

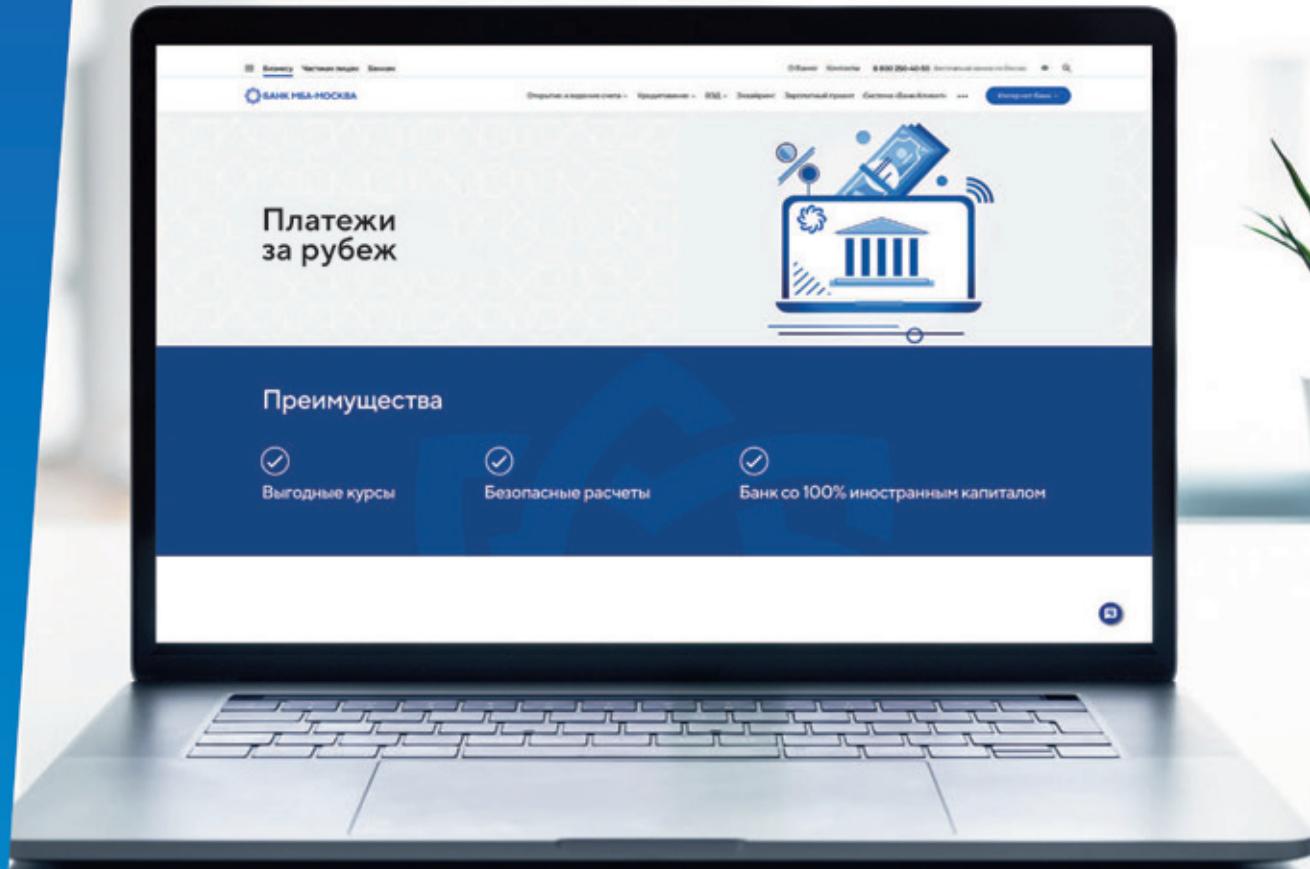
РОССИЯ-
БЕЛАРУСЬ:
ЭФФЕКТИВНОЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Ирина Жорова:

«ВСЁ, ЧТО Я ДЕЛАЮ –
Я ДЕЛАЮ С БОЛЬШОЙ
ЛЮБОВЬЮ И САМООТДАЧЕЙ»







ПЛАТЕЖИ ЗА РУБЕЖ

в Азербайджан, Кыргызстан, Таджикистан,
Узбекистан, Грузию, Белоруссию,
Китай, Турцию, Сербию
для юридических лиц

8 800 250-40-50

ibam.ru

ard.moscow

«Банк «МБА-МОСКВА» ООО, 123022, г. Москва, ул. Рочдельская, д. 14, стр. 1, ОГРН 1027739877857 от 25.12.2002 года.
Генеральная лицензия Банка России № 3395 от 30.01.2012 года.
Предложение не является офертой.

В соответствии с действующими Тарифами «Банка «МБА-МОСКВА» ООО

Реклама

6+

 БАНК МБА-МОСКВА

Реклама. Рекламодатель ООО БАНК МБА-МОСКВА ИНН 7744001828. Erid: zVSb5xvYQ6V

RBG

www.rbgmedia.ru

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

12+

Учредитель и изатель:

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: **Ольга Иванова**

Журналисты: **Алина Волкова,**

Анна Добринина, Вячеслав Колесников

Фото: **Андрей Волков, Роман Новиков**

belrus.ru, https://russia.mfa.gov.by

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,
г. Москва, ул. Электрозаводская, 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
Tel.: +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 № ФС77-76392
от 26 июля 2019.

RBG № 1/6 декабря 2025

Подписано в печать: **15.12.2025**

Дата выхода в свет: **25.12.2025**

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: **Alexandr Lobov**

Directorate for Development and PR: **Olga Ivanova**

Journalists: **Anna Dobrynina,**

Vyacheslav Kolesnikov, Alina Volkova

Photo: **Andrey Volkov, Roman Novikov,**

belrus.ru, https://russia.mfa.gov.by

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC,
Moscow, ul. Electrozavodskaya, 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 # FS77-76392
from July 26, 2019.

RBG № 1/6 December 2025

Signed to the press: **15.12.2025**

Date of issue: **25.12.2025**

Edition: **15 000 copies. Open price.**

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНО

4 ПУТЬ ВЗАИМОДОПОЛНЕНИЯ

6 РОССИЯ И БЕЛАРУСЬ – УНИКАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА

10 НОВОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ

ИРИНА ЖОРОВА:

«ВСЁ, ЧТО Я ДЕЛАЮ, Я ДЕЛАЮ С БОЛЬШОЙ ЛЮБОВЬЮ
И САМООТДАЧЕЙ»

СТРАТЕГИИ СОВМЕСТНОГО РАЗВИТИЯ

18 «ИНЭКТИО» – РАЗРАБОТЧИК СОБСТВЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ ОЧИСТКИ ВОДЫ

ИРИНА ИВАЩЕНКО:

«НАША ГЛАВНАЯ СИЛА – ЭТО ТВОРЧЕСКИЙ ПОРЫВ,
ВОПЛОЩЕННЫЙ В КАЖДОЙ КОНФЕТЕ!»

26 МИР СВОБОДЫ, ДРАЙВА И ОТКРЫТИЙ

30 «КИТБИЗ»:

КОНСАЛТИНГ, КОТОРЫЙ МЕНЯЕТ ПРАВИЛА ИГРЫ

34 ЛОШАДЬ: ДРУГ, ПОМОЩНИК, СИМВОЛ

ЭЛЬНАРА АВАКЯН, «РЕГИОН»:

«КАК ОБНОВИТЬ СТАРУЮ ДОБРУЮ ЯРМАРКУ
ДО ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ФЕСТИВАЛЯ
И ЗАЧЕМ ЭТО НУЖНО БИЗНЕСУ И СТРАНЕ?»

42 ЕЛЕНА ИЩЕЕВА, ICM GLASS КАЛУГА:

«ЗА ПЕНОСТЕКЛОМ БУДУЩЕЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ»

ИРИНА БЕЛЕНКОВА:

«МЫ СОЗДАЛИ СРЕДУ, ГДЕ ЛЮДИ ЦЕНЯТ
СВОЕГО РАБОТОДАТЕЛЯ»



WBG
World Business Guide

ПРИРОДНАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ ВОДА СЕВЕРА РОССИИ



VETLUGA.COM

ПУТЬ ВЗАИМОДОПОЛНЕНИЯ

Предприятия Беларуси и России создают совместные производства, чтобы заместить импорт и повысить устойчивость экономики двух стран. Чрезвычайный и Полномочный Посол Беларуси в России Александр Рогожник отмечает, что определённым стимулом к совместному развитию экономик послужили санкции. Опыт интеграции Беларуси и России может быть использован в ЕАЭС, где Беларусь председательствует в этом году.



– Александр Николаевич, Президент России как-то назвал количество санкций, которые были введены в отношении России, – 28 595. Сколько санкций было введено в отношении Беларуси?

– Я уверен, что их не меньше. Если окунуться в историю, то санкции в отношении Беларуси начали вводиться ещё в 1998 году. Мало кто про это помнит. А мы в этих условиях работаем уже много-много лет. И в каком-то смысле даже благодарны им – это подтолкнуло нас к тому, чтобы становиться более мобильными и адаптивными, ориентироваться на собственные силы и развиваться внутри.

– А когда с Россией это случилось, поделились опытом с коллегами?

– Мы не только опытом поделились, мы помогали многим в преодолении этого. Приведу такой пример. Значительное количество комплектующих «Ростсельмаш» закупал по импорту. И когда были введены санкции, наш «Гомсельмаш», несмотря на то что «Ростсельмаш» является прямым конкурентом, подставил компании плечо, пока она не решит эти вопросы.

– У вас очень плотный рабочий график, вы совершаете десятки поездок в российские регионы. Как вы оцениваете уровень межрегиональных отношений, в каких сферах наша кооперация может быть сильнее? Какой совмест-

ный региональный проект мог бы стать примером?

– У нас прекрасные отношения со многими руководителями российских регионов. В качестве примера приведу Татарстан. Это особый для Беларуси регион. У нас замечательные отношения с господином Миннихановым. Он замечательный человек, прекрасно относится к нашей стране. И там реализуется много различных проектов. Достаточно хотя бы того, что первый мультибрендовый центр белорусской техники был открыт именно в Татарстане. Мы прекрасно сотрудничаем в области шинного производства.

С Рустамом Нургалиевичем мы обсуждали вопросы создания совместного предприятия по производству трамваев. Там достаточно большая повестка. Вообще, Татарстан развивается замечательными темпами. У руководителя сильная команда. И мы, когда начались события, связанные с введением санкций, пошли по пути взаимодополнения. Например, «КамАЗ» подписал программы со многими белорусскими предприятиями. И, как ни странно, первые такие программы были подписаны с «МАЗом», ранее конкурентом самого «КамАЗа». Условно говоря, если мосты для машины разработаны «КамАЗом», то мы предполагаем их использование в своих машинах. А составляющую, например рулевой рейки, кардана и так далее, они привязывают к своим машинам. Таким образом, во-первых, мы создаём унифицированные машины, которые могут про-

ходить обслуживание в любых сервисных центрах, будь то «МАЗ» или «КамАЗ», а во-вторых, эта техника становится более независимой от зарубежных поставок. Многие составляющие на «КамАЗе» сегодня были замещены с помощью почти десятка белорусских предприятий, начиная от дверных замков, которые раньше по импорту закупались, и заканчивая сложными техническими узлами.

– Ещё один важный вопрос – выход к морю. Беларусь отделена от морских путей, поэтому обсуждалось строительство морских портов. Как продвигаются эти проекты?

– Как показала жизнь, недостаточно произвести только качественный продукт. Ты можешь его иметь, но можешь не иметь вариантов его доставки потребителям. С этим столкнулась не только наша страна, но и Российская Федерация. Тут вопрос не в наличии или отсутствии самих портов. Это одна из составляющих. Вопрос в транзите грузов по территории России, пропускной способности железнодорожных путей. Поэтому да, мы занимаемся этим вопросом, занимаемся развитием собственной портовой инфраструктуры в России. Для нас важна поставка продукции машиностроения, калийных удобрений, нефтепродуктов. В целом вопрос логистики – один из ключевых для нас вопросов. Ведь у нас основной экспорт шёл через прибалтийские страны, через Литву. Могу сказать однозначно, что с Министерством транспорта России нере-

шаемых вопросов нет, и с «Российскими железными дорогами» у нас постоянный рабочий контакт. Искренне благодарны Российской Федерации за ту большую помощь, которая была оказана нашей стране в выстраивании новой логистики.

– В этом году Беларусь председательствует в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС). Какие вопросы сегодня актуальны для стран, входящих в объединение? С какими инициативами выступает Беларусь? Каков отклик на них?

– В год своего председательства в органах ЕАЭС Беларусь продолжает работу по формированию общего рынка Союза на базе четырёх свобод, созданию условий для развития экономики, основанной на технологическом и промышленном суверенитете, обеспечению безопасности внутреннего рынка и бесшовного транспортного пространства, цифровизации экономики и стимулированию взаимных инвестиций.

Наши приоритеты, обозначенные в обращении президента Республики Беларусь Александра Григорьевича Лукашенко главам государств – членов ЕАЭС, актуальны для всей «пятёрки».

Приоритетным направлением взаимодействия считаем промышленную кооперацию. Упор должен быть сделан на максимальную локализацию производства от компонентов до конечной продукции. Необходимо активизировать работу, более продуктивно задействовав имеющиеся механизмы финансовой поддержки. Первые кооперационные проекты уже одобрены государствами-участниками, и этот опыт должен расширяться.

Наша страна последовательно продвигает инициативы по формированию сбалансированного аграрного рынка Союза, основанного на углублённой межгосударственной кооперации и единых стандартах безопасности. Особое внимание предлагаем уделять вопросам создания единых рынков семян сельскохозяйственных растений и племенных животных, формированию общего рынка органической сельскохозяйственной продукции.

Одновременно считаем важным сконцентрироваться на внедрении и развитии цифровых систем управления безопасностью продукции и прослеживаемости товаров «от поля до прилавка», импортозамещении, развитии собственных научно-технологических исследований.

– Говоря о будущей интеграции наших стран, вы не раз заявляли, что во главе угла всегда стоит экономика. А как же проекты гуманитарные, культурные, межконфессиональные связи, не на уровне межгосударственном, а то, что называется «народной дипломатией»?

– Я говорил, что во главе угла стоит всегда экономика, потому что считаю, что



«Беларусь продолжает работу по формированию общего рынка ЕАЭС, созданию условий для развития экономики, основанной на технологическом и промышленном суверенитете, обеспечению безопасности внутреннего рынка и бесшовного транспортного пространства, цифровизации экономики и стимулированию взаимных инвестиций».

наша духовная общность и человеческие связи уже сформированы. Вы упомянули о многоконфессиональности, безусловно, это очень важно и для Беларуси, и для России. Возьмите даже слова гимна: «братьских народов союз вековой» – ведь подразумевается именно это. Этот тезис, слова «братьских народов союз вековой», можно применить и к Союзному государству.

Наверное, общими словами можно сказать так: мы – люди одной веры, несмотря на то, что кто-то мусульманин, кто-то православный или католик. Я считаю, что это

всеобъемлющее понятие: мы – люди одной веры, одного понимания добра, справедливости. Мы одинаково видим прошлые периоды развития наших государств, у нас общая историческая память. Чего только стоит хотя бы то, что военные нашей страны участвуют в параде на Красной площади и расчёты российских войск размещены у нас в Минске. Ведь это о многом говорит. Как сказал Александр Григорьевич, придёт время, когда мы будем стоять спина к спине и защищать нашу общую Родину. Именно это и произошло.

Совместный Белорусско-Российский деловой совет – это рабочая площадка, созданная при поддержке торгово-промышленных палат двух стран, которая призвана выстраивать эффективное сотрудничество между бизнесом России и Беларуси. Здесь предприниматели могут находить новых партнёров, получать информацию об инвестиционных проектах, совместно вырабатывать предложения по улучшению деловой среды в рамках Союзного государства. О том, какие меры принимаются для того, чтобы и российские, и белорусские, и даже компании из других стран получали конкретные выгоды от совместных инициатив, рассказывает Дмитрий Пылёв, председатель российской части Совместного Белорусско-Российского делового совета при ТПП РФ.

– Дмитрий Павлович, каковы сегодня приоритеты деятельности российской части Совета?

– Россия и Беларусь связаны десятилетиями экономического партнёрства, но сегодня, в условиях внешнего давления, эти связи приобретают особую ценность. У нас общее экономическое пространство, нет таможенных барьеров, схожее регулирование – это создаёт уникальные возможности для бизнеса обеих стран в непростое время.

Должен признаться, до того как в марте возглавил российскую часть Совета, я не в полной мере понимал масштаб интереса предпринимателей к белорусскому направлению. Да, как руководитель промышленного предприятия я знал о возможностях, но, увидев десятки заявок от компаний из самых разных отраслей, поток конкретных запросов, готовность бизнеса к реальным проектам, осознал, насколько это действительно востребовано.

При такой высокой заинтересованности приоритеты деятельности Совета естественным образом формируются вокруг реальных потребностей и вопросов бизнеса. Предприниматели часто сталкиваются с барьерами при выходе на ры-

РОССИЯ И БЕЛАРУСЬ – УНИКАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА



нок соседней страны – это и недостаток информации о потенциальных партнёрах, и непонимание местной специфики, и отсутствие знаний о льготах и программах поддержки. Наша задача – помочь преодолеть эти препятствия.

Мы стремимся стать своего рода навигатором для бизнеса, стараемся помочь компаниям встретиться, понять возможности друг друга, найти точки соприкосновения.

Особое внимание уделяем разъяснительной работе. К примеру, есть механизм льготного финансирования через белорусские банки под 11–12% годовых, программы субсидирования совместных проектов, специальные условия для кооперации, но многие предприниматели об этом просто не знают. Мы не только информируем, но и показываем на практических примерах, как этим воспользоваться, какие документы нужны, куда обращаться.

Хочется, чтобы предприниматели воспринимали Совет не как ещё одну формальную структуру, а как реального помощника в развитии бизнеса – место, где можно найти ответы на практические вопросы и установить полезные контакты.

– Сколько компаний сегодня входит в Совет, какова их география и сферы деятельности?

– За последние месяцы мы получили более 60 заявок от компаний, и этот процесс продолжается. География действительно впечатляет – представлены практически все ключевые регионы России, от западных областей до Дальнего Востока. Это важный показатель – интерес к белорусскому направлению есть не только в приграничных регионах или в столицах, но и по всей стране.

Состав заявителей говорит сам за себя – в Совет стремятся вступить компании самого разного масштаба и профиля. Конечно, среди них есть традиционные участники – крупные промышленные предприятия, региональные торгово-промышленные палаты. Но что особенно радует, активность проявляют представители среднего и малого бизнеса, включая индивидуальных предпринимателей. Для них Беларусь – понятный рынок со схожей деловой культурой, отсутствием языкового барьера и прозрачными условиями работы.

Отраслевой спектр участников демонстрирует, что потенциал сотрудничества выходит далеко за рамки традиционных

направлений. Тяжёлое машиностроение и химическая промышленность – это ожидали, исторически сложившиеся связи. Но сегодня заявки поступают от IT-компаний, от транспортно-логистических операторов, от предприятий АПК и строительных организаций, даже от представителей гостиничного бизнеса и сферы услуг.

Такое разнообразие говорит о качественном изменении в восприятии белорусского направления. Если раньше это было прерогативой крупного бизнеса с советским прошлым, то сегодня молодые компании, стартапы, предприниматели нового поколения видят в Беларусь перспективный рынок и надёжного партнёра.

Интересно, что запросы компаний очень конкретные. Кто-то ищет поставщика комплектующих, кто-то – площадку для локализации производства, кто-то хочет выйти на белорусский рынок со своей продукцией. Это показывает зрелость бизнеса – компании приходят с чётким пониманием целей, а не с абстрактным желанием наладить сотрудничество.

– Как осуществляется информирование бизнеса обеих стран о возможностях вступления в Совет?

– Информационная работа – одно из ключевых направлений деятельности Совета. Мы не только рассказываем о нашей работе, но и стремимся поддерживать постоянное внимание бизнес-сообщества к теме российско-белорусского экономического партнёрства, показывать реальные возможности и успешные примеры сотрудничества.

У Совета есть официальный сайт rosbelsovet.ru, где размещена основная информация о структуре, направлениях деятельности, план работы, текущие новости. Там же работает простая электронная форма для подачи заявок – компании могут присоединиться буквально в несколько кликов, без лишней бюрократии.

Активно развиваем телеграм-канал @rosbelsovet. Изначально он работал в тестовом режиме: мы изучали, какие темы вызывают наибольший отклик, какие форматы подачи информации наиболее эффективны. Выяснилось, что наряду с новостями большой интерес вызывают практические материалы с конкретными инструментами и механизмами. Когда опубликовали детальный разбор льготного финансирования через белорусские банки – с примерами, ставками, пошаговой инструкцией, получили десятки запросов от заинтересованных компаний. Сейчас канал переходит в активную фазу развития. Удобно, что прямо в комментариях предприниматели могут задавать вопросы, делиться опытом, находить партнёров.

Работа со СМИ помогает расширить охват аудитории. Недавно в «Российской газете» была опубликована моя статья о

развитии экономических связей между нашими странами и о роли Совета в этом процессе. Журнал «Союзное государство» разместил материал о конкретных механизмах поддержки российско-белорусского бизнеса. Такие публикации важны – они доносят информацию до тех предпринимателей, которые могут не следить за специализированными ресурсами, но читают деловую прессу.

Участие в деловых мероприятиях: форумах, выставках, конференциях – остаётся одним из самых эффективных инструментов. Ничто не заменит личного общения, возможности напрямую ответить на вопросы предпринимателей, понять их реальные потребности и проблемы. На таких площадках происходят десятки знакомств, завязываются партнёрства, рождаются идеи совместных проектов. Часто именно после личной встречи на форуме компании принимают решение вступить в Совет – видят конкретных людей, понимают, что мы действительно можем помочь.

Важными партнёрами в информационной работе выступают региональные торгово-промышленные палаты. У них есть свои каналы коммуникации с местным бизнесом, понимание региональной специфики, авторитет среди предпринимателей. Через региональные ТПП мы доносим информацию о Совете до компаний по всей России, организуем встречи и консультации.

С белорусской частью Совета поддерживаем постоянный информационный обмен. Это позволяет синхронизировать усилия – белорусские коллеги информируют своих предпринимателей о возможностях работы с Россией, мы делаем то же самое с нашей стороны.

– Что даёт участникам членство в Совете?

– Главное, что получают участники – это доступ к реальной экосистеме делового сотрудничества между Россией и Беларусью. Позвольте пояснить, что это означает на практике.

Прежде всего члены Совета получают возможность напрямую взаимодействовать с проверенными партнёрами. Мы формируем базу данных компаний с детальной информацией об их компетенциях, производственных возможностях, потребностях. Когда российская компания ищет белорусского поставщика, или наоборот, мы можем быстро предложить несколько вариантов, уже прошедших первичный отбор. Это существенно экономит время и снижает риски.

Информационная и консультационная поддержка – ещё один важный аспект. Участники первыми узнают о новых механизмах господдержки, изменениях в регулировании, перспективных проектах. Мы не просто пересылаем документы, а разъясняем, как это работает на практике,

помогаем разобраться в деталях. Белорусское законодательство во многом схоже с российским, но имеет свою специфику – знание этих особенностей помогает избежать типичных ошибок при выходе на новый рынок. Чтобы компании могли получить необходимую информацию, мы организуем вебинары и консультации с экспертами. Планируем провести серию встреч с представителями банков по вопросам финансирования, с юристами – по особенностям работы на белорусском рынке, с логистами – по оптимизации поставок. Это практические знания, которые сложно получить самостоятельно.

Важный момент – представительство интересов бизнеса. Когда Совет выступает на высоком уровне, озвучивает проблемы и предложения, это имеет больший вес, чем обращение отдельной компании. Мы аккумулируем запросы предпринимателей и доносим их до органов власти обеих стран, участвуем в выработке решений по совершенствованию условий ведения бизнеса.

Участие в деловых мероприятиях под эгидой Совета тоже даёт свои преимущества.

Нельзя недооценивать и репутационный эффект. Членство в Совете при ТПП – это определённый знак качества, показатель серьёзности намерений компании в отношении белорусского направления. Для белорусских партнёров это тоже важный сигнал – с такой компанией можно иметь дело.

В конечном счёте Совет – это не просто формальное объединение, а рабочий инструмент для тех, кто действительно хочет развивать бизнес на белорусском направлении. И судя по активности компаний, по конкретным запросам, которые к нам поступают, этот инструмент востребован.

– Каковы предварительные итоги работы Совета в 2025 году?

– Если отсчитывать с марта, когда я возглавил российскую часть Совета, прошло восемь месяцев. С одной стороны, срок относительно небольшой, с другой – уже есть результаты, которыми рано хвастаться, но о которых можно рассказать.

В первую очередь стоит отметить высокий интерес со стороны бизнеса: как я уже говорил ранее, более 60 заявок на вступление от компаний из разных регионов и отраслей. Это показывает, что работа Совета отвечает реальным запросам предпринимательского сообщества.

Удалось выстроить эффективное взаимодействие с белорусскими коллегами. Это не формальные встречи для галочки, а постоянная рабочая коммуникация.

Важным достижением стали долговременности с финансовым сектором. С банками, работающими на белорусском направлении, планируется провести серию консультационных мероприятий для чле-



нов Совета. Это поможет предпринимателям разобраться в механизмах льготного финансирования, узнать о возможностях, которые предоставляют финансовые институты.

Информационные ресурсы Совета: сайт и телеграм-канал – из тестовых проектов превратились в рабочие инструменты. Растущее число подписчиков и активность в комментариях показывают интерес к такому формату коммуникации.

Участие в ключевых деловых мероприятиях – от ПМЭФ до выставки «Иннопром» в Минске – позволило не только представить Совет широкой аудитории, но и установить десятки полезных контактов, получить конкретные запросы от компаний.

Что особенно важно – компании начинают находить друг друга через площадку Совета. Появляются первые примеры, когда знакомство на наших мероприятиях или через наши каналы приводит к началу переговоров о сотрудничестве. Конечно, для конкретных результатов ещё нужно время, но сам факт, что процесс запущен, внушиает оптимизм.

– Какие знаковые мероприятия вы можете отметить за 2025 год?

– В этом году различные аспекты российско-белорусского сотрудничества обсуждались практически на всех крупных деловых площадках. После моего избрания руководителем российской части Совета времени на раскачку не было, нужно было сразу включаться в работу и участвовать там, где это могло принести наибольшую пользу.

Особенно богатым на события выдался июнь. Практически друг за другом прошли два крупных форума – традиционный Петербургский международный экономический форум и XII Форум регионов России и Беларусь в Нижнем Новгороде.

На ПМЭФ российско-белорусскому сотрудничеству была посвящена отдельная сессия «Союзное государство: на рубеже эпохи». Там обсуждались конкретные шаги по углублению интеграции, развитию эко-

«ИНТЕРЕС К БЕЛОРУССКОМУ НАПРАВЛЕНИЮ ЕСТЬ НЕ ТОЛЬКО В ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНАХ ИЛИ СТОЛИЦАХ, НО И ПО ВСЕЙ РОССИИ».

номических связей. Для меня это была в том числе хорошая возможность встретиться с представителями деловых кругов обеих стран, понять их запросы и ожидания. После ПМЭФ несколько компаний обратились к нам за консультациями по работе с белорусскими партнёрами.

Буквально через неделю состоялся XII Форум регионов России и Беларусь в Нижнем Новгороде. Он собрал руководителей субъектов, представителей бизнеса, общественных организаций двух стран. На форуме мы согласовали с белорусскими коллегами стратегию и принципы совместной работы Совета, фактически дав старт его практической деятельности. Приятно удивил уровень подготовки предпринимателей, которые приезжали уже с конкретными проектами и чётким видением потенциальных партнёров.

Осенью центр деловой активности переместился в Минск, где впервые прошла выставка «Иннопром» с участием более 14 тысяч человек из 24 стран. Масштаб впечатлил – свыше 520 компаний представили свои разработки. Российские регионы продемонстрировали конкретные результаты сотрудничества с Беларусью. Ульяновская область увеличила товарооборот на 23%, Санкт-Петербург создаёт Центр белорусской техники, Новосибирск и Смоленск запускают совместные проекты. На сессиях выставки обсуждалось множество

практических тем: развитие экспорта, синхронизация мер поддержки бизнеса, создание единого бренда «Товар Союзного государства». Отдельная дискуссия с участием банков была посвящена льготному финансированию для российских компаний при покупке белорусской продукции – ставки около 11–12% годовых в рублях при нынешних рыночных 20–25% делают этот инструмент очень привлекательным.

«Иннопром» дал возможность провести несколько важных переговоров. С председателем белорусской части Совета Надеждой Лазаревич обсудили текущую работу и наметили дальнейшие шаги. Представители солигорской компании, производящей горно-шахтное оборудование, сами вышли с инициативой о встрече. Они готовы адаптировать свою продукцию под российские стандарты и ищут партнёров для выхода на наш рынок.

Помимо участия в крупных мероприятиях, были отдельные рабочие поездки в Беларусь. Вместе с исполнительным директором Совета Юлией Антоновой мы посетили проектное бюро «ПассатПроект», которое специализируется на инжиниринге для нефтехимической отрасли, и Молодечненский завод металлоконструкций – один из крупнейших производителей для промышленного и мостового строительства. Эти встречи позволили лучше понять возможности белорусских предприятий и обсудить перспективы сотрудничества с российским бизнесом.

– Ведёт ли Совет международную деятельность? Какие страны участвуют в этом взаимодействии?

– Работа Совета изначально была нацелена на развитие российско-белорусского партнёрства, но в процессе выяснилось, что наш опыт интересен и компаниям из других стран.

Показательная история произошла после заседания рабочей группы по транспорту и логистике при ШОС. Представители китайской проектно-конструкторской компании предложили обсудить возможности трёхстороннего сотрудничества. Их привлекает то, что Россия и Беларусь уже выстроили механизмы взаимодействия – есть общее таможенное пространство, налажена логистика, понятны правила работы. Для китайских партнёров это означает выход сразу на два рынка через единую точку входа. Сейчас мы прорабатываем конкретные форматы такого взаимодействия.

Проявляют интерес и компании из стран ЕАЭС. Казахстанские предприниматели рассматривают возможность участия в совместных российско-белорусских проектах в машиностроении. Узбекские партнёры интересуются возможностями работы через белорусских партнёров. У Беларусь развитая логистическая инфраструктура, особенно для работы с западными регио-

нами России, плюс белорусские компании имеют опыт переработки, упаковки, сертификации продукции под российские стандарты. Для узбекских компаний может быть выгоднее работать через партнёров, которые уже знают специфику российского рынка. Для них Совет может стать площадкой, где есть необходимые контакты и понимание механизмов работы.

Этот международный интерес показывает, что российско-белорусская интеграция воспринимается как работающая модель. И если удастся правильно выстроить взаимодействие с партнёрами из третьих стран, это может дать дополнительный импульс развитию экономик всех участников.

Конечно, работа в международном формате требует особого подхода. Нужно учитывать различия в законодательстве, деловой культуре, технических стандартах. Но потенциальные выгоды от такого расширенного сотрудничества очевидны – это и новые рынки, и дополнительные инвестиции, и обмен технологиями. Безусловно, мы готовы развивать это направление.

– Дмитрий Павлович, вы – депутат Законодательного собрания Пермского края и генеральный директор Уральского завода противогололёдных материалов. Что лично для вас значит руководство Советом?

– Для меня работа в Совете – это возможность применить накопленный опыт на благо развития экономических связей между нашими странами.

Как руководитель промышленного предприятия я на практике знаю, с какими проблемами сталкивается бизнес при выходе на внешние рынки. Вопросы сертификации, логистики, валютных расчётов, налогового администрирования – всё это для меня не теория, а ежедневная практика. Этот опыт помогает лучше понимать запросы предпринимателей и предлагать реальные решения.

Депутатская работа даёт понимание того, как функционирует система принятия решений, какие механизмы поддержки бизнеса можно задействовать на региональном уровне. Пермский край активно развивает экономические связи с Беларусью, и через Совет мы можем масштабировать успешный опыт на другие регионы.

Есть ещё один важный момент. Наш завод уже много лет присутствует на белорусском рынке – у нас есть официальный дистрибутор, налажены каналы поставок, выстроены партнёрские отношения. Я вижу, какой потенциал есть у двустороннего сотрудничества, когда оно строится на взаимном доверии и понимании. Хочется, чтобы такой опыт был у как можно большего числа российских и белорусских компаний.

Если говорить более глобально, руководство Советом для меня – это возмож-

ность внести свой вклад в укрепление экономических связей между нашими народами. Когда удаётся помочь компаниям найти партнёров, решить сложные вопросы, запустить совместные проекты – понимаешь, что работаешь не зря. Это даёт ощущение причастности к чему-то действительно важному и нужному.



«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНТЕРЕС ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО РОССИЙСКО- БЕЛОРУССКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ВОСПРИНИМАЕТСЯ КАК РАБОТАЮЩАЯ МОДЕЛЬ».

– Какие ключевые задачи ставит перед собой Совет в 2026 году?

– Восемь месяцев работы дали нам понимание, что действительно требуется бизнесу и в каком направлении двигаться дальше. Планы на 2026 год амбициозные.

Первоочередная задача – существенно расширить состав участников. Сейчас у нас более 60 заявок, но потенциал гораздо больше. По нашим оценкам, белорусское направление может быть интересно нескольким сотням российских компаний. Важно не просто увеличить количество, а привлечь предприятия из тех отраслей, которые пока слабо представлены: лёгкая промышленность, фармацевтика, высокие технологии. Чем разнообразнее состав, тем больше возможностей для кооперации.

Особое внимание планируем уделять малому и среднему бизнесу. Крупные компании обычно имеют ресурсы для самостоятельного выхода на внешние рын-

ки – юридические службы, международные отделы, опыт работы. А вот для МСП барьеры часто кажутся непреодолимыми. Поэтому мы рассматриваем возможность организации обучающих семинаров специально для небольших компаний. Будем разбирать конкретные кейсы: как оформить контракт, организовать логистику, получить финансирование, пройти сертификацию. Практические знания от тех, кто уже прошёл этот путь.

Консультационное направление тоже требует развития. Сейчас мы отвечаем на запросы по мере поступления, но нужна системная работа. Планируем создать пул экспертов: юристов, финансистов, логистов, специалистов по сертификации, которые смогут оперативно консультировать членов Совета. Причём не в общих словах, а с учётом специфики российско-белорусских отношений.

Важная задача – привлечь к работе Совета профильные организации. Банки, которые финансируют торговые операции с Беларусью, отраслевые ассоциации, экспортные центры – все они обладают уникальной экспертизой и связями.

С белорусскими коллегами мы хотим добиться ещё более тесной координации. Речь идёт о синхронизированных мероприятиях, когда российские и белорусские компании одновременно получают информацию о потенциальных партнёрах, совместных поездках в регионы для встреч с местным бизнесом, об отраслевых мероприятиях. Уже обсуждаем формат совместных заседаний по отраслям – есть идея собрать машиностроителей двух стран, дать им возможность напрямую обсудить кооперацию.

Цифровизация – ещё одно важное направление. Планируем запустить электронную платформу, где компании смогут размещать свои предложения, искать партнёров, получать консультации онлайн. Это особенно важно для регионального бизнеса, которому сложно постоянно ездить на очные мероприятия.

В конечном счёте наша цель – превратить Совет в полноценную инфраструктуру поддержки российско-белорусского бизнес-сотрудничества. Чтобы любая компания, заинтересованная в работе на этом направлении, могла получить всю необходимую помощь – от первичной консультации до сопровождения сделки. Вероятно, не всё удастся реализовать именно в 2026 году – часть инициатив потребует больше времени для проработки и внедрения. Но главное – двигаться последовательно, шаг за шагом выстраивая эффективную систему поддержки бизнеса. Важно, что есть реальный запрос на такую работу. Компании готовы сотрудничать, ищут партнёров, хотят развивать совместные проекты. Наша задача – дать им для этого все необходимые инструменты и возможности.

Состоялось заседание Группы высокого уровня Совета министров Союзного государства

Рассмотрен ход совместной работы, направленной на развитие торгово-экономического сотрудничества России и Белоруссии.



Заместитель Председателя Правительства России Алексей Оверчук совместно с главой Администрации Президента Республики Беларусь Дмитрием Крутым провёл заседание Группы высокого уровня Совета министров Союзного государства России и Белоруссии. Мероприятие прошло в Минске при участии Госсекретаря Союзного государства Сергея Глазьева, Чрезвычайного и Полномочного Посла Российской Федерации в Республике Бела-

русь Бориса Грызлова, представителей профильных министерств и ведомств Российской Федерации и Республики Беларусь.

Сопредседатели Группы высокого уровня рассмотрели ход совместной работы, направленной на развитие торгово-экономического сотрудничества России и Белоруссии. Обсудили вопросы транспортной, энергетической, культурно-гуманитарной, образовательной и других областей, в рамках пленарного заседания заслушали доклады ведомств.

Были рассмотрены вопросы развития трансграничного пригородного железнодорожного сообщения, придания продукции российских и белорусских производителей статуса товара Союзного государства, а также развития туризма.

Ещё одной темой стал вопрос о создании Комитета по стандартизации и качеству Союзного государства. Предполагается, что комитет как координационная и интеграционная площадка промышленной, научной, образовательной и регуляторной сфер будет содействовать развитию национальных инфраструктур качества, снятию технических барьеров во взаимной торговле, повышению защиты рынка от некачественной продукции и защиты прав потребителей.

Страны продолжают работу по выполнению положений ключевого интеграционного документа – Основных направлений реализации положений Договора о создании Союзного государства на 2024–2026 годы.

В Ростовской области открылся центр белорусской крупногабаритной техники

В открытии первого в России мультибрендового центра «Белорусские машины» приняли участие губернатор Ростовской области Юрий Слюсарь, глава администрации президента Республики Беларусь Дмитрий Крутой и другие почётные гости. Они ознакомились с выставкой техники, изучили инфраструктуру центра и остались свои записи в книге почётных гостей.

Проект был реализован Минским автомобильным заводом (МАЗ) на базе дочернего предприятия «МАЗ-Юг» в Ростовской области. Новый центр создаёт на юге России единое место для продаж, сервиса и поддержки техники от ведущих белорусских производителей.

Как отметил Юрий Слюсарь, Ростовская область стоит на пороге обновления коммунальной, специальной техники, пассажирского транспорта и нуждается в стратегическом партнёре. «Под крышей этого уникального мультибрендового центра, "дочки" МАЗа, собрана известная своим качеством и конкурентоспособностью белорусская техника. Нам приятно, что из восьми центров, которые планируется открыть по всей России, первый появился в Ростовской области. У нас большой рынок для этой техники», – сказал губернатор.

Дмитрий Крутой выразил благодарность руководству Ростовской области за поддержку проекта на всех его этапах.



Он подчеркнул, что Ростовская область заняла прочное место среди десяти ключевых партнёров Белоруссии. «На сегодня ваш регион – один из самых успешных примеров нашего двустороннего сотрудничества, реализации совместных инициатив в рамках Союзного государства, пример того, как нужно организовать партнёрство. Кроме готовой продукции, здесь будет представлен полный комплекс сервисных услуг», – заявил Крутой.

Новый центр представляет собой современный сервисно-сбытовой кластер, включающий демонстрационные площадки для тест-драйвов, многопостовой сервисный цех, склад и магазин оригинальных запчастей. Здесь можно увидеть технику девяти ведущих белорусских брендов, таких как МАЗ, МТЗ, «Гомсельмаш», «Амкодор» и других. Как отметили на открытии, центр станет важным элементом для развития дилерской сети, повышения качества сервиса и упрощения доступа российских потребителей к белорусской технике.



Парламентарии Беларуси и России договорились о совместных шагах по развитию транспорта в Союзном государстве

В Минске прошло совместное заседание пяти комиссий Парламентского Собрания Союзного государства: по бюджету, налогам и финансовому рынку, по промышленности и торговле, по экономической политике, по транспорту и по энергетике.

В мероприятии Парламентского Собрания также приняли участие представители Постоянного Комитета Союзного государства, Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства финансов Российской Федерации, Комитета государственного контроля Республики Беларусь, Счётной палаты Российской Федерации, Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства экономического развития Российской Федерации, Министерства энергетики Республики Беларусь, Министерства энергетики Российской Федерации, Министерства промышленности Республики Беларусь, Министерства промышленности и торговли Российской Федерации, Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь, Министерства транспорта Российской Федерации, Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь, ФНС России, Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь, РУП «Производственное объединение "Белоруснефть"», ПАО «НК "Роснефть"», ПАО «Газпром нефть», НАН Беларусь, НИЦ «Курчатовский институт».

В рамках заседания был рассмотрен вопрос развития автотранспорта Союзного государства. Депутаты отметили активное развитие производственной кооперации в автомобилестроении Беларуси и России, направленной на повышение конкурентоспособности продукции. В качестве успешных примеров приведены интеграция российских газовых баллонов в технику МАЗ с

реализацией уже более 1700 единиц такой продукции и потенциал ОАО «Брестмаш» для совместной работы над новыми проектами. Особое внимание уделено уверенному росту рынка электромобилей в Беларуси, где их доля в новых регистрациях достигла 15,1%, а также планомерному созданию необходимой для этого зарядной инфраструктуры.

Вместе с тем участники заседания констатировали наличие проблем для автоперевозчиков, особенно в международном сообщении – крайне медленное обновление парка. Ситуация усугубляется значительной разницей в размерах утилизационного сбора в Беларуси и России и планируемым ужесточением требований к локализации в программах льготного лизинга, что может ограничить доступность некоторых моделей.

Для решения этих задач комиссия выработала конкретные рекомендации. Профильным министерствам Российской Федерации поручено ускорить работу по продлению льгот по утилизационному сбору на 2026–2027 годы и скорректировать условия программ лизинга для сохранения доступности отечественной техники для перевозчиков. Министерству промышленности Беларуси и Минпромторгу России совместно с ОАО «Брестмаш» рекомендовано проработать вопрос о возможности разработки программы Союзного государства в области автомобилестроения. Кроме того, профильным ведомствам обеих стран рекомендовано активизировать сотрудничество в сфере электротранспорта и импортозамещения автокомпонентов.

Отдельным вопросом повестки стало обсуждение развития рынка газомоторного топлива на территории Союзного государства. Участники заседания подчеркнули, что это направление имеет стратегическое значение для повышения энергетической безопасности и снижения экологической нагрузки. В качестве ключевых преимуществ были отмечены возможность использования природного газа в качестве моторного топлива без сложной переработки, а также перспектива создания передвижных заправочных комплексов, использующих существующую сеть газопроводов.

Для успешного развития рынка была признана необходимость скорейшего завершения формирования объединённого рынка газа. С этой целью министерствам энергетики двух стран поручено ускорить согласование ценовых условий поставок газа в Беларусь с 2026 года. Кроме того, компаниям «Белоруснефть», «Газпром» и «Роснефть» рекомендовано продолжить работу по объединению газозаправочных комплексов в единую сеть с равными условиями для потребителей и общей системой стимулирующих программ.

В рамках проведения совместного заседания комиссий Парламентского Собрания депутаты посетили новую современную автозаправочную станцию, принадлежащую компании «Белоруснефть». Знакомство с объектом позволило участникам заседания наглядно оценить высокие стандарты развития топливно-энергетического комплекса и инфраструктуры Союзного государства, а также обсудить дальнейшие перспективы интеграционного сотрудничества в этой отрасли.



Ирина Жорова:
**«Всё, что я
делаю, я делаю
с большой
любовью и
самоотдачей»**

Ирина Жорова, основательница сети детских садов «Полянка», председатель регионального отделения Союза женщин России, член Комитета ТПП по развитию социального предпринимательства Московской области, говорит, что счастье вокруг себя нужно создавать своими руками. Этот принцип помогает ей воплощать порой очень сложные, но жизненно необходимые проекты. Ирина стала настоящим примером успешного социального предпринимателя, который на практике демонстрирует высокие стандарты заботы о детях и об их семьях. Важным достижением Ирины стало внедрение индивидуальных образовательных программ, которые учитывают особенности каждого ребёнка. Это позволяет обеспечить не только образование, но и полноценное развитие личности у детей. Детский сад «Полянка Плюс» – это одно из немногих в Московской области образовательных учреждений, работающих круглосуточно и специализирующихся на работе с детьми с интеллектуальными нарушениями, проблемами поведения, нарушениями речи и слуха, задержкой психического развития и аутизмом. Воспитанники этого детского сада показывают хорошие результаты уже через несколько месяцев работы, а родители понимают, что не останутся наедине со своими проблемами и трудностями. Сегодня Ирина работает над тем, чтобы открыть реабилитационный центр для детей с ОВЗ и Школу искусств в Белоруссии. В интервью нашему журналу Ирина Жорова поделилась подробностями реализации этих социально значимых и важных проектов.

– Ирина Вячеславовна, с одной стороны, вы – бизнес-леди, основательница сети детских садов, а с другой стороны, уже более 10 лет вы занимаетесь работой с особенностями детьми: создали центр диагностики, психолого-педагогической и коррекционной помощи детям, являетесь членом Комитета ТПП Московской области по развитию социального предпринимательства. На каких принципах основывается ваше личное кредо и как оно влияет на дело вашей жизни?

– Вы знаете, вспоминая, как мы начинали своё дело, на ум приходит крылатая фраза Христофора Колумба: «Вы никогда не пересечёте океан, если не наберётесь мужества потерять берег из виду». Когда в 2013 году мы открывали свой первый детский сад, для меня это был настоящий вызов – нужно было взять на себя большую ответственность как за детей, так и за педагогов, которые будут у меня работать. Нужно было наладить инфраструктуру, выстроить обучающую программу. Это был пазл, который складывался воедино из отдельно взятых сложных задач.

Несколько годами позже появился наш первый детский сад «Полянка Плюс» для детей с ограниченными возможностями здоровья. О развитии этого направления я задумалась с того момента, как начала работать с детьми, заметив, что в группе есть ребята, которые требуют больше внимания, чем остальные.

Мы создали психолого-педагогическую комиссию и начали работать в этом направлении. Сначала появились дети с задержкой речевого и психоречевого развития – им нужны были занятия с дефектологом, логопедом и нейропсихологом. А уже в 2015 году к нам пришли заниматься малыши с другими ментальными особенностями. Нужно понимать, что таким детям тяжело находиться в общей группе, поэтому мы создали для них специальный филиал. Сейчас наше учреждение посещают ещё и ребята с нарушением функций опорно-двигательного аппарата. Работа с особенностями детьми требует очень чуткого и внимательного подхода.

Я не устаю повторять, что в жизни нужно постоянно чему-то учиться. Именно такой подход ко всему, что ты делаешь, позволил нам за 12 лет вырасти до 6 частных детских садов. Наше дело – очень непростое, но невероятно интересное, потому что абсолютно каждый ребёнок уникален.

Нельзя сделать единую адаптивную образовательную программу даже для нескольких детей с аутизмом и другими заболеваниями – у каждого ребёнка эта программа своя. Именно такой подход и позволяет нам добиваться хороших ре-

зультатов. Кому-то не хватает двигательной активности, у кого-то, наоборот, гиперактивность и возбудимость. Мы учим детей справляться со своими эмоциями, и каждая наша победа – это победа не только для ребёнка, но и для нас.

Для меня важно во всём, что я делаю, нести любовь, делать немного счастливее того, кто рядом. Я и мои коллеги работаем в режиме 24/7: у нас есть детский сад с круглосуточным пребыванием детей, – а это большая редкость для Подмосковья, учитывая, что мы работаем с детьми с ОВЗ.

Счастье вокруг себя нужно создавать своими руками и делиться этим счастьем – вот моё жизненное кредо, помогающее мне во всех начинаниях. Эти жизненные ценности со мной разделяют и мои педагоги – в наших дошкольных учреждениях сейчас работает порядка 75 узких специалистов, это не считая тех, кто занимается уходом, присмотром и тьюторством.

«МЫ УЧИМ ДЕТЕЙ СПРАВЛЯТЬСЯ СО СВОИМИ ЭМОЦИЯМИ, И КАЖДАЯ НАША ПОБЕДА – ЭТО ПОБЕДА НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ РЕБЁНКА, НО И ДЛЯ НАС».

– Наверное, воспитатели должны быть хорошими психологами, чтобы уметь выстроить отношения с особенностями малышами. Им это удаётся?

– За годы работы мне удалось сформировать достойную команду, собрать вокруг себя людей, которые несут доброту, внимательность и чуткость. У наших педагогов сложилась особая связь с детьми, они с полувзгляда понимают друг друга, и это очень важно, потому что для таких ребят самое главное – это любовь. Она нужна им как воздух в такой важный период, как дошкольный возраст, когда дети через игру усваивают социальные нормы, учатся понимать чувства других (развивается эмпатия), сотрудничать, договариваться, делиться и разрешать первые конфликты. Мы показываем детям окружающий мир, рассказываем о нём.

Сейчас детей с расстройством аутистического спектра, к сожалению, очень много.



Родители особенных детей не должны бояться искать помощи. Наши воспитанники показывают очень хорошие результаты. И то чувство благодарности, которое мы получаем от детей и их родителей, дорого стоит. Сначала процесс адаптации может идти трудно, а через полгода мы уже видим результат своей работы. И каждый шаг к преодолению – это очень эмоциональный процесс.

– Когда речь идёт о детях с ОВЗ, особенно важно правильно выстроить взаимодействие в педагогическом треугольнике «учитель–ученик–родитель».

– Всё правильно. Первый шаг к победе – это признать, что у ребёнка есть заболевание, начать искать помощь, советоваться. Я всем родителям говорю: «Не откладывайте, если видите, что что-то не так. Обратитесь к специалистам, поговорите, попросите совет». Чем раньше будет проведена диагностика, тем лучше для ребёнка. Не зря психологи и педагоги описывают, какие навыки должны быть развиты на конкретном жизненном этапе ребёнка. Если есть отставание, нужно работать.

Здесь я хочу отметить, что очень благодарна Правительству Московской области и губернатору Андрею Воробьёву лично за то, что они оказывают помощь семьям, в которых растут дети с задержкой психического развития. Мне хочется обратиться к родителям таких детей, рассказать им о том, что их дети могут воспользоваться предусмотренными для них льготами и направить своего ребёнка к нам бесплатно. В Московской области реализуется программа, по которой расходы за нахождение детей с ОВЗ в детском саду «Полянка Плюс» оплачивает государство. Это реальная помощь! Родителям не нужно ждать трёх или пяти лет, а можно обращаться к специалистам, как только они начинают замечать у ребёнка какие-то отклонения от общепринятой нормы.

мы. Тот, кто борется за своего ребёнка, кто ищет помощи, всегда получит её.

– Вы давно загорелись идеей создания центра для родителей с особенными детьми, где бы осуществлялась ещё и поддержка родителей. Почему для его открытия был выбран городской посёлок Богушевск в Республике Беларусь? Является ли это частью какого-то масштабного проекта по укреплению и развитию сотрудничества России и Белоруссии в области образования?

– Белоруссия – это наш ближайший сосед и союзник. Между нашими странами всегда была тесная связь, это касается как макроэкономической, промышленной и сельскохозяйственной политики, так и сотрудничество в сфере образования и просвещения. Нас достаточно часто приглашают в Белоруссию, так как между некоторыми городами Московской области и Белоруссии подписаны соглашения о побратимских отношениях, идёт взаимодействие и кооперация по различным линиям.

И так как я являюсь членом Комитета ТПП по развитию социального предпринимательства, по линии Торгово-промышленной палаты Московской области была приглашена в Могилёв на учебно-производственное предприятие (УПП) для инвалидов по зрению и слуху. И меня поразила та социальная программа, которая реализуется в Белоруссии. У них очень хорошо построена работа с детьми-инвалидами, чётко выстроен образовательный процесс, сопровождающийся трудоустройством.

К моему большому сожалению, с развалом СССР многие учебно-производственные предприятия для слепых и для глухих у нас были утрачены, а мне захотелось поглубже изучить эту тему. С 2017 года я начала изучать, как создаются УПП в форме учебно-производственных хозяйств. Так как мы занимаемся с детьми, у которых есть зрение и слух, но имеются психоневрологические заболевания, мы решили двигаться в направлении сельского хозяйства. И сейчас в деревне Шустиково Наро-Фоминского городского округа мы завершаем реконструкцию здания старого детского сада под реабилитационный центр на основе учебно-производственного предприятия. О том, что влияние животных оказывает благоприятный эффект на организм человека, на его эмоциональное и психическое состояние, известно давно. Животные способны захватывать и удерживать внимание ребёнка, они оказывают благотворное влияние на детей в кризисных состояниях, помогают избавиться от чувства одиночества и улучшить социализацию. И в этом центре дети смогут работать на сельхозпредприятиях. Это будет благоприятно сказываться на их развитии и социализации, в то же время они будут востребованы и полезны – они смогут внести свой вклад в развитие сельского хозяйства, ухаживая за животными и помогая выращивать овощи в теплицах.





И в партнёрстве с белорусскими коллегами мы решили открыть подобный центр для реабилитации у них тоже. Они больше работают со слепоглухонемыми детьми-инвалидами, у нас немного другой масштаб – работа с детьми, страдающими расстройствами аутистического спектра. Мы договорились о том, что внедрим у них нашу программу, по которой с детьми работают такие узкие специалисты, как дефектолог, нейропсихолог, специалисты по адаптивной физкультуре. Под этот центр нам выделили старое здание начальной школы, сейчас разрабатывается проект его реконструкции. Работа идёт постепенно, мы в Москве и Московской области привыкли всё время бежать и спешить, а в Белоруссии в этом плане всё более спокойно и размеренно. Иногда это очень хорошо. Между нами происходит взаимодействие на уровне ТПП МО и белорусских исполнительных комитетов, мы не только совместно планируем запуск этого центра, но и выстраиваем широкое социальное партнёрство.

– В этот центр дети будут приезжать в сопровождении родителей, правильно?

– Да, на базе этого реабилитационного центра мне хотелось бы сделать некий интенсив для детей с родителями, где родители тоже смогут немножко выдохнуть, понять, что они не одни со своей бедой в этом мире, почувствовать поддержку. Здесь будут проходить реабилитацию дети и из Белоруссии, и из России. Это будет замечательная площадка для интеграции и обмена опытом.

У белорусов наработаны свои определённые методики, у нас – свои. Будет происходить обмен этой информацией, а он необходим, я считаю, – время идёт

вперёд, интенсивно внедряются новые программы и методики, нужно обогащать свой опыт в подобных форматах взаимодействия и сотрудничества.

Сейчас для обучения детей с ОВЗ мы выбираем для этого центра специальное оборудование, разработанное на базе Института мозга человека имени Н.П. Бехтеревой РАН. Ещё очень многое предстоит сделать, но это невероятно интересный и важный проект. Очень здорово, что мы сможем помочь таким детям.

«ПЕРВЫЙ ШАГ К ПОБЕДЕ – ЭТО ПРИЗНАТЬ, ЧТО У РЕБЁНКА ЕСТЬ ЗАБОЛЕВАНИЕ, НАЧАТЬ ИСКАТЬ ПОМОЩЬ, СОВЕТОВАТЬСЯ».

– Не могу не спросить вас о проекте по открытию Школы искусств в Белоруссии, над которым вы работаете совместно с заслуженной артисткой Российской Федерации Марией Володиной.

– Ещё один совместный проект с белорусскими коллегами – балетная школа. С солисткой большого театра Марией Володиной нас свела судьба 10 лет назад, мы очень подружились. В своё время она хотела открыть школу в Наро-Фоминске. На сегодняшний день ею открыто уже бо-

лье двух десятков школ: есть школы в Китае, в Московской области и в Москве. Это единственное частное хореографическое образовательное учреждение, в котором ребёнок может получить дополнительное предпрофессиональное и профильное образование, – школа выдаёт диплом государственного образца.

Мария Эриковна заинтересовалась своими корнями, начала изучать семейное древо и выяснила, что её предки родом из Витебска. Мы как-то поговорили об этом и решили: «А давай откроем школу в Витебске!». С такого простого разговора начался этот большой проект: сейчас школа уже получает аккредитацию, идёт подготовка залов и оборудования, проводится набор педагогов.

Я думаю, что следующий год будет знаменательным на события. Мы планируем, что уже в августе 2026 года начнётся конкурсный отбор детишек, которые готовы учиться балетному делу. А это очень тяжёлое ремесло, требующее и выносливости, и желания, и любви к профессии.

– Ещё одно важное направление вашей работы – поддержка жён участников специальной военной операции. Какие мероприятия вы для них организовываете?

– Я – председатель регионального отделения Союза женщин России Наро-Фоминского городского округа; очень важное направление работы для нас – это оказание психологической помощи, поддержка жён участников СВО и их семей. Тема дошкольного образования и поддержки семей участников СВО находится на особом контроле губернатора Андрея Воробьёва и Президента РФ Владимира Путина.

Хочу отметить, что один из наших детских садов находится на территории Кантемировской дивизии имени Ю.В. Андро-



пова, дети посещают этот детский сад и все кружки бесплатно. Это важная поддержка семей участников СВО.

Для ён наших героев мы организовываем праздники к Новому году, к Международному женскому дню 8 Марта, помогали собирать детей к школе. Я состою в волонтёрском добровольческом движении Наро-Фоминского городского округа «Нара за СВОих», где мы плетём сети, организовываем развлекательные мероприятия для детей участников СВО, проводим ярмарки. Все собранные на ярмарках средства идут для оказания помощи фронту. Это достаточно сложная тема, но тем не менее для поддержки приграничных регионов нужны и добрые слова поддержки, и значительные финансы. И мы стараемся помогать всеми доступными нам средствами.

– Рассказывая о вашей деятельности, хочется вспомнить слова Антона Павловича Чехова: «Пока молоды, сильны, добры, не уставайте делать добро». И вам как нельзя лучше удаётся выполнять завет великого писателя. Зная вас, мы понимаем, что останавливаются на достигнутом вы не намерены. Какие ещё проекты вам хотелось бы реализовать в своей профессиональной деятельности?

– Любой предприниматель, каким бы делом он не занимался, всегда берёт на себя ответственность за тех людей, которые работают на его предприятии. Я не могу сказать, что занимаюсь бизнесом, – для меня это дело жизни, образ жизни, то, что даёт мне силы и мотивирует. Когда мы открыли первый детский сад «Полянка», мы начали искать направления для развития, но уже тогда я по-

няла, что наша миссия заключается не в зарабатывании денег, а в служении людям, детям.

Сначала мы организовали группу, в которой было пять детей с расстройствами аутистического спектра, потом их стало пятнадцать, а потом мы выросли до таких размеров, что уже думаем о совместной работе с нашим муниципалитетом, о создании учебно-производственной базы для этих детей, чтобы заложить какой-то фундамент для их уверенности в будущем, для того чтобы они могли получить определённые навыки, которые помогут им в жизни. Потому что в наш век высокоскоростных технологий таким детям трудно обрести твёрдую почву под ногами без посторонней помощи.

И мне отрадно, что нашу работу видят и ценят Министерство образования Московской области и государство. Со стороны государства нам оказывается всесторонняя поддержка, в том числе финансовая помощь для оплаты труда педагогов. У нас очень сильный коллектив – это те люди, с которыми я иду рука об руку, это мои соратники и единомышленники. Мы постоянно что-то обсуждаем, ищем новые подходы к детям, учимся, участвуем в конференциях и семинарах.

Конечно, без помощи со стороны государства мы не смогли бы развиться до таких масштабов. Не у всех родителей есть финансовые возможности для оплаты пребывания детей в частных образовательных учреждениях. Поэтому, повторюсь, наш труд видят, помогают, поддерживают. Наш детский сад работает круглосуточно, а значит, родители этих детей, получая такую огромную поддержку, могут работать и тоже приносить пользу обществу.



«ЖИВОТНЫЕ СПОСОБНЫ ЗАХВАТЫВАТЬ И УДЕРЖИВАТЬ ВНИМАНИЕ РЕБЁНКА, ОНИ ОКАЗЫВАЮТ БЛАГОТВОРНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ДЕТЕЙ В КРИЗИСНЫХ СОСТОЯНИЯХ, ПОМОГАЮТ ИЗБАВИТЬСЯ ОТ ЧУВСТВА ОДИНОЧЕСТВА И УЛУЧШАЮТ СОЦИАЛИЗАЦИЮ».

Я очень надеюсь, что мы и в дальнейшем будем также стремительно развиваться, выйдем на новый уровень, потому что накоплен огромный опыт по работе с детьми с ОВЗ, которым мы можем делиться. Надеюсь, что с белорусскими коллегами мы наладим тесное взаимодействие по обмену опытом и практическими наработками. Будем направлять своих педагогов к ним, а их педагогов приглашать к нам. В такой тесной кооперации мы поможем ещё большему количеству детей. Потому что, повторюсь, каждый ребёнок с расстройством аутистического спектра индивидуален, иногда нужно потратить много времени, чтобы найти к нему подход.

Мы активно развиваем творческое и физкультурно-оздоровительное направления – это помогает раскрыть потенциал детей. Наверное, если бы у меня была научная степень, я бы могла писать труды по работе с детьми с ОВЗ. Может быть, я и об этом когда-нибудь задумаюсь.

Мне хочется, чтобы дети, которых мы сейчас развиваем и воспитываем, нашли своё место в обществе в будущем, когда они станут взрослыми людьми. Но для этого нам предстоит ещё очень много трудиться.

*Беседовала
Анна Добрынина*





«ИНЭКТИО» – РАЗРАБОТЧИК СОБСТВЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ ОЧИСТКИ ВОДЫ

Сегодня отрасль водоподготовки переживает этап глубокой трансформации. Ужесточение нормативов, особенно в части водоотведения, рост штрафов за несоблюдение экологических стандартов и растущие требования к энергоэффективности заставляют промышленные предприятия искать надёжных технологических партнёров.

Главными задачами на рынке водоподготовки стало развитие собственных технологий, минимизация вредного воздействия на окружающую среду и создание замкнутых циклов водоочистки. Эти задачи актуальны для рынка как России, так и Белоруссии, где промышленность и ЖКХ стремятся к модернизации и экологичности.

На этом фоне компании, предлагающие не просто оборудование, а комплексные решения по водоподготовке, получают стратегическое преимущество. Одним из таких проверенных и надёжных подрядчиков является российская компания «ИНЭКТИО», обладающая многолетним опытом реализации сложнейших проектов – от объектов «Газпрома» и «Лукойла» до региональных водоканалов и пищевых производств.

Об уникальном комплексном подходе на всех этапах водоподготовки: от проектирования до собственных разработок в области конструктивного исполнения систем – мы поговорили с главным инженером компании «ИНЭКТИО» Михаилом Барбулом.



– Михаил, ваша компания осуществляет комплексный подход к водоподготовке. Что это означает? Почему это принципиально важно в вашей работе, в отличие, скажем, от точечных решений?

– Комплексный подход осуществляется на всех этапах работы с заказчиком. Это означает, что мы ведём объект от получения запроса на установку водоподготовки до ввода установки в эксплуатацию и постгарантийного обслуживания. На первых этапах проводится корректировка или уточнение технического задания, далее технологии подбирают оборудование, отдел проектировщиков готовит проектно-конструкторскую документацию для согласования проекта с заказчиком.

После согласования мы закупаем комплектующие и осуществляем сборку установки на собственных производственных площадях. По завершению сборки клиент получает полный отчёт о выполненных работах, после чего оборудование готово к отгрузке.

На следующем этапе наши специалисты выезжают на объект, оценивают готовность площадки, выполняют монтаж, пусконаладочные работы и ввод системы в эксплуатацию. Мы также проводим обучение персонала заказчика для эффективной работы с оборудованием и остаёмся с ним на связи по любым вопросам в формате 24/7.

Такой комплексный подход: от проектирования до сервиса – позволяет нам минимизировать сроки реализации и оптимизировать затраты заказчика, обеспечивая поставку оборудования в максимальной заводской комплектации.

Наш опыт успешно применяется в проектах любой сложности для нефтегазовой отрасли, ЖКХ, пищевой промышленности и энергетики.

– Как вы оцениваете уровень конкуренции в сфере водоподготовки в России? Каковы преимущества работы именно с вашей компанией?

– В сфере водоподготовки конкуренция среди крупных компаний – небольшая. Наши несомненные преимущества – наличие высококвалифицированных специалистов в сфере водоснабжения и водоотведения с профильным образованием, наличие складских помещений и собственного производства. Это позволяет нам в кратчайшие сроки изготовить системы очистки воды, провести испытания оборудования на своих площадях и предоставить заказчику конечный продукт, максимально готовый к монтажу и запуску.

Хочу отметить и то, что наши технологии проводят исследовательскую деятельность: мы занимаемся поиском новых, уникальных, экономически выгодных фильтрующих загрузок, проводим пилотные испытания на стендах и сотрудничаем с ведущими вузами России.

«Наши несомненные преимущества – наличие высококвалифицированных специалистов в сфере водоснабжения и водоотведения с профильным образованием, наличие складских помещений и собственного производства».

– Как за последние годы изменились запросы клиентов на качество воды? Стали ли они более требовательными к экологичности и энергоэффективности технологий?

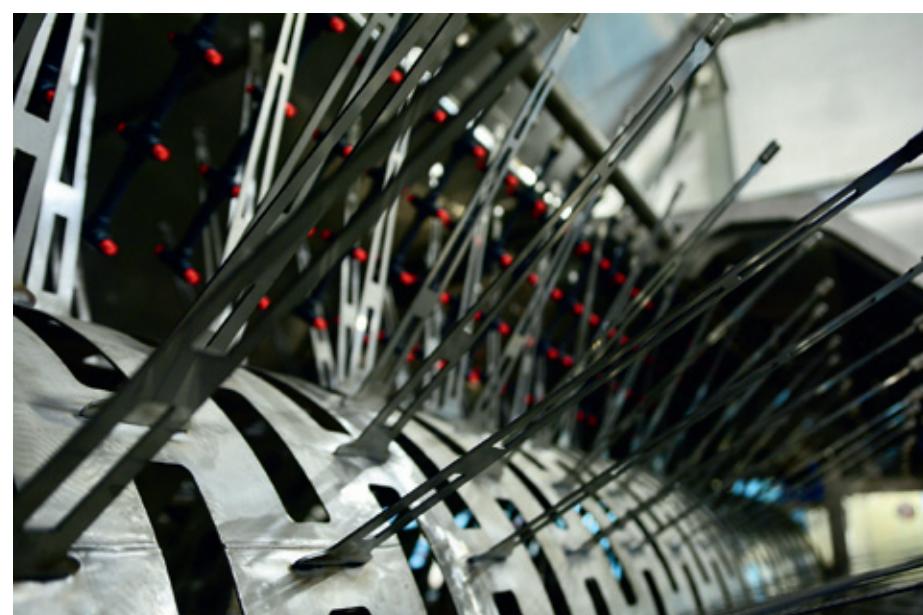
– В последние годы требования к экологической безопасности ужесточились, особенно в части контроля за водоотведением. Это привело к значительному увеличению штрафов за несоблюдение норм сброса. В ответ на это мы разрабатываем технологии, которые позволяют после доочистки сбрасывать сточные воды в соответствии с актуальными нормативами, например в соответствии с Приказом Минсельхоза России от 13.12.2016 № 552.

Если сброс промывных вод невозможен, мы предлагаем решения с замкнутым циклом очистки. В таких системах промывные воды очищаются и возвращаются в начало технологического процесса, а образующийся осадок обезвоживается. Его можно отнести к 4-му классу опасности, что подтверждает безопасность для окружающей среды и здоровья людей.

Кроме того, мы активно работаем над снижением объёма используемых реагентов и оптимизацией энергопотребления. Для этого внедряем новые, более экономически выгодные технологии очистки воды, которые позволяют сократить операционные расходы предприятия.

– Существует множество устройств, предназначенных для очистки воды. Есть ли среди технологий, которые вы внедряете, те, что были разработаны или усовершенствованы именно вашими инженерами?

– Да, конечно, наши специалисты занимаются исследовательской деятельностью по применению некatalитических природных фильтрующих сред российского производства, что снижает количество промывных вод, потерю напора на





фильтровальном оборудовании и эксплуатационные расходы, а также позволяет достичь максимальных сроков эксплуатации оборудования.

Наша компания ищет пути по сокращению цикла очистки промышленно-ливневых стоков, на данный момент проводятся пилотные испытания этой технологии.

Также наши специалисты совершенствуют конструктивное исполнение систем очистки воды, например обратноосмотических установок, – это позволяет разместить высокопроизводительные установки в минимальных габаритах помещения.

«Мы занимаемся поиском новых, уникальных, экономически выгодных фильтрующих загрузок, проводим пилотные испытания на стенах и сотрудничаем с ведущими вузами России».

– Тема импортозамещения критически важна для многих отраслей. Насколько ваши технологии и оборудование не зависимы от иностранных компонентов сегодня? И как вы выстраивали этот переход?

– Мы применяем комплектующие для установок водоподготовки российского

производства, в составе установок всегда присутствует комплект запасных частей для своевременной замены комплектующих в постгарантийный период.

Переход на отечественное оборудование и комплектующие стал плавным за счёт наработанной базы зарекомендовавших себя поставщиков российских марок, как контрольно-измерительных приборов и автоматики (КИПиА), так и дополнительных расходных материалов, например фитингов и запорной арматуры.



– Вы работаете с объектами разной сложности – от котельных до крупных промышленных предприятий. Какими самыми значимыми и сложными проектами в России вы гордитесь? Можете привести примеры?

– Начну с того, что каждый проект для нас важен, независимо от сложности и объёма задачи. Ответственный подход – это педантичное отношение к любым деталям и заказам.

Нам доверяют теплоэнергетические предприятия и областные водоканалы Московской области. Наше оборудование работает во многих блочно-модульных установках таких компаний, как «Газпром», «Лукойл» и «Мосэнерго», на Якутской ГРЭС, Тамбовском пороховом заводе, Павлодарской ТЭЦ, в аэропорту города Тюмени, на Саранском ликёроводочном заводе. В соответствии с неразглашением данных я не могу перечислить всех наших крупных заказчиков.

Мы сотрудничаем и с муниципальными образовательными учреждениями. Стремимся сохранить и передать те знания, которые развивают мышление и инженерные навыки у молодёжи. По нашему мнению, инженер должен не просто разбираться в своей узкой специализации, но и понимать смежные процессы, а также быть сведущим, как минимум, в смежных науках. Только тогда широта его мышления сможет создавать оригинальные и неординарные, прорывные решения. Мы активно ищем новые форматы обучения, которые помогут подготовить молодое поколение к вызовам, стоящим перед отраслью.

– Почему именно Белоруссия стала следующим шагом в развитии компании? Что вас привлекает в этом рынке – его зрелость, специфика промышленности, синергия с российскими партнёрами?

– Союз России и Белоруссии – это наша общая история. Работать с высокой квалификацией проектных, строительных и эксплуатирующих организаций коллег из Белоруссии – особая ценность в нашей сфере, позволяющая демонстрировать высокую продуктивность и развиваться в направлении водоснабжения и водоотведения.

– Отличаются ли требования к водоподготовке в России и Белоруссии? С какими основными нормативными и техническими различиями вы столкнулись и как планируете адаптировать под них свои решения?

– Белорусские требования к системам водоподготовки и водоотведения в пищевой и энергетической промышленности, а также птицефабрик и рыбоводных хозяйств полностью идентичны российским.

По требованиям к питьевой воде мы видим различия только в рекомендациях по обеззараживанию очищенной воды с использованием систем УФ-обеззараживания или реагентной обработки гипохлоритом натрия. В России для хранения запаса питьевой воды в основном применяются резервуары чистой воды, а в Белоруссии – водонапорные башни.

– Что вы считаете своим главным преимуществом при участии в тендерах по



проводению водоподготовки на предприятиях Белоруссии?

– Наше главное преимущество – гибкость в выборе технологии очистки воды без потери качества очистки. Мы максимально придерживаемся уже разработанной и согласованной документации от заказчика и готовы в кратчайшие сроки вносить изменения по его требованию.

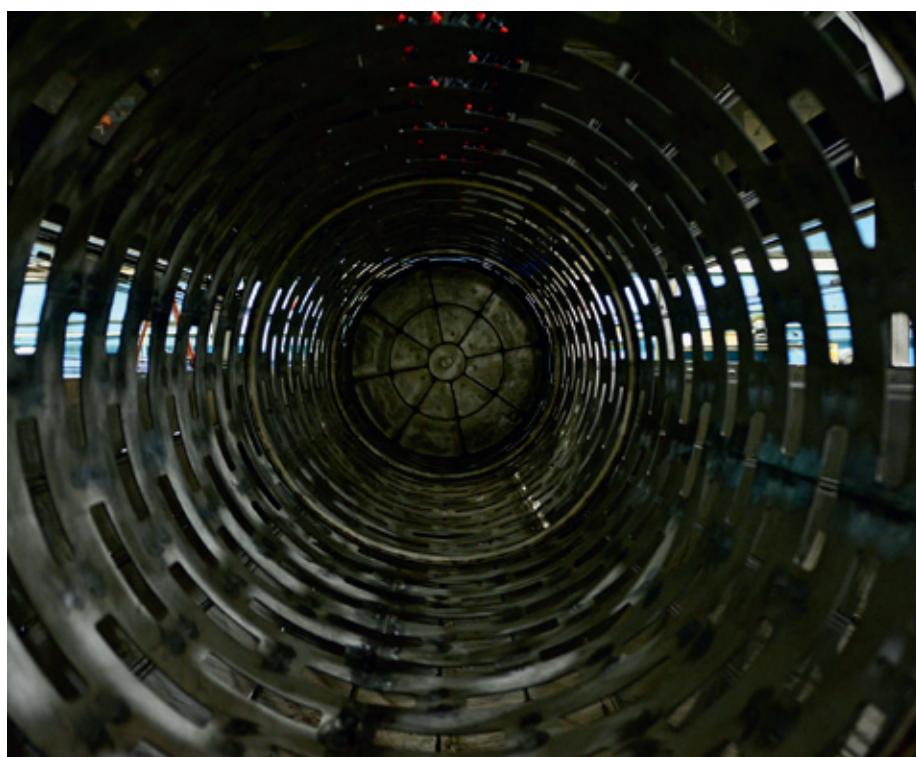
И, что немаловажно, мы можем изготовить оборудование, необходимое для ввода объекта в эксплуатацию, в минимальные сроки, что позволяет избежать ненужного простоя оборудования и дополнительных затрат.

«Наше главное преимущество – гибкость в выборе технологии очистки воды без потери качества очистки».

– Что бы вы хотели донести до потенциальных партнёров и клиентов в Белоруссии как главное послание от компании «ИНЭКТИО»? Почему им стоит обратить на вас внимание уже сегодня?

– У нас есть необходимая экспертиза и опыт, которыми мы готовы делиться! Как истинные инженеры и производственники мы являемся созидателями, наша главная гордость – это успешная реализация поставленных задач.

В первую очередь расширение географии позволяет нам взглянуть под другим углом на многие технические и иные вопросы. Адаптируясь к новым условиям, мы расширяем свои горизонты и совершенствуем свои производственные процессы. Должен сказать, что у нас есть вся необходимая кадровая и производственная база, чтобы быть готовыми к поиску новых индивидуальных решений под конкретные задачи заказчика. Мы любим своё дело и готовы решать самые трудные задачи в сфере водоподготовки и очистки воды.



<https://inektio.ru>



Беседовала Анна Добринина

«ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА» за несколько лет превратился из регионального производителя в заметного экспортёра российских кондитерских изделий: от премиальных трюфелей до решений под private label для крупных сетей. Сегодня, по словам соучредителя и коммерческого директора Ирины Иващенко, компания активизирует возвращение на белорусский рынок – не как эпизодичный эксперимент, а как одно из приоритетных направлений экспансии, подкреплённое расширением производственных мощностей и запуском более доступных товарных линеек. В интервью нашему изданию Ирина Иващенко рассказывает, почему Беларусь снова стала приоритетом экспорта, какие логистические и бренд-стратегические решения за этим стоят и как фабрика готовится сочетать премиальный статус с ценовой конкурентоспособностью на соседнем рынке.

– Ирина Вячеславовна, компания «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА» уже заявила о себе как о производителе высококачественных, премиальных и функциональных сладостей. Что побудило вас именно сейчас активизировать выход на рынок Беларуси и сделать его одним из приоритетных направлений?

– В 2019 году, спустя 2 года после открытия производства, компания «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА» впервые осуществила экспорт в Беларусь – это была небольшая частная сеть продуктовых магазинов. Закупка была скромной, но для нас это был прорыв, так как состоялся



**Ирина Иващенко:
«НАША ГЛАВНАЯ
СИЛА – ЭТО
ТВОРЧЕСКИЙ
ПОРЫВ,
ВОПЛОЩЁННЫЙ
В КАЖДОЙ
КОНФЕТЕ!»**

наш первый выход на международный рынок.

Впоследствии компания сфокусировалась на других рынках сбыта, таких как Китай, Казахстан, Монголия, Узбекистан, Грузия. Экспорт в Беларусь временно приостановился, поскольку рынок требовал более доступную продукцию, тогда как наш шоколад превосходил по стоимости предложения белорусских производителей. Несмотря на это, мы ежегодно участвовали в российских продуктовых выставках и постепенно стали отмечать растущий интерес со стороны белорусских дистрибуторов и сетей.

Таким образом, за короткий промежуток времени нам удалось наладить сотрудничество с несколькими дистрибуторами, сетями и владельцами торговых марок, для которых мы начали производить продукцию под их частными марками.

– По данным аналитики российского экспорта, Беларусь входит в топ импортёров российского шоколада с ростом около 29% год к году. Какие конкретные конкурентные преимущества своей продукции вы видите для белорусского потребителя?

– До 2022 года белорусский рынок активно насыщался европейскойproduk-

цией, однако введённые санкции кардинально изменили ситуацию, существенно сократив товарооборот Беларуси со странами Евросоюза. Ограничения и нарушения в цепочках поставок из Европы оказали значительное влияние на развитие торговых отношений с Россией, что привело к заметному замещению многих европейских брендов российскими аналогами за последние несколько лет. Эта тенденция наиболее ярко проявилась в продуктовом сегменте, затронув сыры, колбасные изделия и кондитерский ассортимент. В сложившихся обстоятельствах российский шоколад стал восприниматься не как конкурент белорусским производителям, а, скорее, как достойная альтернатива европейской продукции. Именно на этой волне компания «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА» активизировала свою деятельность на белорусском рынке.

– Какие логистические и регуляторные особенности рынка Беларуси вам пришлось учитывать при построении экспортной стратегии? Пришлось ли вам адаптировать продукцию и упаковку к запросам белорусского рынка?

– К счастью, в адаптации нашей продукции для белорусского рынка необходимости не возникло. Единственной формальностью стало стикерование товара по требованию дистрибутора с указанием его юридического лица в качестве импортера.

В целом, сотрудничество с белорусскими партнёрами проходит исключительно легко, оперативно и комфортно. Более того, мы избавлены от логистических обязательств, поскольку наши партнёры предпочитают работать на условиях Exwork и самостоятельно забирают товар со склада компании.

– В ассортименте «ТОРГОВОГО ДОМА ШОКОЛАДА» есть премиальные линейки, функциональные решения, бренды без сахара. Какие сегменты на белорусском рынке вы считаете наиболее перспективными: массовый, premium или нишевые?

– На сегодняшний день явный приоритет сохраняется за классическим шоколадом. Причина проста: ЗОЖ-продукция, безусловно, привлекательна, но её ценовая политика существенно опережает традиционные предложения. Линейки класса premium, несомненно, находят своего ценителя, однако территория их распространения пока ограничена избранными розничными сетями. В целом массовый сегмент продолжает оставаться безусловным лидером белорусского рынка.

– При выходе на экспорт важно выстраивать сетевое присутствие и партнёрские отношения. Как вы подбирали белорусских дистрибуторов и партнёров и что



считаете ключевым при выборе партнёра за рубежом?

– При поиске дистрибутора мы ориентировались прежде всего на специфику его деятельности и предлагаемый ассортимент. В итоге наш выбор пал на импортера кондитерских изделий, имеющего широкую

«С САМОГО НАЧАЛА РАЗВИТИЯ «ТОРГОВОГО ДОМА ШОКОЛАДА» НАША СТРАТЕГИЯ БЫЛА ОРИЕНТИРОВАНА НА МЕЖДУНАРОДНУЮ ЭКСПАНСИЮ».

сеть дистрибуции, охватывающую федеральные сети. Для «ТОРГОВОГО ДОМА ШОКОЛАДА» приоритетом было повышение узнаваемости бренда, а это достигается, когда продукция представлена в максимальном количестве торговых точек.

Этот принцип лёг в основу нашего плодотворного сотрудничества, которое продолжается и сегодня. Мы оперативно решаем любые вопросы, совместно работаем над расширением присутствия на рынке, увеличиваем объёмы продаж за счёт проведения промоакций и постоянно расширяем ассортимент для наших клиентов.

Помимо продукции под собственным брендом, мы также производим шоколадные трюфели под брендом наших партнёров. Из года в год объёмы производства в этой области растут, что свидетельствует о востребованности продукции «ТОРГОВОГО ДОМА ШОКОЛАДА» на белорусском рынке и признании белорусских потребителей.



– Какова роль бренда и позиционирования на рынке Беларусь? Насколько важно сохранить образ российского премиум-шоколада и как вы планируете укреплять этот имидж за рубежом?

– Мы видим устойчивый интерес к российскому бренду в Беларусь, о чём свидетельствуют регулярные запросы о сотрудничестве, поступающие напрямую от закупщиков крупных федеральных сетей. Это говорит о заметности нашего присутствия и его привлекательности для белорусского рынка.

К сожалению, из-за дефицита какаобобов, вызванного неурожаем и другими факторами, стоимость шоколада значительно выросла, размывая границы между ценовыми сегментами. Сегодня сложно однозначно определить, какой шоколад относится к премиум-классу, а какой – к среднему или к бюджетному. Ценовая картина неоднородна не только в России, но и в других странах, что обусловлено разными запасами сырья у производителей и неравномерной ценовой политикой торговых сетей.

В свою очередь, для укрепления имиджа «ТОРГОВОГО ДОМА ШОКОЛАДА» за рубежом мы активно развиваем клиентскую базу, расширяем присутствие в Беларусь, усиливаем промоактивность, участвуем в продуктовых выставках, форумах и бизнес-миссиях.

– Какие изменения в производственной цепочке (сырьё, упаковка, сертификация, создание релевантных вкусов и форматов) вы внедрили, чтобы экспорттировать продукцию в Беларусь с сохранением конкурентоспособности и высокой маржинальности?

– В данный период времени фабрика компании «ТОРГОВОЙ ДОМ ШОКОЛАДА» проводит расширение. Мы организуем вторую производственную площадку, на которой планируем производить не только привычные шоколадные линейки и трюфели, но и корпуслевые конфеты, гла-



«РОССИЙСКИЙ И БЕЛОРУССКИЙ ШОКОЛАД ФОРМИРУЮТ МОЩНЫЙ СОЮЗ КАЧЕСТВА И ИННОВАЦИЙ, ОБЕСПЕЧИВАЯ НАДЁЖНУЮ АЛЬТЕРНАТИВУ ЕВРОПЕЙСКИМ БРЕНДАМ НА РАСТУЩЕМ РЫНКЕ».

зированные изделия, плитки с начинками и многое другое.

Для нас это прекрасная возможность начать производство новых видов изделий такого же высокого качества, но более низкой ценовой категории. Благодаря внедрению нового ассортимента, мы предполагаем расширить наш сбыт в Белоруссию и охватить те сегменты рынка, которые ранее

оставались недостижимыми из-за высокой стоимости нашей продукции.

– Белорусский рынок кондитерских изделий весьма развитый, в частности шоколадные конфеты и мarmelad очень хорошего качества. Что планирует предпринимать «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА», чтобы минимизировать эту конкуренцию, на каких своих сильных сторонах сфокусироваться?

– Благодаря появлению нового оборудования, у «ТОРГОВОГО ДОМА ШОКОЛАДА» появится возможность порадовать наших покупателей эксклюзивными позициями. Наша главная сила – это не просто производство шоколада, а настоящее искусство, творческий порыв, воплощённый в каждой конфете!

Именно поэтому нас выбирают компании, которые хотят воплотить свои задумки или просят помочь в реализации проектов под их частной маркой. Мы выступаем в роли креативных партнёров, сопровождая проект от зарождения концепции и разработки уникального дизайна до финальной отгрузки готовой продукции. В самое близкайшее время мы значительно расширим ассортимент, предоставив нашим партнёрам беспрецедентный выбор в рамках всей кондитерской категории. Я надеюсь, что это станет мощным импульсом для динамичного развития нашей фабрики, упрочит наши позиции на рынке и значительно повысит узнаваемость бренда, что, в свою очередь, позволит нам расширить горизонты, увеличив охват российского и зарубежных рынков сбыта.

– С учётом растущего спроса на шоколад из России в странах СНГ, включая Беларусь, что вы считаете главным барьером для дальнейшего роста и как «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА» планирует его преодолевать?

– Основное препятствие – это не только ценовой барьер, воздвигнутый нашими белорусскими коллегами, чьи изделия более доступны. Несмотря на отменное качество, прекрасную органолептику и изысканный дизайн, у нашей продукции слабая конкурентоспособность. Однако не



стоит забывать о политико-экономических моментах, ранее препятствовавших работе белорусских импортёров.

К счастью, в настоящее время ситуация стала немного легче, так как многие компании адаптировались к ситуации и нашли решение, продолжив импорт. Однако был сложный период, в связи с которым отгрузки становились меньше по объёму и с большим интервалом.

– Ирина Вячеславовна, каким был ваш личный вклад в формирование экспортной стратегии в качестве коммерческого директора и соучредителя компании? Что из ваших управленческих решений оказалось наиболее значимым для выхода на белорусский рынок?

– С самого начала развития «ТОРГОВОГО ДОМА ШОКОЛАДА» наша стратегия была ориентирована на международную экспансию. Участие в выставках стало мощным инструментом для продвижения продукции и привлечения новых партнёров. Моя ключевой зоной ответственности всегда оставалось ценообразование. Цена, как известно, – решающий фактор для большинства клиентов. Моя задача заключалась в настройке ценовой политики, обеспечивающей баланс между удовлетворением потребностей покупателей и поддержанием приемлемого уровня маржинальности для компании.

Особенно было сложно с рынком Таджикистана, где цена являлась ключевым фактором. Порой приходилось сталкиваться с покупателями, которые пытались снизить цену до уровня нашей себестоимости. Тем не менее общение с разными клиентами – это бесценный опыт, который наша компания накопила в избытке.

– Как вы оцениваете перспективу создания локального производства или субконтракта в Беларуси или совместной кооперации с белорусскими компаниями?

– Пока мы не задумывались над этим вопросом. Тем не менее я не исключаю



«В НАШИХ ПЛАНАХ – СОЗДАНИЕ ГАРМОНИЧНОГО СОПУТСТВУЮЩЕГО АССОРТИМЕНТА, ГДЕ ШОКОЛАД СТАНЕТ ОСНОВОЙ ДЛЯ ФРУКТОВ В ШОКОЛАДЕ, ПЕЧЕНЬЯ, ВАФЕЛЬ И МАРМЕЛАДА».

такой возможности в будущем. Как говорится, никогда не говори «никогда».

Мы поддерживаем прекрасные взаимоотношения не только с белорусскими

партнёрами, но и с локальными производителями кондитерских изделий. Всегда есть чему поучиться и получить отличный опыт. Мы регулярно созваниваемся, обменываемся мыслями, обсуждаем актуальные вопросы, такие как ситуация на рынке какао-бобов, поставки на зарубежные рынки, новые веяния и тренды.

Необходимо всегда держать руку на пульсе и понимать, чем дышит рынок. Наши белорусские партнёры очень приятны в общении – это открытые, честные люди, с которыми у нас складываются крепкие, доверительные отношения. Прекрасные люди, прекрасная страна!

– Вопрос об устойчивом развитии: экологичность, здоровье, функциональный вкус – всё это становится важным на рынке. Какова ваша стратегия по таким продуктам для Беларуси, есть ли уже планы или разработки?

– Некогда успешный экспорт функционального ассортимента в Белоруссию столкнулся с падением спроса. Рост цен на какао-продукты сделал ЗОЖ-линейку, и без того более дорогую, непозволительной для белорусского потребителя. В последнее время на рынке появились кондитерские изделия без какао-бобов – инновация, к которой покупателю ещё предстоит привыкнуть, чтобы она заняла свою нишу.

Мы активно расширяем ассортимент для здорового образа жизни – шоколадную категорию – и могу сказать, что доля ЗОЖ-шоколада в общем объёме продаж остаётся скромной по сравнению с классикой. Но я уверена, что с каждым годом и в России, и в Белоруссии этот сегмент будет демонстрировать уверенный рост.

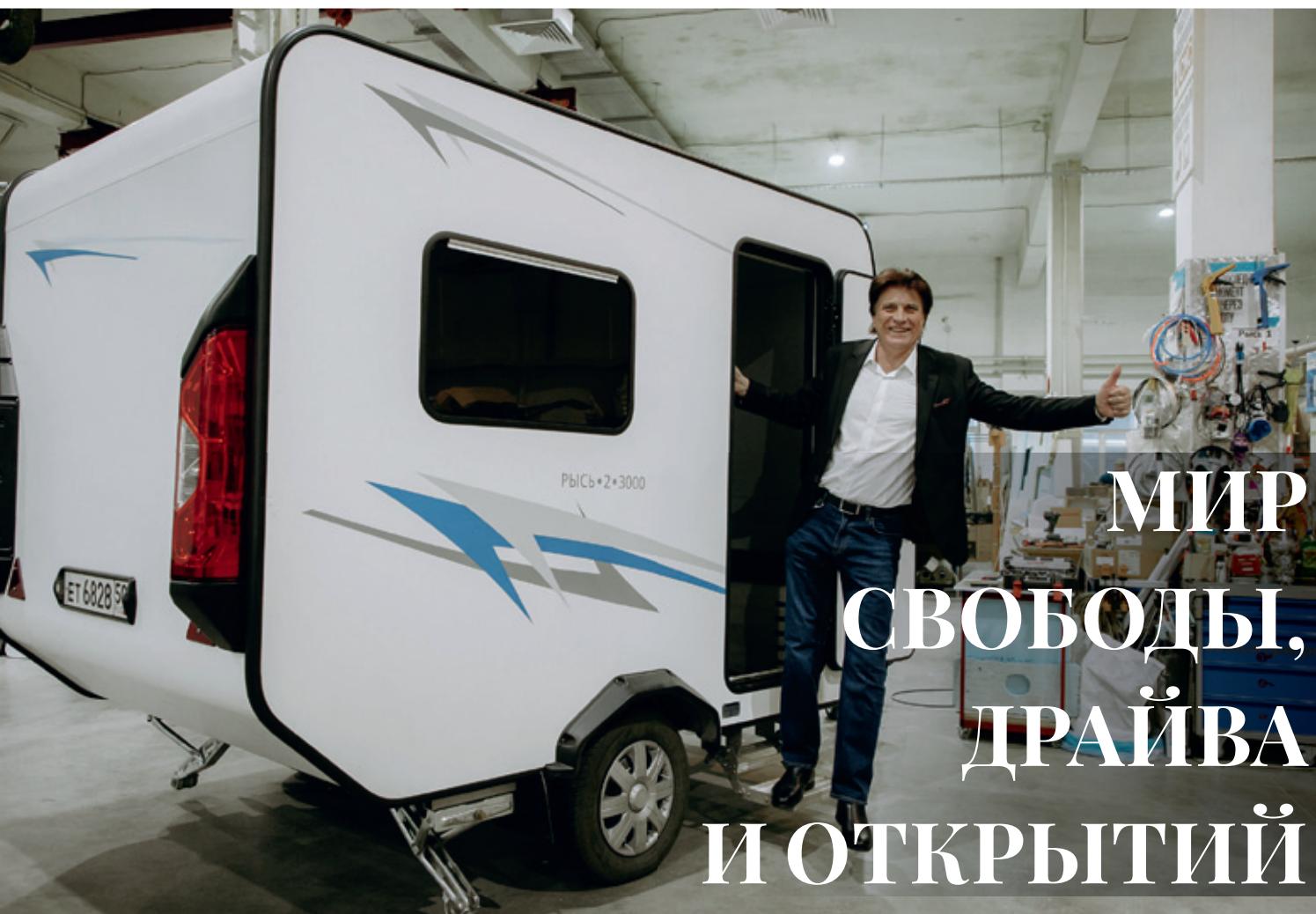
– Как вы видите динамику роста компании «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА» в странах СНГ, особенно в Беларуси в ближайшие 3–5 лет? Какие численные ориентиры (доля рынка, рост продаж, ассортимент) вы поставили?

– Мы уверены, что с расширением ассортимента нас ждёт ощутимый рост экспорт и более широкий охват территорий. Появление продукции в более доступном ценовом сегменте откроет новые экспортные горизонты.

Также хотела бы отметить, что в наших планах – создание гармоничного сопутствующего ассортимента, где шоколад станет основой для фруктов в шоколаде, печенья, вафель и мармелада.

Прогнозировать будущее на пятилетний срок в нынешней быстро меняющейся обстановке довольно сложно, однако у нас есть чёткое понимание целей и выверенный план их достижения. Когда столько идей и задумок, перспективы видятся только самими радужными.

Беседовала Алина Волкова



МИР СВОБОДЫ, ДРАЙВА И ОТКРЫТИЙ

С развитием внутреннего туризма караванинг в России набирает всё большую популярность. Заметная роль в его продвижении принадлежит главе компании «Автокемпер Пром», московскому предпринимателю Юрию Елашкину. Родился он в Новосибирске, образование получил там же – в Институте связи. В 1980-е годы работал в Министерстве связи СССР, ему даже довелось организовывать первые «перестроечные» телемосты с США.

Со временем род его деятельности кардинально изменился: в 2008 году Юрий основал компанию по продаже автодомов «Автокемпер», которая со временем превратилась в полноценное производство.

«Очень многое, если не сказать – всё, достигнуто благодаря командному подходу в работе и уникальным специалистам, которые помогают компании двигаться к самым труднодоступным вершинам в нашем бизнесе, – подчёркивает Юрий Елашкин. – Я не представляю «Автокемпер Пром» без Ивана Николаевича Левшича, нашего генерального конструктора, и без директора выставки «Караванэкс» Елены Николаевны Пашкиной. Это ключевые фигуры, на которых держится вся работа».

ЖИЗНЬ НА КОЛЁСАХ

В «нулевые» Юрий Елашкин с семьёй искал множество стран, посетив самые красивые города. Специально для удобства в автопутешествиях он даже приобрёл минивэн. Стало комфортнее, но всё равно чего-то не хватало. Так появилась мысль приобрести «дом на колёсах».

«В 2008 году во время путешествия по Германии я как-то задумался о вариантах путешествия с семьёй именно в автодоме. Там мы объездили несколько дилерских центров, присматривались. В итоге выбрали наш первый автодом. Но столкнулись с неожиданной трудностью. Я обратился к одним, другим, третьим дилерам в Москве и Питере. Время шло – машину мне упорно не везли. И тут я понял, что это отличная ниша для бизнеса, потому что при таком уровне сервиса, считай, что и конкуренции нет», – рассказывает Юрий Елашкин о зарождении своего бизнеса, которому он в дальнейшем посвятит годы жизни. Что же касается того автодома, в итоге всей организацией транспортировки пришлось заниматься ему самому: «Это был отличный опыт – я понял, что хочу развивать это направление», – вспоминает Юрий.

ОТ ИДЕИ ДО ВОПЛОЩЕНИЯ

Как-то с такими мыслями Юрий посетил по делам подмосковную Коломну и, по словам предпринимателя, влюбился в этот старинный город. Начал здесь работу с создания кемпинга, а потом уже подыскал подходящую для производства автодомов площадку. Ею стала разорённая в 1990-е бывшая фабрика «Текстильмаш», где ему предложили арендовать цех. «Здание принадлежало акционерам, и на тот момент это уже были голые стены. Мне посоветовали приобрести немного акций, 10–15%. И вот, будучи акционером, я подумал: как-то не-прилично в центре города иметь развалины! Начал потихоньку их восстанавливать. Многие меня тогда не поняли: зачем деньги тратить, если акционеры должны их получать! Пришлось выкупить всю фабрику. Так я и стал “патефонщиком”, – смеётся Юрий.

Сегодня «Патефонка» – это арт-квартал, который создан на месте развалин, креативный кластер с уникальным дизайном помещений в стиле лофт, ставший вторым домом для множества людей творческих профессий. Регулярно, с непосредственным участием арендаторов, здесь проходят масштабные выставки и фестивали.

Само название «Патефонка» привычно для жителей Коломны. Ещё в 1930-е годы здесь размещался патефонный завод, известный многим меломанам Советского Союза благодаря своей продукции. Кемпинг, с которого начинал здесь Юрий Елашкин, также называется «Патефонка». Примечательно это место и тем, что здесь

же, в одном из зданий бывшего фабричного комплекса, разместился завод по производству автодомов «Автокемпер Пром».

ОТ ПАТЕФОНОВ К АВТОДОМАМ

Как-то с такими мыслями Юрий посетил по делам подмосковную Коломну и, по словам предпринимателя, влюбился в этот старинный город. Начал здесь работу с создания кемпинга, а потом уже подыскал подходящую для производства автодомов площадку. Ею стала разорённая в 1990-е бывшая фабрика «Текстильмаш», где ему предложили арендовать цех. «Здание принадлежало акционерам, и на тот момент это уже были голые стены. Мне посоветовали приобрести немного акций, 10–15%. И вот, будучи акционером, я подумал: как-то не-прилично в центре города иметь развалины! Начал потихоньку их восстанавливать. Многие меня тогда не поняли: зачем деньги тратить, если акционеры должны их получать! Пришлось выкупить всю фабрику. Так я и стал “патефонщиком”, – смеётся Юрий.

«АВТОКЕМПЕР ПРОМ» – ЕДИНСТВЕННАЯ В РОССИИ КОМПАНИЯ, ВЫПУСКАЮЩАЯ АВТОДОМА ИМЕННО ЗАВОДСКОЙ СБОРКИ.

Сегодня «Патефонка» – это арт-квартал, который создан на месте развалин, креативный кластер с уникальным дизайном помещений в стиле лофт, ставший вторым домом для множества людей творческих профессий. Регулярно, с непосредственным участием арендаторов, здесь проходят масштабные выставки и фестивали.

Само название «Патефонка» привычно для жителей Коломны. Ещё в 1930-е годы здесь размещался патефонный завод, известный многим меломанам Советского Союза благодаря своей продукции. Кемпинг, с которого начинал здесь Юрий Елашкин, также называется «Патефонка». Примечательно это место и тем, что здесь же, в одном из зданий бывшего фабричного комплекса, разместился завод по производству автодомов «Автокемпер Пром».

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

«Более 20 лет мы всей душой болеем за создание инфраструктуры и популяризацию автопутешествий по России. Ведь караванинг – это путь в мир свободы, драйва и бесконечных открытий, – рассказывает Юрий. – Сейчас мы строим экосистему для этой отрасли и ключевых инструментов у нас несколько. Прежде всего это завод «Автокемпер Пром» как двигатель инноваций и локализации, где производство – не просто цеха, а научно-производственное подразделение, которое решает стратегические задачи».

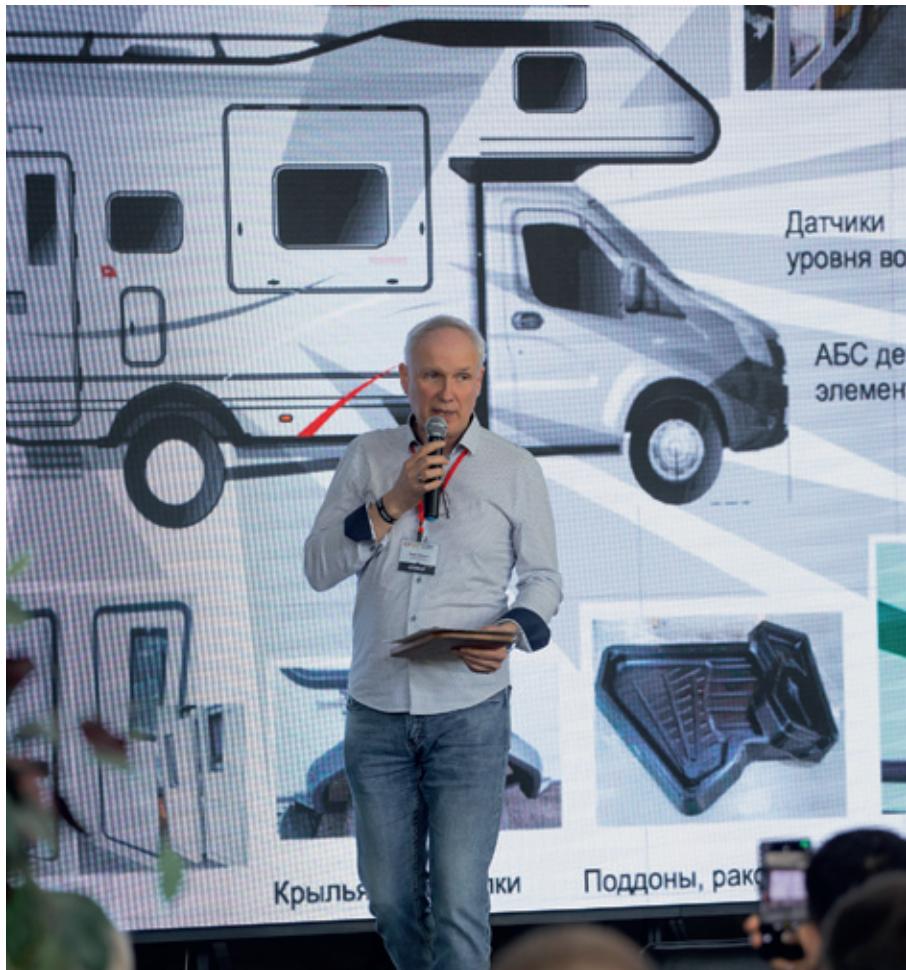
В условиях глобальных санкций и разорванных между странами деловых и взаимовыгодных отношений на «Автокемпер





Пром» в целях импортозамещения были разработаны и внедрены полностью российские технологии для производства корпусов, окон, дверей, люков, инерционных тормозных систем, дизельных бойлеров и электроники, используемых при сборке автодомов. Причём всё это создавалось с учётом современных реалий, из доступных комплектующих: «Мы делимся этими наработками со всеми участниками рынка, потому что верим: чтобы отрасль росла, нужно расти вместе. В нынешней ситуации у нас нет конкурентов, есть коллеги, с которыми у нас общая цель, – развитие караванинга в России».

«ПАТЕФОНКА» – АРТ-КВАРТАЛ, СОЗДАННЫЙ НА МЕСТЕ РАЗВАЛИН, КРЕАТИВНЫЙ КЛАСТЕР С УНИКАЛЬНЫМ ДИЗАЙНОМ ПОМЕЩЕНИЙ В СТИЛЕ ЛОФТ, СТАВШИЙ ВТОРЫМ ДОМОМ ДЛЯ МНОЖЕСТВА ЛЮДЕЙ ТВОРЧЕСКИХ ПРОФЕССИЙ.



НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Надо заметить, что сегодня «Автокемпер Пром» – единственная в России компания, выпускающая автодома именно заводской сборки, а не занимающаяся только их переоборудованием. Этот опыт позволяет запускать уникальные проекты. Как пример, первый полностью российский серийный автодом на базе LADA Granta, на новой расширенной платформе. Это будет полноценный дом на колёсах с четырьмя спальными местами. Для «Автокемпер Пром», по сути, это собственный национальный проект. В компании надеются, что этот опыт подтолкнёт и других автопроизводителей таких, как УАЗ, ГАЗ, Соллерс, к созданию специализированных платформ.

«Совместно с компанией «Свобода» из Санкт-Петербурга мы запускаем проектирование и производство автодомов на базе автомобилей компании «БН-моторс» в Брянске. Кроме того, разрабатываем линейку доступных жилых прицепов. Первичный – полноразмерный караван «Рысь» стоимостью от 430 тыс. рублей, в планах ещё две новые модели. Но самая амбициозная наша цель – создание центра компетенций и испытательной базы для всей отрасли производства техники для путешествий», – делится задумками Юрий Елашкин.

НЕ КОНКУРЕНТЫ, А ЕДИНОМЫШЛЕННИКИ

Новинки и достижения всей отрасли автотуризма в целом демонстрируются на ежегодной Международной выставке-фестивале автодомов и караванов «КараванЭкс», которая также проходит на площадке арт-квартала «Патефонка». В 2026 году, с 29 по 31 мая, она будет проходить уже в 15-й, юбилейный, раз. Это заметное отраслевое событие традиционно собирает всех ключевых игроков – производителей автодомов, модулей на пикапы, жилых прицепов, комплектующих и экипировки. «КараванЭкс» – пока что единственная в России специализированная площадка, где технику можно не только посмотреть, но и сразу купить. В то же время это фестиваль единомышленников, куда приезжают семьями, где выступают знаменитые путешественники и собираются создатели самодельных автодомов, площадка для живого общения с аудиторией, реальных демонстраций и деловых связей. На юбилейном фестивале, крупнейшем за все годы его проведения, будет представлено более 100 единиц техники от 60 производителей.

Ещё одно заметное мероприятие для «КараванЭкс» – это «КемперФорум». «Несколько лет назад, столкнувшись с общими вызовами, мы поняли: нужно объединяться. Так родился ежегодный закрытый «КемперФорум» для собственников бизнеса, топ-менеджеров и ведущих конструкторов, – рассказывает Юрий Елашкин. – Это место для честного разговора, “переопыления” идей, выработки общих стандартов и решения внутренних проблем. Именно здесь рождаются прорывные инновации и понимание, как двигаться дальше. «КемперФорум» показал: многим проблемам нет решения внутри сообщества. Нужен инструмент для диалога с государством, инвесторами и смежными отраслями. Так мы создали Национальный союз профессионалов индустрии

кемпингов и автотуризма в новом, эффективном формате. Задачи союза – защита интересов производителей, лоббирование инициатив, работа с регуляторами, привлечение инвестиций, повышение квалификации кадров».

Сегодня Национальный союз профессионалов индустрии кемпингов и автотуризма – единственная в России профессиональная организация в автомототуризме и караванинге. Она объединяет компании, участвующие в эксплуатации, проектировании, производстве оборудования и строительстве объектов для размещения самостоятельных туристов и их транспортных средств. Члены и партнёры союза – это компании, участвующие в производстве, продаже и использовании (в том числе сдаче в аренду) транспортных средств, а также в поставке специализированных товаров и услуг для производства и сервисного обслуживания как транспортных средств, так и объектов туристской инфраструктуры.

КАРАВАНИНГ – В МАССЫ!

Возвращаясь к юбилейному «КараванЭкс», можно сказать, что он получит цифровое продолжение. Запланирован запуск отраслевого онлайн-каталога «КараванЭкс» в качестве глобальных B2B- и B2C-площадок, где будет B2C-витрина для покупателей с удобным подбором и сравнением моделей и B2B-каталог поставщиков для формирования надёжных цепочек снабжения внутри отрасли. Получит своё дальнейшее развитие и приложение для автотуристов RVLand (в партнёрстве с инфопорталом RVLand) – каталог проверенных кемпингов и сервисов, работающий по принципу Booking.com.

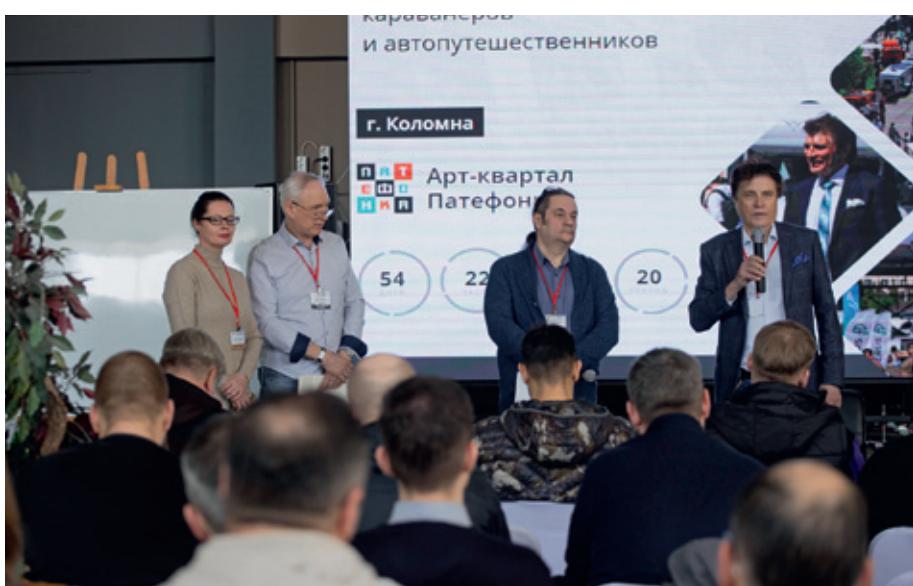
«Сегодня наша миссия – это не просто строить автодома. Мы создаём полноценную экосистему: от фундаментальных технологий и заводского производства через профессиональное сообщество

(“КемперФорум” и Союз НСПК) до главной отраслевой витрины (“КараванЭкс”) и цифровых сервисов будущего. Мы верим, что путешествовать по необъятной России на отечественной технике – великолепно, перспективно и, конечно, это должно быть доступно», – уверен Юрий Елашкин.

АВТОДОМ (КЕМПЕР, ТРЕЙЛЕР, КАРАВАН)

**– СПЕЦИАЛЬНЫЙ
ТРАНСПОРТ,
ПРЕДСТАВЛЯЮЩИЙ СОБОЙ
ГИБРИД АВТОМОБИЛЯ
И БЛАГОУСТРОЕННОГО
ДОМА СОВРЕМЕННОГО
ТИПА. КАРАВАНИНГ –
ИДЕАЛЬНЫЙ ФОРМАТ
ДЛЯ ПОЛНОЦЕННОГО
ПУТЕШЕСТВИЯ,
С ОСТАНОВКАМИ
В ЖИВОПИСНЫХ МЕСТАХ,
С ПРОЖИВАНИЕМ ПРИ
ЭТОМ НЕ В ОТЕЛЕ ИЛИ
В ПАЛАТКЕ, А В ДОМЕ НА
КОЛЁСАХ. КЛАССИЧЕСКИЙ
КЕМПЕР – ЭТО
КОМБИНАЦИЯ МАШИНЫ
И БЛАГОУСТРОЕННОГО
ДОМА, В КОТОРОМ,
ПОМИМО СПАЛЬНЫХ
МЕСТ, ЕСТЬ КУХНЯ,
ВОДА, ЭЛЕКТРИЧЕСТВО,
ТУАЛЕТ, КОНДИЦИОНЕР
И ДАЖЕ ОТОПЛЕНИЕ
ДЛЯ КРУГЛОГОДИЧНЫХ
ПУТЕШЕСТВИЙ.**

Подготовил Вячеслав Колесников



Взаимное экономическое пространство России и Беларусь переживает период устойчивого роста: расширяются рынки, развивается промышленная кооперация, укрепляются финансовые и управленические практики. В таких условиях особую роль приобретают компании, способные выстраивать системный консалтинг, обеспечивая бизнесу не только отдельные решения, но и целостное сопровождение, объединяющее стратегию, управленический анализ, финансовую модель и операционное управление.

Одной из таких компаний является «КИТБИЗ» – российская консалтинговая группа, которая постепенно формирует новое представление о том, каким должен быть консалтинг в эпоху цифровизации и интеграции рынков.

Руководитель компании Анастасия Литвиненко за последние годы превратила «КИТБИЗ» в устойчивую структуру, работающую на стыке управленического, экономического, организационного и проектного консалтинга.

Благодаря сочетанию аналитического подхода, умению выстраивать финансовую архитектуру бизнеса и внедрять системные изменения компания стала одним из самых заметных игроков на рынке консалтинга для малого и среднего бизнеса.

Сегодня она выходит на новый уровень – ориентируется на расширение сотрудничества с Беларусью и формирует инфраструктуру для международной кооперации российских и белорусских компаний.

«КИТБИЗ»: КОНСАЛТИНГ, КОТОРЫЙ МЕНЯЕТ ПРАВИЛА ИГРЫ



ИЗМЕНЕНИЕ РЫНКА КОНСАЛТИНГА: СПРОС СМЕЩАЕТСЯ ОТ ТОЧЕЧНЫХ УСЛУГ К СИСТЕМНОМУ УПРАВЛЕНИЮ

В последние 3 года рынок управлеченческих услуг как в России, так и в Беларуси заметно трансформировался. Компании больше не ищут узкие решения, которые закрывают один участок проблем. Бизнесу требуется комплексный взгляд, включающий стратегический анализ, финансовую экспертизу, цифровые инструменты, организационные трансформации, сопровождение решений на уровне процессов.

На первый план вышла управляемость – способность компаний быстро реагировать, принимать решения на основе данных, а не интуиции, и выстраивать процессы так, чтобы риски снижались до того, как они становятся проблемами. Эта новая реальность резко повысила ценность консалтинговых фирм, которые не продают разрозненные услуги, а строят систему. Именно такую модель «КИТБИЗ» предлагает своим клиентам.

Формат, который использует компания, – это не разовые консультации, а комплексное управлеченческое моделирование, где в одной системе объединяются:

- диагностика бизнес-процессов;
- анализ финансовых потоков;
- операционный контроль;
- оптимизация организационной структуры;
- оценка эффективности;
- разработка управлеченческой стратегии на 6–18 месяцев;
- сопровождение внедрения.

«КИТБИЗ» в буквальном смысле расширяет бизнес изнутри. Именно поэтому клиенты компании говорят: «Вы сделали то, что не смог никто за предыдущие 5 лет». «Мы впервые увидели свой бизнес как систему». «Наконец-то всё понятно в цифрах».

Редко какая консалтинговая компания заходит так глубоко. Команда анализирует не только финансы, но и структуру управления, коммуникации, ответственность, реальный вклад сотрудников, текущие процессы, экономику каждого звена, точки утечки прибыли. И результатом является не многостраничный отчёт, а перестроенная модель бизнеса, которая начинает работать уже через несколько недель после внедрения.

Подход компании особенно востребован в сегментах, которые активно развиваются и демонстрируют высокую конкуренцию: производство, услуги, торговля, HoReCa, строительная отрасль.

Для Беларуси, где государство ориентировано на повышение эффективности предприятий, сокращение издержек, модернизацию процессов и цифровизацию, такой формат консалтинга особенно актуален.

«РЕЗУЛЬТАТОМ ЯВЛЯЕТСЯ НЕ МНОГОСТРАНИЧНЫЙ ОТЧЁТ, А ПЕРЕСТРОЕННАЯ МОДЕЛЬ БИЗНЕСА, КОТОРАЯ НАЧИНАЕТ РАБОТАТЬ УЖЕ ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО НЕДЕЛЬ ПОСЛЕ ВНЕДРЕНИЯ».

КАК ПОЯВИЛАСЬ ИДЕЯ КОМПАНИИ «КИТБИЗ»

Большинство публикаций в СМИ упоминают профессиональный опыт основателя компании Анастасии Литвиненко, но почти нигде не говорится о главном – зачем была создана компания и что стало толчком к формированию её методологии.

Всё началось, когда Анастасия Литвиненко работала над масштабным проектом в частной организации, где столкнулась с парадоксом: предприятие стремительно росло, но оставалось уязвимым. Выручка увеличивалась, новые филиалы появлялись каждый год, но при этом данные собирались вручную, ответственность была распределена между подразделениями, документы хранились в разных папках и сервисах, руководители отделов не понимали общую картину. Это была типичная ситуация «разъехавшихся процессов», когда компания формально успешна, но внутренне нестабильна.

Этот опыт стал отправной точкой, и Анастасия Литвиненко поняла: в современном бизнесе главная проблема – не недостаток амбиций, а нехватка управляемости. Именно тогда стало ясно, что рынку нужны консультанты нового формата – те, кто умеют посмотреть на бизнес сверху, собрать разрозненные данные в единую модель, формализовать процессы, встроить в систему контроль так, чтобы он работал ежедневно, а не «когда всё горит».

Так появилась концепция «КИТБИЗ – контроль и технологии для бизнеса», а затем и полноценная компания, в которой управлеченческая дисциплина стала ключевой ценностью.

НЕ ПЕРЕЧЕНЬ УСЛУГ, А ЛОГИКА РЕШЕНИЙ

Большинство компаний перечисляют услуги списком. «КИТБИЗ» этого не делает. Её подход иной: каждое решение – это часть системы, которая должна работать в комплексе.

Управлеченческая «кристаллизация»: превращение хаоса в структуру.

Первое, с чем сталкивается клиент, – ощущение неконтролируемости. «КИТБИЗ» переводит процессы в структуру: вводит единый реестр показателей; формирует цепочку ответственности; создаёт регламенты, которые не лежат в столе, а встроены в работу; запускает автоматизированные отчёты; строит «управлеченческую витрину», где руководитель видит реальные цифры. Так компания делает бизнес предсказуемым, а значит, управляемым.

Юридическая навигация нового типа.

Одна из сильных сторон команды – умение решать юридические задачи не как отдельный кейс, а как элемент экосистемы управления. Это означает: анализ правовых рисков до того, как они становятся угрозой; выстраивание коммуникаций с контролирующими органами на уровне стратегии; подготовку документальной базы так, чтобы она выдерживала любые проверки; соединение юридической и финансовой логики, что является редкостью на рынке.

«Финансовая архитектура»: деньги как поток, а не цифра в отчёте.

Финансы в компании рассматриваются как система потоков. Специалисты формируют модели движения средств, сценарии развития бизнеса, расчёты операционных и стратегических рисков, новые логики расчёта эффективности подразделений. Такая архитектура особенно важна для компаний, которые растут или готовят инвестиционные проекты.

Антикризисный консалтинг нового поколения.

Команда не устраняет симптомы, а перестраивает систему. Когда компания попадает в сложную ситуацию: налоговое взыскание, кассовый разрыв, конфликт между учредителями, – «КИТБИЗ» действует как «внешний штаб». Специалисты проводят диагностику причин кризиса, переговорные сессии, выстраивание внутренних правил, формирование дорожной карты стабилизации. Этот подход особенно ценен для субъектов малого и среднего предпринимательства, у которых нет собственного юридического и финансового департамента.

В ЧЁМ БЕЛАРУСЬ ПРЕДСТАВЛЯЕТ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНТЕРЕС

Беларусь – одна из самых перспективных территорий для консалтинга в СНГ. Высокая концентрация производственных предприятий, активные государственные программы, технологические кластеры – всё это создаёт огромный спрос на повышение эффективности, снижение издержек, внедрение управленческого учёта, цифровизацию процессов и модернизацию бизнес-моделей.

В Беларуси востребован именно системный консалтинг – не пригласить аудитора, а перестроить компанию так, чтобы она работала быстрее, эффективнее и прозрачнее. И это полностью совпадает с методологией «КИТБИЗ».

И российские, и белорусские аналитики подчёркивают: предприятиям всё чаще требуется внешняя управленческая экспертиза не только по финансовым вопросам, но и по операционному и организационному развитию. Здесь компания обладает сразу несколькими преимуществами:

1. Гибридная модель консалтинга, подходящая под белорусскую экономическую специфику.

Белорусские предприятия работают в условиях высокой плановости, значительной роли государства и необходимости строгого контроля процессов. «КИТБИЗ» специализируется на системном управлении и активно работает с компаниями, где требуется сложная настройка внутренней структуры.

2. Сильная аналитическая база и работа с данными.

Компания использует собственные цифровые инструменты, позволяющие анализировать бизнес в динамике и моделировать сценарии развития. Для Беларуси, где большие предприятия и государственные программы требуют точных расчётов, это критично.

3. Экспертиза в международной кооперации.

Российские компании активно выходят на белорусский рынок, и «КИТБИЗ» сопровождает такие проекты, помогая адаптировать бизнес к регуляторным и экономическим особенностям.

4. Опыт внедрения управленческих технологий на предприятиях любой сложности.

В Беларуси сегодня большое внимание уделяется снижению издержек, структурированию бизнес-процессов, управлению кадрами. «КИТБИЗ» уже обладает кейсами, связанными с оптимизацией процессов, финансовым оздоровлением и пересборкой операционных цепочек.

По сути, белорусским предприятиям нужен партнёр, который умеет работать с большими структурами, многоуровневыми задачами и государственной спецификой,

и «КИТБИЗ» – одна из немногих российских компаний, которая действительно умеет это делать.

ЛИДЕР, ВОКРУГ КОТОРОГО СТРОЯТСЯ КОМАНДА И МЕТОДОЛОГИЯ

Главная особенность руководителя «КИТБИЗ» – способность видеть бизнес как живой организм. Анастасия Литвиненко обладает редким качеством: она умеет «читать» компанию по её внутренним сигналам. Речь не только о цифрах – это динамика коммуникаций, культура принятия решений, состояние документооборота, атмосферное давление внутри команды, способность подразделений слышать друг друга. Именно это интуитивное чувствование систем делает её консалтинг особенно точным.

в независимом консалтинге. В основе работы её компании – формирование модели, в которой консалтинг не ограничивается рекомендациями; консультант становится партнёром бизнеса на всём цикле изменений – от стратегии до исполнения.

КЕЙСЫ, КОТОРЫЕ ГОВОРЯТ САМИ ЗА СЕБЯ

В 2024–2025 годах компания работала над проектами в следующих направлениях:

- **оптимизация моделей управления в производственных компаниях** (перестройка оргструктур, внедрение системы показателей, перераспределение ролей);

- **контроль выручки и расходов в торговых сетях** (создание систем контроля, автоматизация данных, финансовая дисциплина);

- **подготовка предприятий к масштабированию** (разработка управленческих регламентов, построение повторяемых процессов);

- **создание цифровых моделей деятельности компаний** (переход к управлению через данные, автоматизация управленческого учёта);

- **сопровождение выхода российских компаний на рынки соседних стран** (анализ регуляторных условий, адаптация бизнес-модели, построение процессов).

«ПРЕДПРИЯТИЯМ ВСЁ ЧАЩЕ ТРЕБУЕТСЯ ВНЕШНЯЯ УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА НЕ ТОЛЬКО ПО ФИНАНСОВЫМ ВОПРОСАМ, НО И ПО ОПЕРАЦИОННОМУ И ОРГАНИЗАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ».

Чтобы понять компанию, она часто использует метод полевого погружения: не просто изучает регламенты, а смотрит, как сотрудники взаимодействуют, как принимают решения, как ведут переписку, как реагируют на нестандартные ситуации. Так можно понять, где находится источник хаоса и как его устраниить.

Анастасия Литвиненко – руководитель нового поколения, в котором сочетаются строгая аналитика, экономический подход и способность выстраивать доверительные отношения с клиентами. Она сочетает в себе функции аналитика, управленца и модератора процессов, что делает её одним из наиболее эффективных руководителей

За эти годы организация перестроила производственные процессы в одной из региональных торгово-промышленных компаний, увеличив маржу почти вдвое, вывела сеть сервисных компаний из постоянного операционного хаоса в устойчивый рост, организовала систему управления в крупном холдинге строительного профиля, оптимизировала расходы в сфере услуг, сократив затраты на 23–37%, разработала управленческие модели для фирм, планирующих экспANSию на новые рынки.

Но важнее другое: все эти результаты стали возможны благодаря работе с данными, процессами и управленцами, а не за счёт «антикризисного чудо-совета».

На ближайшие годы у компании запланирована работа с организациями из логистического кластера, производственных предприятий и представителей сферы услуг. Особое внимание уделяется проектам, где требуется долгосрочная управленческая стратегия.

ВЫГОДЫ БЕЛАРУСИ ОТ СОТРУДНИЧЕСТВА С «КИТБИЗ»

«КИТБИЗ» – не просто консалтинговая группа, это проводник к реальным изменениям в бизнесе, где требуются не отчёты, а ощущимый результат. Беларусь извлекает целый комплекс выгод из сотрудничества:

- Повышение эффективности предприятий. Внедрение передовых управленческих практик в государственном и частном секторах.

- Углубление цифровизации экономики. Использование методологий компаний для оцифровки данных и внедрения современных управленческих платформ.

- Снижение издержек и рост производительности. Особенно в экспортно-ориентированных отраслях.

- Развитие кооперационных проектов. Создание совместных российско-белорусских моделей управления.

- Доступ к российской экспертизе. В сфере кризис-менеджмента и оптимизации бизнес-процессов.

«В ПЕРИОД КОНСОЛИДАЦИИ И МОДЕРНИЗАЦИИ БЕЛОРУССКОГО РЫНКА СИСТЕМНЫЙ КОНСАЛТИНГ СТАНОВИТСЯ НЕОБХОДИМЫМ ИНСТРУМЕНТОМ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ».

Внутри компании внедрены собственные цифровые решения и инструменты управленческого анализа. Это не просто Excel – это системы, которые позволяют отслеживать эффективность каждого процесса, прогнозировать финансовый результат, моделировать сценарии развития и оперативно выявлять точки риска. Для Беларуси это особенно актуально, поскольку предприятия всё чаще переходят на цифровые модели управления.

«КИТБИЗ» помогает:

- сократить издержки на крупных, особенно производственных, предприятиях;
- повысить эффективность управленческих структур;
- внедрить инструменты прозрачного контроля;
- обеспечить экспертную поддержку в модернизации бизнес-моделей;



- поддержать российские компании, выходящие на белорусский рынок;

- инициировать совместные российско-белорусские управленческие проекты.

В период консолидации и модернизации белорусского рынка системный консалтинг становится необходимым инструментом для дальнейшего развития.

РАСШИРЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ГЕОГРАФИИ И РАЗВИТИЕ ШКОЛ УПРАВЛЕНЦЕВ

В 2026–2027 годах «КИТБИЗ» ставит перед собой следующие цели: расширение работы в Беларуси и странах Союзного государства; создание цифровой платформы для управления предприятиями; развитие проектного офиса, который будет координировать крупные программы изменений; запуск обучающих модулей для управляемцев; а также укрепление позиций на российском рынке как компании, создающей новые стандарты консалтинга.

Сегодня «КИТБИЗ» – это не просто консалтинговая компания, это комплекс-

ная экосистема управленческих решений. Под руководством Анастасии Литвиненко компания формирует новый стиль консалтинга – строгий, аналитический, измеримый и ориентированный на результат, работая не в терминах «мы проконсультировали», а в терминах «мы изменили».

Когда рынок меняется быстрее, чем успевают обновляться регламенты, бизнесу нужна опора – система, которая помогает принимать решения, не боясь последствий. «КИТБИЗ» выстраивает такую систему, где юридическая точность сочетается с финансовой логикой; где управление основано на фактах; где консультант – это партнёр, а не внешний наблюдатель; где каждый проект – это инженерная работа, а не шаблонная услуга. Для российских и белорусских предпринимателей это означает одно: появляется партнёр, который умеет превращать хаос в структуру, а структуру – в устойчивость. И в эпоху перемен именно устойчивость становится самым ценным бизнес-ресурсом.

Подготовила Алина Волкова

ЛОШАДЬ: ДРУГ, ПОМОЩНИК, СИМВОЛ



Екатерина Борисова – график и живописец, художник-ипполог. Объектом своего творчества она выбрала лошадь – верного спутника человека с незапамятных времён, образец красоты, изящества и силы. Рисунки в иппологическом жанре известны на протяжении веков: художники разных стран и поколений неизменно вновь и вновь изображали это прекрасное и гордое животное в табуне, среди себе подобных, в одиночку – под седоком, в различных жанровых сценах и даже в виде портрета.

Екатерина Борисова – постоянный участник международных, всероссийских и областных выставок, лауреат международных фестивалей Черногории, Голландии, Катара, Туркмении, Бахрейна, ОАЭ и других стран. Её работы хранятся во многих галереях и частных коллекциях. Вышедшая под её авторством книга-раскраска для детей «С любовью к Лошади» получила премию литературно-художественного фестиваля в Крыму.

Екатерина также активно занимается общественной деятельностью, неизменно популяризируя конную тематику и осуществляя собственный проект «Я рисую лошадь».

– Екатерина Альфредовна, почему вы решили стать художником-иппологом?

– Прежде всего потому, что лошадь – это прекрасное и благородное животное, любовь миллионов людей во всём мире. Её воздействие на человека облагораживает и поднимает над суетой. Русское искусство за тысячелетнюю историю своего развития создало бескрайнее множество изображений лошадей, отразивших их роль в жизни человека. В этих произведениях: в картинах, рисунках и гравюрах – сочетаются идеализация и натурализм.

Сейчас больше внимания уделяется воспитанию молодёжи на богатых традициях конного дела России, идёт популяризация лошади. Я, в свою очередь, вношу посильный вклад в формирование здорового образа жизни через развитие художественных навыков рисования лошадей, что способствует вовлечению детей в конный спорт и искусство.

– Расскажите, пожалуйста, о вашем социально-образовательном проекте «Я рисую лошадь». На кого он рассчитан?

– Этот проект не имеет возрастных границ. Он способен объединить всю семью посредством любви к лошадям и искусству. В то же время это и арт-терапия, реабилитация через искусство. Социально-образовательный проект «Я рисую лошадь» – это 10 лет моей работы. Через него прошли более 2000 человек: они приобщились к искусству и полюбили лошадей как объект для творчества. За это время в рамках проекта я провела более 200 мастер-классов и прочитала 240 лекций. К слову, в 2025 году в рамках этого проекта за работу с бойцами СВО и семьями мобилизованных я получила специальную премию Федерации конного спорта России (ФКСР). Я благодарю ФКСР и лично М.В. Сечину за поддержку конного искусства.

– Вы также являетесь автором проекта «Конный культурный код». В чём его суть?

– Цель этого социально-образовательного проекта – приобщение наших граждан к углублённому пониманию, осмысленному участию, сохранению, широкой трансляции и популяризации национальных конных культурно-исторических ценностей и символов. Следующий год в России объявлен Годом культурного наследия её народов. А для нас, конников, это год 250-летия такого яркого символа России, как орловский рысак.

Можно сказать, что все художники, в том числе художники-иппологи, – проводники во времени. Зачастую в музеях и в картинных галереях мы видим полотна, на которых изображе-



ны призовые лошади, которых уже нет. Но так, через картину, через историю успеха конкретного чемпиона, мы можем популяризировать породу.

Мой проект «Конный культурный код» заключается в организации выставок картин, проведении лекций и мастер-классов, он направлен на развитие творческих способностей его участников, на воспитание патриотизма и любви к природе, а главное – на изучение богатых конных традиций культуры и искусства России и мира.

– Как вы считаете, что необходимо сделать, чтобы «Конный культурный код» получил дальнейшее развитие?

– Для этого нужно сделать многое. Хотелось бы получить его широкое освещение в СМИ, включая не только местные, но и федеральные каналы, блогеров и инфлюенсеров, – одним словом, размещение информации о нём на разных ресурсах. Конечно, всё это требует затрат, но это, несомненно, окупится, ведь не всё измеряется деньгами.

Что касается конкретно нашего юбиляра – орловского рысака, хотелось бы создать цикл лекций об истории этой породы – от начала до современности, и в них сделать упор на то, что порода живёт и развивается благодаря труду специалистов и энтузиастов. Нужно рассказывать не только о выдающихся лошадях, но и о людях, которые непосредственно работают с животными, выезжают их, помогают во всём для сохранения и развития орловского рысака.

Я уверена, что необходимо создать виртуальный или интерактивный музей лошади, конечно, с соблюдением авторских прав на изображения, с цифровизацией существующих архивов, повышением их доступности как для широкой публики, так и для специалистов.

А также очень важна работа с детьми. Можно проводить экскурсии и другие мероприятия через культурно-просветительские центры на базе учреждений культуры и включать их в Пушкинскую карту.

При оформлении интерьеров музеев конных заводов, ипподромов, конноспор-



Екатерина Альфредовна Борисова – член Творческого союза художников России и Международной Федерации ЮНЕСКО, член Союза дизайнеров России. Председатель Клуба деловых женщин Химкинского отделения Союза женщин России, лидер сообщества «Нежный бизнес Химки».

Она награждена орденом «За службу России» от Московского фонда мифа, почётным знаком администрации г.о. Химки Московской области

«За вклад в развитие городского округа Химки», орденом «Профессионал России», почётными адресами и благодарственными письмами от главы г.о. Химки и Мининвеста Московской области. Имеет благодарственное письмо за серию мастер-классов на стенде Московской области на выставке «Россия», проходившей на ВДНХ.

Постоянный участник международных, всероссийских и областных выставок.

Автор ежегодной выставки «Мир женщин» от Клуба деловых женщин Химки (при поддержке администрации г.о. Химки), показывающей творческую сторону женщин-предпринимателей. Картины Екатерины Борисовой выставлялись на Конных играх БРИКС в Казани, на мероприятиях Федерации конного спорта России.



«Вороной араб»



«Феникс. Возрождение России»



«Конный портрет Г.К. Жукова на терском жеребце Кумире»

ЭЛЬНАРА АВАКЯН, «РЕГИОН»: «Как обновить старую добрую ярмарку до гастрономического фестиваля и зачем это нужно бизнесу и стране?»



В современном мире, где глобализация стремится нивелировать вкусы, а цифровизация заменяет живой диалог кликами, возникает парадоксальный и яркий тренд – возвращение к локальному, подлинному, тактильному. Одним из самых наглядных и аппетитных его проявлений стал взрывной рост гастрономических фестивалей. Это уже давно не просто рынки под открытым небом. Сегодня это сложносочинённые события, где фермерские продукты соседствуют с лекциями об экологических трендах, а мастер-классы по приготовлению традиционных национальных блюд становятся уроком семейной истории и народной культуры. Гастрофестиваль превратился в уникальный культурный код, в формулу, которая соединяет экономику с эмоциями, поддержку малого бизнеса – с воспитанием вкуса, а национальные традиции – с актуальным городским форматом. Это пространство, где покупатель становится соавтором, производитель – создателем историй, а обычный выходной день – маленьkim, но значимым приключением. В чём секрет успеха этой новой старой формы и как она помогает не только продавать, но и объединять, рассказывает один из ведущих российских продюсеров таких событий, руководитель компании «Регион» Эльнара Авакян.

– Эльнара, ваша компания «Регион» сегодня известна как организатор ярких гастрофестивалей. Расскажите, с чего начинался этот путь?

– Первые ярмарки появились еще на Древней Руси, но и сегодня их суть не изменилась. Это была и есть возможность заявить о себе для производителя и приобрести качественный продукт для покупателя. Мы начинали в то время, когда предпринимательство, особенно малое, стало движущей силой экономики. Каждый бизнес уникален, но микробизнес ярмарок – феноменальный. Он сочетает в себе все: и товар, и услугу, и живое общение. Моя задача как организатора изначально была в том, чтобы стать правильным посредником, экономическим мостом между двумя берегами. Однако на этом функции не заканчиваются: мы выбираем место, тематику, организуем программу, создаём декорации, грамотно расставляем павильоны, контролируем ход мероприятия от начала и до конца. Это полный цикл создания маленького мира! Ярмарка как понятие и феномен не изменилась. Она ставит перед собой те же цели и выполняет те же функции. Однако сфера ярмарочной деятельности превратилась в сегмент реальной экономики. Изменилась форма. Ярмарки воплотили в себе универсальную структуру, притом что сами мероприятия относительно небольшие. Сегодня мы наблюдаем, как они становятся инструмен-

том макроэкономической инвестиционной политики, обеспечивают мобильность рынка, создают информационное поле. Я люблю повторять, что ярмарка является индикатором жизни общества.

– А еще вы часто говорите, что «ярмарки – это маркетинговый десерт». Что вы имеете в виду?

– Это значит, что для всех участников процесса это «блюдо» самое приятное и желанное. Для гостя – это возможность за один раз получить качественный, часто уникальный продукт, попробовать и приобрести то, чего не найти в супермаркетах. Для продавца, особенно мелкого производителя, фермера или ремесленника, – это шанс заявить о себе, заключить сделки, найти новые рынки сбыта без колоссальных затрат. А организатор... это тот кондитер, который тот десерт готовит и, если получилось «вкусно», гордится не меньше, чем шеф-повар удачным блюдом, вызывающим восторг гостей. Но это лакомство имеет огромное экономическое значение. В нелёгкие периоды именно предприниматели, а среди них самые уязвимые – малые, принимают на себя всю тяжесть ударов. Ярмарки становятся инструментом поддержки, позволяя выжить и продолжить дело. Это особенно важно сейчас, когда мы наблюдаем определённую стагнацию и неравную конкурентную борьбу. Для нас очень важна реальная судьба

«Раньше мы думали в категориях “продавцы” и “товары”. Теперь мы думаем в категориях “герои”, “истории” и “впечатления”. Наш продукт – не павильон, а событие».

Эльнара Авакян



«На наших фестивалях мы продаем не продукты. Мы продаем ощущение дома, которого многим не хватает. Ощущение того, что за каждым товаром стоят человеческая судьба, труд, любовь».

Эльнара Авакян



каждого конкретного предпринимателя и его сотрудников. Наша компания является коммутатором на площадке ярмарок: с одной стороны, мы даём производителям возможность заявить о себе, с другой – приводим на площадку покупателей.

– Ваш личный путь, наверное, тоже повлиял на такое отношение к делу?

– Безусловно. Детство моё прошло в Грузии, в небольшом городе Цители Цкаро. В 1803 году русский генерал Василий Семёнович, привлечённый необычайной красотой этого места, основал в юго-восточной части Кахетии военное укрепление, назвав его Царскими Колодцами, в годы советской власти его переименовали в Цители Цкаро – Красные Источники. Для меня Грузия – это прежде всего впечатления детства: дом, друзья, виноградная лоза, солнце, горы... И знаменитое грузинское гостеприимство: застолья, красиная, вкусная и обильная еда, танцы, песни, многоголосье... Это навсегда отложилось в памяти и сыграло роль в моём мировосприятии, в творческом подходе к делу. Когда я создаю ярмарку, я в какой-то мере воссоздаю эту атмосферу радужия и щедрости. Для восточного человека базар – органичная часть культуры, место встреч и общения. Этот культурный код помогает мне в работе.

– А в искусстве есть образы ярмарок, которые вам близки?

– Мне очень нравятся картины Кустодиева – такие яркие, красочные! Его работы для меня воплощают настоящую русскую народную ярмарку. Например, картины «Ярмарка», «На базаре» – разглядываешь и впитываешь ощущение праздника, любовь к жизни во всех её пёстрых проявлениях. Это проявляется в образах купцов и купчих, извозчиков, в красочном, истинно русском ярмарочном пространстве. Через призму ярмарки Борис Михайлович видел Россию, её неповторимый дух. Его картины перекликаются со строками Некрасова. Из писателей мне очень близок Гоголь, особенно люблю «Вечера на хуторе близ Диканьки», неповторимые описания Сорочинской ярмарки. Ярмарка у Николая Васильевича фигурирует не только в этом произведении. А популярность песен о ярмарках, будь то «Коробейники» или современная, из репертуара Валерия Леонтьева, говорит о том, что это явление глубоко народное, как встарь, так и поныне.

– Как изменилась ярмарка за время вашей работы? Вы сказали, суть осталась, а форма?

– Ярмарка как понятие и феномен не изменилась. Она ставит перед собой те же цели и выполняет те же функции: экономический обмен и живую коммуникацию. Однако сфера ярмарочной деятельности

превратилась в значимый сегмент региональной экономики. Изменилась форма. Современные ярмарки воплотили в себе универсальную структуру, притом что сами мероприятия являются относительно локальными. Сегодня мы наблюдаем, как они становятся инструментом макроэкономической инвестиционной политики, обеспечивают мобильность рынка, создают необходимое информационное поле, формируют значительные финансовые потоки, принося дополнительный доход в бюджеты. Ярмарка является индикатором общественного благополучия на протяжении многих веков, и наши дни не исключение. За минувшие несколько лет мы стали свидетелями и участниками принципиально нового этапа становления экономической системы России. Количество реализуемых проектов существенно выросло, но и борьба за проведение ярмарок с представителями власти иногда бывает неравной. Есть проблемы в законодательстве, которые подставляют предпринимателей под большие штрафы. Необходимо исправить или внести уточнения в соответствующие нормы законодательства или в нормативно-правовые акты в субъектах РФ, определить права и ответственность. Ярмарочный бизнес плотно сопряжён с властью. Но, несмотря ни на что, суть – живая торговля, очная встреча – остаётся неизменной. Оглянувшись на прошлое, понимаешь, что Россия не зря долго сохраняла традиционный уклад торговли и промышленности, главной деталью которого были ярмарки, дававшие экономике страны огромный импульс.

Однако в мире всё течёт и изменяется, и на смену старой добréй ярмарке сейчас приходят гастрономические фестивали – более современная, перспективная и разносторонняя форма.

Составная часть гастрономического туризма и подобных фестивалей – это всё-таки фермеры, мелкие производители, которым крайне сложно попасть на полки супермаркетов. А фестиваль даёт им возможность проявить и показать себя, найти нишу, заработать, а заодно подарить людям эмоции. Потому что, когда ты приходишь на такой фестиваль, ты погружаешься в атмосферу вкуса, изыска, эксклюзива и радостного взаимодействия между людьми. Это всегда интересно и полезно, а тем более сегодня, когда так важно развитие внутреннего туризма.

Вообще гастротуризм – очень популярное сейчас направление.

Мы начали с Костромской области: проводили Костромские сырные гастрофестивали под эгидой администрации. В них участвовало более 60 сыроваров, и сопутствующие товары предлагались – были ремесленники, крафтовики. Помимо всего этого, у нас обширная культурная программа: народные песни, пляски, детские зоны, фотозоны...

Фестиваль – это для всех категорий жителей, для каждого найдётся что-то на



его выбор. Здесь может продаваться сыр, условно говоря, и за 3 тысячи рублей, и за тысячу, и на каждый товар найдётся свой покупатель. Фестиваль – это и своего рода маркетинг. Очень важно, чтобы предприниматель, микробизнес, мог презентовать себя, попробовать, стоит ли им развивать эту нишу, пользуется ли такой товар спросом. Продавец видит, идёт его продукт или нет, вернулись ли за его товаром назавтра, видят эмоции покупателей. И может сделать вывод: «Вот эту линию я развиваю, а вот эту сокращаю». Это очень важно.

А сегодня, когда мы живём в кризисе, когда на нас пытаются давить санкциями, мы даём возможность микропредприятиям представлять свою продукцию и колаборировать. Очень многие на фестивалях и ярмарка находят себе партнёров, благодаря чему вырастают, а иногда даже становятся крупным бизнесом. В своё время мы проводили ярмарки в Москве, и у нас предлагал свою продукцию Софринский мясоперерабатывающий завод, а теперь он вырос, стал заметным игроком. Gloria Jeans также представляла свою первую продукцию на ярмарках, а теперь их можно назвать гигантами. Очень многие предприниматели стартовали с таких площадок и переходили на другой уровень.

– Ярмарка в Химках на День народного единства стала хорошим примером такой новой формы. Как рождалась её концепция и что конкретно там было?

– Концепция заключалась в том, чтобы через самый доступный и приятный

формат – еду – показать многообразие и единство нашей страны. Мы создавали не точку продаж, а пространство для диалога культур. Как и обещали гостям, это было настоящее гастрономическое путешествие по фестивалю «Кухни народов России».

Что конкретно ждало людей на главной аллее парка имени Л.Н. Толстого? Прежде всего традиционные блюда из разных уголков России – от Камчатки до Кавказа: татарский чак-чак, городецкие пряники и русские щи, приготовленные прямо в печи.

А помимо дегустации деликатесов, гостей ждала насыщенная программа. Каждый желающий мог присоединиться к кулинарным и ремесленным мастер-классам, например научиться лепить пельмени с разнообразными начинками или расписывать праздничные пряники, а ещё были уроки по приготовлению домашнего теста, знакомство с уникальными рецептами.

Отдельную зону организовали для детей. Маленьких зрителей порадовал спектакль по мотивам произведений А.С. Пушкина «У Лукоморья» и увлекательное криошоу «Зелье Бабы-яги». Для меломанов подготовили выступления артистов, в том числе кавер-группы «Ваня, давай!». И конечно, была отдельная ярмарка фермерских продуктов и ремесленных изделий от производителей сыров, колбасных изделий, сладостей. Мы создали уютные фотозоны – «Самоварная станция» и «Деревенское подворье». Задача была в генерации пространства, наполненного ароматами, улыбками и по-домашнему тё-

плым настроением для всей семьи. Фестиваль продлился два дня, шёл с 10:00 до 19:00. Вход – свободный для всех.

И вы знаете: погода выдалась ужасная – всё время шёл дождь. Но атмосфера была чудесная, люди приходили за эмоциями и чувствовали себя частичкой этого фестиваля. Они дегустировали, узнавали что-то новое для себя, ходили под дождём и – улыбались! Сейчас всем не хватает положительных эмоций. А когда ты в эмоциях, ты можешь купить что угодно, и даже как-то находится возможность для этого!

Гастрономические фестивали – очень правильное и своевременное направление.

– Вы лично любите бывать на ярмарках как покупатель? Есть ли у вас любимые продукты или производители?

– Я большой ценитель уникальных вещей и продуктов, и нам есть чем гордиться. Истории наших постоянных партнёров меня восхищают. Лавандовый квас от Алексея Смышляева из Домодедова... Балыки старорусские из Звенигорода Андрея Годованца... В качестве консерванта для своей продукции: копчёной курятиной, утятиной, свининой, говядиной – он применяет... мёд. Этот секрет использовал ещё прадед предпринимателя. А сыророды, например КФХ «Зарайские деликатесы» или «Сыр Своими руками» из Балашихи! Охотхозяйство из Великого Новгорода с потрясающе вкусной медвежатиной с брусликой, лостиной с розмарином, кабаниной и с сыром из деревенской сы-

«Когда народы России садятся за один большой стол, за, в высоком смысле слова, общую Трапезу, рождается та самая сила, что делает нашу страну непобедимой».

Эльнара Авакян

роварни... Мы сотрудничаем и с пасечниками, производителями душистого мёда самых разных, порой экзотических, видов. Сегодня очень сложно удивить потребителя, но мы стараемся это делать! На наши ярмарки приглашаем талантливых дизайнеров, авторские бренды, монастырские подворья, колоритных мастеров-ремесленников. Мы своего рода антагонизм обезличенным маркетплейсам.

– Пандемия стала тяжёлым ударом для всего event-бизнеса. Как вы пережили этот период?

– Наш бизнес вообще очень рискованный – из-за непредсказуемости многих факторов. Организаторов ярмарок можно сравнить с теми, кто среди хаоса, неустойчивости и жизненных бурь находит «наслаждение в бою и бездны мрачной на краю», говоря словами классика, продолжая с любовью делать своё дело, какие бы «ураганы» и «дуновения» не возникали!

Мы зависим от локаций, площадок, трафика, сезона, погоды, вкусов чиновников, даже от колебаний цен на нефть. Но, конечно, ничто из перечисленного не оказалось на нашу деятельность столь сильного влияния, как коронавирус! Ярмарки в период строгого карантина не были запрещены, но работали больше на бумаге, из-за самоизоляции целевой аудитории. Однако компании и, что важнее, отношения с нашими партнёрами нам удалось сохранить. Мы использовали это время для переосмысления и планирования. И в будущее смотрим с оптимизмом. После окончания периода самоизоляции мы



дали старт проекту «Золотое кольцо». Это идея-драйвер – она должна была дать нам отправную точку для движения вперёд. Стартовал проект в Ростове Великом, где прошла необычная ярмарка, воплотившая множество свежих идей, сгенерировавшая новые проекты и новые отношения. Следом мы провели ярмарку в Ярославле, и в ней приняли участие более 170 производителей. В общем, проект «Золотое кольцо» воплощается в жизнь!

– В чём вы видите главную роль современных ярмарок и гастрофестивалей, помимо экономической? Что они дают городу и людям?

– Их роль огромна и многогранна. «Ярмарка» – старинное слово, но оно и ныне ассоциируется с атмосферой праздника, народными гуляньями, яркими нарядами. А главное – с товарами,

которые не встретишь в гипермаркетах. Посещение ярмарки и сегодня производит впечатление даже на самого искушённого покупателя! Во-первых, коммуникационная составляющая. Интернет не способен заменить живое общение «продавец–покупатель», он не даёт возможности пощупать, попробовать, примерить товар. Ярмарка – это место встречи, обмена новостями, знакомств. Первые ярмарки в XII веке выполняли именно эту роль. Во-вторых, социально-экономическая: создание новых рабочих мест, поддержка начинающих бизнесменов, интеграция микробизнеса в жизнь города. И в экономический кризис ярмарки остаются необходимым инструментом поддержки микробизнеса, которому они выгодны из-за минимальных рисков и отсутствия затрат на сбыт. Они позволяют начинающим бизнесменам,

фермерам, ремесленникам представить свой товар, заключать торговые сделки, получать новые рынки сбыта и свежие идеи. В-третьих, культурно-просветительская. Это сохранение традиций, ремёсел, кулинарных секретов. Это живой музей, знакомство с разными культурами нашей страны. Для города удачная ярмарка или гастрофестиваль – центр притяжения, повышение туристической и просто человеческой привлекательности места. И как я уже говорила, это индикатор. Если в городе есть спрос на такие живые, честные форматы общения и торговли – значит, общество здорово и динамично. Тема ярмарки и её роль в развитии товарно-денежных отношений оставалась, остаётся и долго ещё будет оставаться актуальной. Главное, чтобы сегодня это понимали главы городских округов, не забывая, что именно там интегрируется микробизнес. Ярмарки предоставляли также право свободного выбора партнёра, освобождая торговцев от разорительной зависимости от скупщиков. Этот фактор и в наше время остаётся очень актуальным.

– Каковы планы компании «Регион» на будущее?

– По-прежнему поддерживать российских производителей. Ставим цели масштабирования, роста, диверсификации. Проект «Золотое кольцо» – один из ключевых, мы продолжим идти по намеченному пути, развивать его в других исторических городах. Мы видим, что запрос на качественные, смысловые, объединяющие события только растёт. Наша задача



– и впредь быть тем самым надёжным мостом, который не только соединяет спрос и предложение, но и помогает рождаться новым историям, новым традициям и новой силе малого, но такого важного для России бизнеса.

Уже этой зимой мы планируем серию рождественских ярмарок. Людям очень не хватает таких живых, неформальных, душевных площадок для общения, в том числе межнационального, где стираются

барьеры и рождается настоящее взаимопонимание. И мы знаем, как им это дать. Плюс необходимо поддержать наших предпринимателей. Если таким образом мы способны укреплять единство страны, значит, мы на правильном пути. Продолжим идти по нему. Фестиваль в Химках наглядно показал простую, но важную истину: когда народы России садятся за один большой стол, рождается та самая сила, что делает нашу страну непобедимой.





Елена Ищенко, ICM Glass Калуга:
**«ЗА ПЕНОСТЕКЛОМ БУДУЩЕЕ
СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ»**

Пеностекло – универсальный материал, используемый в строительстве. Главное его свойство – теплоизоляция. Оно не пропускает тепло, не впитывает в себя влагу, не горит и обладает неограниченным сроком службы.

Сфера использования материала широка – утеплитель для кровли и стен, идеальное решение для стилобатов с подземными конструкциями (держит нагрузку, но при этом очень лёгкое), подходит для формирования ландшафтов. И хотя в мире пеностекло производится и используется уже несколько десятков лет, в России предприятий по его выпуску не так много. Одним из флагманов является завод ICM Glass Калуга.

О перспективах развития компании, преимуществах её продукции и вкладе в экологию за счёт переработки стеклобоя мы беседуем с исполнительным директором предприятия Еленой Ищеевой.

– Елена, вы и ваш муж – выпускники журфака МГУ. И вот из гуманитария вы превращаетесь, можно сказать, в производственника. Как так вышло? И почему именно это предприятие привлекло вас?

– В частном бизнесе мы с мужем уже более 20 лет. Первые шаги делал супруг, Филипп Ильин-Адаев, чуть позже к нему присоединилась и я, отказавшись от карьеры на ТВ в пользу семейного дела. Сначала это были IT-проекты (Елена и Филипп – основатели портала Банки.ру – ред.), потом решили попробовать свои силы в реальном бизнесе.

Завод в Калужской области под брендом «ПеноСтекло» мы приобрели на торгах летом 2022 года, когда предприятие, построенное при участии корпорации «Росnano» в 2013 году, было выставлено на продажу. Помимо желания попробовать свои силы в реальном секторе, подкупила сама идея инновационного производства, когда из заурядного стеклобоя рождается уникальный сверхлёгкий утеплитель. Завод построен с использованием немецких технологий и оснащён четырьмя линиями мощных газовых печей, что делает ICM Glass Калуга крупнейшим заводом по выпуску пеностекольного щебня не только в России, но и в Восточной Европе.

– Какие виды продукции сегодня производят предприятие? Каковы объемы производства?

– Мы специализируемся исключительно на пеностекольном щебне, который очень прост в эксплуатации и долговечен. Засыпал, разровнял, забыл на 100 лет. Не шутка! Завод способен производить до 200 000 кубов ежегодно при загрузке на полную мощность, что зависит как от заказов со стороны строительного сектора России, так и от наличия свободного стеклобоя на рынке. Его мы способны переработать до 25 000 тонн в год.

**«ИЗ ЗАУРЯДНОГО
СТЕКЛОБОЯ
РОЖДАЕТСЯ
УНИКАЛЬНЫЙ
СВЕРХЛЁГКИЙ
УТЕПЛИТЕЛЬ –
ПЕНОСТЕКЛО.
ЗАСЫПАЛ,
РАЗРОВНЯЛ, ЗАБЫЛ
НА 100 ЛЕТ».**

– Кто является основными клиентами завода? И насколько широка география поставок продукции предприятия?

– Наши основные клиенты – это строительные компании, государственные и частные. Генподрядчики, субподрядчики – все те, кто осуществляет строительство гражданских и промышленных объектов.

Что касается географии поставок, пеностекольный щебень знают и любят в Москве и Московской области, есть знаковые объекты с применением пеностекла в Петербурге, Казани и в других городах-миллионниках европейской части страны. Недавно осуществили поставку за Урал в Свердловскую область для строительства частного жилого дома.

В Калужской области нашу продукцию активно используют при реконструкции объектов социальной инфраструктуры – детские сады, дома культуры, спортивные школы. Утепляют чердачные перекрытия и укладывают на крыше. Ведь пеностекло – не только сверхлёгкий утеплитель, но и абсолютно негорючий материал, что в нынешних реалиях немаловажный фактор с точки зрения безопасности.

– Можете привести примеры наиболее известных, знаковых объектов, построенных с использованием продукции предприятия?

– Наша главная визитная карточка – парк Зарядье. Вся геопластика уникаль-





ного объекта у стен Кремля сделана с применением пеностекольного щебня, который залегает под землём пластами от 3 до 8 метров. Крыша концертного зала тоже утеплена калужским пеностеклом.

В стилобате у Храма Христа Спасителя использовался наш щебень. Крыша главного здания парка «Патриот» в Кубинке – объект, несомненно, знаковый.

В Петербурге мы «зашиты» в кровлю и стилобат клиники Военно-медицинской академии им. С. М. Кирова. Одна из «свечек» Лахта-центра была установлена с применением нашего пеностекольного щебня в стилобатной части.

В Казани мы «клежим» на кровлю главного здания IT-парка им. Башира Рамеева, наше пеностекло применялось при строительстве Татарского государственного академического театра им. Камала.

Есть объекты с использованием нашей продукцией и в Крыму. К примеру, винный парк «Мрия» – удивительное по своей красоте и архитектуре сооружение.

В Подмосковье и Новой Москве наш пеностекольный щебень активно применяют при строительстве современных жилых комплексов. Так, придомовые территории микрорайона Ватутинки, где разбиты парки и детские площадки поверх комплекса подземных гаражей, – наш многолетний и, несомненно, знаковый проект. Там мы использовали пеностекольный щебень марки «Цитадель», который является очень прочным и способен выдержать нагрузку до 80 тонн на квадратный метр.

– В прошлом году ICM Glass первым в России был включён в Реестр утилизаторов РФ. За счёт чего удалось добиться этого и какие преимущества это дает предприятию?

– Мы являемся одним из крупнейших утилизаторов отходов стекла в России и оказываем услуги по утилизации в течение многих лет, ещё до учреждения Реестра утилизаторов. Когда на законодательном уровне он был создан, то у нас, по сути, всё было уже готово к тому, чтобы пройти соответствующую аккредитацию. Мы, не откладывая в долгий ящик, подготовили и подали полный пакет документов, прошли

необходимые документальную и выездную проверки, по результатам чего получили подтверждение по допуску в Реестр утилизаторов. Факт вступления в Реестр – это подтверждение права возмездного оказания услуг утилизации для заинтересованных производителей стеклянной упаковки и импортёров изделий из стекла.

«СВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ МЫ ВНОСИМ СУЩЕСТВЕННЫЙ ВКЛАД В УЛУЧШЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ В РОССИИ. СТЕКЛОБОЙ БОЛЬШЕ НЕ ОСТАЁТСЯ В ЗЕМЛЕ, А ПЕРЕРАБАТЫВАЕТСЯ НАШИМ ЗАВОДОМ».

– Расскажите подробнее об экологической политике предприятия.

– Будучи одним из крупнейших утилизаторов стеклобоя в России, мы своей основной деятельностью вносим существенный вклад в улучшение экологической обстановки. Стекло, которое мы получаем с полигонов ТБО, больше не остаётся в земле, а перерабатывается нашим заводом, превращаясь в полезный продукт, который долго может служить людям в форме вспененного стекла.

И это полностью соответствует нашей собственной позиции. Мы с мужем традиционно чистим лес, к которому примыкает наш дом. Собираем стеклянную тару в мешки и привозим на завод сразу в переработку. Многие мои друзья и знакомые поступают теперь точно также, прознав про наше уникальное производство. Акция, которую я однажды придумала под лозунгом: «Сдай стекло – построй Россию!», постепенно становится народной.

– Какие инновации используются при производстве пеностекольного утеплителя и других продуктов?

– Инновации можно разделить на две основные части: технологические и управленические. Наш производственный комплекс проектировался и создавался лучшими европейскими специалистами по строительству заводов, производящих пеностекло. Соответ-



ственno, и установленное оборудование на заводе является одним из самых лучших в мире.

Если говорить об инновациях в управлении бизнесом, то в 2024 году предприятие стало участником федеральной программы «Производительность.рф», которая в первую очередь направлена на поиск зон для повышения эффективности и внедрение передовых практик управления. Внедрять новшества нам помогали профессионалы из Агентства развития бизнеса Калужской области.

– Отразилось ли на деятельности ICM Glass введение санкций в отношении РФ? Если да, то как решались эти проблемы?

– Сказать, что не отразилось, было бы неправдой. Несмотря на то, что сырьё и основные материалы, применяемые при производстве пеностекольного щебня, местные, есть ряд позиций, по которым мы по-прежнему зависим от импорта. Например, сетки из жаропрочной стали, которые используются в туннельных печах. Если раньше поставщиками были европейские компании, то сейчас китайские. То же самое и по ряду других запчастей и материалов для производственного процесса.

При этом мы, конечно же, нацелены на максимальное импортозамещение, и подавляющее большинство поставщиков у нас российские. Стеклобой исключительно отечественный. Его доля в общем объёме производства на единицу продукции, кстати, занимает 95-97%.

А если выходят из строя какие-то запчасти иностранного производства, то, как правило, находятся российские аналоги или импортёры, которые профессионально занимаются теми или иными позициями.

– Расскажите о команде завода, испытываете ли вы недостаток в кадрах, какие методы решения ситуации находите?

– Мы очень гордимся командой нашего завода и рабочими, многие из которых работают на предприятии по 5-10 лет. Это профессиональный слаженный коллектив, который нам удалось сохранить и усилить мощной командой управленцев, после того как предприятие перешло в нашу собственность. На позицию генерального директора мы пригласили Александра Клюева, чья основная миссия – управление бизнесом и работа с персоналом. С его приходом размеры вознаграждения и социальный пакет значительно выросли. Как результат, текучка кадров существенно уменьшилась.

Когда остро встал вопрос с поставками сырья, оборудования и логистикой, тоже нашли необычное решение – пригласили в команду нашего сына Данилу Ильина-Адаева. Он совместил в себе все

три направления и за счёт смелых, нестандартных решений сумел закрыть ряд проблем довольно оперативно. Опыта у парня не было, только диплом МГИМО и наработки в собственном частном бизнесе, которые как раз и пригодились. Мы поверили в него и дали шанс, прекрасно понимая, что подобных универсальных кадров на рынке просто нет, их надо возвращать самим, что мы как владельцы предприятия и делаем.

участие в бизнес-завтраках с губернатором Владиславом Шапшой, где обсуждаются текущие проблемы региона.

С 2024 года стали активно взаимодействовать с Агентством развития бизнеса Калужской области. Воспользовались консультационными услугами, выезжали с бизнес-миссиями предприятий Калужской области в другие регионы России, приняли участие в федеральной программе «Производительность.рф». К нам часто наведываются региональные СМИ, и всё это благодаря сотрудничеству с коллегами из Агентства развития бизнеса, а также поддержке властей Калужской области.

– Какие планы по развитию предприятия вы надеетесь реализовать в ближайшие годы?

– Мы купили предприятие, которому предыдущие собственники и менеджеры не уделяли должного внимания. Накопился очень большой технологический долг – оборудование своевременно не обслуживалось и не обновлялось. Поэтому наша основная задача – обеспечить бесперебойную работу завода. Да, со стороны это звучит не слишком амбициозно и «ярко», но такова жизнь. Для нас крайне важно, чтобы производство работало «24x7», без поломок, было максимально загружено и приносило прибыль не только акционерам, но и области в виде дополнительных налогов в местный бюджет. С последней задачей мы отчасти уже справились: 2024 год ICM Glass Калуга закончил с прибылью. Впервые в своей истории.

«ЗАВОД ICM GLASS СПОСОБЕН ПРОИЗВОДИТЬ ДО 200 000 КУБОВ ПЕНОСТЕКЛА ЕЖЕГОДНО ПРИ ЗАГРУЗКЕ НА ПОЛНУЮ МОЩНОСТЬ».

– Сотрудничаете ли вы с общественными организациями Калужской области?

– Наш завод давно является членом Торгово-промышленной палаты Калужской области. Мы регулярно принимаем



На любом предприятии, рассчитывающем на успех, прежде всего создаются условия для работы сотрудников. Компания АО «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» – яркий пример уникальной корпоративной культуры, основанной на уважении, открытости и поддержке в коллективе. Основная цель кадровой политики компании – создание комфортной рабочей среды, где каждый сотрудник может максимально раскрыться и реализовать свой потенциал. Помогают в этом программы постоянного обучения и повышения квалификации, предлагаемый социальный пакет, а главное – командная целеустремлённость в работе, ориентированная на получение высоких результатов.

Как приверженность к корпоративным ценностям помогает улучшить рабочие процессы и общую атмосферу, нам рассказала директор по персоналу компании АО «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» Ирина Беленкова.

– У вашего предприятия богатая история. Как вы считаете, когда был сделан самый важный шаг на пути к успеху?

– Сложно выделить один-единственный шаг. Наш успех – это результат последовательного развития.

«ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» с 1989 года специализируется на поставке опасных грузов и производит химическую продукцию для таких отраслей, как пищевая, химическая, лёгкая и целлюлозно-бумажная. В числе наших клиентов также горно-обогатительные комбинаты, предприятия энергетического и агропромышленного комплексов и многие другие.

В марте этого года у нас была запущена новая автоматизированная линия по производству средства «Кемипул», предназначенного для удаления взвешенных частиц в воде, – она используется для чистки бассейнов. Это позволило увеличить выпуск продукции до 10 000 тонн в год.

Собственный производственно-складской комплекс располагает мощностями для выпуска продукции до 30 000 тонн в

год, а также позволяет хранить и обрабатывать более 800 тонн химии.

Мы следим за трендами и инновационными подходами во всех аспектах бизнеса. Быстро тестируем и с удовольствием внедряем передовые практики.

– Как происходит отбор сотрудников для работы на предприятии? Какие критерии считаются самыми важными?

– Для соискателей в компании существует многоэтапный отбор. Это всесторонний анализ резюме, профессиональные тестирования, серия интервью с непосредственным руководителем и представителем HR-службы.

Что касается критериев, их несколько. Самое основное – это компетенции, т.е. наличие необходимого образования, опыта и знаний.

Однако нам также важно, чтобы человек разделял наши корпоративные ценности: ответственность, надёжность, командный дух и ориентацию на результат. Навыкам можно научить, а вот изменить ценности человека крайне сложно.

– Как происходит подготовка специалистов, повышение их квалификации?

– Должна сказать, что мы делаем ставку на непрерывное развитие – это крайне важно. Для этого в компании действует целостная система развития и обучения сотрудников. Речь идёт о программе повышения квалификации как для рабочих специальностей – за счёт кампаний в отраслевых учебных центрах, так и для офисных сотрудников, которые участвуют в вебинарах, отраслевых конференциях, проходят соответствующие курсы.

Кроме того, мы реализуем программы внутреннего кадрового резерва и лидерства для подготовки будущих руководителей из числа наших же сотрудников.

– Принимаете ли вы на практику студентов с целью их дальнейшего трудоустройства?

– Да, и мы считаем это стратегически важным направлением. Мы активно сотрудничаем с профильными учебными заведениями, организуем экскурсии на



предприятие, предоставляем места для производственной и преддипломной практики. Для нас это возможность вырастить свои кадры, обучить их с самого начала нашим стандартам и корпоративной культуре.

– В чём состоит социальная политика «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс»? Чем вы мотивируете ваших сотрудников?

– В нашей компании сотрудники чувствуют себя частью большого и дружного коллектива. Мы ценим не только профессиональные навыки, но и личность каждого, создаём людям условия для гармоничной работы и жизни.

Наша социальная политика построена на комплексном подходе к мотивации.

Это, естественно, материальная заинтересованность, которая базируется на конкурентной «белой» заработной плате с ежегодной индексацией и системе премирования по результатам работы.

Наш социальный пакет – это полноценный отпуск, оплата больничных листов, материальная помощь в различных жизненных ситуациях.

Есть и такая мотивация, как карьерные возможности сотрудников, признание заслуг – Доски почёта, награды «Лучший по профессии». И самое, на мой взгляд главное, это уверенность в завтрашнем дне благодаря стабильности компании.

– Как предприятие поддерживает корпоративный дух сотрудников: устраивают ли в этих целях общие мероприятия, тренинги?

– Корпоративный дух – это то, что нас объединяет. Мы понимаем, что баланс между трудом и отдыхом – залог продуктивности, поэтому создали насыщенную внебиржевую программу.

В первую очередь это спорт: сотрудники играют в волейбол и хоккей на площадке ЛК «Химик», тренируются в собственном тренажёрном зале, а летом выходят на теннисный корт. Коллег объединяет совместный активный отдых – проводятся сплавы по реке, командные квесты, тематические вечеринки и даже совместные кинопоказы. Комфортные условия труда и регулярные спортивные активности помогают сохранять энергию и поддерживать здоровье.

Также мы организуем командообразующие тренинги (тимбилдинги) для отдельных подразделений и проектных групп. Это не только сплачивает коллектив, но и улучшает коммуникацию между отделами.

– В последние годы многие предприятия столкнулись с нехваткой рабочих кадров. Актуальна ли для вас эта проблема?

– Безусловно, мы ощущаем подобные тенденции, характерные для всего рынка, но благодаря продуманной кадровой политике нам удается нивелировать эти риски. Репутация надёжного работодателя,



акцент на безопасности труда и комплексный социальный пакет – всё это привлекает к нам сотрудников. Кроме того, мы не просто ищем готовых специалистов, мы активно инвестируем в подготовку и обучение собственных кадров, закрывая даже самые сложные вакансии.

– Что вы посоветуете соискателям, желающим вливаться в вашу команду?

– Быть профессионалом в своём деле. Искренне интересоваться нашей компанией, внимательно изучить информацию о ней на сайте и в открытых источниках. Для нас важна не только квалификация, но и личные качества: ответственность, честность, готовность работать в команде и учиться новому. Будьте готовы продемонстрировать на собеседовании не только свои успехи, но и то, как вы разделяете наши ценности.

– По версии hh.ru, АО «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» входит в топ-100 в рейтинге «Лучших работодателей России». Чувствуете в этом свою заслугу?

– Это заслуга всей нашей команды. Рейтинг hh.ru – это объективное отражение мнения наших же сотрудников и соискателей. Моя задача и задача моего отдела – выстраивать такую HR-систему, которая бы транслировала заботу и инвестиции собственников и руководства компании в людей. Мы создаём условия, а



высокую оценку дают сотрудники. Поэтому я горжусь тем, что мы смогли создать такую среду, где люди ценят своего работодателя и не боятся заявить об этом.

– Расскажите о дальнейших планах предприятия. Ожидается ли расширение производства, штата сотрудников?

– Компания продолжает курс на развитие и повышение эффективности. У нас есть амбициозные планы по расширению географии перевозок и внедрению новых продуктов. Естественно, это повлечёт за собой развитие команды. Мы планируем как увеличение штата по ключевым операционным направлениям – это водители, логисты, инженеры, так и развитие внутренних талантов с помощью программ переобучения и повышения квалификации.

– Звучит как «много работы». Поддерживает ли вас семья, разделяет ваши заботы?

– Да, моя семья – это главный источник сил и вдохновения. Без поддержки и понимания справляться с нагрузкой было бы гораздо сложнее. Эта поддержка для меня очень много значит.

– При такой ответственной должности остаётся ли у вас личное время? Есть ли какие-то хобби, увлечения?

– Я уверена, что для эффективной работы необходимо уметь переключаться и восстанавливаться. Поэтому я сознательно выделяю время на себя и свои увлечения. Изучаю китайский язык, стараюсь регулярно заниматься спортом: хожу в тренажёрный зал, занимаюсь теннисом и йогой. Это помогает держать себя в тонусе. Люблю читать и путешествовать с семьёй. Люблю парусные регаты.

Вообще, я считаю, что хобби – это не роскошь, а необходимость для поддержания баланса и предотвращения профессионального выгорания.

Беседовал Вячеслав Колесников

Внешнеэкономическая деятельность

Расширяйте границы бизнеса



[Подробнее об условиях
и адресах ближайших
офисов](#)



¹ Для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, открывающих счёт впервые в рублях РФ по тарифу РКО «ФОРА-СТАРТ», подробнее о тарифе www.forabank.ru

² Услуга валютного контроля оказывается банком безвозмездно для клиентов, осуществляющих обслуживание согласно установленным тарифам РКО, предназначенным для ведения внешнеэкономической деятельности.

³ ₪ – индийская рупия, С – таджикский сомони, ₩ – китайский юань, ₣ – армянский драм, Br – белорусский рубль, ₸ – казахстанский тенге, ₧ – турецкая лира, ₮ – киргизский сом, ₧ – тайский бат, ₪ – азербайджанский манат, ₽ – российский рубль, € – евро, \$ – доллар США, ₩ – дирхам ОАЭ.

Реклама АКБ «ФОРА-БАНК» (АО). Генеральная лицензия ЦБ РФ №1885 от 03.12.2014



ФОРАБАНК

8 (800) 100 98 89
www.forabank.ru

РЕГИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ СТАНЦИЙ ТЕХОБСЛУЖИВАНИЯ



WWW.RASTO.NET
VK.COM/RASTORF



НЕЗАВИСИМЫЕ АВТОСЕРВИСЫ

*Объединяемся для решения задач,
достижения общих целей
и обмена опытом*



Libertad

ТОРГОВЫЙ ДОМ
ШОКОЛАДА



WWW.DOMCHOCO.RU

На правах рекламы

Московская область, г. Химки,
микрорайон Клязьма-Старбеево,
квартал Вашутино, вл. 29А

+7 (495) 575-34-00
+ 8 (916) 987-20-75

Реклама. Рекламодатель ООО «Торговый Дом Шоколада» ИНН 5047189826. Erid: 2VSb5xZna9f