамках этой премии я победила в номинации «Самый мощный старт в игропрактике», и это, безусловно, позволило мне стать узнаваемой и заметной на рынке. Я стала спикером на международном онлайн-конгрессе «Три элемента успеха».

– Что такое бизнес-игра? Для решения каких задач в бизнесе вы порекомендуете такой формат работы?

– Любая бизнес-игра направлена на решение конкретных задач бизнеса. Приведу пример: запрос на корпоративную игру от компании Faberlic звучал следующим образом – «Как мне развивать свою партнёрскую структуру, чтобы достигнуть максимальных результатов?». А дальше каждый участник прописывал, на каком уровне в компании он находится и каких задач он хочет достигнуть конкретно в этой компании. Это была бизнес-игра «Проявись», когда мы учимся проявляться, продавать себя и выстраивать маркетинговую стратегию.

Есть бизнес-игры про улучшение коммуникаций, про достижение карьерного роста, про нетворкинг и коммуникацию с клиентами. Хочу отметить, что на основании коробочной версии игры может быть подготовлен новый сценарий, который подходит под конкретный запрос компании. Игопрактик является проводником, фасилитатором. Он задаёт направляющие вопросы и создаёт внутри команды игровую ситуацию с симуляцией какого-то

«ИГРА ПОМОГАЕТ ПОСМОТРЕТЬ НА СЕБЯ И НА СВОЙ ПРОДУКТ СО СТОРОНЫ, ПОНЯТЬ СВОИ ЦЕННОСТИ И УБЕЖДЕНИЯ, ОТРАБОТАТЬ НАВЫК САМОПРЕЗЕНТАЦИИ».



процесса, где игроки отрабатывают навык, который они впоследствии могут перенести на свою работу. После корпоративной игры у каждого участника появляется личная «дорожная карта», где прописаны конкретные шаги, которые нужно сделать для получения желаемого результата.

– Вы также занимаетесь развитием личного бренда. Можно ли применять игровые методики в развитии личного и корпоративного бренда?

– Игровые механики очень успешно используются при работе с личным брендом. Хочу добавить, что я прошла обучение у известного эксперта по брендингу Марии Азарёнок по специальности «ментор личного бренда» и провожу две бизнес-игры в рамках такого запроса: «Я – бренд» и «Личный бренд. Активация».

Играя, человек начинает понимать, что и как ему нужно делать. Игра «Личный бренд. Активация» имеет более пятисот успешных кейсов, в которых людям удалось реализовать свою идею, стать более узнаваемыми и востребованными на рынке после прохождения через игровую практику. Уже есть опыт проведения крупных мероприятий по активации личного бренда. Например, на большой игре в Marriott собралось более четырёхсот предпринимателей.

Игра помогает посмотреть на себя и на свой продукт со стороны, понять свои ценности и убеждения, отработать навык самопрезентации. Также во время игры мы пошагово выстраиваем воронку продаж. Через игровой сценарий можно узнать, как максимально коротким способом достигнуть тех результатов, которые человек прописал во время запроса. В одной из последних игр применяется даже искусственный интеллект. Я провожу как индивидуальные, так и групповые игры.

У групповых игр есть преимущество: игрок не только получает обратную связь

от аудитории, но ещё и умудряется продать себя во время игры.

Компании часто прибегают к игровой практике, чтобы донести до сотрудников ценности бренда, влюбить их в бренд. Игры позволяют незаметно сформировать вовлечённость в процесс, поработать над корпоративной культурой в интересном для сотрудников формате.

– Если говорить о современных тенденциях в маркетинге, какие из них вы считаете наиболее перспективными?

– Есть несколько основных трендов: применение технологий искусственного интеллекта, автоматизация всех процессов и переход от мультиканального к омниканальному маркетингу.

Омниканальный маркетинг – это интегрированный подход, при котором формируется создание непрерывного и комплексного опыта для клиента. И здесь неважно, как клиент взаимодействует с брендом: через офлайн-магазин, социальные сети, интернет-магазин или мобильное приложение. Он везде получает одинаковый опыт взаимодействия с брендом.

А впереди нас ждёт метамаркетинг. Это подход, который выходит за границы физического и цифрового миров, и клиенты перестают замечать разницу между этими мирами. Например, использование очков виртуальной реальности в офлайн-магазине, возможность примерить одежду в интернет-магазине. Причём игры – это тоже инверсивный опыт, в котором могут быть задействованы все органы чувств.

В метамаркетинге используются как цифровые, так и традиционные способы вовлечения клиентов. Это и физические пространства, дополненные с помощью цифровых технологий, и мультисенсорное взаимодействие с клиентом, которое вовлекает все пять органов чувств, и пространственный 3D-опыт.

Сейчас мы наблюдаем несколько микротрендов, которые являются предвестниками появления метамаркетинга: использование короткого видеоконтента; использование социальных сетей, где пользователи предпочитают чаще взаимодействовать с небольшими сообществами по интересам; создание компаниями своих аутентичных платформ со своей внутренней валютой; повсеместное внедрение искусственного интеллекта и использование инверсивно-портативных устройств. Эти микротренды отражают интерес молодого поколения к более интегральному опыту.

– Так как этот выпуск журнала посвящён развитию женского бизнеса, то хочется попросить вас – не только как успешного бренд-маркетолога, но и как маму пятерых детей: дайте несколько советов женщинам, стремящимся преуспеть в мире бизнеса.

– Нужно научиться не зацикливаться на своей семье и отстраивать свои личные границы. Хотя это, конечно, сложная задача.

У меня на кухне есть доска, где отмечено расписание моих детей. И я понимаю, где есть возможность уделить время себе и своим интересам. График моей семьи у меня есть везде, он импортирован в почту и в мой телефон. Всегда какие-то задачи можно делегировать – другим членам семьи или няне, – кого-то нанять для выполнения определённых действий. Я советовала бы развивать навык планирования и делегирования. Необязательно присутствовать лично всегда и во всех процессах.

– Как вы управляете своим временем и балансируете между работой и личной жизнью?

– Управление временем – это, скорее, иллюзия. Я всё решаю по обстоятельствам, нет идеального баланса. Если нужно больше времени уделить работе – я уделяю. Если семья в определённый момент времени нуждается во мне – я занимаюсь семьёй. Я могу что-то забыть или пропустить в родительских чатах, но я перестала заниматься самокопанием. Невозможно быть идеальной во всём.

– Поделитесь вашими планами. В каких ещё интересных проектах вам хотелось бы принять участие?

– Я нацелена на то, чтобы стать достаточно узнаваемой в области личного бренда.

В следующем году я планирую принять участие в мероприятии «Грани личного бренда». Это достаточно масштабное и крупное событие, в котором мне давно хотелось поучаствовать, но мне всё казалось, что моих заслуг и регалий недостаточно.

Беседавала Анна Добрынина



**Елена
Мингова:**
«Детский сад –
это основа, на
которой строятся
личность ребёнка,
его социальная и
эмоциональная
зрелость, его
навыки и знания»

– Елена, вы мама троих детей, основательница сети частных билингвальных детских садов и детских центров «Космо Кидс». С чего начался ваш путь в мир детства?

– По образованию я музыкант и педагог. Параллельно с обучением в консерватории я на пару месяцев устроилась в государственный детский сад и поняла, что очень хотела бы работать с детьми. Я мечтала дать детям больше, чем предлагает стандартная программа обучения, поэтому стала изучать различные методики развития детей-дошкольников через музыку. Проанализировав всё, что есть по данной теме, я написала собственную программу и открыла свою первую студию «Умные нотки», а в 2010 году – студию детского мюзикла «Мастерская успеха», которая сразу же начала окупаться. Родители рекомендовали нас друг другу, поэтому в 2011 году я решила открыть развивающий детский центр, а впоследствии и частный детский сад.

– Успех в любом деле – это результат упорного труда, целеустремлённости и веры в себя. За последние пять лет работы

вы открыли по франшизе более 30 садов и центров. Как развивался ваш бизнес?

– Открыть полноценный детский сад оказалось непросто: нужно было получить лицензию, подобрать команду, написать образовательную программу. Отработав все процессы на первом детском саду, мы были готовы двигаться дальше и открыли ещё два детсада. В 2018 году, накопив огромный управленческий, методический и юридический опыт, мы поняли, что надо расширяться, делиться опытом и вносить свой вклад в образование и воспитание будущего поколения. Формат масштабирования мы выбрали через франчайзинг, и в 2019 году появился первый детский сад по франшизе, который до сих пор успешно работает.

Запуская франшизу, мы ещё не понимали, как выбирать партнёров, ведь некоторые ожидали быстрого пассивного дохода. Сейчас мы занимаемся подбором более скрупулёзно и сразу же доносим, что детский сад – это большая ответственность и работа как с нашей, так и со стороны собственника детского сада.

Самое главное для родителя – чтобы их ребёнок рос счастливым и здоровым, всесторонне развивался и расширял кругозор, заводил друзей и учился легко адаптироваться в обществе.

Сеть билингвальных частных детских садов «Космо Кидс» нацелена на развитие детей во всех сферах с учётом пребывания в двуязычной среде: это становится возможным благодаря индивидуальному подходу к каждому воспитаннику, сильным образовательным программам и разнообразным творческим активностям.

Основатель и руководитель франчайзинговой сети частных детских садов «Космо Кидс» Елена Мингова поделилась тонкостями работы с детьми, рассказала о преимуществах программы интеллектуального и всестороннего развития «Космическое образование», обозначила миссию и масштабные планы дальнейшего развития своей компании.

Частный детский сад – это бизнес, который накладывает на владельца высокую социальную ответственность. Однако при этом он очень душевный, полезный и даёт огромную отдачу.

– У каждого ребёнка должна быть возможность раскрыть свой потенциал. Вы создали уникальную образовательную систему, расскажите о ней подробнее.

– В рамках обучающего процесса мы используем программу интеллектуального и всестороннего развития «Космическое образование» авторства методиста федерального уровня, выпустившего более 100 книг и пособий для детей-дошкольников и младших школьников. «Космическое образование» – это комплексное развитие интеллектуальной активности и формирование умственной самостоятельности детей. Впервые для дошкольников разработана система практических экологических задач, формирующая представление у детей об экологических связях в экосистемах. Также программа предусматривает формиро-

МЫ ПОМОГАЕМ НАШИМ ПАРТНЁРАМ ОТКРЫТЬ ДЕТСКИЙ САД С УЧЁТОМ ВСЕХ ТРЕБОВАНИЙ К ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМУ УЧРЕЖДЕНИЮ:

- ПОДБОР ПОМЕЩЕНИЯ, ЕГО РЕМОНТ И ДИЗАЙН;
- ПОДБОР ПЕРСОНАЛА;
- ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА;
- ЦЕНТРАЛИЗОВАННЫЙ КОЛ-ЦЕНТР;
- НАСТРОЙКА КАНАЛОВ ПРОДАЖ;
- УДОБНАЯ CRM-СИСТЕМА;
- ПРОВЕДЕНИЕ ДОД И ЗАКЛЮЧЕНИЕ ПЕРВЫХ ДОГОВОРОВ;
- ПОЛНЫЙ ПАКЕТ ЮРИДИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ, ОТРАБОТАННЫХ НА ПРАКТИКЕ;
- ПОМОЩЬ В ПОЛУЧЕНИИ ЛИЦЕНЗИИ;
- НЕОГРАНИЧЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО КОНСУЛЬТАЦИЙ ПО ВСЕМ ВОПРОСАМ;
- АВТОРСКИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ;
- КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ.

вание карт индивидуального маршрута развития на каждого ребёнка: он составляется на базе диагностического среза, который проходит каждый месяц. Таким образом, мы видим результат своей работы и прогресс ребёнка, а также можем корректировать маршрут, уделяя тем или иным направлениям больше внимания.

«Космо Кидс» – это не только программы основного дошкольного образования, присмотра и ухода за ребёнком, но также и детский клуб, представляющий собой разнообразные студии в направлениях интеллектуального, физического, творческого, музыкального и языкового становления; мы используем авторские программы по экологии и астрономии, обучаем детей английскому и китайскому языкам.

– Чем детские сады и детские центры «Космо Кидс» отличаются от других частных дошкольных учреждений? И изменилась ли сфера частного дошкольного образования за последнее десятилетие?

– Наша миссия – воспитание нового поколения, мотивированного на получение знаний и профессий будущего и ответственного за себя и свою планету. Мы не только делаем акцент на практических навыках ребёнка, но и воспитываем в нём бережное отношение к окружающему его миру.

Сфера частного дошкольного образования за последние 10 лет претерпела значительные изменения, но я бы сказала, что они к лучшему. Во-первых, заметно вырос спрос на частные детсады: родители всё больше ценят индивидуальный подход, безопасность и качественное образование, которое предлагают частные учреждения. Во-вторых, произошёл значительный скачок в совершенствовании методик и технологий: сейчас детсады активно внедряют новые подходы к обучению, используют интерактивные игры, мультимедийные

материалы, программы развития, направленные на всесторонний рост ребёнка. В-третьих, повысился уровень профессионализма сотрудников частных детсадов: увеличение конкуренции побуждает к постоянному обучению и повышению квалификации. В-четвёртых, появилось больше возможностей для родителей участвовать в жизни детсада: частные учреждения активно используют онлайн-платформы для общения с родителями, предоставляют доступ к онлайн-трансляциям занятий и видео с детских мероприятий.

– На ваш взгляд, насколько велико влияние детского сада на долгосрочное развитие ребёнка в будущем? Опишите, какие они – выпускники «Космо Кидс»?

– Детский сад помогает детям развивать социальные навыки, учиться общаться со

сверстниками и взрослыми, а также получать новые знания и опыт. В детсаду дети учатся самостоятельности, дисциплине и ответственности. Всё это способствует их успешной учёбе в школе и дальнейшей жизни. Поэтому влияние детского сада на долгосрочное развитие ребёнка очень велико.

– Вы предлагаете предпринимателям партнёрство в создании бизнеса: в открытии детсадов по франшизе. Это действительно надёжная ниша. Расскажите о «дорожной карте» и поддержке ваших клиентов.

– «Космо Кидс» – выгодная франшиза по организации открытия современных детсадов с уникальной методологией обучения и развития детей. Бизнес с высокой рентабельностью предусматривает 20 видов обучения по пяти направлениям. Сады и центры «Космо Кидс» востребованы, поскольку предлагают высочайшее качество образования, индивидуальный подход к каждому ребёнку и безопасную развивающую среду.

– С какими итогами вы подошли к завершению 2024 года и какие цели ставите перед собой на ближайшие годы?

– В этом году мы открыли 10 новых точек по всей России, а оборот за год вырос на 40%. В 2025 году мы продолжим развитие и надеемся выйти на 40+ точек. Каждый год мы планируем расширяться с акцентом на городах-миллионниках России, в 2025 году мы будем продолжать выходить на международный рынок, где есть спрос на качественное образование от российских специалистов. Если глобальных потрясений не произойдёт, рынок франчайзинга дошкольного образования продолжит расти, следуя традиционной модели поведения покупателей, и в будущем году мы увидим новый прирост спроса на франшизы.

ДЕТСКИЙ САД – УНИКАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО, ГДЕ РЕБЁНОК ПОЛУЧАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ:

- РАЗВИВАТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ НАВЫКИ – ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ С ДРУГИМИ ДЕТЬМИ, УЧИТЬСЯ ДЕЛИТЬСЯ, РЕШАТЬ КОНФЛИКТЫ, ПРОЯВЛЯТЬ ЭМПАТИЮ;
- УЛУЧШАТЬ РЕЧЬ И КОММУНИКАТИВНЫЕ НАВЫКИ – УЧАСТВОВАТЬ В ИГРАХ, РАССКАЗЫВАТЬ ИСТОРИИ, ПЕТЬ ПЕСНИ, СЛУШАТЬ ДРУГИХ ДЕТЕЙ;
- ФОРМИРОВАТЬ ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ НАВЫКИ – ИЗУЧАТЬ ЦИФРЫ, БУКВЫ, ЦВЕТА, ГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ, РАЗВИВАТЬ ЛОГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ;
- ПРИОБРЕТАТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ – ОДЕВАТЬСЯ, КУШАТЬ, УБИРАТЬ ЗА СОБОЙ, СЛЕДОВАТЬ ПРАВИЛАМ;
- УДОВЛЕТВОРЯТЬ СВОИ ПОТРЕБНОСТИ В ИГРЕ И ТВОРЧЕСТВЕ – РИСОВАТЬ, ЛЕПИТЬ, КОНСТРУИРОВАТЬ, ТАНЦЕВАТЬ, ПЕТЬ. ВСЕ ЭТИ НАВЫКИ И ЗНАНИЯ – ЭТО «КИРПИЧИКИ» ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ УСПЕШНОГО БУДУЩЕГО РЕБЁНКА.

Анна Могутнова, «Наро-Фоминское Агентство Недвижимости»: «Все проблеМЫ решаемЫ!»



Покупка или продажа недвижимости – значимое событие в жизни большинства из нас. По статистике, обычный россиянин покупает квартиру 1–2 раза за всю жизнь, да и продаёт, соответственно, не чаще, а четверть соотечественников в настоящее время снимает жильё, хотя большинство из них мечтает о своём. На таком фоне агент по недвижимости может сыграть в жизни каждого из нас как счастливую, так и роковую роль. Как не ошибиться с выбором? Что отличает добросовестного профессионального риелтора? Об этом и многом другом мы расспросили Анну Могутнову – руководителя «Наро-Фоминского Агентства Недвижимости», профессионального агента по недвижимости с 2000 года, члена Национального совета Российской гильдии риэлторов, вице-президента Гильдии риэлторов МО, сертифицированного брокера по недвижимости, председателя Комитета ТПП НФ в сфере недвижимости и риелторских услуг.

– Анна, «Наро-Фоминское Агентство Недвижимости» («НАН») уже более 20 лет на рынке недвижимости Наро-Фоминского района. А как всё начиналось? Кто основал агентство, когда и на какой базе?

– Основали его мы, коллеги-единомышленники: сначала нас было двое, потом пригласили ещё двоих для создания союза независимых агентов с общим офисом и секретарём.

– Почему вами было выбрано это направление бизнеса?

– Когда я пришла в недвижимость, мне было 27 лет. Изначально я получила специальность инженера-конструктора в сфере строительства промышленных и гражданских зданий и сооружений. Но в Наро-Фоминске, куда я переехала из Норильска, работы по этой профессии не нашлось. А на руках были четырёхлетние доченьки-двойняшки. Я хотела уделять больше времени детям, поэтому работу выбрала рядом с домом: в единственном в городе к 2000 году агентстве недвижимости. Проработала агентом и нашла для себя в этой профессии много привлекательного. Настолько, что решила вместе с партнёрами открыть своё агентство недвижимости.

– А что именно вас привлекло в этой профессии?

– Моя деятельность помогает людям менять образ жизни и мышления. Иногда судьба ведёт нас причудливым путём: мы не сразу понимаем, зачем совершаем те или иные действия. И только со временем приходит осознание, для чего это было нужно...

Вот я когда-то выбрала специальность инженера-конструктора. И все пять лет я с удовольствием отучилась в индустриальном институте, окончив его на одни пятёрки.

Я с детства занимала позицию лидера, никогда не искала лёгких путей. Казалось, я точно знала, чем хочу заниматься в будущем. Но в итоге получилось так, что мне понадобилось время, чтобы понять, в чём моё призвание.

Мне повезло: я всё-таки нашла своё, поняв, что при моём складе личности необходимо интенсивное общение. Когда я начала работать в своём первом агентстве недвижимости, я была так рада, что не надо рассчитывать строительные конструкции и нагрузки на них, а работа состоит во многом из постоянного общения, встреч, знакомств. Мне это было интересно – и интересно до сих пор. Но несведущему в нашей профес-

сии может показаться: ну зачем риелтору, брокеру инженерное и строительное образование? Не потрачены ли годы учёбы впустую? Но здесь есть тонкость: брокером может стать только человек, имеющий высшее экономическое, юридическое или, как у меня, инженерное и строительное образование. Кандидатуры без него не рассматриваются. Кроме того, само это образование сильно структурирует, дисциплинирует и организует мышление, что является большим конкурентным преимуществом. Я не стала работать инженером-строителем, конструктором, зато я могу помочь выбрать дом вашей мечты, задав правильные вопросы клиенту, и сэкономить его средства на покупке.

Или ещё пример: когда-то я мечтала стать маркетологом и занималась на курсах в МГИМО. Маркетолог из меня не получился, зато я умею своей рекламой привлечь внимание нужных покупателей при продаже недвижимости.

Я не черчу проекты, зато могу спрогнозировать цену за продаваемый объект недвижимости и сделать точный сравнительно-маркетинговый анализ.

Я – аттестованный брокер, сдающий экзамены раз в три года на квалификацию и зарегистрированный в Едином

реестре сертифицированных компаний и аттестованных специалистов рынка недвижимости.

Я отдала этой профессии 20 лет и начинала с азав, а сейчас легко могу работать с любым видом недвижимости.

Я – руководитель «Наро-Фоминского Агентства Недвижимости» и брокер, который лично проводит не меньше 40 сделок в год.

Я работаю со своей командой, где каждому отведена определённая роль: дизайнер-хоумстейджеру, администратору – личному помощнику, юристу и агенту покупателей.

И ещё у меня есть особенность, которая, к сожалению, до сих пор характерна отнюдь не для всех коллег: я могу отказать в услугах, если мои жизненные ценности не совпадают с ценностями и интересами клиента. Лучше потерять деньги, чем своё честное имя!

– Есть у «НАН» девиз, слоган? В чём видите свою миссию?

– Наш девиз: «Все проблемы решаем!»

Миссия «НАН» – цивилизованная система профессиональных риелторских услуг на рынке недвижимости.

– Что представляет собой ваше агентство сегодня: локация, коллектив?

– Начну с пояснения: у меня не классическое агентство недвижимости, я работаю по бизнес-системе «брокер и его команда». Я работаю со своей командой, в которую входят администратор, высококлассный опытный юрист, агент покупателя, маркетолог, дизайнер помещений для хоумстейджинга, аромапсихолог и мастер клининга, судебно-строительный эксперт.

– Вы состоите в Гильдии риэлторов Московской области и являетесь одним из вице-президентов этой организации, а также вы член Национального совета Российской гильдии риэлторов. При этом мы все привыкли к тому, что риелторский бизнес в России очень конкурентный, в нём, по крайней мере – пока, принято соперничать, а не сотрудничать. А что вам дают эти объединения и сотрудничество с коллегами?

– Такое партнёрство даёт огромный нетворкинг, сотрудничество по сделкам, обмен опытом, обучение и узнаваемость, продвижение личного бренда.

«Делай как мы, делай лучше нас!» – вот девиз наших отношений внутри профессионального объединения.

Вообще, разобщённость – огромная проблема российского профессионального сообщества риелторов. У нас пока нет общей базы объектов, как это сделано в некоторых других странах. Если бы у нас была такая база, и сделки были возможны только через риелторов, и риелторы были

бы объединены в крупную профессиональную организацию, от этого выиграли бы и рынок, и каждый риелтор, и клиенты. Пока, если я прохожу сертификацию, сдаю экзамены, это моя добрая воля и не является обязательным. У нас нет лицензирования в профессии. И я считаю, что всё это требует изменений и усовершенствований.

– Вас также можно найти в Едином реестре сертифицированных компаний и аттестованных специалистов рынка недвижимости. Что это даёт? Расскажите об этом реестре.

– Реестр создан Российской гильдией риэлторов в рамках Системы добровольной сертификации услуг на рынке недвижимости РФ. Он содержит информацию об агентствах недвижимости, являющихся членами Российской гильдии риэлторов и обладающих сертификатом соответствия услуг стандарту «Риэлторская деятельность. Услуги брокерские. Общие требования» (сертифицированные агентства недвижимости), а также о работающих в данных агентствах недвижимости специалистах, обладающих квалификацией «Агент по недвижимости» и «Брокер по недвижимости» (аттестованные специалисты по недвижимости).

– На вашем сайте сказано, что вы берётесь продать объект недвижимости максимум за 21 день выше рыночной цены и при этом утверждаете, что «нет непроданных объектов – есть неправильный подход к продаже». Это реально работает? За счёт чего достигается такой эффект?

– Я использую ажиотаж в своей работе сознательно как способ привлечения покупателей при продаже недвижимости.

Обычно я задаю вопрос продавцам: «Вы хотите продать или оставаться на рынке долгое время?» Можно продавать годами безрезультатно, а можно продать почти по той же цене, но намного бы-

стрее. Скажете, что так не бывает? Но это проверено много раз!

– Как вы можете гарантировать продажу?

– Единственный случай, когда я не смогу ничего гарантировать, – это если от моих услуг откажется сам клиент ввиду отсутствия его мотивации. Есть разработанный метод, позволяющий привлечь внимание всех заинтересованных и аукционным методом повысить цену до максимальной в рамках рынка, при этом быстро. И он реально работает: гарантией служит большой опыт проведения таких сделок.

– Каково «географическое покрытие» деятельности вашего агентства?

– Можем предложить услуги по продаже практически в любой точке мира! Эта технология работает в любой точке страны и мира.

– Каковы ваши ближайшие и перспективные планы?

– Создать:

- серию обучающих проектов и мероприятий для коллег;
- реестр проданных и находящихся в продаже переоценённых риелторами объектов недвижимости;
- рейтинг для определения лидеров по итогам года;
- публикации отзывов реальных клиентов и только тех, кто пользовался услугами риелторских организаций.

Ещё я хочу создать областную бесплатную платформу объектов недвижимости. Впрочем, сегодня уже существует и активно развивается подобная база от гильдии, она называется «Домбонус», и мы её продвигаем.

Также я хочу организовать риелторский форум в Наро-Фоминском районе.





Алсу Баскакова:

Постричь ребёнка без слёз и капризов под силу далеко не каждому – детский салон красоты «Причесончик» предлагает именно такие услуги. Также маленьким посетителям могут сделать модную причёску, проколоть уши, а после процедур вручают грамоту и угощают сладостями – это ли не мечта!

Молодой предприниматель и владелица детской парикмахерской в Пушкино Алсу Баскакова делает юных клиентов не только красивыми, но и счастливыми. Кроме того, её салон бесплатно обслуживает детей-инвалидов, контактируя с местными благотворительными фондами, и предоставляет парикмахерские услуги подопечным дома престарелых на безвозмездной основе.

О том, как занять востребованную нишу для бизнеса, радовать детей и их родителей и расширять своё дело в виде продажи франшиз, нам рассказала основательница детского салона красоты «Причесончик» Алсу Баскакова.

«МОЯ МЕЧТА – ЧТОБЫ В КАЖДОМ ГОРОДЕ ПОЯВИЛСЯ СВОЙ САМЫЙ УЮТНЫЙ «ПРИЧЕСОНЧИК» ДЛЯ ДЕТЕЙ»

– Алсу, ваш детский, а теперь уже семейный салон красоты «Причесончик» приносит радость детям и их родителям на протяжении восьми лет. С чего начался ваш бизнес и как он развивается сейчас?

– Всё началось в 2016 году с того, что у моей старшей сестры, мамы троих детей (сейчас уже четверых), возникла проблема – ей было крайне сложно найти салон, где мастера согласились бы постричь маленьких детей: все отказывались, ссылаясь на то, что малыши плачут и не могут

спокойно усидеть на месте. Мне такая ситуация показалась довольно странной, и я подумала, что сестра просто плохо искала подходящее место для парикмахерских услуг. Однако, почтавав форумы мам, я поняла, что это действительно проблема очень многих родителей.

На тот момент я работала в банке, но желание начать осваивать новую область по оказанию парикмахерских услуг детям не давало покоя, и я решила попробовать открыть своё дело – организовать

для малышей полностью комфортное и максимально располагающее к стрижке место. Собрала всю необходимую информацию, нашла помещение, и буквально за пару недель мы открыли в Пушкино очень востребованный салон красоты для детей «Причесончик».

С момента открытия первого салона прошло уже восемь лет, за это время нам удалось несколько поменять формат детской парикмахерской, так как в процессе выяснилось, что для мам и пап в декрете

найти время на себя – огромная проблема. Нас всё чаще стали просить подстричь и родителей, и в итоге мы стали семейным салоном красоты. «Причесончик» ориентирован на детские стрижки и причёски, но также мы оказываем и полный спектр парикмахерских услуг для взрослых: мужские и женские стрижки, модельные причёски. Кроме того, по многочисленным просьбам посетителей, мы добавили новую услугу – прокол ушей для детей и взрослых.

– Молодому предпринимателю нелегко начинать бизнес с нуля. Пользовались ли вы какими-либо программами государственной поддержки и помогают ли они вам сейчас?

– Безусловно, и на начальном этапе, и сейчас мы регулярно пользуемся некоторыми программами государственной поддержки, это является для нас неплохим подспорьем. После открытия салона красоты для детей мы получили субсидию и вернули 50% от всех затрат, что позволило нам не переживать об арендной плате и зарплате сотрудникам.

В 2021 году я получила статус социального предпринимателя, так как с момента открытия «Причесончика» мы на безвозмездной основе работаем с подопечными пушкинского благотворительного фонда «Виктория». Также нам был предоставлен грант на 500 тыс. рублей, который позволил сделать небольшой ремонт в помещении, обновить мебель, оборудование и прочее. Кроме того, мы приняли участие в государственной программе, в результате чего получили возможность бесплатно создать сайт для своего салона у аккредитованной организации.

– Салон красоты «Причесончик» заметно отличается от других бьюти-салонов. Расскажите об изюминках вашего помещения, его оформлении, специалитетах, которые так легко находят общий язык с маленькими клиентами.

– Нам очень хотелось создать максимально комфортное место для самых главных клиентов. В первую очередь мы, конечно, искали оборудование и остановились на детских креслах в виде автомобилей. Это акцентные детали нашего салона, они помогают отвлечь малышей и расположить их к стрижке. Также есть игровой уголок и возможность просмотра мультфильмов, а инструменты мы используем с пониженным уровнем шума. За смелость, с позволения родителей, угощаем маленьких клиентов сладостями и вручаем им грамоты.

Мы принимаем малышей с трёх месяцев, наши стрессоустойчивые мастера найдут подход к самому капризному ребёнку. А мальчики и девочки могут сами выбирать себе причёски по каталогам. Кроме того, мы расширили спектр услуг, и

сейчас сертифицированные мастера могут не только сделать стрижку, но и проколоть уши маленьким модницам.

– Бывают ли среди юных посетителей вашего салона дети с особенностями развития? Как вы работаете с такими клиентами и поддерживаете ли вы контакт с местными благотворительными фондами по обслуживанию детей-инвалидов?

– Да, сразу же после открытия «Причесончика» мы связались с местным благотворительным фондом «Виктория» и предложили обслуживать их подопечных бесплатно. И теперь мальчикам и девочкам с ограниченными возможностями здоровья мы на безвозмездной основе делаем стрижки, причёски, предоставляем целый спектр услуг. Для родителей особенных детей это большая поддержка.



В детском салоне красоты работают профессиональные мастера, способные найти общий язык с любым малышом. Нередко бывает, что наши сотрудники предоставляют услуги даже сидя на полу или стригут деток на руках у их родителей или в игровом уголке – мы стараемся делать всё, чтобы не травмировать психику ребёнка и оставить у него только положительные эмоции.

– Расскажите о вашем участии в различных городских мероприятиях и конкурсах.

– Мы регулярно участвуем в различных городских мероприятиях, дарим деткам причёски и аквагрим, что также для нас полезно, так как повышает узнаваемость салона «Причесончик» среди потенциальных клиентов. Два года назад я участвовала в конкурсе «Нежный грант»

среди женщин-предпринимателей, мне удалось дойти до финала и представить свой проект в Москве. В конкурсах государственной поддержки мы тоже принимаем участие, в итоге получая гранты и субсидии. Во время пандемии коронавируса наш салон получил приличную поддержку от государства: нам были выделены средства на зарплату сотрудникам и закупку средств индивидуальной защиты.

– За период работы салона вам пришлось столкнуться с пандемией и антироссийскими санкциями, повлияли ли эти непростые годы на деятельность «Причесончика»?

– Во время пандемии было действительно сложно, на тот момент у меня было два салона в Пушкино и один в Москве. К сожалению, не везде удавалось договориться о приемлемых условиях аренды, в результате детский салон красоты в Москве пришлось продать. Антироссийские санкции не сильно на нас повлияли, мы ощутили только повышение цен на расходные материалы. Но по итогу мы оправились, смогли стать лучше и сильнее.

– Алсу, ваш семейный салон практически сразу обрёл большую популярность, и вы решили не останавливаться на достигнутом, начав запуск франшизы. Расскажите об этом направлении подробнее.

– На самом деле это очень интересный момент, так как цели продажи франшизы не было: мы планировали сами продолжать открывать салоны красоты «Причесончик». Но нам позвонила семейная пара из соседней Ивантеевки и попросила позволить использовать наше название, а также помочь начать работать под нашим брендом. И мы решились.

Поделившись своим опытом, мы помогли первым партнёрам выйти в плюс и наращивать доходы ежемесячно. Первая франшиза была продана в 2022 году в Ивантеевку, а в 2024 году к нам также обратилась семейная пара с желанием открыть «Причесончик» в Сергиевом Посаде, и на данный момент ребята готовятся к открытию. Мы верим, что если они будут следовать нашим чётким инструкциям, то и третий детский салон красоты станет успешным проектом. Поэтому можно сказать, что «Причесончик» сам себя продаёт!

– Какие планы вы ставите перед собой на будущий год, будете ли расширять своё дело, открывать новые салоны?

– На данный момент я хотела бы больше углубиться в эту тему, планирую развиваться в двух направлениях: открывать свои салоны и развивать франшизы. Моя мечта – чтобы в каждом городе появился свой самый уютный «Причесончик» для детей.

Студии красоты Rich Nails появились в Москве всего шесть лет назад и уже увеличились до десяти салонов, по франшизе бренда открылись три партнёрские студии в Москве и Тюмени. Основательница сети бьюти-салонов Rich Nails Юлия Падерина знает всё о ведении успешного бизнеса, об основных принципах подхода к обслуживанию клиентов, о тонкостях запуска франчайзинговой кампании и о том, какими качествами должен обладать молодой предприниматель, чтобы добиться высоких результатов.



ЮЛИЯ ПАДЕРИНА: «УСПЕШНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ НИКОГДА НЕ СДАЁТСЯ, А КАЖДАЯ НЕУДАЧА ВОСПРИНИМАЕТСЯ КАК ВЫЗОВ»

– Юлия, вы являетесь основателем сети студий красоты Rich Nails, предлагающих широчайший набор популярных бьюти-услуг в одном месте. Что помогло вам построить настолько успешный бизнес: профильное образование, мотивированность на результат, желание добиться всего собственными силами или что-то иное?

– Я никогда не работала бьюти-мастером, администратором или любым другим работником бьюти-сферы. Моё первое образование – экономическое, я более 10 лет проработала бухгалтером и более семи лет – главным бухгалтером и даже состояла в Ассоциации профессиональных бухгалтеров России. Помимо этого, я дипломированный управленец, имею степень MBA по программе «Стратегия. Менеджмент в действии». Я «люблю цифры», понимаю, как формируется наценка на услуги, продукцию и товары, знаю то, как правильно рассчитать маржинальность бизнеса, рентабельность, себесто-

имость продукции и услуг, как составить корректный бизнес-план и планы продаж, как эффективно управлять человеческими ресурсами, и многое другое.

Самые главные качества характера, которые мне особенно помогают в бизнесе, – это терпение и настойчивость. Важно ещё и то, что при открытии своего первого салона красоты, да и последующих тоже, я не давала себе права на ошибку. Именно эта целеустремлённость в сочетании с образованием, накопленным опытом и другими личностными качествами в совокупности позволила мне построить успешный бизнес и помогает двигаться дальше и достигать всё новых высот.

– Рынок красоты очень разнообразен и насыщен. Как вам удалось найти свою изюминку и стать настолько непохожими на другие салоны?

– Я сделала ставку на сочетание удобной локации, хорошего качества и сервиса, доступных цен. Также я автоматизи-

ровала «путь клиента» для удобства записи и комфортного посещения студий сети (онлайн-запись, чат-боты, мобильное приложение, Rich-меню для клиентов с бесплатными напитками, программа лояльности, скидки, акции и бонусы) и разработала Лабораторию цвета Rich Nails (производство премиальных гель-лаков под собственным брендом) – всё это отличает сеть салонов красоты Rich Nails от остальных.

– Для большинства предпринимателей пандемия и антироссийские санкции обернулись серьёзным ударом, подорвав их бизнес. Для вас же эти сложные периоды, наоборот, стали ступенькой вверх: в 2020 году вы расширили свою сеть, открыв два новых салона, а в 2022 году запустили производство косметики под брендом Rich Nails и открыли ещё две новые студии. Как вам это удалось?

– На самом деле мой бизнес тоже пострадал от пандемии, но не столь значи-

тельно, как у других. Мне удалось договориться с арендодателями об отсутствии начислений арендной платы в период пандемии и, что самое важное, сохранить весь коллектив: никто не ушёл «в поисках лучшей жизни» в другие места, за что я очень благодарна своим сотрудникам. Тот сложный 2020 год стал для меня периодом возможностей и перспектив, именно тогда я поняла, что многие салоны красоты закрываются, а это значит, что освобождается место для новых игроков рынка.

В 2022 году нас ждали новые вызовы: запрет на использование в России популярной соцсети, а это значило, что канал получения недорогих лидов закрыт, и нужно принимать срочные меры по диверсификации рекламных каналов. Благо я всегда понимала, что рекламных каналов у бизнеса должно быть несколько, и мы пользовались различными источниками привлечения клиентов как онлайн, так и офлайн, поэтому для нас запрет на рекламу в этой соцсети не стал шоком. Мы с командой собрались и устроили «мозговой штурм», диверсифицировали рекламные каналы, перенастроили рекламу, уделив больше внимания приоритетному размещению в «Яндекс.Бизнес» и контекстной рекламе в «Яндекс.Директ», и не прогадали. Именно эти источники трафика стали приносить максимальное количество новых клиентов. Моя сеть не просто выжила в 2020-2022 годы, я и моя команда приумножили бизнес, открыв новые филиалы и увеличив выручку сети в два раза в 2022 году по сравнению с 2020 годом.

– Расскажите об основных принципах подхода к обслуживанию клиентов.

– Любовь к клиентам и забота о них – это ключевые элементы для развития долгосрочных отношений. Мне очень нравится фраза Игоря Манна: «Бизнес – контактный вид спорта, касайтесь клиентов». Существуют такие элементы «касания»: email-рассылки, чат-боты, мобильное приложение, наше интерактивное Rich-меню и другие. Наши посетители должны чувствовать, что мы всегда рядом, готовы не просто оказать услугу, но и выслушать клиента, позаботиться о нём. Наша сеть никогда не была нацелена на получение краткосрочной выгоды, мы придерживаемся принципов развития долгих, крепких и дружеских отношений со своими клиентами.

– На ваш взгляд, меняется ли отношение людей к тому, что они хотят видеть в бьюти-индустрии? Как за последние шесть лет, что вы работаете в «красивом» бизнесе, изменились запросы потребителей?

– Мир меняется, и бьюти-индустрия не исключение. Сейчас клиенты предпочитают получать все услуги в одном месте. Время монотудий прошло, а это значит, что салоны красоты должны стараться

охватить наибольшую часть потребностей клиента, поэтому в сети Rich Nails не только оказывают услуги маникюра и педикюра, но и предлагают наращивание и ламинирование ресниц, оформление и ламинирование бровей, депиляцию, уходовые процедуры для лица, а также услуги стилиста.

Клиент предпочитает, чтобы салон красоты был расположен в удобном для него месте, поэтому все наши салоны в Москве находятся в минуте от метро. Запросы клиентов и дальше будут расти, в основном это коснётся качества оказываемых услуг и сервиса. Для этого в сети Rich Nails работает дипломированный технолог, проверяющий работу каждого мастера, и в случае выявления недочётов и жалоб он оперативно и точно обучает мастера. Кроме того, раз в квартал все наши сотрудники проходят повышение квалификации.

– Недавно вы запустили франчайзинговую кампанию на максимально выгодных условиях для франчайзи с перспективой построения партнёрской федеральной сети. Расскажите об этом направлении подробнее.

– Мы предлагаем самые лучшие условия на рынке из всех действующих бьюти-франшиз: доступный паушальный взнос, фиксированное роялти по принципу «Работай лучше – плати так же»; мы нацелены на то, чтобы каждый партнёр Rich Nails развивался и не останавливался на открытии одной студии красоты. Для этого у нас разработаны специальные условия для уже действующих парт-

нёров: скидка 50% на паушальный взнос при приобретении второй франшизы и пониженное роялти. Мы предлагаем нашим партнёрам продукцию Rich Nails по выгодным ценам, предоставляем поставщиков и подрядчиков, комплексную поддержку во всех вопросах франчайзи на всех этапах сотрудничества, полностью берём на себя настройку маркетинга, обучение собственника студии, помогаем найти сотрудников и благодаря геоаналитике ту самую локацию для открытия прибыльного салона красоты Rich Nails.

– Юлия, какие советы вы могли бы дать молодым предпринимателям, которые хотели бы приобрести франшизу Rich Nails и попробовать свои силы в этой нише? К чему нужно быть готовыми, начиная свой бизнес?

– Франшиза – это система, в которую начинающему предпринимателю необходимо встроиться, чтобы его бизнес стал успешным и прибыльным. То есть важным условием является готовность партнёра работать по уже существующим стандартам, конечно, внося свои предложения: мы всегда рады новым идеям. Франчайзер – это опытный друг, который научит, подскажет, покажет, как нужно работать, но не сделает всё за вас. Начиная свой бизнес по франшизе, нужно понимать, что франшиза – это не волшебная палочка, и волшебной кнопки «клиенты» не существует. Нужно много и упорно трудиться и понимать, что результат, то есть ваш прибыльный бизнес, – это плод совместного труда франчайзи и франчайзера.

– Какими качествами должен обладать предприниматель, чтобы построить успешный бизнес? Где вы находите своё вдохновение, что вас мотивирует развиваться, где вы берёте силы и энергию?

– Чтобы открыть успешное дело, предпринимателю нужно любить осознанный риск и не бояться рисковать. Также важны настойчивость в достижении своих целей, терпение; точное видение того, чего ты хочешь достичь, своей точки Б; огромное желание быть предпринимателем именно в своей сфере. Помимо этого, у предпринимателя должен быть высокий уровень EQ (коэффициент эмоционального интеллекта, не путать с IQ), который выражается в совокупности таких навыков, как самоконтроль, самосознание, мотивация, эмпатия, и социальных навыков. Успешный предприниматель никогда не сдаётся, а каждая неудача воспринимается как вызов, даёт «здоровую злость», которая преобразуется в необходимую энергию, чтобы двигаться дальше. Кроме того, я черпаю энергию из занятий спортом, а также неиссякаемым источником моего вдохновения и сил являются мои дети.

Подготовила Алина Волкова



Нонна Витальевна СУСЛОВА: «МИЛОСЕРДИЕ – ПУТЬ К САМОИСЦЕЛЕНИЮ»

С Нонной Витальевной Сусловой, основательницей клиники «АДАНАЯ», специализирующейся на лечении заболеваний позвоночника и реабилитации после травм и операций, мы поговорили о том, что помогает видеть в больных не клиентов, а пациентов, о страхах, наградах, предназначении, любви к жизни, душе и Боге.



– Нонна Витальевна, я смотрю, у вас много разных дипломов. Ещё Конфуций сказал когда-то: «Учитесь так, словно вы постоянно ощущаете нехватку своих знаний, и так, словно вы постоянно боитесь растерять свои знания». Вы не останавливаетесь на достигнутом. Почему вы выбрали такую непростую нишу, требующую высочайшего профессионализма: лечение заболеваний позвоночника?

– Учиться действительно пришлось много, я и сейчас постоянно учусь чему-то новому. В своё время я попробовала себя в разных направлениях, у меня был другой бизнес, какое-то время работала в найме. Но чем бы я ни занималась, меня всегда тянуло в медицину, я чувствовала, что моё призвание – помогать людям. В определённый жизненный момент настала пора определиться: открыть своё дело или идти работать в государственную структуру. Решение принимали всей семьёй, постановили – клинике быть. Направление я выбирала долго, беседовала с коллегами, ходила на выставки, конференции, мониторила рынок и искала новые методики. На одной из выставок я познакомилась с Михаилом Анатольевичем Бобырем, автором фундаментальной научной работы в области медицины позвоночника. Мы стали друзьями, и он предложил мне открыть направление по лечению опорно-двигательного аппарата и разрешил использовать своё имя. Так, в 2012 году и родилась наша клиника. Те специалисты, которые пришли в самом начале, практически все работают до сих пор. Коллектив сложился сразу, и я счастлива, что мне удалось собрать настоящую команду единомышленников и профессионалов своего дела.

– Да, удержать врачей одного направления, да ещё таких специалистов, как у вас, – задача непростая! А кто ваша целевая аудитория, в основном кто у вас лечится?

– Пациенты всех возрастов, в том числе дети, страдающие заболеваниями и травмами опорно-двигательного аппарата и центральной нервной системы, и даже новорождённые с родовыми травмами и врождёнными патологиями. К нам обращаются за помощью пациенты, желающие провести профилактику и заняться реабилитацией после травм, операции и прочих медицинских вмешательств, спортсмены и люди, занимающиеся тяжёлым трудом, в том числе умственным. Частыми пациентами клиники становятся военнослужащие, лётчики, водолазы, пожарники – люди, чья профессия сопряжена с определёнными рисками и травмами.

Мы помогаем справиться с тревожностью и другими психоэмоциональными проблемами школьникам и студентам; пациентам в пожилом возрасте помогаем справиться с заболеваниями ОДА и ЦНС. Каждого пациента в нашей клинике ждут забота и внимательный подход.

– Как часто приходится слышать истории о том, что некоторые люди боятся идти к врачам. Обращаюсь к вам – как к эксперту: с чем чаще всего связаны эти страхи?

– Пациенты могут бояться услышать неприятный или серьёзный диагноз, который может изменить их привычную жизнь или потребовать дорогостоящего лечения. Многие пациенты боятся проведения медицинских процедур, особенно если

они инвазивные. Некоторые пациенты испытывают стеснение, боятся осуждения со стороны специалиста или медицинского персонала, особенно если они посещают врача или специалиста в связи с психическим или сексуальным здоровьем. Отношение врача или специалиста может вызывать беспокойство у пациента, тем более если ранее он имел неприятный опыт или слышал отрицательные отзывы о конкретном враче. Иногда пациенты чувствуют себя уязвимыми, особенно в ситуациях, когда они вынуждены рассказывать о своих личных или интимных проблемах. При первом обращении в клинику у пациентов может быть целый комплекс различных страхов, но я знаю, что наш подход к лечению эти страхи развеивает, и пациенты начинают полностью нам доверять.

– В основе отношений между врачом и пациентом должно быть полное доверие. Как вам удаётся расположить к себе пациентов?

– Прежде всего – милосердием. Вера в Бога, любовь к жизни и людям чрезвычайно важны в нашей профессии. Мы принесли клятву Гиппократу! Наша клиника ставит благополучие и комфорт пациента на первое место, поэтому мы стремимся предложить решения и поддержку пациентам, которые боятся услышать неприятный диагноз.

Во-первых, наша команда врачей и медицинский персонал обладают огромным опытом работы с различными заболеваниями и диагнозами. Мы знаем, что осведомлённость и понимание ситуации являются ключевыми факторами для со-

здания доверия и уверенности. Поэтому мы подробно рассказываем пациенту о его болезни, о возможных вариантах лечения и их последствиях.

Во-вторых, мы предлагаем индивидуальный подход к каждому пациенту, слушаем его опасения, страхи и предпочтения, чтобы разработать план лечения, который отвечает его потребностям и целям.

Наконец, мы обладаем доступом к передовым технологиям и методикам лечения. Врачи нашей клиники обладают высокой профессиональной экспертизой и следят за последними научными и медицинскими достижениями. Мы гордимся своим длительным опытом работы и репутацией и готовы поддержать пациента на каждом шагу его лечения. Здоровье и комфорт – наша главная забота, и мы будем усердно работать, чтобы помочь пациентам преодолеть все трудности и достичь наилучших результатов в лечении.

Наша клиника придерживается высоких стандартов приватности и конфиденциальности, соответствующих медицинской этике и законодательству. Мы строго соблюдаем нормы и требования, связанные с хранением и передачей медицинской информации, чтобы обеспечить конфиденциальность.

В нашей клинике мы стремимся предоставлять высококачественную медицинскую помощь без каких-либо предвзятостей. Независимо от возраста, пола, расы или финансового положения, мы готовы помочь любому пациенту получить необходимое лечение.

– Есть ли какие-то системные подходы к лечению, позволяющие вам добиваться столь высоких результатов?

– Мы ставим себя на место пациента и оказываем услуги как для себя. Тщательно изучив потребности пациентов, мы минимизировали походы к специалистам и заменили несколько приборов одним. Специалисты нашей клиники выступают за комфортное лечение и минимализм. Один специалист у нас способен заменить троих, а то и пятерых врачей. Нам удаётся достигать устойчивых результатов в процессе восстановительного лечения и адаптировать организм к нагрузкам.

Всё оборудование нашей клиники прошло доказательную эффективность, внедряется в программу на любом этапе реабилитации и восстановительного лечения. Многие многофункциональные приборы, которые мы применяем, мобильны и удобны в использовании на дому.

– Я всё время слышу слово «мы». Почему «мы»? Ведь клиника «АДАНАЯ» – ваше детище.

– Без моей команды я бы не добила таких результатов. Меня во всём поддер-

живают мои сотрудники. А ещё мне очень помогают вся моя семья и друзья.

– Давайте поговорим о достижениях? Я вижу, что у вас много почётных грамот и благодарственных писем. От кого они?

– Все мои достижения являются результатом тяги к познаниям. Я постоянно нахожусь в профессиональном развитии и поиске, много общаюсь с интересными и талантливыми людьми. Мой девиз: «Учись и применяй, познавай и действуй!» Это благодарности за многолетний добросовестный труд, большой личный вклад в



социально-экономическое развитие нашего округа, за чуткость и отзывчивость, за внимание и заботу, за благотворительность и волонтерство, а самое главное – за активную жизненную позицию.

Я участвую в форумах, в благотворительных мероприятиях – как районных, так и региональных. Вхожу в состав комитетов по здравоохранению и социальному предпринимательству общественной организации «Опора России», где и проявляется моя жизненная позиция. В Сообществе предпринимателей городского округа Одинцово мы активно решаем вопросы здравоохранения, образования, наставничества и волонтерства: мы меняем законы, к нам прислушиваются, нас слышат.

– Как вы понимаете смысл жизни?

– Очень сложный вопрос. Для меня это служение людям, помощь нуждающимся, саморазвитие, самореализация и удовлетворённость своими поступками и достижениями.

– Если бы вы могли изменить мир, что вы сделали бы прежде всего?

– Мне хотелось бы, чтобы у взрослых людей были сформированы правильные жизненные ценности и приоритеты. Чтобы они верили в Бога, ведь он в каждом из нас.

Первое, что я сделала бы – изменила систему образования. Я знакома с уче-

ником Генриха Сауловича Альтшуллера, автора теории решения изобретательских задач, который по ТРИЗ разработал новую систему, где чётко прослеживаются закономерности и противоречия. По ней мы вырастили бы новое поколение и подняли бы в сотни раз экономику страны.

Второе – я воссоздала бы кинематограф. Вернула бы фильмы о любви, дружбе, доверии, честности и патриотизме.

И третье, как Саманта Смит, писавшая о мире, – объединила бы страны. Люди забыли о том, что мы все живём на одной хрупкой планете. Если бы люди эконом-

но расходовали ресурсы и не засоряли природу – делить эти ресурсы не пришлось бы.

– Почему вы начали преподавать в медицинском колледже?

– Сейчас ощущается нехватка хорошо подготовленных кадров. Одна из наших пациенток – руководитель частного профессионального учреждения. Она согласилась открыть медицинский факультет при условии, что я там буду преподавать. Я согласилась и, поверьте, не жалею. У меня сегодня самая замечательная группа и большинство студентов – мальчишки. Помимо обычной программы подготовки фельдшеров, мы дополнительно даём знания по современным методам лечения. Ездим с ребятами на выставки и форумы, обмениваемся опытом с другими профессиональными вузами. Мы даже с ними создали волонтерское движение!

– Нонна Витальевна, что бы вы ещё хотели добавить в нашем интервью?

– Хочется обратиться к пациентам. Дорогие пациенты, мы стремимся достичь максимальных результатов лечения, помочь вам вернуться к активной и здоровой жизни, предотвратить рецидивы и осложнения. Наш девиз: «Мы лечим руками, сердцем и словом!»

Беседовала Анна Добрынина



Валентина ГЕРАСИМОВА: «ПРОЕКТЫ ДИЗАЙН- СТУДИИ WHITE – ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ, «ВКУСНЫЕ» И ОРИГИНАЛЬНЫЕ»

Комфорт и гармония с окружающим пространством, которое полностью отражает индивидуальность своего хозяина, вдохновляет и дарит душевное спокойствие, – созданием именно таких уникальных интерьеров занимается студия дизайна WHITE.

750 выполненных заказов: квартиры, клиники красоты, офисы, дома, банкетные залы, спа-центры, банные комплексы, загородные апартаменты – ни один проект студии не похож на другой.

Основатель и руководитель дизайн-студии WHITE, высококлассный дизайнер интерьеров Валентина Герасимова горячо любит своё дело и вкладывает в каждый проект частичку себя. Она рассказала нашему изданию о нелёгком старте, о разносторонности в стилевых решениях интерьеров и о трогательном творческом хобби.

– Валентина, вы являетесь основателем и руководителем дизайн-студии WHITE, занимаетесь любимым делом уже более 20 лет. Расскажите о саморазвитии и пути становления известного и востребованного дизайнера.

– Мой путь в профессии можно охарактеризовать известным выражением «Через тернии к звёздам», потому что он был долгим, сложным, витиеватым, но при этом удивительно интересным и захватывающим. Были моменты настолько трудные, что любой другой на моём месте бросил бы всё и пошёл другим путём. Однако я человек сильный, целеустремлённый и по-хорошему упрямый, поэтому испытания и препятствия меня только закалили, и теперь я прекрасно знаю, что могу всё!

Довольно долго я старалась объединить свои сильные стороны, такие как твёрдость характера, непреклонность и технический склад ума, со своей тягой к красивому и идеальному, своей творческой натурой и безудержной фантазией. Всем этим качествам, копившимся во мне долгие годы, требовалось вылиться во что-то важное, масштабное и нужное людям. И тогда я поняла, что стоит для этого сделать, поэтому в итоге и появилась студия дизайна интерьеров WHITE.



■ *«Нужно уметь собирать все свои качества в равных пропорциях, тогда будут получаться шедевральные интерьеры, из которых клиент не захочет уходить и где ему будет по-настоящему уютно и безмятежно».*

– Для того чтобы создавать уникальные интерьеры, необходимо не только профильное образование, но в равной степени и чувство стиля, объёмное видение, хороший вкус и творческое воображение. Вы с этим согласны?

– С этим я согласна частично, так как убеждена, что, помимо всего перечисленного, нужно ещё уметь «читать» и слышать клиента, понимать его образ жизни, я бы даже сказала, уметь сканировать человека. Потому что можно создать изысканный, эстетически привлекательный интерьер с профессиональным подходом, но клиенту будет некомфортно в нём находиться, жить, сосуществовать. Нужно уметь собирать все свои качества в равных пропорциях, тогда будут получаться шедевральные интерьеры, из которых клиент не захочет уходить и где ему будет по-настоящему уютно и безмятежно.

– Какие принципы лежат в основе подхода дизайн-студии WHITE к проектированию и декорированию интерьеров?

– Когда я создавала компанию, то долго подбирала для неё название, пока во сне не увидела слово WHITE, что означает белое, чистое, честное. И поэтому принципы работы нашей команды просты – это профессионализм, прозрачность и открытость в общении с клиентом, скорость исполнения заказов, качество предоставляемых услуг и на выходе уют и комфорт для заказчика. Самое же главное – это индивидуальный подход к каждому, ведь понятия о красоте и стиле у всех абсолютно разные.

И конечно же, я считаю, что хороший дизайнер – это всегда хороший психолог, главное – эти качества направлять на благо клиента, а не против него.

– Валентина, в каком стиле вы предпочитаете работать, какой из них вам ближе? Или же вы не приверженец какой-то конкретной стилистики?

– Мой принцип – создавать лаконичный, функционально насыщенный и максимально гармоничный интерьер. Как архитектор-дизайнер, я могу работать в совершенно любом стиле. Поэтому благодаря разносторонности в стилевых решениях проекты дизайн-студии WHITE более индивидуальны и эксклюзивны, непохожи друг на друга, не «как у всех», в них нет скуки и монотонности – они всегда получают «вкусными» и оригинальными. Когда ты умеешь смешивать несколько стилевых направлений, итоговый проект получается бесподобным.

– Расскажите о наиболее сложных, захватывающих и необычных проектах, которые вам удалось воплотить в жизнь.

– Практически все реализованные мной проекты сложные, но самый любимый, который полностью раскрыл меня как дизайнера, – это Корчма «Гопак» в

«Миссия дизайна — это нести прекрасное людям, создавать уют, комфорт и эстетическую привлекательность в их пространствах».



Самаре. Этнический стиль интерьера я умело сочетала с лофтом – получилось очень интересно и самобытно. Но люблю я этот проект ещё и за то, что практически весь ресторан сделан моими руками: мазанка и роспись на стенах, старинная русская печь, искусственно состаренная и прожжённая в копоти, оригинальные люстры, плитка в виде битых глиняных горшков, которые я сама колола и клеила на стены, ну и множество других оригинальных элементов.

В общем, в этот проект я вложила много фантазии, творчества и уникального опыта по реализации.

– Дизайн-студия WHITE предлагает комплексный спектр услуг, начиная от профессиональной консультации, создания полного дизайн-проекта и заканчивая осуществлением строительных работ и сдачей объекта «под ключ». Кто входит в вашу команду профессионалов?

– Совершенно верно, мы работаем с клиентом от первичной консультации до полной реализации, вплоть до тапочек. У меня своя строительная организация, которой я руковожу много лет, и за это время я пришла к выводу, что каждый должен заниматься своим делом – именно тем, что

у него не только отлично получается, но и приносит ему самому удовольствие!

У нас в студии собрался прекрасный коллектив, мы идём плечом к плечу уже много лет, каждый из них – профессионал своего дела. Я ценю и уважаю своих соотрудников.

Олег Град руководит самым красивым отделом дизайн-студии WHITE – отделом художественной визуализации, без которого мы не смогли бы презентовать наши прекрасные проекты: он делает визуализацию «сказочно вкусной!» Олег – это надёжное плечо, которое было с нами со дня становления компании, он всегда верил в меня и всячески поддерживал.

Александр Капицин – главный инженер, человек, который умеет собирать строительный процесс в единое целое, графики и множественные таблицы – это его кредо.

Василий Герасимов – руководитель технического контроля, член нашей команды, который скрупулёзно подходит к проверке качества работ и не оставит без внимания ни миллиметра на объекте.

И конечно же, в нашей студии работают профессиональные бригады электриков, сантехников, отделочников и прочих мастеров, все занимаются только своим направлением, что позволяет нам лавировать и успешно вести одновременно несколько объектов, не теряя качества.

– Талантливый человек талантлив во всём. Валентина, есть ли у вас другие творческие увлечения, кроме дизайна: живописи, лепки, создание авторского декора или украшений?

– Всё верно, в свободное время я очень люблю... расписывать матрёшек! Это моё хобби, которое приносит мне огромное удовольствие. Матрёшек я расписываю на любую тематику, что в душе – то и пишу, иногда могу расписать под сказку, бывают случаи, когда кому-то в подарок, или под стать интерьеру в качестве декора, или как презент клиенту под завершение объекта.

– В чём, по вашему мнению, состоит миссия дизайнера? И получилось ли у вас воплотить её в своих проектах или такой проект ещё впереди?

– Миссия дизайнера – это нести прекрасное людям, создавать уют, комфорт и эстетическую привлекательность в их пространствах. Знаете, когда задумка превращается в реализованную локацию, ты видишь счастливые глаза заказчика, входящего в свой новый интерьер, понимаешь, что оставил в этом созданном тобой пространстве частичку своей души, то можно с уверенностью сказать, что в очередной раз ты выполнил свою миссию прекрасного! И можно двигаться дальше, нести прекрасное новым людям в новых проектах!

Подготовила Алина Волкова



Анастасия Литвиненко, «КИТБИЗ»:

«МОИ КЛИЕНТЫ ПОЛУЧАЮТ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕС- ПРОЦЕССОВ, НЕ ПЕРЕПЛАЧИВАЯ»

Компания «КИТБИЗ» помогает малому и среднему бизнесу организовывать и сопровождать финансовый учёт, консультировать и принимать управленческие решения на базе цифр. Эксперты компании разрешают налоговые вопросы и сопровождают налоговые проверки, а также формируют законную налоговую оптимизацию. О своём подходе к бизнесу, о том, что важнее – работа или хобби, как помогают спорт и создание книг, рассказывает руководитель «КИТБИЗ» Анастасия Литвиненко.

– Анастасия, вы являетесь финансовым экспертом, налоговым юристом и медиатором. Расскажите, как удаётся совмещать все направления?

– Это не так сложно, как кажется, ведь все эти направления взаимосвязаны. Например, юристу тоже нужно уметь читать финансовую отчётность, для финансовой экспертизы необходимо видеть налоговые риски, а медиация помогает вести со всеми равную коммуникацию, а значит, полезны и юридические, и финансовые навыки. Скажем, как юрист, я нечасто ссылаюсь на выигранные судебные дела, потому что на начальном этапе провожу глубокий анализ ситуации и на его основе так выстраиваю коммуникацию с налоговиками, чтобы завершить дело в досудебном порядке.

Сейчас я возглавляю консалтинговую компанию «КИТБИЗ», которая совмещает

все эти направления. Мои сотрудницы – уникальные эксперты, обладающие опытом как в финансах, так и в юриспруденции. Продукт у нас тоже нетиповой – мы решаем проектные задачи. Я беру в работу сложные проекты, по которым крайне мало прецедентов, и мы работаем практически «с нуля». Это сложно, но в то же время интересно. И наш опыт в дальнейшем становится для кого-то ориентиром.

– Как проходило ваше становление как эксперта?

– Это давняя история. В 2000 году мои родители открыли розничный магазин, и мама сама начала осваивать бухгалтерию, записалась на курсы. Но уже после третьего урока она поняла, что магия цифр ей неподвластна. Подумав, она предложила мне пройти курсы вместо неё. Меня такой

вызов испугал и заинтриговал одновременно. Я тогда училась в 10-м классе и думала совсем не о бухгалтерии. Мне было очень страшно решиться взять на себя ответственность за бухгалтерию моих родителей. А потом я решила отнестись к этому разумно и поняла следующее.

Во-первых, бухгалтерия – это база для принятия решений (ведь тогда ещё не было финансистов, налоговых консультантов и различных автоматизированных программ).

Во-вторых, управление цифрами – это прибыль.

В-третьих, бухгалтеры – сильные переговорщики (всё, что сегодня делают финансовые эксперты, тогда входило в обязанности главных бухгалтеров).

Этот подход я и положила в основу всей своей дальнейшей деятельности. И не

ошиблась! Сразу после окончания школы я начала свой карьерный путь с должности рядового специалиста в налоговой инспекции в родном городе Люберцы. А последнее место работы по найму – позиция заместителя генерального директора в строительной компании. Этот путь занял у меня 20 лет, на которые пришлось все экономические подъёмы и кризисы нашей страны; я видела, как самые разные компании поднимаются, сливаются и разоряются. А я училась на этом опыте, становилась мудрее и находчивее, видела новые варианты решения для задач бизнеса.

– В соцсетях вы делились опытом неудачного партнёрства по бизнесу. Как вам удалось справиться со сложностями?

– В 2015 году я открыла компанию совместно с партнёром. Мы предоставляли классические бухгалтерские услуги на аутсорсе. Бизнес быстро раскрутился. Я отвечала за продукт, а партнёр – за развитие. Но, как выяснилось, у моего партнёра были и другие дела, в которые он меня не посвящал. Вскоре он прогорел, а ответственность за его проступки легла и на меня. Я потеряла всё за один день, оставшись один на один с огромнейшей проблемой – долги партнёра. Я пыталась урегулировать этот конфликт, предлагала тысячи вариантов, но другая сторона признавала только один: вернуть деньги здесь и сейчас. Сумма была очень крупной. Пришлось продать всё имущество, но и этого не хватило. Давление продолжалось. Лишь спустя полгода я поняла, что играю в жертву на меня давят, а я оправдываюсь. Проанализировав ситуацию, я пришла к выводу, что, пока я уязвима, на меня будут давить и дальше. И я сменила тактику: перестала платить и выходить на связь, решила, что, если им так надо, пусть сами предлагают варианты, а мне терять уже нечего. Как только я к этому пришла, всё вдруг стало по-другому. На меня перестали давить и требовать. В это же время я пошла получать второе образование – юридическое, поскольку бухгалтерия даёт базу для принятия решения, а юриспруденция нужна для защиты этого решения. Через два года после случившегося я уже полностью отпустила ситуацию и заново оценила себя и своё окружение. Из того времени рядом со мной осталось только два человека, а я стала совсем другой: в этом процессе я научилась не только защищать себя, но и помогать другим бизнесам.

– Расскажите, какие услуги предоставляет сегодня ваша компания?

– У меня два направления: юридические услуги и управленческий учёт.

В юридический блок входит полный комплекс задач: от написания письма контрагенту за несвоевременную поставку до разбирательств в суде. Мы помогаем селлерам защищать свои интеллектуальные права, импортёрам – привозить

товары из-за границы, экспортёрам – вывозить товары за рубеж, заключать дистрибьюторские контракты или оформлять сделки с крупными компаниями, такими как X5, «Красное & Белое». Самое популярное – это задачи по налогам, где важно составить ответ так, чтобы не возникло дополнительных вопросов, или сопроводить компанию во время проверки. Также бывают случаи, когда нужно сопроводить допрос/опрос, поскольку клиент уже не знает, как аргументировать свою позицию, и её нужно усилить.

В своей компании я не стала создавать типовой продукт – управленческий учёт на аутсорсе. Моя цель – предоставить комплекс услуг, чтобы клиенты получили качественные решения, которые можно сразу положить в основу бизнес-процессов, не переплачивая.

Например, у одного из недавних клиентов было три крупных производственно-складских комплекса в разных городах России. Перед ним стояла задача оптимизировать логистику и сократить неликвидный товар. В ходе совместной работы мы построили финансовую модель на основе товарооборота, просчитали разные сценарии и выбрали наилучший. Итог: за два месяца клиент утроил оборот ликвидного товара и сократил неликвидные остатки на 90%. А стоимость наших услуг у него окупилась уже в это время! Теперь клиент продолжает работу по этой модели самостоятельно.

– Сейчас многие предприниматели планируют масштабировать свой бизнес, а вы также являетесь бизнес-трекером. Как помогаете компаниям вывести бизнес на новый уровень?

– В первую очередь я прошу чётко сформулировать своё видение дальнейшего развития и показать его в финансовой модели. Затем на её основе прорисовать детали масштабирования, определить возможные риски и прорывы.

И если предприниматель не готов к этой работе, то я даже не захожу в проект, поскольку такой бизнес тоже не готов к масштабированию, и в лучшем случае моё время будет потрачено зря, а могут возникнуть и негативные последствия. Я же вижу свою задачу в том, чтобы бизнес рос и развивался.

– В вашей жизни всегда был спорт. Как это помогает вам в достижении поставленных задач?

– Спорт для меня не просто хобби, а важная часть моей жизни, которая также постоянно развивает и поддерживает. Последние пять лет я увлечена большим теннисом, который не только укрепляет тело, но и формирует быструю реакцию и гибкость мышления – качества, необходимые и в бизнесе. В теннисе, как и в предпринимательстве, невозможно преду-

смотреть всё. Каждая игра, как и каждый бизнес-проект, уникальна, требует адаптации, иногда пересмотра стратегии прямо в ходе партии.

На турнире приходится менять тактику с каждым новым соперником, а в бизнесе нужно быстро реагировать на изменения рынка и запросы клиентов. Спорт учит не бояться неизвестного, двигаться вперёд и учиться на практике. Спорт и бизнес для меня едины, они вдохновляют, наполняют мотивацией и создают цели.

– Удаётся ли находить время на хобби?

– Я считаю себя счастливым человеком, ведь по жизни занимаюсь тем, что мне нравится. Когда говорят о хобби, обычно имеют в виду что-то, что делается с удовольствием, в отличие от основной занятости. А я не работаю, я занимаюсь любимым делом и наслаждаюсь по жизни. Я много читаю, путешествую, общаюсь с разными людьми, занимаюсь спортом, коллекционирую монеты, постоянно нахожусь в процессе обучения, посещаю разные мастер-классы. Исходя из этого: вся моя жизнь – это и есть моё хобби.

– Вы выпустили свою собственную книгу. Расскажите, о чём она?

– Это книга о финансовой грамотности для широкого круга читателей. В ней говорится о том, как оценить свою жизнь в цифрах, пересмотреть свои привычки, жизненные ценности, цели и мечты. Я давно хотела поделиться с миром своими фундаментальными правилами управления личными финансами и предложила подруге совместно написать книгу. Соавтора я выбрала неслучайно: она филолог, писатель и редактор, а также ведёт трансформационную игру по финансам. Вот я и предложила написать книгу на сложную тему, но простым языком. Заодно мы развеяли миф, что гуманитарии не умеют считать, а финансисты не бывают творческими людьми. Книга написана в форме простого житейского диалога, поскольку люди легче усваивают информацию при живом общении, а не чтении занудных лекций. Наш диалог содержит как простые истины, так и углублённый подход к сфере финансов, а ещё множество полезных лайфхаков. И лучшее признание для меня – это рассказы читателей о том, как им удаётся применять эти знания в своей жизни.

– Какие перспективные планы для себя и своей команды намечаете на 2025 год?

– Следующий год и даже три года будут крайне интересными, поскольку сфера бизнеса проходит серьёзную трансформацию, и понадобятся нестандартные подходы к новым вызовам. А наша задача состоит как раз в том, чтобы слышать бизнес и заблаговременно подбирать самые лучшие пути для его развития.

Беседовала Екатерина Иванова



Елена Борзова: «Хороший архитектурный дизайн затрагивает жизнь человека на всех уровнях – функциональном, эмоциональном, энергетическом»

– Елена, вы – модный дизайнер и архитектор. Что привело вас в профессию?

– У меня классическое архитектурное образование, окончила я Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, но после получения диплома заниматься строительством высотных зданий из железобетона мне не очень хотелось. На тот момент я была замужем и у меня была и возможность, и необходимость обустроить свой дом. Архитектурные знания и понимание объёмного пространства я применяла, работая над интерьером своего дома, а потом и создавая интерьеры для своих знакомых и друзей. Это позволило мне набраться опыта и начать профессионально развиваться в дизайне. Так как дочка у меня трёхкратная чемпионка мира по бальным танцам – мы очень много путешествовали, у меня была возможность увидеть, как живут люди разных стран и культур, впитать в себя все самые интересные архитектурные тенденции. Так сложилось, что наша с мужем семья распалась, и мне захотелось создать свою «профессиональную» семью, вместе с которой я могла бы развиваться в своём любимом деле. Заказов у меня уже было много. Благодаря ранее выполненным проектам меня хорошо знали и рекомендовали своим знакомым. Так, я начала развивать бюро архитектуры и дизайна BORZOVA Design Group. Основа команды сложилась сразу, я называю свою компанию «профессиональной» семьёй, потому что мы очень близки друг другу по духу, по стремлениям и интересам. Мы развиваемся в унисон друг с другом!

– Какими уникальными качествами и навыками необходимо обладать, чтобы не только удержаться, но и успешно развить свой бренд на рынке дизайна?

– Работая в премиум-сегменте, мы заняли определённую нишу, предлагая

своим клиентам полный спектр решения задач, связанных со строительством и проектированием как дома, так и интерьера в нём, пользуясь методом проектирования «изнутри – наружу», придуманным архитекторами 30-х годов XX века для максимального комфорта и эргономики жизни внутри дома. А также мы создаём ландшафтный дизайн. Я сама живу в посёлке премиум-сегмента, поэтому очень хорошо понимаю нужды и требования своих заказчиков.

Мы стараемся идти в ногу со временем и создавать дизайнерские решения, которые ещё на протяжении как минимум десяти лет будут оставаться востребованными, красивыми и привлекательными. Уже на первой встрече, когда заказчик видит эскиз, он в большинстве случаев влюбляется в проект своего будущего дома и в дальнейшем рекомендует нас своим знакомым, потому что знает, с каким вниманием и любовью мы относимся к своей работе.

– Бюро архитектуры и дизайна BORZOVA Design Group работает с проектами «под ключ»: от идеи до её воплощения. Какой из этапов строительства дома и работы над его интерьером является самым сложным, на ваш взгляд?

– Самый вдохновляющий этап для меня – работа над дизайн-проектом. Стадия реализации, стройки и ремонта – это сложная организационная работа, в которой задействовано очень много людей. Был определённый момент времени, когда мы занимались только дизайном, но клиенты нас подтолкнули к тому, чтобы стать генподрядчиками. Поэтому сейчас мы меняемся и трансформируемся из BORZOVA Design Group в BORZOVA Development Group. Мы должны минимизировать участие клиента в решении большинства вопросов, связанных со строительством дома. Мы делаем даже финальную уборку.

По запросу клиента можем выполнить и декорирование внутреннего пространства, развесить шторы, подобрать текстиль и посуду. Каждый объект хранит в себе частичку вложенной нами души.

– Как выстроена работа с клиентами, которые точно не могут сказать, чего хотят? Часто ли приходится работать с такими заказчиками?

– Когда ты работаешь в сфере услуг, тут особенно важно уметь понять каждого клиента, найти подход к нему. Бывает и такое, когда нужно найти баланс между двумя совершенно полярными мнениями супругов. И вот когда удаётся найти компромисс между такими мнениями – мы получаем совершенно потрясающий результат. Мы годами отработываем методику проведения встреч, переговоров и интервьюирования клиентов. Поэтому когда есть опыт – всё оказывается не так сложно. Из разных мелочей и мнений складываются общее цветовое решение, объём, эргономика и функциональность пространства.

– Правда ли, что у каждого дизайнера есть свой неповторимый «почерк»? Каковы характерные черты вашего бренда? Какой стиль в дизайне интерьера вам ближе всего?

– В бюро BORZOVA Development Group мы идём своим, индивидуальным путём, потому что у меня есть свой взгляд на эту жизнь, и мне есть что предложить нашим заказчикам. Мы работаем в разных стилях и направлениях, у нас нет однотипных проектов. Я очень удивляюсь, когда от начинающих специалистов слышу о том, что работать нужно в минимализме. Я понимаю, что это происходит от недостатка опыта и отсутствия насмотренности.

Отличительная черта наших интерьеров – это лёгкость, воздушность, тонкость, элегантность и благородство всех наших проектов.

Бюро архитектуры и дизайна BORZOVA Design Group известно своим инновационным подходом к дизайну и строительству. Команда студии под руководством Елены Борзовой умело сочетает современные тенденции с уникальными идеями, создавая неповторимые проекты, которые удивляют и вдохновляют. Мы поговорили с Еленой о профессионализме, безупречном вкусе и чувстве стиля, о том, что вдохновляет и даёт силы для реализации новых идей.



Сейчас мы пытаемся объяснить людям, приходящим с запросом построить для них дом, что проектирование дома нужно делать изнутри. Именно такой подход обеспечивает правильное качество жизни, потому что мы всё продумываем до мелочей в интерьере, предусматриваем зоны хранения, отдыха, делаем правильное зонирование, исходя из потребностей и образа жизни клиента. Этот подход сказывается на качестве и эргономике жизни человека. Он оптимален и с финансовой точки зрения, так как всё пространство продумано и используется. Хороший архитектурный дизайн затрагивает жизнь человека на всех уровнях: функциональном, эмоциональном, энергетическом.

Что касается стилей: сейчас высок запрос на стиль джапанди – это гибридный стиль, сочетающий лаконичную эстетику японского быта и скандинавского модернизма с его вниманием к функциональности. Минимализм здесь встречается с интересными закрученными и обволакивающими деталями, используются мягкие цвета и деликатные полутона в интерьере. Такая неброскость способствует тому, что актуальность интерьера сохраняется долгое время.

– Какие ещё детали позволяют сохранить актуальность интерьера на долгие годы?

– Такой интерьер не должен создавать много визуального шума. Это интерьер с чёткими композиционными и объёмными формами, с чётко продуманным зонированием пространства, которое не нужно перегружать деталями. Не рекомендуется в этом случае работать в таких ярких стилях, как «Мемфис». Именно нейтральность интерьера позволяет сохранить его актуальность на долгие годы.

– Любому творческому человеку важно правильно поймать баланс между творче-

ской деятельностью и рутинными задачами. Что вам помогает удерживать этот баланс? Какие условия необходимо соблюсти, чтобы вдохновение не покидало вас?

– Мне нужно уделять время себе. Как руководитель студии, я трачу много внутренней энергии, и её нужно где-то черпать для хорошего самочувствия. Я люблю поездки за город со своей семьёй и отдых на природе, занимаюсь спортом, играю в теннис, катаюсь на лыжах. Как и любая женщина, с удовольствием посещаю спа-процедуры или читаю книгу, укутавшись в плед.

– Есть ли у вас какая-то необычная дизайнерская мечта? Над какими проектами вам хотелось бы поработать, чтобы реализовать свои смелые замыслы и идеи?

– Мы очень много занимаемся частным жильём, но хотелось бы обустроить и какое-то креативное общественное пространство. Так как наше бюро занимается ландшафтом – мы могли бы обустроить и какие-то городские парковые пространства, возможно, какие-то интересные и необычные рестораны. Хочется вдохновлять людей на новую жизнь, дарить им какие-то новые смыслы.

– Как профессионал в своём деле, какие советы вы дали бы начинающим дизайнерам интерьера?

– Больше заниматься саморазвитием. Я постоянно ишу в команду интересных людей и замечаю, что многие выпускники часто не умеют владеть банальными инструментами – современными программами, которые необходимы для работы с заказчиками в нашем сегменте. Нужно изучать историю искусств, современные тенденции в дизайне, желательнее посещать какие-то мастер-классы от практикующих дизайнеров, которые могут поделиться опытом и своими зна-

ниями о мире, полученными во время путешествий или в процессе работы над какими-то грандиозными проектами. Мы работаем с премиум-сегментом, и нам очень трудно перечислять выпускников. Мне удаётся за год найти одного, максимум двух специалистов, которых я могу взять в команду. Все сотрудники моего бюро – с архитектурным образованием, потому что архитектор мыслит объёмами, он объёмно понимает пространство интерьера и создаёт из этих объёмов композиционно правильные решения: симметрию, асимметрию, зонирование. Дизайнер с курсов занимается, как правило, декорированием интерьера. И когда я вижу, что пространство ещё не сложилось, а его уже пытаются разукрасить, мне становится грустно. Найти креативного, а ещё и ответственного за свои идеи человека – очень сложно.

– Наверное, поэтому вы начали работать с детьми, обучая их азам профессии в своей школе архитектуры и дизайна BORZOVA KIDS?

– Дети – это моя отдушина, они удивительно отзывчивы и благодарны! Подтолкнул меня к этому мой сын, попросивший ему помочь строить красивые здания в игре Minecraft. Я поняла, что не все родители хотят, чтобы их ребёнок сидел в компьютере, и решила университетскую программу для архитекторов адаптировать для детей. Сейчас мы открываем филиал нашей детской школы в Москве, и в будущем я хочу свою детскую школу превратить в школу искусств для детей, открыть перед ними прекрасный мир искусств. Вот такой у меня замысел. Я чувствую, что моё предназначение – делиться с людьми той красотой и творчеством, которыми наполнены моя жизнь, мои интересы и профессиональная деятельность.

Беседавала Анна Добрынина



Инна ЗОЛТМАНН: «ИНТЕРЬЕР – ВТОРАЯ ОДЕЖДА»

Интерьеры, которые создаёт декоратор и дизайнер Инна Золтманн, воплощают гармонию пространства и внутреннего мира. Её работы – образ души человека, выраженный в цвете, свете, предметах и материалах. И каждый интерьер – это история, написанная с любовью.

– **Инна, как в вашу жизнь пришло увлечение дизайном?**

– Я училась и в художественной, и в музыкальной школе, мои чудесные родители собирали альбомы по искусству, изучали искусствоведение, обсуждали творчество художников.

Но при этом моя основная школа была с углублённым изучением немецкого языка, и я окончила МГИМО в 1992 году по специальности «международные экономические отношения». И после получения диплома несколько лет работала в немецких компаниях (STIEBEL ELTRON, BSHG, SIEMENS).

– **Сложно ли было решиться сменить профессию?**

– Решение сменить профессию пришло внезапно благодаря сильному впечатлению на лекции о золотом сечении в МАРХИ. На этой лекции меня совершенно поразило ощущение божественной гармонии и красоты мироздания, которая в материи выражается в очень чётких математических правилах пропорции золотого сечения. Это было поразительное ощущение: «...Открылась бездна, звёзд полна...»

И я пошла в МАРХИ на кафедру дизайна – получать второе высшее образование.

– **Какими были ваши первые проекты в дизайне?**

– Первым проектом, который я делала после Высшей школы средового дизайна при МАРХИ, была квартира нашей семьи. Это был голый бетон, мы строили всё с нуля. И я, как дизайнер, сделала все ошибки, которые только возможны, и теперь знаю, как делать не следует.

На этой же стройке после некоторых моментов растерянности пришло понимание, что нужно идти учиться декораторскому искусству в школу «Детали» – это место, где преподают англо-американский метод декорирования, который предполагает выражение художественного образа, художественной идеи с помощью цвета, света, материалов и предметов. Очень хорошо помню первый учебный проект в «Детали»: нужно было придумать гостиную. Я довольно хорошо знала основные брендовые мебельные салоны, некоторые были очень красивые и эффектные, и я понадеялась, что легко справлюсь с заданием – стоит только поехать в модный салон и подобрать что-то дорогое, яркое и необычное. Степень ошибочности этой иллюзии проявилась уже на первом эскизе: набор красивой мебели совсем не гарантировал хороший результат. И я не сдала этот проект вместе с группой, не понимала, как это – придумать образ и выразить его с помощью материалов, очень переживала из-за этого. Прошло некоторое время, дело было зимой, и однажды я вышла из дома и увидела яркую картину ослепительно прекрасного зимнего дня, в котором на прозрачном

голубом небе сияло ярко-жёлтое солнце, проплывали прозрачные облака, белые сугробы переливались искристыми снежинками, а на чёрной мёрзлой земле через тонкий лёд пробивались наклонные ветки кустарника. И сразу же я увидела эту мою гостиную и точно поняла, какие предметы и материалы нужны для проекта: нежно-голубые стены, прозрачные лёгкие белые шторы, шёлковый белый ковёр на чёрном паркете, а на ковре – чёрные стол и стулья под лаком с ножками под углом, как у кустарника, ещё яркая жёлтая подушка на синем бархатном диване. Именно тогда я поняла, как это – выразить образ через материалы, цвет, свет и композицию. Мне нужен яркий чувственный красивый образ – и тогда я вижу будущий интерьер и понимаю, какие материалы применить и как построить пространство наилучшим образом.

– **Инна, вы создаёте классические осевые планировки в золотом сечении. Почему это так важно?**

– Классическая архитектура создавала и создаёт пространства, соразмерные телу человека. С древних времён мерой длины были отдельные части тела: «косая сажень в плечах», «сажень», «локоть». Да и сейчас англосаксонский мир измеряет всё в дюймах и футах – это не что иное, как антропоцентричная мера длины. Золотое сечение – это материальное выражение гармонии мироздания, а интерьер «тоже является частью Вселенной»...

Создавая пространственную композицию интерьера, мы занимаемся, по сути, сценарием жизни человека. Все его действия в течение дня нужно отследить и разделить по функционалу.

Человек просыпается, умывается, завтракает, собирается на работу или идёт на прогулку, читает, музицирует, приглашает гостей – это круговорот жизни, действия становятся ритуалами.

Секрет сосредоточенности – в подготовке для определённого действия пространстве, чтобы человек не отвлекался ни на что другое.

Например, кухня считается техническим помещением, её лучше отделить от столовой, в которой создаётся приподнятое настроение в ожидании вкусного обеда: скатерть, накрахмаленные салфетки с кольцами, букет и фарфоровая посуда будут подчёркивать вкус даже простой домашней еды; всё это формирует другое качество жизни.

Таким образом, человек оказывается всегда в центре пространства; пропорции комнаты укрепляют баланс душевных и физических сил человека.

Так работает классическая планировка с осевой симметричной структурой.

Хорошо скроенный интерьер, как удобный костюм, создаёт ресурс физического и эмоционального комфорта и помогает человеку продвигаться вверх по



**ЧЛЕН АССОЦИАЦИИ
ДИЗАЙНЕРОВ И ДЕКОРАТОРОВ
РОССИИ (АДДИ), ВХОДИТ
В ТОП-100 ЛУЧШИХ
ДИЗАЙНЕРОВ РОССИИ 2023 Г.
(ПО ВЕРСИИ ЖУРНАЛА
«ИНТЕРЬЕРНЫЙ»).**
**НАГРАДЫ: BEST OF
HOZZ (2019-2022),
HOZZ 10000 (2019).**

карьерной лестнице, побеждать в конкурентной борьбе, созидать и строить свою лучшую жизнь и новый мир.

– Вы применяете уникальную авторскую методику. В чём её суть?

– Я работаю над интерьерами как ателье индивидуального пошива. Когда-то не существовало промышленного производства одежды, и её шили вручную. Проект начинается с поиска художественного образа, который наиболее полно выражает характер и личность заказчика.

Это может быть его любимый фильм или любимое произведение искусства – и тогда я ищу варианты, каким способом можно выразить это в интерьере. У меня большая палитра инструментов: пространственная композиция, свет, цвет, ткани, отделочные материалы, формы мебели и предметов.

В начале работы над проектом мы идём в галереи, в мастерские художников – ищем образ души человека, тот арт-объект, который будет его радовать и вдохновлять.

И одежда, и интерьер являются фоном для человека. Человек должен хорошо выглядеть на фоне интерьера своего дома и своего офиса. Эти пространства, как и одежда, должны подчёркивать его природную красоту. Интерьер – вторая одежда, это моя авторская концепция.

Когда найдены основные ткани или образы, которые выражают главную идею интерьера, то к ним подбираются компаньоны – реальные образцы всех материалов, из которых будет сделано пространство: ткани, паркет, мрамор, металлические детали, фотографии мебели.

В декораторском проекте мы сразу ищем реальный материал, который можно купить здесь и сейчас (или под заказ) с красивым цветом и фактурой и который гармонично вписывается в художественную композицию и сочетается с другими материалами пространства, и закладываем его в проект.

Таким образом, обеспечивается сочетаемость материалов, когда всё будет построено.

– Какие направления развития бизнеса представляются вам наиболее перспективными?

– В настоящий момент я разрабатываю идею коллаборации с ателье индивидуального пошива; в идеале – объединить процесс изготовления костюма и расширить линейку интерьерным текстилем.

В презентации коллекции текстиля для интерьера хорошо продолжают те оттенки и ткани, которые были использованы для костюмной линейки; домашняя одежда, постельное бельё, канты на подушках, пледах, шторах могут продолжать и дополнять коллекцию костюмов человека, будут гармоничным фоном его жизни.

В моей практике часто получалось так, что заказчики переезжали в дом или квартиру после окончания ремонта, развешивали одежду в гардеробных и шкафах – и оказывалось, что колористика одежды очень гармонирует или даже повторяет цвета интерьера.

Я стала сознательно использовать этот феномен и часто вдохновляюсь колористикой одежды моих клиентов.

– Получается, что интерьерный текстиль – ваш главный рабочий инструмент и главный источник вдохновения?

– Да, ткани и искусство – то, что нельзя изменить. Можно поменять мебель, краску (добавить белого или чёрного, разбавить – получится другой оттенок), а ткани переделать невозможно. Поэтому проект начинается с тканей и с искусства.

Я давно заметила, что в главных текстильных домах работают художники мирового уровня, они каждый год создают новые коллекции невероятной красоты – и это один из источников моего вдохновения.

Моя любовь – это ткани Pierre Frey, обожаю их шоурумы и в Париже, и в Москве; обязательно прихожу на показы новых коллекций, изучаю их и вдохновляюсь новыми образами и изысканными тканями.

– В чём ценность и значимость хорошего интерьера для современного человека?

– Всегда нужны баланс, гармония и обязательная тщательная проверка на совместимость и приятные ощущения! Я всегда приглашаю заказчиков к тактильной экспертизе: человек прикасается к шёлку, шерсти тончайшей выделки, прохладному льну и понимает, какое удовольствие он будет получать каждый день в окружающей его комфортной среде, которую мы для него создаём. Я стараюсь сделать проектирование лёгким и интересным процессом, всё нацелено на получение чувственного удовольствия.

В этом огромный смысл и значение декораторского проектирования и работы с образцами – создавать не только визуальное, но и чувственное удовольствие для заказчика, окутывать его комфортом и заботой с огромным уважением и любовью к его будущим впечатлениям.

Интерьер, который «шит на заказ» по ощущениям человека, который вызывает эмоции, чувства и удовольствие, – это настоящая роскошь, огромная ценность, и она не выражается в деньгах. Она в ежедневном удовольствии от прикосновения к чувственным натуральным материалам, в созерцании красивых композиций, в ощущениях тела, которому комфортно находиться в гармоничной композиции предметов и материалов.

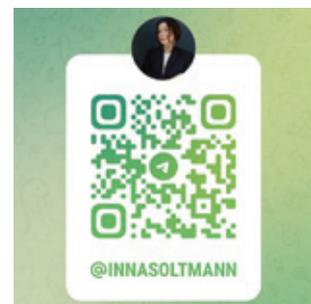
Хороший, красивый и эмоциональный интерьер – это долгосрочное вложение в эмоциональный и физический комфорт, оно бесценно.

КОНТАКТЫ:

Тел: +79166320051 (WhatsApp)

E-mail: inna.soltmann@mail.ru

www.innasoltmann.com



Беседовала Анна Добрынина

«Я всегда приглашаю заказчиков к тактильной экспертизе: человек прикасается к шёлку, шерсти тончайшей выделки, прохладному льну и понимает, какое удовольствие он будет получать каждый день в окружающей его комфортной среде, которую мы для него создаём.»



Что влияет на рост в профессии и бизнесе больше всего? Этот вопрос провоцирует долгие и жаркие споры среди экспертов и предпринимателей из разных отраслей. Одни ставят в приоритет стратегическое мышление. Другие отдают первенство управленческим и организаторским навыкам. Третьи делают ставку на лидерские качества и умение создавать команды роста. Мнение гостя нашего интервью добавляет остроты в дискуссию. Ксения Тихомирова, серийный предприниматель, бизнес-коуч, руководитель «Центра коммуникации и медиации», считает главным драйвером профессионального роста сильные коммуникативные навыки. Об их влиянии на личный успех и успех в бизнесе мы поговорили с Ксенией.

Главный драйвер профессионального роста: ПОЧЕМУ КОММУНИКАТИВНЫЕ НАВЫКИ ВАЖНЕЕ, ЧЕМ КАЖЕТСЯ?

– Почему умение общаться с людьми вы считаете главным навыком, определяющим рост в профессии и бизнесе?

– Именно с этого навыка начинается путь специалиста и владельца бизнеса. И именно этот навык может свести на нет самое многообещающее начинание. Ни эксперт, ни предприниматель в своём деле не обходятся без людей. Команда, клиенты, партнёры, подрядчики – чтобы достигнуть желаемого результата в сотрудничестве, важно с каждым из них построить крепкую, открытую и доверительную коммуникацию. Только так можно быть уверенным в едином понимании целей и формата совместной работы. Только так можно избежать недомолвок, взаимных претензий, ошибок, которые нередко приводят к выходу из сотрудничества.

– Как вы пришли к этому пониманию?

– Путём лично набитых «шишек» и опрокинутых «граблей». Самый дорогой и самый доходчивый урок по теме коммуникаций между людьми я получила 18 лет назад. За него мне пришлось заплатить 60 миллионов.

– Расскажите, как это было?

– На тот момент мне было 30 лет. Уже восемь лет, как я руковожу юридическим отделом в консалтинговой компании. Моя коллега – профессиональный финансист. У нас хороший опыт, твёрдые компетенции, наработанные социальные связи и понимание, что мы «созрели» начать игру по своим правилам. Мы решили создать партнёрский бизнес по консалтинговым услугам в сфере финансов.

Как у многих молодых стартаперов, внутренний драйв и абсолютная вера в себя разгоняли любые сомнения в успехе. Мы мысленно говорили: «У нас всё получится!» И всё получилось.

Уже через полгода – мы в точке безубыточности. Спустя ещё несколько месяцев – уверенный рост. Год от года растут показатели, приходят новые клиенты, рождаются амбициозные цели. Меняется уровень жизни, становятся доступными дорогие вещи, путешествия, формы досуга. И вот парадокс: внешне всё выглядит нарядно и радужно, а внутри меня нарастают напряжение и неудовлетворённость. Мне понадобилось несколько лет, чтобы понять причину противоречия. Позже я осознала: его корень в том, что «качественного» диалога с партнёром у нас не было с самого начала. Мы согласовывали стратегические планы, говорили об оперативных задачах, обсуждали рутинные мелочи по работе. При этом ни на старте, ни с выходом на хорошие обороты мы не синхронизировались в таких важных вещах, как глобальные цели и ценности бизнеса, границы функционала и личной ответственности, условия выхода из партнёрства. Со временем у каждой менялось видение проекта и своей роли, но мы с головой были погружены в операционку, и до откровенного, обстоятельного разговора никак «не доходили руки». Насколько важно вовремя обсудить волнующий вопрос и прийти к общему знаменателю – тогда мы не осознавали.

Помню, как в какой-то момент я ощутила полное выгорание от несоответствия роли моим ожиданиям и от обилия задач, в которых мне стало тесно. Я с горечью осознала: В СВОЁМ бизнесе я играю НЕ СВОЮ роль и решаю НЕ СВОИ задачи. Так, вызрело непростое решение: продажа своей доли партнёру и выход из бизнеса. Это решение мне стоило 60 миллионов рублей: приблизительно столько я потеряла на необдуманной продаже своей части бизнеса.

Сейчас я расцениваю это не как потерю, а как вложение в знание о том, какую роль играет коммуникация в профессиональных отношениях.

– Как складывался ваш профессиональный путь после выхода из первого бизнес-партнёрства? На что повлияло осознание важности развитых коммуникативных навыков?

– Прежде всего – на решение «разобраться» с этими навыками и как их «поставить». Я прошла обучение по психологии отношений, коучингу и коммуникациям у известных экспертов: в академии коучинга «5 призм» Ольги Рыбиной и Юрия Мурадяна, в международном центре коучинга «Style of life academy» Светланы и Эстер Ланда, в Академии коучинга Михаила Саидова, на курсах и тренингах по коммуникациям у Сергея Артемьева и Игоря Рызова. Новые знания я сразу встраивала в жизнь. Тестировала в быту и в профессии. Отсекала то, что не работало, «докручивала» и брала на вооружение самое эффективное.

Опыт первого бизнеса и осознание истинной причины, по которой я из него вышла, подтолкнули искать новых партнёров и создавать совместные проекты с опорой на коммуникацию.

Сегодня у меня три успешных партнёрских бизнеса: компания «Атлас Бизнеса» в нише финансового консалтинга, «Центр коммуникации и медиации» и швейное производство женской одежды «Alpha Style & Divina Style» с суммарным годовым оборотом 40 миллионов рублей.

– Как вы применяете знания о коммуникациях в бизнесе? Какие методы и техники, на ваш взгляд, самые эффективные?

– Сегодня аудит моих бизнесов, который периодически делает каждый предприниматель, не обходится без оценки коммуникативных связей в команде. Я как камертоном проверяю, в одной ли «тональности» находится коллектив. Нет ли «диссонанса» от времени не выраженных эмоций и нет ли «шумов» от недо конца понятых и принятых решений. Эта сверка помогает правильно настраивать фокус на главные цели и ценности бизнеса, предупреждать конфликты и выстраивать открытые и доверительные отношения между сотрудниками всех «рангов».

Аудит коммуникаций в команде я делаю по методике, которую выработала за годы развития нескольких бизнесов и взаимодействия с большим количеством разных людей. Эту систему я назвала «тетраэдр коммуникации».

– Почему «тетраэдр коммуникации» и в чём суть этой системы?

– Фигура тетраэдра была выбрана неслучайно. Этот многогранник отлично подошёл для визуального образа моей методики. Тетраэдр – это фигура, сложенная из четырёх равносторонних треугольников. Стороны и грани этой фигуры между собой равны. Для моей методики это принципиально, так как четыре грани любой коммуникации тоже равны, то есть равноценны. Наблюдения за взаимодействием в разных деловых ситуациях меня подвели к тому, что каждый раз мы проходим (точнее, должны проходить) по четырём граням коммуникации: 1) интересам; 2) ролям и функциям; 3) диалогу; 4) договорённостям. Если пропустить хотя бы одну грань, рано или поздно «летит» вся конструкция взаимодействия.

В отношениях с партнёром по бизнесу, сотрудником, клиентом, подрядчиком ещё «у причала» важно обсудить интересы, роли и функции друг друга, согласовать правила и условия обратной связи (диалога), зафиксировать всё в договорённостях (партнёрском соглашении, трудовом договоре и др.). Только в этом случае участники коммуникации могут быть уверены в том, что услышаны и поняты и что результат общения удовлетворяет каждого.

– С какой грани тетраэдра должна начинаться коммуникация?

– Коммуникация может начаться с любой грани. Это зависит от конкретной ситуации. Например, когда два предпринимателя хотят создать общий бизнес, первое, что им нужно сделать – обсудить интересы каждого и понять, есть ли точки пересечения. Их коммуникация начинается с грани «Интересы». После этого можно перейти к обсуждению ролей и обязанностей, пунктам договора, правилам и культуре общения.

Другой пример: ключевой сотрудник хочет уйти из компании, а вы не хотите его терять. Самое правильное – начать диалог, узнать причины его решения (прояснить интересы) и, если условия, о которых он просит, вас устраивают, удовлетворить их и актуализировать трудовой договор.

Постоянное движение по граням коммуникации – выстраиванию диалога, прояснению интересов, актуализации обязанностей и договорённостей – важное условие для непрерывного роста в профессии и бизнесе. Это ключевой навык эксперта и предпринимателя, претендующего на успех. Сегодня я это точно знаю: именно благодаря качественной коммуникации мы с партнёрами строим команду и бизнесы, которые стабильно растут в наше такое нестабильное время.

Беседовала Алина Волкова

Для любого человека свой дом – это не просто крыша над головой, что само по себе тоже важно, но ещё и символ стабильности, уверенности в завтрашнем дне. Поэтому приобретение собственного жилья – очень серьёзный шаг, который лучше совершать с помощью команды опытных специалистов. Например, таких, которые работают в ООО «ЦУН» – Центре Управления Недвижимостью. Основала компанию Светлана Бартенева, инвестор, юрист в сфере недвижимости и строительства, имеющая опыт работы в качестве риелтора с 2008 года.

О том, какой спектр услуг сегодня предлагается клиентам, о принципах работы компании и многом другом мы говорим с генеральным директором ООО «ЦУН» Светланой Бартеновой.



ЦЕНТР УПРАВЛЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТЬЮ: ОТ ЖЕЛАНИЯ – ДО РЕЗУЛЬТАТА

– Светлана, расскажите, как появилась ваша компания?

– Компания «Центр Управления Недвижимостью» появилась в 2015 году, именно тогда в апреле была создана группа в ВК под одноимённым названием. Долгое время это расценивалось мной как хобби, поскольку было основное место работы. Однако количество клиентов увеличивалось, и возникла необходимость привлечения дополнительных ресурсов и людей. Это привело к тому, что в январе 2021 года было принято решение о создании юридического лица, об аренде офиса и наборе персонала. А уже в феврале 2021 года появилось ООО «ЦУН» – Центр Управления Недвижимостью.



– Если не секрет, откуда такое «космическое» название: сразу вспоминается Центр управления полётами! Это такой маркетинговый ход?

– Своё название компания получила исключительно потому, что она выполняет координирующую роль в жизни клиентов. Собирает информацию, анализирует рынок, взаимодействует со смежными отраслями. Именно это даёт возможность нашим клиентам получить полный цикл услуг: от желания до результата, ведь слоганом компании является фраза «Ваши мечты – наша работа».

– Какие услуги оказывает ЦУН? Какие из них наиболее востребованы у клиентов?

– В настоящее время у компании три блока услуг. Первый – это классические риелторские услуги. Второй – услуги строительного сектора, так как мы являемся аккредитованными застройщиками и подрядчиками, а также у нас есть партнёры, которые занимаются строительством ИЖС для наших клиентов. И третье направление деятельности – это юридические и судебно-претензионные услуги.

Таким образом, клиент сам определяет для себя, что ему необходимо и выбирает услугу, ориентированную под его личный запрос.

Отмечу, что Центр Управления Недвижимостью оказывает услуги на рынке недвижимости во всех существующих сегментах: в городской, загородной, коммерческой и элитной недвижимости.

Наша компания готова помочь клиентам безопасно купить, продать, обменять недвижимость, построить, оформить права собственности с выгодой и комфортом.

– Есть ли тенденция к увеличению спектра услуг?

– К увеличению, думаю, нет, у нас достаточный перечень. Сейчас в компании стоит задача структурного деления, формирования соответствующих отделов и автоматизации, чтобы клиентам было ещё комфортнее пользоваться нашими услугами.

– Расскажите о вашем рабочем коллективе. Сколько человек работает в ЦУН?

– Для меня коллектив ООО «ЦУН» – это моя семья и моя команда, ведь именно среди этих ребят я провожу большую часть своего времени. Сейчас у компании два офиса: основной в Курске и обособленное подразделение в Москве. Численность коллективов – не более 15 человек. Я сторонник качественных, а не количественных показателей.

– Не могу не задать пару вопросов, касающихся происходящего сейчас в Курской области. Как ситуация отразилась на рынке недвижимости в регионе?

– Да, именно ситуация в регионе и подтолкнула нас к открытию обособленного подразделения ЦУН в Москве. В Курске высокий спрос на приобретение жилья лицами, которые утратили своё жильё в связи с действиями ВСУ, но получили господдержку в виде т. н. «курских» сертификатов. Кроме того, многие куряне покидают регион, покупают недвижимость в таких городах, как Москва, Тула, Воронеж, Краснодар, и других. Наша компания сопровождает клиентов в том числе и с альтернативой в этих городах. Таким образом, клиент чувствует себя в безопасности, поскольку весь цикл его сделки находится под контролем.

– Сертификат курского приграничья – что это за документ и с какой целью он введён?

– Сертификат – это свидетельство о предоставлении выплаты на приобретение или строительство жилого помещения, это мера социальной поддержки граждан, жилые помещения которых утрачены в результате обстрелов со стороны ВСУ. Выдачей сертификатов занимается Минстрой Курской области.

– Светлана, вы являетесь членом Комитета РГР по межрегиональным сделкам. Что это для вас значит, какую ответственность накладывает?

– Как член Комитета Российской гильдии риэлторов по межрегиональным сделкам, я в первую очередь гарантирую своим клиентам, что они получат качественную риелторскую услугу в любом городе нашей страны. Для клиентов межрегиональная покупка недвижимости позволяет выбрать из более широкого предложения объектов. Не приходится ограничиваться только теми объектами, которые находятся в нашем регионе. Я могу помочь выбрать наиболее подходящий вариант, учитывая все параметры и предпочтения.



– Можете перечислить основные принципы работы компании?

– Основными принципами в работе ООО «Центр Управления Недвижимостью» являются индивидуальный подход, забота об интересах клиента, конфиденциальность, доверительность и прозрачность отношений.

– Как вы отмечали, с августа этого года подразделение Центра Управления Недвижимостью теперь есть и в Москве. Скажите, вы планируете создать сеть филиалов компании по всем крупным городам России? Расскажите, каковы, на ваш взгляд, дальнейшие перспективы развития компании? Что ещё предстоит сделать?

– Безусловно, есть мысли по масштабированию. Однако многое будет зависеть ещё и от того, насколько рынок недвижимости будет благоприятным. К сожалению, сейчас мы наблюдаем тенденцию к охлаждению рынка.

Поэтому пока что открытия собственных офисов в других городах не планируем. Потребность нашего присутствия в других регионах закрывается сервисом межрегиональных сделок, который создан комитетом РГР. И, как член комитета, я считаю необходимым дальнейшее развитие этого сервиса.

Отмечу, что в рамках деятельности компании в Москве у нас появился новый блок услуг – это зарубежная недвижимость, нам предстоит адаптация к рынку, набор, обучение персонала.

Но по-прежнему главной целью остаётся предоставление качественных и доступных услуг для наших клиентов.

Подготовил Вячеслав Колесников

**Ваши мечты -
наша работа!**



#СветланаБартенева

Академическим стандартам сложно конкурировать с концепцией быстрых и лёгких знаний. Обучение в нынешних реалиях во многом вынуждено основываться не только на качественных образовательных программах, но и на способах и скорости подачи информации. В век высоких технологий, скоростного интернета и социальных сетей слушатель может погружаться в образовательный процесс на недолгий промежуток времени, и виной тому – постепенное изменение типа мышления людей с системного на клиповое.

Об особенностях данного феномена, о разработке в связи с этим новых педагогических технологий и методов обучения, а также о том, стало ли клиповое мышление вызовом для системы образования, нашему изданию рассказала президент и совладелец Advanced Management Institute (бизнес-школы АМИ), эксперт в области стратегии, лидерства и организационного развития, имеющая большой опыт в создании образовательных программ и преподавании в бизнес-школах, Маргарита Датская.



МАРГАРИТА ДАТСКАЯ:

«Наша цель –
научить
слушателя думать,
чтобы он доверял
своим решениям
и превращал
их в действия,
эксперименты
и успехи»

– Маргарита Тазретовна, вы имеете многолетний опыт работы в сфере бизнес-образования, обучаете менеджмент высшего звена мыслить и руководить своей командой по-новому благодаря созданным управленческим программам. Но многие клиенты хотят получать знания и выйти на результат как можно быстрее, а на осмысление и апробацию нужно время, и быстрее – не всегда качественнее. Можно ли назвать причиной гонки за скорейшим достижением знаний изменение типа мышления людей с системного на клиповое?

– К сожалению, проблема отсутствия системности является одной из важнейших проблем современного образования от школы до вузов. Влияние интернета,

социальных сетей приводит к явлениям, которые невозможно ни игнорировать, ни преодолеть их последствия. Всё это следствие появления так называемой «цифровой личности», у которой ярко выражен клиповый тип мышления. В психологических классификациях типов мышления такого понятия, как «клиповое», нет. Тем не менее этот термин прочно закрепился в обиходе. Клиповое мышление имеет целый ряд очевидных минусов: информация воспринимается урывками и поверхностно, а не глубоко и целостно, люди могут быть рассеяны, невнимательны и сложно схватывают суть, лежащую между строк. И в этих условиях нам нужно менять подход к образовательному процессу.

– Что же такое клиповое мышление, в чём сущностные особенности данного феномена и преобладают ли плюсы над минусами у данного типа мышления?

– Не стану грузить вас наукообразием, а лишь выскажу общепринятые мнения на этот счёт. Люди с клиповым мышлением отдают предпочтение визуальной информации, они фрагментарны в восприятии и ориентированы на работу с готовой обработанной информацией. Для них характерны многостаночность – обработка нескольких стимулов одновременно и на высокой скорости, я бы даже сказала, на излишне высокой скорости – и, как результат, низкий уровень этой обработки.

Из положительных сторон отмечу то, что клиповое мышление учит быстрее реагировать и принимать решение, а это полезный навык для людей, чья профессия связана с обработкой большого количества информации и запросов от клиентов. Кроме того, мозг человека с таким типом мышления сложнее перегрузить.

– Клиповое мышление стало вызовом для системы образования. Можно ли сказать, что люди с клиповым мышлением хуже обучаются? Или же преподавателям

просто необходимо разрабатывать новые педагогические технологии и методы обучения?

– Да, это действительно вызов. Нашим преподавателям было непросто адаптироваться к этой новой реальности, потому что, как правило, это эксперты в своих областях, сочетающие основы теории с практикой её применения. Такому человеку определённно требуется приложить усилия, чтобы довести эти знания до уровня конспекта, но мы понимаем, что иначе все его прекрасные знания с ним и останутся. Для нас важно не учить людей, а научить их чему-то полезному в их повседневной работе. Ведь на практике доступ к знаниям никак не гарантирует успеха.

– Расскажите о психолого-педагогических аспектах обучения ваших клиентов, обладающих клиповым мышлением. Необходимо ли адаптировать образовательные методики бизнес-школы АМИ к особенностям клипового мышления и делать акцент на микрообучении: использовать короткие видео, инфографику, интерактивные материалы?

– Уникальность наших образовательных методик в том, что мы используем итерационный подход к процессу обучения. То есть с определённым ритмом дробим весь процесс на разные форматы: бизнес-симуляции, игры, видео, мини-лекции, групповые дискуссии, кейсы.

Но при этом важно делать это, имея единую цель – единую систему, которая должна как конспект запечатлеться в мозгу слушателя и без сверхусилий доставаться по мере необходимости. Ведь качество нашего обучения можно измерить только действиями и решениями. Наш слоган: «Важно не то, что вы знаете, а то, что умеете и делаете!»

– Можете ли вы подтвердить, что клиповое мышление является фактором

развития инновационных технологий в системе образования?

– Да, это, безусловно, важный фактор, вынуждающий и побуждающий к экспериментам в этой области. Основная цель инновационных технологий обучения людей с клиповым мышлением – развить у них навыки анализа и синтеза информации, выявления сходства и различия, обобщения и классификации новых знаний.

– В чём, по вашему мнению, состоят преимущества и ограничения клипового образования?

– Преимущество в том, что люди больше информированы в целом, то есть знают что-то обо всём. Минус в том, что это знание настолько поверхностно, что им невозможно воспользоваться для принятия решений или решения сложных ситуаций. Также важно, что клиповое мышление приводит к абсолютному доверию к готовым рецептам, и это облегчает задачу обучения. С другой стороны, важно, что мы понимаем это и делаем особый упор на персонализацию знаний, то есть стараемся учить «думать».

– Есть ли будущее у клипового образования: интеграция традиционных и инновационных подходов, развитие метапредметных навыков и адаптация к быстро меняющимся условиям? И планируете ли вы создавать новые обучающие программы по таким принципам?

– Это неизбежно. Но нельзя допустить, чтобы мы жертвовали системностью из-за клиповости: способ обучения должен смениться, но цель образования та же – единый взгляд на мир бизнеса как на систему; потому, как бы мы ни учили и чему бы мы ни учили, наша цель – научить слушателя думать, чтобы он доверял своим решениям и превращал их в действия, эксперименты и успехи.

Подготовила Алина Волкова





Дополнением и преобразованием любого образа может стать такой простой аксессуар, как детские колготки и носки. С Мариной Глебовой, экспертом, производителем и основателем сети детских магазинов ТМ ZikiZaki, мы поговорили о том, как эти элементы гардероба могут стать ключевыми инструментами в создании стильного образа и сформировать тонкий вкус и чувство стиля у подрастающего поколения.

ИСТОРИЯ О ТОМ, КАК ПРЕВРАТИТЬ СВОЮ СТРАСТЬ В УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС!

– Марина Юрьевна, красивые колготки – страсть многих женщин, причём с раннего детства. Почему вы начали развивать сеть магазинов именно в этой нише?

– В мире современного предпринимательства всё больше и больше женщин находят вдохновение и смелость превратить свои идеи в успешные бизнесы. И я не исключение. С удовольствием расскажу вам о том, как родилась идея бренда ZikiZaki. У меня был чёткий маркетинговый план, который появился благодаря моему многолетнему опыту работы над разными брендами клиентов и обучению в онлайн-школе для собственников «ВСЁ О МАГАЗИНАХ ОТ А ДО Я».

Сразу был создан логотип, продумана стратегия продвижения и зарегистрирована торговая марка. Конечной целью было создание сети детских магазинов и продвижение через франшизу в городах с населением от 50 000 человек. И сейчас я продолжаю открывать новые магазины.

Мне хотелось создавать что-то особенное для мам и их малышей. Я понимала, что это должно быть что-то максимально безопасное, гипоаллергенное, доступное и часто востребованное в повседневной жизни. Я сосредоточилась на категории невозвратных товаров с хорошей рентабельностью.

Именно так родилась идея о создании ярких, качественных и безопасных аксессуаров для детей. Со временем бренд ZikiZaki не только стал популярным среди родителей, но и зарекомендовал себя как уникальная концепция для открытия детских магазинов. Я расскажу вам о том, какие шаги помогли мне превратить свою страсть в успешный бизнес!

– Какова стратегия сети магазинов ZikiZaki?

– ZikiZaki – это не просто бренд, а целая история становления и развития идеи. Всё началось с моего желания создавать качественные и стильные аксессуары для детей, которые были бы не только удобными, но и привлекательными. Мне хотелось создать «доступную красоту», чтобы мой бренд мог стать классным подарком на любое событие. Согласитесь, прийти на день рождения к друзьям, у которых есть дети, и подарить колготки с бантами или любимыми героями – гораздо интереснее, чем купить просто конфеты.

Именно это стало основной ценностью при создании бренда ZikiZaki. Мои собственные дети послужили вдохновением при создании первых моделей. Их гипоаллергенность, безопасность и лёгкость надевания были для меня приоритетом. Со временем ZikiZaki заработал репутацию надёжного и любимого бренда среди родителей.

Однако мои амбиции шли дальше, я хотела создать не просто коллекции аксессуаров, но и целые детские магазины, где каждый сможет найти всё необходимое для своего ребёнка. Так появилась идея открытия детских магазинов под брендом ZikiZaki, где покупатели могут найти не только детские колготки, носочки, гольфы, но и детское бельё, шапки и другие детские аксессуары от 0 до 15 лет.

Этот проект стал для меня не просто бизнесом, но и своего рода миссией – делать жизнь детей и их родителей комфортнее и ярче. Аналогов таких магазинов на российском рынке нет. В каждом из них вы всегда можете увидеть широкий ассортимент товаров для мальчиков и девочек с рождения.

Создание и развитие бренда ZikiZaki происходило под знаком постоянных ин-

новаций и стратегического планирования. Моя команда постоянно исследует новые технологии, материалы и дизайнерские решения для того, чтобы предложить потребителям уникальные и качественные детские аксессуары. Увидев спрос, мы предложили клиентам детскую одежду для занятия балетом и танцами. Мы стремимся не только удовлетворить текущие потребности родителей и детей, но и предугадать их будущие ожидания и желания.

– Давайте поговорим о моде, есть ли она в детских товарах, ведь, как мы знаем, это, скорее, классика?

– Модные тенденции меняются каждый сезон, но базовые принципы стиля остаются неизменными. Детские колготки и носки – это не просто функциональные предметы одежды, они могут значительно повлиять на формирование стиля у детей. Как эксперт и производитель, могу отметить, что правильный выбор аксессуаров может вдохновить и дать детям возможность выражать свою индивидуальность через моду. Благодаря разнообразию цветов и узоров детские колготки и носки позволяют создавать уникальные образы, помогая детям учиться сочетать цвета и формы. Таким образом, эти простые аксессуары могут стать важным инструментом в развитии хорошего вкуса и стиля у целого поколения.

Детские колготки и носки, казалось бы, могут показаться незначительными элементами гардероба. Однако именно через такие мелочи начинается формирование вкуса и представления о стиле у малышей. Эти аксессуары могут стать первым шагом в понимании того, как правильно подбирать и сочетать элементы одежды для создания гармоничного образа. Поэтому важно уде-

лять внимание выбору этих деталей уже с самого детства, чтобы воспитывать у детей чувство прекрасного и умение выражать себя через одежду. Помните, что даже самый простой аксессуар может иметь большое значение в формировании вкуса у целого поколения.

– Дайте совет как эксперт и производитель: как правильно выбирать и сочетать детские аксессуары?

– При выборе детских колготок и носков важно учитывать не только их качество и удобство, но и возможность использования их как модного аксессуара. Я рекомендую обращать внимание на их сочетаемость с общим стилем одежды, правильно подбирать колготки носки в зависимости от места и события, куда нужно собрать ребёнка: на праздник, в детский сад, на длительную прогулку или для занятий спортом. Важно также учитывать сезон и погоду, чтобы ребёнку было комфортно заниматься подвижными играми. Большинство из вас уже давно и активно пользуется термоколготками, кальсонами и носочками, которые удерживают тепло на морозе и правильно выводят влагу.

Обращаю внимание на то, что для занятия танцами у нас есть специальная одежда для девочек, имеющая однородную структуру плетения нити до самого пояса. Незабываемые фотосессии можно сделать для новорождённых в наших колготках с большими бантами на попе. Консультанты в наших магазинах с удовольствием помогут вам определиться с выбором.

– Расскажите о тенденциях в детской моде. Какие колготки и носки выбирать в этом сезоне?

– Классика всегда остаётся в тренде. Например, для школьного образа подойдут спокойные оттенки колготок без стразов и бантов, потому что такие детали могут отвлекать детей во время занятий. Колготки из полиамида в чёрном, белом и тёмно-синем цветах остаются популярными из-за своей универсальности. Также предпочтение покупателей часто отдаётся плотному капрону (полиамиду) и ажурному хлопку.

Для детского сада выбирают колготки из натурального, поскольку они мягкие, дышащие и не вызывают раздражения у детей, быстро надеваются. Очень популярен дизайн с героями мультфильмов или с графическим рисунком.

Эволюция дизайна колготок идёт в сторону сочетания комфорта, качества и эстетики, мы стремимся обеспечить детей подходящими для школы и садика

колготками. Как эксперт, рекомендую выбирать колготки, соответствующие потребностям ребёнка и обеспечивающие ему комфорт в течение дня.

– Есть ли особые советы по уходу за детскими аксессуарами?

– Значение правильного ухода за детскими колготками и носками необходимо понимать, чтобы продлить их срок службы. Важно помнить, что стирка наизнанку при 30 градусах поможет избежать деформации и сохранить яркость цвета. Катывшиеся на колготках являются нормальным явлением, однако правильный уход позволит им дольше оставаться на внутренней стороне, сохраняя внешний вид изделия.

Марина Глебова:

«Благодаря магазинам ZikiZaki наш бренд стал ещё более узнаваемым и популярным. Мы предлагаем не только товары, но и эмоции, создавая особенную атмосферу для детей и их родителей. Этот путь позволил нам не только расширить аудиторию и увеличить продажи, но и укрепить позиции на рынке детских товаров».

Рекомендуется использовать мягкие моющие средства и не забывать о сушке в горизонтальном положении для предотвращения деформации. Все банты и украшения у нас прочно пришиты, поэтому при соблюдении рекомендаций по стирке не стоит о них беспокоиться.

– Что касается открытия магазинов по вашей франшизе ZikiZaki, какие есть партнёрские условия на сегодня?

– С 2024 года мы с командой приняли решение упростить открытие магазинов и многие хлопоты взяли на себя. У нас работает открытие по программе «управляемая франшиза».

Для собственника магазина это означает следующее:

- открытие магазина без участия в ремонтных работах, приёмке товара и обучении персонала;
- полная окупаемость и возврат вложенных средств за 6-12 месяцев;
- выход в точку безубыточности с 1-го месяца открытия;
- лучшее место под магазин в вашем городе;
- гарантия по окупаемости проекта на основе трафика и нашего опыта успешного запуска магазинов;
- выручка – не менее 40 000 рублей в день! И наш товар не подлежит возврату;
- отсутствие роялти;
- круглогодичный спрос;
- единая ценовая политика и маркетинговые мероприятия по продвижению;
- выстроенная система налогообложения без «серых» схем;
- обучение собственника и будущего персонала бутика.

С нашей франшизой весь товар приходит готовым к продаже с наклеенными ценниками. У нас очень короткий срок от поставки до витрины и конечного покупателя. Я приглашаю вас в наши магазины, чтобы вы лично могли оценить все преимущества работы с нами. Я могу долго говорить о преимуществах моего товара и магазинов, но лучше – приходите лично! Буду рада знакомству и дальнейшему партнёрству!

www.франшизизикизак.рф
www.zikizaki.ru
 +7-495-222-73-92



О бизнесе ZikiZaki

Беседовала Анна Добрынина





ГАРДНЕРОВСКИЙ ФАРФОР – для людей с утончённым вкусом

Производитель изделий НХП «Промыслы Вербилкок», который выпускает изысканную посуду под брендами «Мануфактуры Гарднеръ в Вербилках» и «Кузнецовский фарфор», возвращает моду на утонченный фарфор с ручной росписью. С Еленой Кузнецовой – коммерческим директором фабрики, членом Совета директоров Ассоциации народных художественных промыслов России и членом Комитета по развитию креативных индустрий Московского областного отделения «ОПОРЫ РОССИИ» – мы поговорили о нелёгкой, но очень важной миссии предприятия – сохранении многовековых традиций и необходимости популяризации изделий из фарфора, которые могут сделать интерьер любого помещения уютным, самобытным и оригинальным!

– Елена, фарфоровые изделия в доме – это признак утончённого вкуса и благородной роскоши. Постепенно возвращается мода в интерьере на самобытный русский стиль. И немалую просветительскую работу в этом направлении проводит фабрика «Мануфактуры Гарднеръ в Вербилках». Какова на сегодняшний день стратегия компании в сохранении народных промыслов?

– В этом году Мануфактуре Гарднеръ исполнилось 270 лет с момента основания первых производственных печей. Изделия нашего завода на протяжении почти трёх веков отличаются красотой, качеством и утончённым художественным вкусом. Именно этим фарфор Франца Гарднера так впечатлил Екатерину II, что она ежегодно заказывала орденские сервизы для встреч кавалеров орденов (Святого Георгия, Святого князя Владимира, Святого Александра Невского и Святого Андрея Первозванного) во дворце. За высочайшее качество изделий российской императрица даровала роду Гарднеров право размещать герб России на своих изделиях, где он красуется и по сей день. Наши фарфоровые произведения декоративного искусства находятся в экспозициях лучших европейских и российских музеев и пользуются большой популярностью у частных коллекционеров.

Народные промыслы России многогранны и разнообразны, а фарфор Мануфактуры Гарднеръ – особенное досто-

яние России. Столь высококачественный тончайший белоснежный фарфор с поистине изящной живописью не найти сегодня в стране. Наша главная задача – не только сохранить и возродить утраченные формы и рисунки прошлого, но и вернуть в современные российские дома и общественные пространства радость от пользования посудой Мануфактуры Гарднеръ.

– Развиваете ли вы какую-то совместную работу или коллаборацию с другими предприятиями народных художественных промыслов России для сохранения уникальности и аутентичности изделий народных промыслов?

– Ещё в 40-е годы XX века были попытки переноса эстетики и декора одних традиционных предприятий и промыслов в другие. Все эти попытки уже тогда были признаны неудачными и неприемлемыми, поскольку каждое предприятие НХП имеет собственный почерк, лицо, самобытность и не нуждается в искусственной коррекции и пересечениях.

Однако формы сотрудничества действительно возможны. Все предприятия, имеющие историческое наследие, знакомы друг с другом, поддерживают и помогают друг другу. Бывает и такое, что сотрудничество заключается в совместном подборе интерьерных коллекций под какие-то задачи: к примеру, выставки или презентации. Когда посуда дополняет-

ся скатертью, салфетками, серебряными или мельхиоровыми приборами, изделиями других народных промыслов России. И это прекрасно!

– Сохранились ли в музеях или частных коллекциях шедевры фарфорового искусства, произведённые на фабрике в XVIII-XIX веках? Как оценивается их стоимость на сегодняшний день?

– Историю Мануфактуры Гарднеръ можно условно разделить на три исторических этапа. Почти 125 лет фарфоровым заводом в Вербилках владел род Гарднеров. Далее завод приобрёл известный промышленник Матвей Сидорович Кузнецов, которого величали «фарфоровый король», т. к. он скупил несколько фарфоровых заводов по всей России, и наша мануфактура стала частью Товарищества М. С. Кузнецова. Однако с приходом советской власти наступил третий период, и фабрика превратилась в Дмитровский фарфоровый завод, а со временем он приобрёл расхожее название «Промыслы Вербилкок».

Сегодня и в частных собраниях, и в большинстве крупных государственных музеев России и Европы фарфор Гарднера, Кузнецова и «Промыслов Вербилкок» советского времени представлен достаточно объёмно. Это и посуда, и скульптура, и предметы декора, вазы. С позиции исторической и культурной значимости эти изделия абсолютно бесценны. Ну а

цены на коммерческом антикварном рынке очень сильно варьируются, и с каждым годом они точно растут.

– **Спрос на изделия народных промыслов сейчас растёт. Появились ли с увеличением спроса какие-то необычные запросы? Как часто делают заказы на фарфоровые изделия коммерческие организации? Планируются какие-то новые коллекции в преддверии новогодних праздников?**

– Вы правы, мода на изделия ручного труда возвращается. Люди стали ценить творчество, теплоту, профессионализм мастеров, почувствовали значимость и необходимость поддержки своим рублём художественных промыслов России. Это не может не радовать! Всё больше и больше людей хочет принести к себе в дом или подарить близким, коллегам, партнёрам красивую чашечку, расписанную с любовью мастером-живописцем, вложившим в каждый мазок кисти частичку своей души и тепла.

За последние два года корпоративные заказы стали неотъемлемой частью нашей работы: новогодние подарки, 8 Марта, 23 Февраля, Пасха, профессиональные праздники и подарки партнёрам. Например, у нас есть традиционные исторические скульптуры: Щелкунчик, позолоченная ёлка, Дед Мороз и Снегурочка, жанровые фигурки, а также каждый год наши скульпторы и художники создают новую игрушку – символ года.

Ещё мы исполняем на наших изделиях роспись или нанесение рисунка техникой деколь с учётом бренда компании, его символики и образов. Среди наших постоянных партнёров – государственные организации, крупный производственный бизнес, энергетика, строители, компании-ценители художественных фарфоровых изделий.

– **Что отличает продукцию вашей фабрики от других производителей фарфора?**

– В книге о Вербилках заслуженного писателя России Владислава Бахревского серии «Секреты старых мастеров» так описывается разница между несколькими фарфоровыми производствами: «Фарфор петербургский (Императорский фарфоровый завод) – аристократичный, дворцовый, чашка – рабыня симметрии и этикета. Фарфор дулёвский (Дулёвский фарфоровый завод) – крестьянский, в нём присутствует сказочная, берендеевская царственность, пригодная для теремов, а дулёвская чашка сливается со столом, ломящимся от снеди. Фарфор Вербилок, гарднеровский – для людей вкуса утончённого, английского, для высших особ государства, а чашечка – изумительно белая, тонкая, пропускающая свет, формы строгой, совершенной».

Лучшего позиционирования и не придумаешь. У каждого завода есть свои «фирменные» особенности.



– **Есть ли семьи, в которых ремесло росписи по фарфору передаётся из поколения в поколение? Какие меры принимает фабрика для сохранения преемственности своих традиций?**

– За время существования фабрики сложились целые династии мастеров и художников: Смирновы, Зваевы, Харитоновы и другие.

Сегодня с предприятием сотрудничают потомки одной из наиболее известных линий художников рода Тихоновых-Манковых: Виктор и Валентин Никоновы. Виктор Никонов – скульптор-модельщик высшей категории, ветеран труда, после долгого перерыва сотрудничает с фабрикой на договорной основе. А его сын, Валентин Никонов, являясь профессиональным дизайнером и художником-фарфористом, а также историком фарфора, сегодня занимает должность главного художника предприятия.

– **Фарфор – изделие достаточно хрупкое. Насколько широка география ваших продаж?**

– Несмотря на то, что Мануфактура Гарднерь имеет почти трёхсотлетнюю историю, производство сегодня обновляется. Например, у нас стоят новые эргономичные печи для обжига. Мы соблюдаем все технологии, чтобы фарфор был не только тонким, звонким и белоснежным,



но и очень прочным и долговечным. И конечно, мы следим за современными решениями в области упаковки и перевозки. Поэтому поставки идут во все регионы: от Калининграда до Владивостока.

– **Какие программы поддержки существуют для предприятий народных художественных промыслов России? И достаточно ли их, на ваш взгляд?**

– Во-первых, я хочу выразить благодарность Правительству РФ, Министерству промышленности и торговли РФ, Министерству культуры и туризма Московской области за помощь и поддержку, за развитие внутреннего туризма, что, несомненно, даёт свои плоды. На сегодня существует несколько мер поддержки предприятий НХП как на федеральном, так и на региональном уровне: субсидирование предприятий федерального перечня в части затрат на энергоресурсы, сырьё и материалы; компенсация затрат на определённые выставки и маркетинг.

Однако есть предложения, которые смогут помочь не только в реализации продукции НХП, но и в популяризации культурного кода России и, в частности, Подмосковья. Например, было бы здорово, если бы в крупных городах нашего региона существовали единые точки продаж изделий народных промыслов. Также была бы нелишней помощь в компенсации части затрат на ремонт музеев при заводе и исторических производственных площадях. Мы ежедневно водим экскурсию по нашему предприятию, рассказываем об уникальном историческом опыте российской фарфоровой промышленности, просвещаем школьников, студентов, пенсионеров, всех посетителей фабрики. И конечно, хочется, чтобы в этом непростом деле нам помогли.

– **Поделитесь с нами вашими планами по развитию.**

– У нас серьёзные планы на ближайший год, ведь необходимо восстановить объёмы производства без изменения качества и нашего особого художественного стиля. Делать фарфор простых форм – быстрее и проще, но мы не можем изменить гарднеровским принципам.

Поддержка статуса эксклюзивного для России фарфорового производства требует времени, сил и правильного подхода. Наша команда стремится только вперёд. Мы все каждый день по крупицам воссоздаём историю и вносим её в современность.

Ведь как здорово, если в каждый дом вернутся культура сервировки и чаепития, теплота семейных традиций и созидательная энергетика изделий ручной работы.

Беседовала
Анна Добрынина



НАТАЛИЯ ЛУКОМСКАЯ: «КАРТИНА- МЕТАФОРА – КАК АЛМАЗ, В КОТОРОМ КАЖДЫЙ УВИДИТ СВОЮ ГРАНЬ»

Концептуальный художник-философ, основатель направления «Искусство открытого сердца», психолог Наталия Лукомская не просто пишет картины-метафоры, она общается с публикой через создаваемые образы, помогает посмотреть вглубь себя, даёт надежду, работает с подсознанием зрителя, аккуратно подводя к тем или иным вопросам и давая человеку самому на них ответить.

– Наталия, кроме богатого опыта в живописи и архитектуре, вы много лет изучаете психологию и философию. Можно ли сказать, что через свои картины вы беседуете со зрителем как философ и психолог?

– 80% информации мы получаем через зрение, именно поэтому визуальное искусство имеет мощнейшее воздействие на публику. Далее идёт метафора, которая является кратчайшим путём к подсознанию. Я работаю в направлении «Искусство открытого сердца», создаю трансформационные картины, которые помогают людям увидеть ресурс в себе, найти ответы на свои вопросы, внутреннюю опору и поддержку.

**«МОИ РАБОТЫ
МЕТАФОРИЧНЫ, ИМЕЮТ
ГЛУБОКИЙ ФИЛОСОФСКО-
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ
СМЫСЛ, ДЛЯ КАЖДОГО
СВОЙ».**

Если спросить, кем я себя больше считаю, то я скажу – философом. Объединение философских наблюдений, размышлений в образах посредством метафоры даёт максимальный эффект при взаимодействии зрителя с арт-объектом. Мои работы метафоричны, имеют глубокий философско-психологический смысл, для каждого свой, ведь благодаря метафорам человек видит не то, что рисует художник, а свои собственные ассоциации.

– Стать успешным художником достаточно сложно. Чем ваш арт-проект «Про Девочку» настолько поразил и тронул зрителя, что первая же выставка имела потрясающий успех?

– Я пишу картины всего шесть лет, до этого я долгое время работала архитектором, но в какой-то момент поняла, что моя душа хочет другого. И приняла серьёзнейшее решение в жизни, начав рисовать картины и открыв собственное направление «Искусство открытого сердца». Проживая такие кардинальные изменения, я начала писать картины «Про Девочку» – по сути, это была моя психологическая работа над собой и над своим внутренним ребёнком, мой психологический процесс трансфор-

мации, арт-терапия, которая вылилась в целую серию.

Земля крутится вокруг Солнца, жизнь развивается по спирали, и на каждом уровне мы проходим свой цикл. Именно поэтому у меня родилась идея, что картин в серии должно быть как недель в году – 52. На них Девочка проживает целую жизнь: путешествует, исследует мир – внешний и внутренний, свою душу, переживает любовь и одиночество. Каждый из периодов в жизни Девочки заканчивается её трансформацией, и она переходит на следующий круг своей жизни. Эта серия создана для тех, кто ещё только ищет своё предназначение и сомневается, а также в поддержку тем, кто уже сделал первые шаги по своему пути.

Я умею создавать образы и транслировать их, следуя своему предназначению. И моя миссия как творца – помогать людям встречаться с этими образами.

– Можете ли вы выделить некоторые из 52 работ истории «Про Девочку», которые вам наиболее близки и откликаются в вас особым образом?

– Каждая картина в серии – моё проживание какого-то этапа, моя трансформация, и выделить что-то одно невозможно: каж-

дая работа для меня глубоко ценна. Расскажу о некоторых.

«Самоценность» – одна из первых картин, на ней я показала, что есть окружающий мир, агрессивный, а есть мир внутри меня, внутри каждого из нас – и он как цветок. В тот период жизни я осознала, что долгое время жила с чувством, что меня как творца нет. На этой картине я разбираюсь с пониманием себя, своего предназначения и своего пути.

Далее моя трансформация, момент перехода, принятия непростого решения стать художником, осознание того, что я хочу рисовать, как делаю первые шаги и разрешаю себе двигаться в выбранном направлении, описаны в трёх историях: «Девочка и зонтик», «Девочка и дерево», «Девочка и огоньки».

Этап осознания себя в своей родовой системе, принятие своего рода изображён на картинах «Девочка и медведь», «Девочка и род». «Девочка и море» – про взаимоотношения человека с миром, со Вселенной.

Четыре картины «Мини-стихии» – это четыре состояния человека: «Дитя стихии. Земля» – твои таланты, «Дитя стихии. Воздух» – твои мечты, «Дитя стихии. Огонь» – твои желания, «Дитя стихии. Вода» – твои действия.

Триптих про «Девочку и золотую рыбку» – о том, что душа человека, попадая в этот мир, знает, для чего она сюда попала, но ввиду разных причин и обстоятельств мы забываем о своей истинной цели, о своём предназначении. Наши мечты уникальны, и когда мы, наконец, поймём свои желания, тогда мы встанем на единственно верный путь.

– Картины из этой серии пользуются особым успехом, а спрос рождает предложение. Поэтому вы решили создать печатную и текстильную продукцию, сувениры и даже коллекцию ювелирных изделий?

– Каждый хочет иметь у себя дома красивую картину, но не каждый может себе позволить приобрести оригинал: мои картины стоят от миллиона рублей. Поэтому я предлагаю покупателю альтернативу. Когда я поняла, что посетители моих выставок хотели бы забрать с собой тот или иной образ Девочки, который им откликается и наполняет их, появились открытки и метафорические карты, книги, сумки-шоперы и шифоновые шарфы, принты и постеры, авторские копии картин, ювелирные украшения и даже уникальное домашнее пособие по арт-терапии – терапевтическая раскраска. Всё это можно приобрести на сайте: www.about-girl.art.

Я чётко осознаю, что пишу картины не с целью на них зарабатывать, ведь, если я буду писать только на продажу, работы превратятся в банальные штампы, в которых не будет жизни и чувств. Я зарабатываю на своём творчестве другими способами. А мои работы – они для зрителя, в них я создаю образы, которые приглашают к внутреннему диалогу, на встречу с самим собой.



«НАШИ МЕЧТЫ УНИКАЛЬНЫ, И КОГДА МЫ, НАКОНЕЦ, ПОЙМЁМ СВОИ ЖЕЛАНИЯ, ТОГДА МЫ ВСТАНЕМ НА ЕДИНСТВЕННО ВЕРНЫЙ ПУТЬ».

– Расскажите о ваших проектах «Люди летают», «Одноразовый выбор» и других, а также о том, над чем вы работаете сейчас.

– Первым моим проектом была иллюстрация: я создала серию книг «Сказки Мамы-мышки» с рисунками в иллюстративной технике. Это сказкотерапия, мой родительский опыт, изложенный на страницах, для чтения родителям своим детям. Далее были проекты «Люди летают» – про прыгунов в воду – и «Одноразовый выбор» – картины, созданные в период пандемии и застрагивающие тему экологии.

Сейчас я веду проект «История картины», объединяющий творческих людей: раз в месяц мы выставляем одну картину художника и даём возможность любому желающему написать историю на эту картину. В итоге мы собираем 12 историй, тем самым знакомя зрителя с новыми художниками направления «Искусство открытого сердца».

Не так давно я начала работу над новым долгоиграющим проектом «Изнутри тебя» – про ярких личностей, которые разрешили себе жить по сердцу и по своему предназначению. Я беру кадры с фотосессии, напечатанные на большом холсте, и поверх фотографии создаю образ этого человека, метафоры, которые мне пришли в момент беседы-интервью. Тем самым я хочу показать таких людей через образы и позволить зрителю соприкоснуться с ними. Для данного проекта я веду переговоры с разными личностями:

с космонавтом, очень хотелось бы с Фёдором Конюховым, Вячеславом Полуниным, Николаем Дроздовым.

– В каких ещё сферах искусства вы применяете свой талант: стихи, книги, обучение живописи?

– Я считаю, что истинный художник может работать в абсолютно любом стиле и с любыми материалами, он может создавать непохожие, но одинаково мощные и сильные серии. Себе я разрешаю работать как хочу и когда хочу, у меня как у творца развязаны руки. Сейчас мне очень нравится работать со стеклом, я экспериментирую, для меня это абсолютно новый материал. А ощущение новизны – это важный элемент творческой жизни художника.

Когда в моём плотном графике выдаётся свободная минутка, я использую её... для придумывания новых творческих проектов (смеётся). Я предводитель сообщества, миссионер, ведущий за собой последователей, у меня своя школа наставничества мастеров и художников, я пишу несколько книг, читаю лекции по архитектуре, пишу стихотворения и выступаю с ними на поэтических вечерах, а во время командировки в Дубай на мои стихи был снят клип-метафора «Я себя потеряла» о моих картинах и творчестве.

Кроме того, я провожу арт-тренинги и мастер-классы, развиваю онлайн-школу по обучению писать трансформационные картины. Сейчас я взяла в наставничество пятерых художников и психолога по созданию собственной колоды метафорических карт, в процессе работы в их сознании произошли колоссальные изменения, и каждый из них найдёт свой индивидуальный стиль.

Проектов у меня много, и я в равной степени кайфую как от процесса, так и от результата, будь то картина, стихотворение, мастер-класс или что-то иное.

– Кроме выставок в Москве и других городах России, ваши работы высоко ценятся и за рубежом. Где вы уже представляете и планируете выставлять свои картины? Поделитесь своими планами на будущий год.

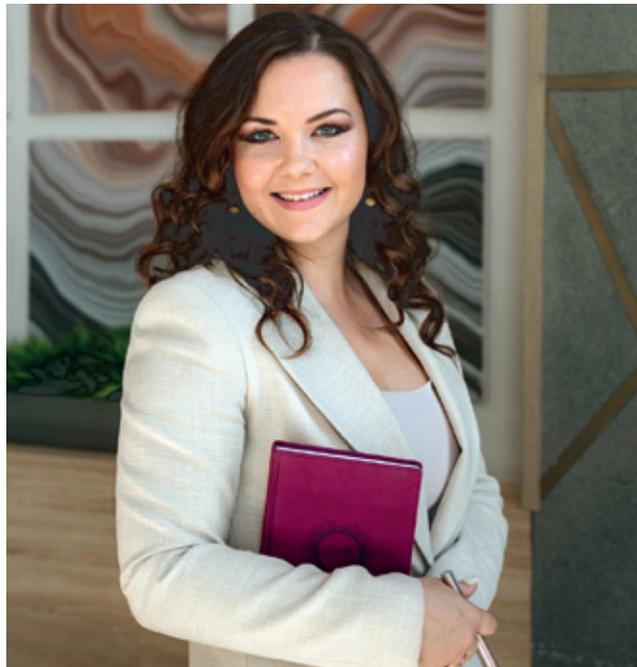
– Серия моих работ была представлена на персональных и групповых выставках от Москвы и Санкт-Петербурга до Италии и Китая, всего более 90 раз; я провела более 120 выставок, из которых 12 персональных в России и в Дубае. Также мои работы можно было увидеть в ноябре в выставочном пространстве «Митино». В 2025 году запланирована выставка серии «Про Девочку» в Сургутском краеведческом музее. На постоянной основе в галерее искусств Art Future Gallery в Москве выставлены мои принты; кроме этого, я периодически принимаю участие в коллективных выставках – в общем, устраиваю выставки всегда, когда у меня появляется возможность.

Беседовала Алина Волкова

ПРЕМИЯ «НЕЖНЫЙ ГРАНТ» – уникальная возможность для женщин- предпринимателей заявить о себе

Премия «Нежный грант», учреждённая в 2021 году некоммерческой организацией Союз «Содействие женскому предпринимательству», стала не только площадкой для эффективного обмена передовым предпринимательским опытом среди женщин, но и настоящим праздником в бизнес-сообществе.

О роли женщины в современном мире мы поговорили с Натальей Муравьевой – президентом Союза «Содействие женскому предпринимательству», лидером сообщества «Нежный бизнес» по Московской области и Российской Федерации, председателем Координационного совета по развитию женского предпринимательства МОРО «Союз женщин России».



– Наталья Владимировна, конкурс профессионального мастерства среди женщин-предпринимателей «Нежный грант», организаторами которого являются Союз «Содействие женскому предпринимательству» и проект «Нежный бизнес», проводится уже четвёртый год. Что вдохновило вас на создание этой премии и каковы главные цели этого проекта?

– Первая премия «Нежный грант» была проведена в городском округе Люберцы, лидером которого я на тот момент являлась. Тогда у меня в голове созрели идея, философия и концепция премии, которая была призвана поощрить и поблагодарить девушек за вклад в развитие сообщества женщин-предпринимателей. Моя идея была поддержана командой нашего союза, куратором данного проекта стала Юлия Сергеевна Кирьянова, член правления Союза «Содействие женскому предпринимательству». Уже после проведения первого «Нежного гранта» мы увидели положительные плоды этого мероприятия. Полученные в рамках премии средства вкладывались девушками в развитие бизнеса: в покупку нового оборудования, в расширение площадей. Участие в премии способствовало узнаваемости их бренда и помогло найти новых клиентов.

И в следующем году мы провели эту премию в рамках всего сообщества. Девушки хотели заявить о себе, презентовать свои проекты, победить и выиграть

грант. Этот проект уникален ещё и тем, что он даёт возможность получить не только медиапродвижение, но и прекрасные эмоции, так как и в полуфиналах и в финале у нас всегда царит особая праздничная атмосфера. Хотя наши конкурсантки и являются конкурентками в борьбе за грант, они так или иначе смотрят в сторону партнёрства. Мы проводим премию четвёртый год подряд и видим, как появляются совместные проекты. Конкурс призван показать мастерство предпринимательства как искусство и подход к ведению бизнеса женщинами.

Положение конкурса мы дорабатываем и дополняем каждый год, каждый раз мы придумываем новое конкурсное задание, которое представляет собой некий инструмент. Готовя это задание, девушки укрепляют свой бизнес, так как в дальнейшем продолжают пользоваться наработанной технологией. Фишкой нашего «Нежного гранта» стала продающая видеовизитка. Как оказалось, её не так просто создать. Смысл этого задания – создание реального работающего медиаконтента, который можно использовать после завершения конкурса.

– Какова роль женщин-предпринимателей в современном обществе? Почему, на ваш взгляд, популяризации женского бизнеса сегодня нужно уделить особое внимание на государственном уровне?

– Сегодня в масштабах страны мы видим, что женское предпринимательство развивается очень быстрыми темпами. Роль женщины многогранна: это и предприниматель, и мама, и жена, и хозяйка. Хозяйка своего дела в том числе. Предпринимательство позволяет женщине развиваться, даёт ей ресурсы на дальнейшее раскрытие своих талантов, на самореализацию в обществе.

Наблюдая за женщинами-предпринимателями нашего сообщества, мы видим, что начало их бизнеса, как правило, идёт из интуитивного и основанного на своём опыте анализе рынка.

Я знаю много историй появления частных детских садов, косметических салонов и швейных производств, которые возникли исходя из личных потребностей их основательниц. Очень часто женщина идёт в бизнес потому, что её не устраивает качество предоставляемых услуг или она знает, как сделать лучше. Имея более чуткую интуицию, «слабый» пол становится драйвером для развития предпринимательской деятельности и истории, находит незанятые на рынке ниши для развития.

Популяризации женского предпринимательства уделяется особое внимание на государственном уровне. Но рассчитывать только на меры поддержки не стоит.

Создание своего бизнеса – это в первую очередь желание создать самый лучший

продукт, потому что бизнес основывается на служении и на закрытии потребностей людей.

Предпринимательская история – это увлекательное путешествие. И когда ты понимаешь, что есть сообщество единомышленников, есть площадки, где можно презентовать свой бизнес, получить поддержку, привлечь новые каналы продаж и получить аналитические данные, это путешествие становится не таким уж и трудным, и его цель обязательно будет достигнута.

На территории Московской области созданы дружелюбные условия для развития бизнеса в принципе, женского предпринимательства в том числе. Современность диктует равные условия для развития женщин и мужчин в бизнесе, но тем не менее для женщин очень важна поддержка государства и бизнес-сообществ.

– Для участия в премии у бизнес-леди уже должен быть функционирующий бизнес? Могут ли претендовать на грант те, чей бизнес находится ещё только на стадии идеи?

– «Нежный грант» – это конкурс для женщин-предпринимателей, которые уже ведут свою деятельность в поле бизнеса. Для презентации бизнес-проектов есть федеральная программа «Мама-предприниматель».

– Сколько номинаций у премии «Нежный грант»? Какие критерии вы учитываете при выборе победителей премии?

– У нас пять специальных номинаций: лучший семейный бизнес, многолетняя бизнес-мама, лучший социальный проект, лучший интернет-магазин и лучший бизнес-проект импортозамещения. Равнозначными победительницами становятся три конкурсантки, получающие грант в размере ста тысяч рублей.

В этом году нас поддерживают предприятия народных художественных промыслов, и лауреаты конкурса получают от них памятные подарки.

Каждый год мы стараемся придумать что-то новое. В этом году появилась новая номинация для девушек-фотографов. Здесь уже предусмотрены первое, второе и третье места с денежным призом пятьдесят, тридцать и двадцать тысяч рублей соответственно. Фотографы получили специальное задание: сделать интересную и продающую фотографию участия «Нежного гранта». Фотография должна отражать суть предпринимательской деятельности нашей участницы. Для нас очень важны такие критерии, как креативность, и то, насколько фотография будет отражать суть бизнеса участницы. В 2024 году вместе с фотографами в финале участвуют тридцать девушек.

– Тема выступления конкурсанток в этом году: «Партнёрство в сообществе как инструмент продвижения в бизнесе».



Расскажите о наиболее ярких кейсах, раскрывающих тему партнёрства и взаимовыгодной коллаборации в бизнесе.

– В современном мире предприниматель должен уметь договариваться и выстраивать эффективное бизнес-партнёрство, уметь правильно презентовать свой продукт и услугу. И так как «Нежный грант» проходит в рамках деятельности Союза «Содействие женскому предпринимательству», мы решили создать условия, при которых девушки оценят, к каким результатам они пришли благодаря союзу. В нашем сообществе бывают случаи, когда девушки объединяются, в рамках такого партнёрства иногда возникают новые юридические лица, развиваются партнёрство и спонсорство, плодами которого становится расширение круга знакомств и возможностей для развития.

– Участие в конкурсе подобного масштаба всегда открывает какие-то новые горизонты перед победительницами в различных номинациях. Вы поддерживаете связь с лауреатами прошлых лет? Как изменилась их жизнь после получения этой награды?

– Мы гордимся победительницами прошлых лет, которые достойно представили свой проект и заслужили звание победительницы и премию.

В этом году у нас перед финалом будет организована пресс-конференция, которая будет состоять из нескольких частей. Одним из блоков конференции станет общение с победительницами прошлых лет.

Мы видим, что для многих из них победа стала мощным толчком. Например, победительницы прошлых лет из города Долгопрудного, занимающиеся созданием видеоконтента для бизнеса, после победы возглавили отделение Союза «Содействие женскому предпринимательству» у себя в городе и теперь не только работают на продвижение своего бренда, но и занимаются укреплением женского предпринимательства в целом. В ноябре отмечается Международный день женского предпринимательства, и наша премия приурочена к чествованию женщины в бизнесе.

– Кто является спонсорами и партнёрами премии «Нежный грант»? Как они оценивают идеи конкурсанток и каков главный приз мероприятия?

– Мы благодарны за поддержку Екатерине Анатольевне Зиновьевой – заместителю председателя правительства Московской области, министру инвестиций, промышленности и науки Московской области; Екатерине Юрьевне Богдасаровой – председателю Московского областного регионального отделения Союза женщин России; Денису Евгеньевичу Францову, президенту ТПП МО, и, конечно, правительству Московской области.

Основными партнёрами премии являются фонд региональных социальных программ «Наше будущее» и «Альфа-Банк».

Наша премия носит очень яркий и торжественный характер, гостям и партнёрам премии нравится наша атмосфера, и даже на полуфиналах наши конкурсантки заключают какие-то новые контракты, поскольку жюри у нас собирается из представителей администрации, бизнеса и представителей ТПП.

У конкурса много друзей и партнёров: производители Московской области, предприятия НХП. Однако мы всегда рады новым партнёрам!

– Есть ли ещё какие-то проекты и инициативы, которые вы планируете реализовать в рамках премии «Нежный грант» в будущем?

– У меня есть амбициозные планы по увеличению призового фонда премии до одного миллиона рублей, но на это нужно время.

Каждый год мы дорабатываем наше положение и придумываем новые номинации. В этом году мы получили интересный запрос: мужчины, являющиеся партнёрами Союза «Содействие женскому предпринимательству», тоже хотели бы участвовать в премии и презентовать свой бизнес, поэтому мы задумываемся над тем, чтобы сделать отдельный конкурс для мужчин, состоящих в союзе.

Беседовала Анна Добрынина

Татьяна Росс: «Наша цель – восстановление здоровья с помощью интервальной гипокси- гипероксической тренировки»



Улучшить состояние всего организма, повысить работоспособность и избавиться от стресса, добиться омолаживающего эффекта и даже сбросить несколько лишних килограммов – и всё это без медикаментов и инъекций, изнурительных нагрузок и длительного лечения. Возможно ли? Компания «ОКСИТЕРРА» с уверенностью отвечает – да, создав один из самых современных, технологичных и экологичных приборов в мире: аппарат нового поколения для интервальной гипокси-гипероксической тренировки OXYTERRA, который соответствует запросам текущего времени.

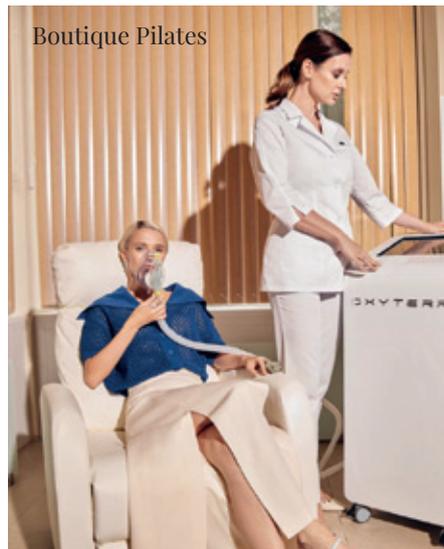
Генеральный директор производственной компании «ОКСИТЕРРА» Татьяна Росс рассказала нашему изданию об уникальности метода интервальных гипокси-гипероксических тренировок, о широчайшем спектре применения ИГТ, а также об амбициозных планах компании на 2025 год.

– Татьяна, компания «ОКСИТЕРРА» существует уже 18 лет, её продукция широко известна и применяется в различных областях. Какие ключевые моменты развития организации вы можете выделить и какова основная миссия вашей компании?

– Если точнее, почти 18 лет назад мы с командой единомышленников начали заниматься исследованиями и разработкой медицинского оборудования в сфере технологии интервальной гипокси-гипероксической тренировки. В 2006 году мы основали международный центр новых технологий «Трейд Медикал», который объединил усилия российских и немецких учёных, и первые исследования в области гипокси-гиперокси терапии проводились на базе ФГБУ «Национальный медицинский исследовательский центр реабилитации и курортологии» в Москве. Наша цель – восстановление здоровья с помощью немедикаментозного и безопасного метода интервальной гипокси-гипероксической тренировки на оборудовании, отвечающем и даже опережающем запросы текущего времени.

– В 2020 году вы выпустили на рынок аппараты для дыхательной терапии и безопасных гипоксических тренировок OXYTERRA. Чем эта технология уникальна? Каковы её преимущества и польза для здоровья?

– Интервальная гипокси-гипероксическая тренировка – проверенный десятилетиями естественный метод комплексного восстановления организма. Данная



технология положена в основу перспективного направления митохондриальной медицины, так как способствует обновлению и реабилитации митохондрий и запускает процессы регенерации, оздоровления и омоложения организма на клеточном уровне. Действенность гипоксии подтверждена в 2019 году Нобелевской премией по медицине за открытие механизма адаптации клеток к кислороду.

Сама процедура проходит очень комфортно: вы лежите на удобной мягкой кушетке и вдыхаете через дыхательную маску обеднённую кислородом (7-16%) и обогащённую (25-33%) дыхательную смесь. Вы входите в медитативное состояние глубокой релаксации, иногда даже спите. В это время ваша сатурация значительно снижается и головной мозг получает лёгкий гипоксический стимул, запуская интенсивные процессы обновления клеток организма на различных уровнях, начиная от увеличения скорости метаболизма (в среднем пациент за курс процедур теряет от 3,5 кг и выше) до улучшения мозгового кровообращения и кро-

«ПЕРВАЯ ЛИНИЯ»
Health Care Resort

воображения в тканях (лимфодренажный эффект, омоложение кожи, улучшение микроциркуляции, рост волос и др.).

– ИГТ имеет широчайший спектр применения: в медицине, в профилактике, в велнес-программах, спа- и фитнес-центрах. Расскажите о программах гипокситапии, для кого они предназначены: диабетики, пациенты, страдающие заболеваниями головного мозга, спортсмены...

– В медицине аппараты применяются в кардиологии и кардиореабилитации, пульмонологии, для нормализации эмоционального состояния и восстановления после стресса; ПТСР, женское и мужское здоровье, эндокринология.

Показано использование OXYTERRA для больных сахарным диабетом, так как за счёт обновления митохондрий усиливаются и стабилизируются метаболические процессы, позволяя более эффективно утилизировать глюкозу в организме. Отсюда же и сильный омолаживающий эффект, а также эффективное снижение веса.

В спорте гипокси-гиперокси терапия помогает повысить выносливость и добиться новых результатов. Многие спортсмены или активные посетители фитнес-клубов достигают определённого лимита своих возможностей, не могут выполнить более сложное упражнение или реагируют на любую нагрузку снижением сатурации. После 2-3 сеансов на аппарате OXYTERRA они выдерживают более интенсивные тренировки и могут улучшить свои достижения. При этом крайне важно, что эффект терапии для спорта высоких достижений – это регенерация (обновление) и восстановление спортсменов после перенесённых нагрузок.

– Как гипокситерапия помогает в борьбе со стрессом, старением организма, лишним весом?

– Сегодня также одним из популярных направлений применения OXYTERRA-терапии являются антивозрастная и эстетическая медицина и косметология. Технология эффективна для снижения веса, увеличения коллагенового слоя и кровообращения в тканях лица и тела; лимфодренажный эффект, уменьшение отёчности тканей и выраженности целлюлита.

Если вы хотите добиться повышения физической и умственной работоспособности, улучшения качества сна, памяти и способности концентрироваться – вам стоит попробовать пройти курс интервальной гипокси-гипероксической тренировки. Два раза в год будет вполне достаточно.

Многие наши клиенты успешно применяют гипокси-гипероксические тренировки в комплексных программах по улучшению ментального здоровья и повышению толерантности к стрессу. На данный момент мы также ведём научную



работу по применению технологии для коррекции посттравматического стрессового расстройства.

– Имеются ли противопоказания к гипокси-гиперокси терапии и можно ли проходить гипоксические тренировки во время беременности и в детском возрасте?

– К противопоказаниям относятся острые инфекции, лихорадка, острая головная боль, обострение хронического заболевания, врождённая непереносимость гипоксии, психиатрические неотложные состояния и любое состояние, требующее лечения в отделении интенсивной терапии. Только в первом триместре беременности тренировки не рекомендованы. А в педиатрии гипокси-гиперокси терапия показана с 3-летнего возраста.

– Кого вы можете перечислить среди своих клиентов, какие организации покупают аппараты OXYTERRA? И, учитывая то, что ваша компания активно развивает экспортный потенциал, в какие страны вы осуществляете поставки аппаратов?

– Пользователями аппарата являются около 300 организаций страны: из них четыре федеральных центра – НИИЦ терапии и профилактической медицины, эндокринологии, онкологии, физиологии и патологии дыхания, федеральные детские реабилитационные центры в Подмосковье и в Крыму. OXYTERRA широко представлена в государственных и частных клиниках, таких как «МЕДСИ», «СМ Клиник», «КИВАЧ», в санаториях: например, «РОДИНА», «БАРВИХА», Radisson Collection Paradise Resort & SPA 5*. Центры превентивной, антивозрастной и персонализированной медицины комплексно применяют технологию OXYTERRA-терапии для клеточного омоложения организма.

– Компания «ОКСИТЕРРА» – предприятие полного цикла, использующее 80% российских комплектующих, а также собственное ПО. Можно ли говорить о том, что антироссийские санкции в целом не повлияли на ваше производство?

– Санкции затронули любого производителя, но и дали толчок к развитию. За

последние два года мы успешно прошли этап импортозамещения, выстроили работу с отечественными производителями комплектующих и расходных материалов. Уделили большое внимание промышленному дизайну нашего оборудования для усиления конкурентных преимуществ на российском и зарубежном рынках.

Для дальнейшего развития российских инновационных технологий мы ведём сотрудничество и являемся официальным участником Российской ассоциации производителей и поставщиков «Росмедпром» и Консорциума «Медицинская техника», Москва; Кластера медицинского, экологического приборостроения и биотехнологий, Санкт-Петербург.

– Татьяна, подходит к концу 2024 год, с какими итогами ваша компания его заканчивает и какие планы ставит перед собой на следующий?

– В 2024 году мы уделили большое внимание научной работе: запустили около 10 масштабных научных исследований с крупными медцентрами. Мы презентовали технологию OXYTERRA-терапии более чем на 60 специализированных медицинских выставках, представили медицинскому сообществу более 50 научных докладов по применению интервальной гипокси-гипероксической тренировки для восстановления здоровья.

Параллельно развивали экспортное направление бренда, увеличили географию присутствия торговой сети OXYTERRA в Белоруссии и ОАЭ. Презентовали очно наш аппарат в Иране, Казахстане, Азербайджане и онлайн для стран Латинской Америки. Будем рады видеть новых партнёров из стран СНГ и дальнего зарубежья. От лица компании благодарю Российский и Московский экспортные центры за оказанное доверие и поддержку.

Планы на 2025 год амбициозные: расширение производства и линейки выпускаемого оборудования. И главная задача – популяризация технологии гипокси-гиперокси терапии для профилактики и восстановления здоровья, предотвращения заболеваний у населения и продления активного и качественного долголетия.

Инновации и технологии моделирования тела и профилактики здоровья с брендом **BBBENDS**

Уникальный метод безоперационной коррекции тела основатель бренда BBBENDS Анна Каличкина разработала ещё в 2014 году, уже имея сложное инженерное образование и опыт руководителя, зная восстановительную медицину и лечебный массаж.

К началу 2015 года метод уже полноценно реализовывался, а в 2020 году получил патент на изобретение и был признан ноу-хау в безоперационной коррекции.

Управляющая компания ООО «БИБИБЭНДЗ» буквально на днях победила в конкурсе «Лидеры высоких технологий – 2024» в номинации «Инновации и технологии в профилактике здоровья», который проходил в Санкт-Петербурге.

Об уникальном методе коррекции тела мы беседуем с руководителем компании Анной Каличкиной.

– Анна, как вы считаете, какие факторы определяют успешное развитие вашей компании?

– Мы предлагаем уникальные услуги, которые имеют доказательную базу в сфере красоты и здоровья. В 2020 году Роспатент признал наш метод новаторской технологией в области безоперационной коррекции тела, диетологии, косметологии и физической культуры, профилактики здоровья и выдал патент на изобретение.

Мы имеем доказательную базу эффективности и безопасности не только в быстром снижении веса и качественном моделировании фигуры, но и в профилактическом действии метода на тела взрослых женщин и мужчин.

Метод реализуется в профилактических целях. Полный апгрейд и перезагрузка за 2-3 недели с достижением результатов: минус 5-10 кг, объёмы подтягиваются на 5-15 см. Сегодня мы признаны в восьми странах, и заявки на патентование ещё рассматриваются в США и Израиле.

– В чём особенности и нюансы вашего метода?

– Особенности – в экологичности. И в полном фокусе на физиологию тела человека. Мы не используем аппараты, никаких инъекций или химических препаратов, без скальпеля, без специальных

жиросжигателей. Это индивидуальная работа с целевым клиентом – с максимально индивидуальным подходом. Каждый сеанс длится два часа, а услуга оказывается только полноценным курсом. Мы гарантируем результат для всех клиентов по договору с условием соблюдения наших рекомендаций. Персонально, тет-а-тет – специалист и клиент. У нас формируется расписание на несколько месяцев вперёд, потому что количество мест в студиях всегда ограничено. Наши клиенты – от 30 до 65 лет, они планируют свою деятельность и личную жизнь.

– Как вам пришла идея развития направления франчайзинга?

– Я помню этот момент принятия решения! В это время метод проходил проверку экспертизой Роспатента, я училась в медицинском и стояла на пути выбора: либо сразу в большом объёме масштабироваться – это франчайзинг, либо делать это постепенно, развиваться как собственная сеть студий. Здесь очень многое зависело от официального признания Роспатентом метода как изобретения. И когда это случилось, стало понятно, что можно масштабироваться в разных регионах России. А в 2023 году мы получили признание от Евразийского патентного ведомства, и теперь есть потенциал развития также на международном уровне.

– Что нужно от предпринимателя, чтобы стать вашим партнёром, кроме желания и денег?

– За полтора года наша франшиза перешла в премиум-сегмент благодаря наличию интеллектуальной собственности, которой у большинства других франшиз нет. Это статус, и наличие ОИС всё больше ценится на рынке России. И очень ценно международным партнёрам. Так что мы можем предложить кандидатам на партнёрство по франчайзингу: стать партнёром в наследуемом бизнесе, который можно развивать сеть как в ширину, так и в глубину, в России и в других странах, где есть интеллектуальные разработки, проверенные и совершенные, идёт развитие автоматизации, инновационные подходы к управлению, разрабатываются новые услуги, расширяется партнёрство с заинтересованными смежными направлениями.

Да, для запуска бизнеса нужен капитал. А если партнёр открывает большой город (от 500 тыс. населения), я рекомендую подключаться сразу с трёх студий (три франчайзинговые точки) – это сразу сеть, и можно стать владельцем такого города. Кому-то может быть интересна именно возможность иметь 100% бесконкурентную среду.

Предпринимателю нужно быть готовым к получению новых знаний и не бояться

их тут же применять. Есть стратегия, есть регламенты. Их нужно максимально чётко выполнять своевременно. Услуги студий – для премиум-сегмента клиентов, а такие клиенты отличают просто «авторскую» методику от запатентованного и проверенного метода, работающего по системе.

Партнёру не нужно бояться общаться с людьми богатыми, презентовать себя, свой бизнес и крутой метод.

Бренд всегда рядом с партнёрами, помогает во многом: мы проводим мастер-классы, выступаем как спикеры на семинарах, выходим на сцену в элитных сообществах, входим в бизнес-клубы, то есть всячески повышаем статус всех партнёров и специалистов студий BBENDS.

– Каков размер паушального взноса и что в него входит?

– Стоимость франчайзинговой точки (одной студии) – три миллиона. Паушальный взнос – 900 тысяч; и два миллиона – обязательные инвестиции. В эту стоимость входят полный бизнес-пакет, подготовка и лицензирование персонала, их обучение – очное и дистанционное – и не менее 1,5 лет полного кураторства в процессе реализации запатентованного метода каждым специалистом студии с каждым его клиентом.

Мы – франшиза, которая обратно реинвестирует собственных партнёров. Мы вкладываемся в обучение и сопровождение на длительный период. Мы максимально сократили затраты наших партнёров. Затраты на оборудование и расходные материалы – минимальны! Мы производим свою брендовую уходовую косметику (классная косметика, с шикарным результатом – и проверено в течение 10 лет практического применения!). Партнёрам она обходится по производственной цене! А сложного оборудования у нас просто нет. Партнёрам нужно только удобное помещение – и даже не на первой линии.

– Какие продукты/услуги/технологии вы предоставляете своим партнёрам?

– Наша косметическая продукция – это бандажные бинты с пропиткой в фирменной упаковке. Мы планируем расширять продуктовую линейку, сейчас занимаемся разработкой гелевой продукции для про-

филактики сосудистых проблем, крема для тела, которые реально подтягивают кожу и уменьшают растяжки для работы в студиях и использования нашими клиентами в домашних условиях. Также планируется брендовая одежда: для спорта, для коррекции фигуры и похудения. У каждого нашего партнёра есть свой интернет-магазин – это хорошая возможность получать дополнительную прибыль от бизнеса.

В студиях партнёров реализуются все услуги в рамках запатентованного метода. На основе данного метода создаются новые услуги: работа с лицом, работа с осанкой и позвоночником.

Мы также предлагаем партнёрам свою CRM, которая позволяет работать с «холодными» и «тёплыми» контактами, сопровождать клиента в процессе курса. И свою платформу для обучения и курирования специалистов студий. Она помогает работать со специалистами удалённо, контролировать качество их работы, помогать им и контролировать результат клиента.

У всех партнёров есть сайт города, есть закрытый ВИП-клуб в социальной сети ВК.

К нам обращаются многие производители экологичной косметики, других товаров, тех же БАДов, биодобавок. Пока мы ни с кем напрямую не сотрудничаем, но мы готовы рассматривать предложения. Я общаюсь с очень многими предпринимателями – и не только российскими, но и зарубежными. Мы рассматриваем вариант взаимодействия с сирийскими заводами, где можно производить очень качественный текстиль для производства нашей брендовой одежды или косметики.

Мы используем и усиливаем технологии защиты наших уникальных и эксклюзивных услуг, наши партнёры попадают под эту защиту.

Управляющая компания сопровождает в юридическом, коммерческом, маркетинговом и программном направлениях.

– Какие цели вы ставите в развитии направления франчайзинга и компании в целом на ближайшие годы?

– Наш метод и наши разработки признаны на высоком уровне: мы стали победителями конкурса «Лидеры высоких технологий» и очень этим гордимся!

Планы большие, цели высокие, мотивация очень мощная.

В числе интересов ООО «БИБИЭНДЗ» – запуск и развитие проекта по профилактике и коррекции позвоночника и опорно-двигательного аппарата с использованием запатентованного метода в комбинации с роботизированной механотерапией. Это медицинская тема, поэтому наша компания расширяет спектр предложений по франчайзингу до сорока миллионов и готова к партнёрству с крупными инвесторами.

Это направление включает в себя закуп и использование очень серьёзного, сложного оборудования. Это капитализация компании не только на уровне интеллектуальной собственности, но и на материальном имуществе. Причём очень крутом.

Понятно, что мы нацелены развивать крутых специалистов, которые будут работать по запатентованному методу и станут асами в реабилитации, будут знать, как работать с физиологией в механотерапии. Мы сегодня привлекаем образованных, квалифицированных медиков, которым важно развитие и присоединение к новаторским направлениям в медицине и бизнесе.

Есть крутое предложение для частных специалистов, мастеров и небольших студий. Мы запустили обучение для людей, кто не может купить франшизу и не хочет идти в наём к нашим партнёрам, но очень хочет присоединиться к бренду BBENDS и использовать запатентованный метод и все наработки в своём перечне услуг. Так сказать: добавить защищённый эксклюзив, премиум-услугу для определённого круга их клиентов. Получит от нас поддержку и помощь, защиту и возможность двигаться быстрее.

Обучение не из дешёвых, практикум проходит в Москве. Мы официально передаём право на коммерческую реализацию метода по патенту через лицензирование в Роспатенте. Подключаем к CRM, продвигаем таких лицензиатов. Можно найти информацию на нашем официальном сайте или написать на мессенджер.

Подготовил Вячеслав Колесников

BBBends.com • whatsapp +79138800800 • info@BBBends.com

SUN RAY

ОТ СОЗДАТЕЛЕЙ «ОНА ИНАЯ»

ЗАЩИТА ОТ СОЛНЦА И УХОД ЗА КОЖЕЙ



Реклама. ИП Мустаева О.Н., ОГРНИП 311168919600013



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

На правах рекламы

АНТАРЕС[✦]

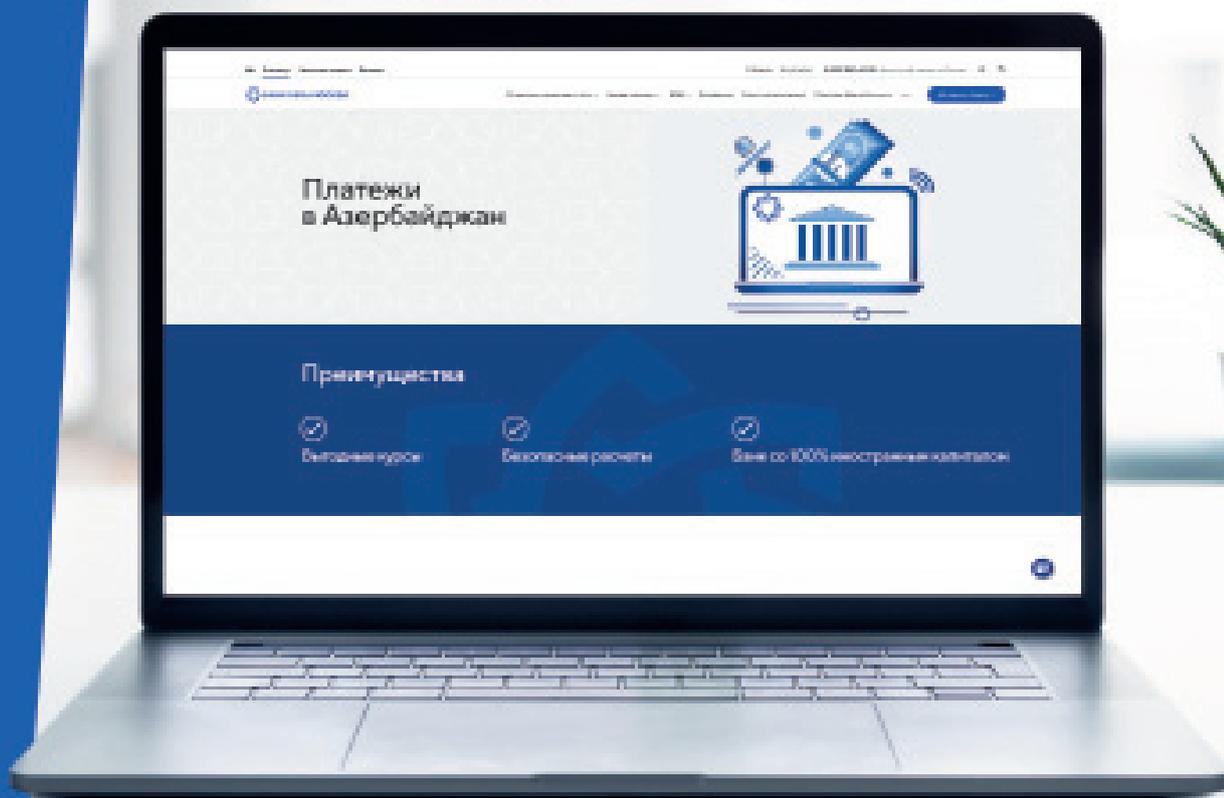
ДОМ АНТИКВАРИАТА



Продажа антиквариата Урало-Сибирским антикварным домом «АНТАРЕС» – это и есть тот долгожданный шанс, когда можно стать обладателем уникального предмета, способного до неузнаваемости изменить пространство вашего дома.

Салон поражает богатством эксклюзивных антикварных изделий из серебра, бронзы, чугуна, стекла, скульптуры и живописи разных стилевых направлений.





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. Рязаньская, д. 14, стр. 1, ОГРН 1027739877867 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.



 **БАНК МБА-МОСКВА**