

15/45 Июнь 2019



With the
support of the
CCI of Russia

www.tpprf.ru •

Business DIALOG Media

RBC

Russian Business Guide

**АЛЕКСАНДР СУББОТИН:
"ЗАЛОГ УСПЕХА –
В СОГЛАСОВАННОСТИ
ДЕЙСТВИЙ"**

**КАЧЕСТВО БЕЗ
КОМПРОМИССОВ**

**"АМКОДОР":
НАДЕЖНЫЕ МАШИНЫ
ИЗ БЕЛАРУСИ**

ТУРИЗМ

**РОССИЯ-
БЕЛОРУССИЯ**



ФАИК БАБАНЛЫ:

"ЛИЧНОСТЬ - ЭТО ТОТ, КОГО ЗНАЕТ МИР"

ХІ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ІТ-ФОРУМ С УЧАСТИЕМ СТРАН БРИКС И ШОС



Одно из крупнейших международных
событий ІТ-отрасли в России.
Обсуждение инновационных цифровых
технологий и новейших мировых тенденций.
Анализ перспектив и международного опыта
цифровизации экономики.

10-11
ИЮНЯ 2019

КЛЮЧЕВАЯ ТЕМА:
**ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ИМПУЛЬС
К РАЗВИТИЮ СОТРУДНИЧЕСТВА СТРАН
БРИКС И ШОС**

45 СТРАН
УЧАСТНИЦ



ОРГАНИЗАТОР
ПРАВИТЕЛЬСТВО
ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО
АВТОНОМНОГО
ОКРУГА - ЮГРЫ



ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ПАРТНЕРЫ



ПАРТНЕРЫ



ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ



itforum.admhmao.ru
г. Ханты-Мансийск

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

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

16+

Учредитель и издатель:

ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

при поддержке ТПП РФ

Редакционная группа:

Максим Фатеев, Вадим Винокуров,

Наталья Чернышова

Главный редактор:

Мария Сергеевна Суворовская

Редактор номера:

Анжелика Викторовна Неделько

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Владимировна Длугач

Дизайн/верстка: **Александр Лобов**

Корректор: **Мария Башкирова**

Перевод: **Григорий Россыйкин**

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

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

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА»,

публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не

обязательно должно совпадать с мнением редакции.

Перепечатка материалов и их использование в любой

форме допускается только с разрешения редакции

издания «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Адрес редакции: **143966,**

Московская область,

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

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

тел.: +7 (495) 730 55 50 доб. 5700

Издатель: **ООО «Бизнес-Диалог Медиа».**

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в

сфере связи, информационных технологий и массовых

коммуникаций. Свидетельство о регистрации

средства массовой информации ПИ №ФС77-65967 от

6 июня 2016.

Russian Business Guide № 45

Подписано в печать 06.06.2019 г.

Тираж: **30000**

Цена свободная.

Использованы фотографии: <https://ru.depositphotos.com>

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

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

16+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

with the support of the CCI of Russia

Editing Group: **Maxim Fateev,**

Vadim Vinokurov, Natalia Chernyshova

The editor-in-chief: **Maria Sergeevna Suvorovskaya**

Managing Editor: **Anzhelika Viktorovna Nedelko**

Deputy Marketing Director: **Irina Vladimirovna Dlugach**

Designer: **Alexandr Lobov**

Proofreader: **Maria Bashkirova**

Translation: **Grigoriy Rossyaykin**

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektrozavodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does not

necessarily coincide with the editorial opinion. Reprinting

of materials and their use in any form is allowed only with

the permission of the editorial office of the publication

Business-Dialog Media.

Materials are not reviewed and returned.

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

the Moscow region, 143966

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

tel.: +7 (495) 730 55 50 доб. 5700

Publisher: Business-Dialog Media LLC

Registered by the Federal Service for Supervision of

Communications, Information Technology, and Mass

Media. The mass media registration certificate PI # FS77-

65967

from June 6, 2016.

Russian Business Guide № 45

Passed for printing on 06.06.2019 г.

Edition: **30000 copies**

Open price

Photos used: <https://ru.depositphotos.com>

ОФИЦИАЛЬНО OFFICIALLY

2

АЛЕКСАНДР СУББОТИН: «ЗАЛОГ УСПЕХА – В СОГЛАСОВАННОСТИ ДЕЙСТВИЙ»
ALEXANDER SUBBOTIN: «THE KEY TO SUCCESS – IN COORDINATED ACTIONS»

8

НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ ТОРГОВЫХ ПУТЕЙ
AT THE INTERSECTION OF TRADE ROUTES

ЛИДЕРЫ ОТРАСЛИ INDUSTRY LEADERS

12

КАЧЕСТВО БЕЗ КОМПРОМИССОВ
QUALITY WITH NO COMPROMISE

16

ФОРМУЛА ОТВЕТСТВЕННОСТИ
RESPONSIBILITY FORMULA

МЕХАНИКА БИЗНЕСА BUSINESS MECHANICS

20

«АМКОДОР»: НАДЕЖНЫЕ МАШИНЫ ИЗ БЕЛАРУСИ
AMKODOR - THE RELIABLE MACHINES FROM BELARUS

24

ТОРГОВЫЙ ДОМ «БЕЛАЗ»: СОХРАНЯЯ ТРАДИЦИИ, СТРЕМИМСЯ К СОВЕРШЕНСТВУ
TRADING HOUSE "BELAZ": KEEPING UP THE TRADITIONS TO BE THE BEST

АКТУАЛЬНО TOPICAL NEWS

29

РОССИЙСКИЕ ГОРОДА ВОЗГЛАВИЛИ СПИСОК САМЫХ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ В МИРЕ
RUSSIAN SETTLEMENTS HEADED THE LIST OF THE MOST EXTREMAL HUMAN SETTLEMENTS IN THE WORLD

ИНДЕКС УСПЕХА SUCCESS INDEX

30

ФАИК БАБАНЛЫ: «ЛИЧНОСТЬ – ЭТО ТОТ, КОГО ЗНАЕТ МИР»
FAIQ BABANLI: "PERSONALITY IS THE ONE WHO IS KNOWN TO THE WORLD"

36

STARLINER: КАК СДЕЛАТЬ ТРЕВЕЛ ЭФФЕКТИВНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ БИЗНЕСА?
STARLINER: HOW TO MAKE TRAVEL AN EFFECTIVE BUSINESS INSTRUMENT?

ПОДАРИ СЕБЕ ОТДЫХ GIVE YOURSELF A REST

40

«МАИСТРА» – ВЕТЕР, НЕСУЩИЙ К МЧЕТЕ
"MAISTRA" – THE WIND BRINGING YOU TO THE DREAM

46

ПО-КИТАЙСКИ... ТОРГОВАТЬ! ИЛИ ТРЕНДЫ РИТЕЙЛА
CHINESE... TRADE! OR ABOUT RETAIL TRENDS



Александр Субботин: «ЗАЛОГ УСПЕХА – В СОГЛАСОВАННОСТИ ДЕЙСТВИЙ»

В сегодняшних экономических реалиях невозможно обойтись без скоординированных, согласованных действий, выработанных совместных правил сотрудничества и механизмов взаимодействия. Большая роль в интеграционном процессе отводится Евразийскому экономическому союзу, именно он призван решать вопросы единой экономической политики во всех сферах экономики государств-членов ЕАЭС в едином экономическом пространстве. О том, как обстоят дела, каких успехов удалось достигнуть, что происходит в ключевых отраслях экономики в рамках Союза, мы попросили рассказать Александра Субботина, члена Коллегии (министра) Евразийской экономической комиссии по промышленности и агропромышленному комплексу.

– Александр Михайлович, какое место занимает сельскохозяйственное машиностроение в деятельности Евразийского экономического союза?

– Сельскохозяйственное машиностроение является приоритетным в экономической деятельности стран Евразийского экономического союза, исходя из основных направлений промышленного сотрудничества в рамках Союза, принятыми решением Евразийского межправительственного совета.

В прошлом году подготовили и приняли на коллегии ЕЭК подробный доклад о состоянии рынка сельхозтехники в странах ЕАЭС, в рамках которого также был проведен мониторинг реализации странами Союза мер по развитию промышленного сотрудничества в сфере сельхозмашиностроения.

В настоящее время Республика Беларусь является основным поставщиком сельскохозяйственной техники в страны ЕАЭС, на долю которой приходится более 70% взаимных поставок в страны Союза, из них около половины – это тракторная техника.

– Да, трактор «Беларусь» исторически считался легендарной машиной, работавшей на всех полях Советского Союза. Как сегодня развивается белорусский автопром и нуждаются ли в технике Беларуси страны-члены ЕАЭС?

– Безусловно, нуждаются. Производители сельхозтехники Республики Беларусь и сейчас активно развивают сборочные производства на территории стран ЕАЭС. Приведу примеры сотрудничества.

Так, ОАО «Минский тракторный завод» имеет несколько крупных сборочных предприятий на территории России: Торговый дом «МТЗ-ЕЛАЗ», ОАО «Бузулукский механический завод», ОАО «Череповецкий литейно-механический завод».

По итогам 2018 года сборка МТЗ составила около 30% российского производства сельхозтракторов.

Удачным примером сотрудничества является совместное российско-белорусское предприятие ЗАО СП «Брянсксельмаш», учредителем которого от Республики Беларусь

является ОАО «Гомсельмаш». ЗАО СП «Брянсксельмаш» имеет обширную товаропроводящую сеть – более 60 дилерских центров на территории России.

Основные виды деятельности предприятия – производство и реализация зерноуборочных комбайнов, кормоуборочных комбайнов, запасных частей к ним, а также гарантийное и сервисное обслуживание, ремонт комбайнов.

С 2007 года осуществляется кооперационное сотрудничество белорусского ОАО «Гомсельмаш» и казахстанского АО «АгромашХолдинг».

В рамках проекта на мощностях АО «АгромашХолдинг» производятся зерноуборочные комбайны, созданные на базе белорусской линейки «ПАЛЕССЕ».

По итогам 2018 года производство тракторной техники в Республике Беларусь выросло на 6,9%. Поставки в третьи страны в денежном выражении выросли на 17,8%, а взаимные поставки в страны ЕАЭС – на 35,1%.

Такие результаты достигнуты благодаря принятым на государственном уровне отраслевым системным мерам.

Принимаемые меры позволяют производить в Республике Беларусь надежную, конкурентоспособную и востребованную как в странах ЕАЭС, так на внешних рынках сельскохозяйственную технику.

– Один из недавних документов Евразийской экономической комиссии – рекомендация по развитию сотрудничества стран Союза в овощеводстве. Какие точки соприкосновения сегодня в отрасли сельского хозяйства?

– Да, коллегией комиссии странам Союза предложен перечень мер по развитию овощеводства. Это стало результатом изучения развития отрасли за последние пять лет, а также консультаций представителей уполномоченных органов, научных организаций и бизнес-сообщества государств-членов.

Наш анализ показал, что отрасль динамично развивается – рост производства овощей в рамках Союза составил 13% в течение 2013-2017 гг., в том числе овощей защищенного грунта – 49%.

К сожалению, к числу факторов, сдерживающих развитие овощеводства, можно отнести высокий удельный вес импортной составляющей в основных звеньях технологического процесса – до 70% по семенам овощных культур, до 50% – по средствам защиты растений, ввоз из третьих стран конструкций и оборудования для защищенного грунта. Но мощности действующих овощехранилищ и производство овощей защищенного грунта недостаточны, а это приводит к многократному увеличению импорта овощей в межсезонный период. Так, по нашим оценкам импортируется около 26% потребляемых в Союзе товарных томатов.

Для обеспечения устойчивого развития отрасли и наращивания объемов взаим-

ной торговли овощами в рамках Союза ЕЭК предлагает укреплять межгосударственное сотрудничество в сферах селекции и семеноводства овощных культур, биологических и химических средств защиты растений, тепличных конструкций и другого оборудования для защищенного грунта. Кроме этого, необходимо способствовать развитию органического овощеводства и общей евразийской сети оптово-распределительных центров.

– Векание сегодняшнего времени – стремление к развитию экологически чистого вида транспорта. Стало известно, что Беларусь и Россия приступили к практической реализации плана стимулирования и развития электромобилей на 2018-2020 годы в странах Союза. Разработана ли уже дорожная карта по реализации этого плана, и находит ли проект поддержку у глав государств?

– Да, получается так, что принятый нами «План мероприятий по обеспечению стимулирования производства и использования колесных транспортных средств с электрическими двигателями в государствах-членах Евразийского экономического союза на 2018-2020 годы» сам является единой дорожной картой в данной сфере во всех странах Союза.

А государства-члены Союза и Евразийская экономическая комиссия для более четкой и скоординированной работы разрабатывают свои оперативные дорожные карты по реализации плана.

В частности, мы в комиссии разрабатывали и утвердили свою внутреннюю дорожную карту с обозначенными сроками по исполнению плана.

В Беларуси такой дорожной картой можно считать Указ Президента Республики Беларусь от 10 июля 2018 года №273 «О стимулировании использования электромобилей» и вышедшие в рамках его исполнения постановления правительства от 9 октября 2018 г. №726 и от 10 октября 2018 г. №731.

Наши белорусские коллеги делают упор на создание разветвленной сети для зарядки электротранспорта. Исходя из принятых решений, в утвержденной программе создания государственной зарядной сети для зарядки электромобилей предусмотрено строительство на первом этапе (до конца 2021 года) 431 электрозаправочной станции в дополнение к 45 уже имеющимся в стране. А импортеры заправочных станций до конца 2020 года освобождаются от уплаты НДС.

В Республике Казахстан Министерством индустрии и инфраструктурного развития также разработана и принята соответствующая дорожная карта.

В России согласованная межведомственная дорожная карта в настоящее время находится на утверждении в Правительстве Российской Федерации.

Кроме того, рабочая группа по совершенствованию законодательства Национальной технологической инициативы (НТИ) «Авто-нет» одобрила ряд изменений в «План мероприятий (дорожную карту) по совершенствованию законодательства и устранению административных барьеров в целях обеспечения реализации национальной технологической инициативы по направлению «Авто-нет», утвержденный распоряжением Правительства Российской Федерации.

Предложения для включения в «Дорожную карту», подготовленные с участием ФГУП «НАМИ», Фонда «Сколково», ассоциации «Росспецмаш» и других организаций, включают в себя освобождение владельцев электромобилей от уплаты транспортного налога, право пользования бесплатными парковочными местами, оснащенными зарядными устройствами, льготного проезда по платным автодорогам и возможности передвижения по полосам для общественного транспорта.

Среди мер, направленных на развитие объектов зарядной инфраструктуры: оснащение 10% российских стоянок зарядными станциями и снятие ограничений по раз-

ВЕКАНИЕ СЕГОДНЯШНЕГО ВРЕМЕНИ – СТРЕМЛЕНИЕ К РАЗВИТИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОГО ВИДА ТРАНСПОРТА

мещению «автозарядок» рядом с железнодорожными станциями, а также уточнение нормативного регулирования продажи электроэнергии.

В закупках транспорта для государственных и муниципальных нужд предлагается закрепить обязательство по покупке электромобилей на уровне не менее 20%, если приобретается более пяти машин. К концу 2020 года предполагается выдача электромобилям номерных знаков зеленого цвета.

Планируется, что после согласования с заинтересованными ведомствами эти предложения будут внесены в Правительство РФ, которое своим распоряжением введет их в действие.

К тому же план по стимулированию развития электротранспорта на 2018-2020 годы и дорожные карты по его реализации принимаются на уровне премьер-министров, председателей правительств стран Союза.

– Без международной экономической интеграции в сегодняшней экономике трудно обойтись. Расскажите о взаимо-

действии и сотрудничестве с партнерами из других стран.

– После проведенного анализа нами признано, что одним из перспективных направлений развития отрасли является организация поставок отечественных комплектующих для производств зарубежной сельхозтехники на территориях стран Союза.

Для этого в 2017 году был заключен Меморандум о сотрудничестве между ЕЭК и Ассоциацией производителей сельхозтехники Германии, входящей в Союз машиностроителей Германии (VDMA).

При координации комиссии выстраиваются кооперационные цепочки национальных производителей с зарубежными партнерами, создаются новые производства сельхозтехники.

Подтверждением этому – открытие в г. Чаплыгин (Липецкая область) завода компании HORSCH (Германия) по производству посевной и почвообрабатывающей техники, запуск строительства в Воронежской области завода по производству сельхозтехники компанией «КУН» (Франция).

Одним из наиболее перспективных направлений, на наш взгляд, является реализуемый ЕЭК совместно с компанией John Deere пилотный проект по организации поставок комплектующих, производимых в странах ЕАЭС, на конвейер John Deere. Экспертами John Deere уже проведен аудит технологического уровня 13 белорусских машиностроительных предприятий, а его результаты показали, что около половины компаний соответствуют требованиям по технологиям и качеству этой компании.

Сейчас ведется работа в формате B2B по включению данных предприятий в глобальный перечень Поставщиков, комплектующих John Deere.

– Крупный немецкий производитель сельскохозяйственной техники CLAAS расширяет линейку поставок комплектующих. Насколько это актуально для сотрудничества по линии Союза?

– Да, мы начали этот проект, пока он находится в стадии проработки экспертами, но уже сейчас мы готовы предоставить нашим зарубежным партнерам детальную информацию о 27 белорусских и казахстанских предприятиях, заинтересованных в сотрудничестве с этой компанией.

– Исходя из данных статистики, наблюдается тенденция снижения производства зерноуборочных и комбайнов. Почему так происходит?

– Да, к сожалению, цифры подтверждают это. По итогам 2018 года объем поставок на рынок Российской Федерации самоходных комбайнов снизился на 16,6% по сравнению с 2017 годом.

По мнению экспертов, снижение отгрузок техники обусловлено низким уровнем цен на

сельхозпродукцию на внутреннем рынке и сокращением доходов сельхозпроизводителей.

– Как ЕЭК может способствовать улучшению ситуации в интеграционном механизме?

– Приняты меры по развитию отрасли, обеспечивающие равные условия доступа производителей сельхозтехники на рынки государств-членов, поддержку производителей сельхозтехники и повышение их конкурентоспособности, а также совместный выход производителей государств Союза на рынки третьих стран, стимулирование спроса на сельхозтехнику.

Эти подходы закреплены в шести нормативных актах Союза, три из них приняты на уровне премьер-министров стран ЕАЭС.

В Российской Федерации одним из наиболее действенных механизмов поддержки производителей сельхозтехники является федеральная программа, утвержденная Постановлением Правительства №1432, в рамках которой с целью повышения доступности сельскохозяйственной техники производителям, реализующим такую технику со скидкой, предоставляются субсидии из федерального бюджета в размере до 25%. Суммарный объем субсидий на 2019 год составит 8 млрд руб.

Отмечу также, что, несмотря на снижение объемов выпуска зерноуборочных комбайнов в Российской Федерации, поставки их в третьи страны выросли почти на 30%.

Продвижение сельхозтехники на рынки третьих стран – одно из ключевых направлений развития отрасли, за счет которого расширяется потенциал внутреннего рынка и формируется растущий спрос на инвестиционные конкурентоспособные товары, повышается их качество до уровня лучших мировых аналогов.

Выработаны общие подходы по координации деятельности национальных экспортно-кредитных агентств по развитию перестрахования экспортных рисков при реализации совместных проектов и подписан Меморандум о их сотрудничестве.

Уверен, что совместными усилиями ЕЭК и стран ЕАЭС будет обеспечен рост спроса, а также необходимый уровень качества и конкурентоспособности производимой в странах Союза сельхозтехники.

– Какие еще меры предусмотрены для стимулирования взаимной торговли стран Союза в агропромышленном комплексе?

– С момента создания Союза совокупный объем взаимной торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием в 2018 году достиг 8,7 млрд долл. США.

Это свидетельствует о положительном эффекте совместных мер по реализации агропромышленной политики Союза и государств-членов.

На основе единой методологической



базы мы ежегодно формируем евразийские прогнозные балансы спроса и предложения по основным видам сельскохозяйственной продукции и продовольствия, таким как зерно, мясо, молоко, сахар, растительные масла, овощи, фрукты и другие.

Несмотря на то, что сегодня в рамках Союза созданы условия для свободного движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, на практике такое свободное движение не всегда возможно. Препятствия и барьеры в торговле связаны, как правило, с большим числом разрешительных документов при поставках некоторых товаров, а также с правом сторон вводить в одностороннем порядке специальные экономические меры.

Поэтому мы совместно с государствами-членами Союза активно работаем над совершенствованием нормативной базы во всех сферах.

Формирование единого рынка семян будет способствовать снижению финансовой и временной нагрузки на бизнес при взаимных поставках, наращиванию объемов взаимной торговли и снижению зависимости от импортного посевного материала. Это позволит хозяйствующим субъектам ежегодно экономить в целом по Союзу порядка 1-1,5 млн долл. США и сократить сроки межгосударственной поставки партий семян.

Кроме того, проектом соответствующего соглашения мы предусмотрели подходы к унификации проведения селекционно-племенной работы с сельскохозяйственными животными. Реализация положений этого документа также будет способствовать развитию взаимной торговли наших стран за счет снятия существующих ограничений. Ежегодный общий экономический эффект по Союзу может составить около 1,3 млрд долл. США.

– Ваши прогнозы на текущий год по развитию сотрудничества в сфере АПК среди стран ЕАЭС?

– На сегодняшний день мы можем судить об эффективности взаимодействия наших стран по положительным результатам развития агропромышленного производства и торговли продукцией АПК в Союзе.

За 2016-2018 годы в целом по Союзу сельхозпроизводство приросло на 6,7%. Производство зерна увеличилось на 7%, молока – на 1,5%, скота и птицы в убойном весе – на 11%. Общий рынок насыщен собственным

зерном, растительным маслом, сахаром, куриным яйцом. За последние три года отрицательное сальдо внешней торговли по продукции АПК сократилось на 7,4 млрд долл. США или в 2,4 раза. Взаимная торговля в 2018 году достигла 8,7 млрд долл. США.

В текущем году мы продолжим совместно с государствами-членами системную работу по реализации семи основных направлений согласованной агропромышленной политики, а также отдельное внимание уделим развитию перспективных направлений сотрудничества в АПК.

В 2019 году в интеграционную повестку вошли вопросы выстраивания механизмов взаимодействия по чувствительным сельскохозяйственным товарам. Перечень этих товаров определен сторонами, по каждому из них проводятся консультации представителей государств-членов и бизнес-сообществ, на их основе разрабатываются предложения по устойчивому развитию производства и повышению конкурентоспособности.

В 2018-2019 годах приняты рекомендации Комиссии по развитию сотрудничества стран Союза в сфере производства масличных культур и масложировой продукции, продукции птицеводства, мяса крупного рогатого скота, овощеводства и плодоводства. В ближайшее время будут приняты рекомендации по выработке совместных мер в области производства свинины и молочной продукции. (внесены на Коллегию ЕЭК на 2 июля 2019 г.).

Продолжается работа по развитию сотрудничества государств-членов Союза в научно-инновационной сфере.

Среди перспективных «треков» – взаимодействие по формированию общих подходов к комплексному развитию аквакультуры и Евразийской сети оптово-распределительных центров, выработка согласованной политики по обеспечению продовольственной безопасности Союза, а также определение подходов по созданию общего рынка органической продукции.

Вся экономическая политика ЕАЭС направлена на повышение конкурентоспособности национальных экономик и повышение жизненного уровня населения государств-членов единого экономического пространства.

Татьяна Чемоданова

Present-day economic reality is impossible without the coordinated actions, the developed rules of cooperation and the mechanisms of interaction. The large role in integration process is assigned to the Eurasian Economic Union, it is designed to resolve issues of uniform economic policy in all spheres of economy of the member countries of EEU in a common economic space. We asked Alexander Subbotin, Board member (Minister) on industry and agriculture of the Eurasian Economic Commission, to give us interview on the events of the key industries of economy within the Union, the success achieved and the situation on the whole.



Alexander Subbotin: "THE KEY TO SUCCESS – in coordinated actions"

- Alexander Mikhaylovich, what place the agricultural mechanical engineering takes in the activity of the Eurasian Economic Union?

The agricultural engineering is a priority in the economic activity of the Eurasian Economic Union countries, on the basis of the Principal areas of the Industrial Cooperation within the Union, taken by the decision of Eurasian Intergovernmental Council.

The detailed report on the agricultural machinery market in the countries of EEAS was prepared and adopted by the ECE Board last year, within which the monitoring of the implementation by the countries of the Union of measures for industrial cooperation development in the agricultural machinery sector had been taken.

The Republic of Belarus nowadays is the main supplier of agricultural machinery to the EEU countries the share of which is more than 70% of mutual deliveries to the Union countries, about a half of which is tractor technics.

- Yes, the tractor "Belarus" was historically considered as the legendary machine that works at all fields of the Soviet Union. What can you say about the development of the Belarusian auto industry nowadays?

Whether the member countries of EEU need the equipment of Belarus?

Certainly, they need. Producers of agricultural machinery of the Republic of Belarus actively develop assembly productions on the territory of EEU countries. I will give the examples of such cooperation.

Thus, Minsk Tractor Plant JSC has several large assembly enterprises in the territory of Russia: "MTZ-ELAZ" tradinghouse, "Buzuluk Mechanical Plant" JSC, "Cherepovets Casting & Mechanical Plant" JSC.

According to the results of 2018 the assembly of MTZ made about 30% of agricultural tractors production of Russia.

Here we can mention such successful projects of integration of Russia and Belarus as CJSC Joint Venture «Bryanskselmash», that was founded from the part of The Republic of Belarus by OJSC «Gomselmash», and also the guarantee and service maintenance and the harvester maintenance. Joint-Stock Company «Bryanskselmash» has more than 60 dealer centers on the Russian Federation territory.

The company profile - production and sale of seed drilling machines, grain harvesters, service parts for them, as well as warranty and service maintenance of the combine harvesters.

Since 2007 cooperation of the Belarusian OJSC «Gomselmash» and Kazakhstan «AgromashHolding» JSC is carried out.

Within the project the combine harvesters on the basis of the Belarusian complex «PALESSE» were created at the capacities of «AgromashHolding».

Following the results of 2018 production of the tractor equipment in Republic of Belarus grew by 6.9%. Deliveries to the third countries in terms of money grew – by 17.8% and mutual deliveries to the EEU countries – for 35.1%.

Such results are achieved thanks to the branch system measures taken at the state level.

The taken measures allow to manufacture in the Republic of Belarus reliable, competitive agricultural machinery, demanded as in the EEU countries, so on foreign markets.

- The recommendation on cooperation of the Union countries on horticulture development is one of the recent documents of the Eurasian economic commission. What is common ground in the agricultural branch today?

Yes, the Board of the Commission offered the Union countries the program on Horticulture Development. It became the result of studying of development of the

industry for the last five years and served as an advice for representatives of the authorized bodies, the scientific organizations and the business community of the member countries.

Our analysis has shown that the industry dynamically develops – increase in horticulture production within the Union made 13% during 2013-2017, including the vegetables of the protected ground – 49%.

Unfortunately, among the factors that hinder the horticulture development, we can mention high shares of the import content of the basic links of the technological process – up to 70% on vegetable seeds, up to 50% – on means of protection of plants, import from the third countries of the constructions and the equipment for the protected ground. But the capacities of the operating vegetable storage and production of the protected ground vegetables are insufficient and it brings to the multifold increase of import of the vegetables in the interseasonal period.

So, by our estimates about 26% of the commodity tomatoes consumed in the Union are imported.

For ensuring sustainable development of the industry and accumulation of the mutual trade volumes of in vegetables within the Union, ECE suggests to strengthen interstate cooperation in spheres of selection and seed farming of vegetable cultures, biological and chemical means of protection of plants, greenhouse production and the production of other equipment for the protected ground. Besides it is necessary to contribute to the organic horticulture development and the development of the general Eurasian network of wholesale distribution centers.

- Aspiration to the ecological transport production is a trend nowadays.

It was announced that Belarus and Russian moved to implement plans for 2018-2020 of stimulation and development of electric-powered cars in the Union countries. Do you have any "road map" on these plans implementation and do the head of the countries support the project?

-Yes, the taken "Plan to promote the production and use of wheeled vehicles with electric engines in the member states of the Eurasian Economic Union for 2018-2020" is the "road map" itself in the sphere in all the countries of the Union.

As for the member States of the Union and Eurasian Economic Commission – to make the process closely coordinated they develop their own operative "road maps" on the plan implementation.

In particular, we in the Commission developed and approved internal «road map» with the specified time frames on execution of the Plan.

In Belarus the Decree of the President of Republic of Belarus No. 273 of July 10, 2018 « On Stimulating the Use of Electric Vehicles » and the government regulations appeared

within its execution on the government resolutions No. 726 of October 9, 2018 and No. 731 of October 10, 2018 can be considered as such «road map».

Our Belarusian colleagues focus on creation of an extensive network for electric transport charging. From decisions taken, within the Program of creation of the state charging network, 431 electric charging stations are planned to be built (by the end of 2021) plus to the 45 ones, already existing in the country. As for the importers of the charging stations, they are exempted from VAT till the end of 2020.

The Ministry of Industry and Infrastructure Development of the Republic of Kazakhstan also developed and accepted the «road map».

As for Russia, the agreed interdepartmental «road map» is pending approval in the Government of the Russian Federation now.

Besides, the working group on improvement of the legislation of the National Technological Initiative (NTI) of Avtonet approved a number of changes to the «road map on improvement of the legislation and elimination of administrative barriers to ensure the implementation of the national technological policy in the field of the motor transport – Avtonet» approved by a federal Government order.

ASPIRATION TO THE ECOLOGICAL TRANSPORT PRODUCTION IS A TREND NOWADAYS

The offers for inclusion in «Road map» prepared with participation of Federal State Unitary Enterprise NAMI, Skolkovo Foundation, Rosspetsmash association and other organizations include dispense of the electric vehicle owners from paying the road-traffic tax, the right to use free parking equipped with chargers, travel privilege on toll roads and mobility on lanes for public transport.

Among the measures aimed at the development of objects of charging infrastructure: equipment of 10% of the Russian parkings with charging stations, lifting the restrictions on stationing of "autochargers" near the railway stations and a regulatory clarification of electricity sale.

For the state and municipal needs it is offered to fix the obligation for purchase of electric vehicles at the level of not less than 20% in purchases of transport if more than five automobiles are bought. By the end of 2020 issue of the green colored licence-plates to electric vehicles is supposed.

It is planned that after coordination with the interested departments these offers will

be made in the Government of the Russian Federation which will put them into operation by the order.

Besides, the Plan for stimulation of the electric transport development for 2018 - 2020 and «road maps» on its realization are accepted at the level of prime ministers, chairmen of the governments of the Union countries.

- In present day economy it is difficult to do without the international economic integration. Tell us about interaction and cooperation with partners from other countries.

- Once the proposal had been analyzed it was recognized that one of the perspective directions of the industry development is the organization of deliveries of the native spare parts for foreign agricultural machinery production on the territories of the Union countries.

For this purpose in 2017 the Memorandum of cooperation was concluded between ECE and German Association of Agricultural Machinery Manufacturers, embodied into the Union of mechanics Germany (VDMA).

At coordination of the Commission cooperation chains of national producers and foreign partners are built, new productions of agricultural machinery are created.

The launch in Chaplygin (Lipetsk region) of the HORSCH company (Germany) production of the sowing and tillage machines, start of construction in the Voronezh region of the KUHN(France) plant for agricultural machinery production are confirmations of this.

One of the most perspective directions, in our opinion, is the pilot project implemented by ECE together with the John Deere company on the organization of deliveries of the components made in the EEU countries for the conveyor of John Deere. Experts of "John Deere" have already conducted the audit of technological level of 13 Belarusian machine-building enterprises, and its results showed that about a half of the companies meet the technologies and quality requirements of this company.

- The supplier of components of John Deere currently works in the B2B format on inclusion of the enterprises information to the global list. The large German producer of CLAAS agricultural machinery expands a line of the components deliveries. How relevant is it for cooperation on the Union line?

Well, we began this project while it was on a stage of study by experts, but already now we are ready to provide our foreign partners with the detailed information on 27 Belarusian and Kazakhstan enterprises interested in cooperation with this company.

- According to the statistics, the production decrease of combine and forage harvesters is observed. Why does that happen?

Yes, unfortunately, figures confirm it. Following the results of 2018 the volume of deliveries of self-propelled combines to the Russian market decreased by 16.6% in comparison with 2017.

Meanwhile, in December 2018 the market of self-propelled combines showed height of 25.2%.

According to the experts, decrease in shipments of the equipment is caused by the low level of prices for agricultural products in the home market and the reduction of revenues of agricultural producers.

- How can ECE promote improvement of a situation in the integration mechanism?

Among the measures taken by ECE we can mention: the measures for development of the industry providing equal conditions of access for producers of agricultural machinery to the markets of member states, the support of producers of agricultural machinery and the increase of their competitiveness and joint connection of the producers of the Union countries to the markets of the third countries and stimulation of demand for agricultural machinery.

These approaches are embodied in six legal acts of the Union; three of them are accepted at the level of prime ministers of the EEU countries.

One of the most operating mechanisms of support of agricultural machinery producers in the Russian Federation is the federal program approved by Government resolution No. 1432 within which for the purpose of agricultural machinery availability increase, the producers who put out such machinery at a discount, are provided with the subsidies from the federal budget at the rate of up to 25%. The total volume of subsidies for 2019 will be 8 billion rubles.

I will note also that, despite decrease in volumes of combine harvesters output in the Russian Federation, their deliveries to the third countries grew almost by 30%.

Promotion of the agricultural machinery to the markets of the third countries is one of the key directions of development of the industry through which the home market potential extends and the increasing demand for the competitive goods is formed and the quality of the goods improve in a way that they match the best world analogues.

The general approaches on coordination of activities of the national export credit agencies for development of reinsurance of export risks at implementation of joint projects are evolved and the Memorandum of their cooperation is signed.

I am sure that joint efforts of ECE and the countries of EEU will provide increase of the demand and the necessary level of quality and competitiveness of agricultural machinery of the Union countries will be achieved.



- What further steps are made for stimulation of mutual trade of the Union countries in agro-industrial complex?

From the moment of creation of the Union the total volume of mutual trade in agricultural products and food in 2018 reached 8.7 bln. dollars of the USA, equivalent to 24% in comparison with 2015.

It demonstrates positive effect of joint efforts on implementation of agro-industrial policy of the Union and member states.

On common methodological base we annually form the Eurasian supply and demand balances for basic agriculture and food products, such as grain, meat, milk, sugar, vegetable oils, vegetables, fruit and others.

In spite of the fact that currently the conditions for the free movement of goods, services, capital and labor are created within the Union, in practice such free movement is not always possible. Obstacles and barriers in trade are connected, as a rule, with a large number of authorization documents for deliveries of some goods and also with the right of the Parties to impose unilaterally special economic measures.

Therefore together with the Union member states we actively work on improvement of the regulatory base in all the spheres.

Formation of the uniform market of seeds will assist in reducing of financial and time pressure on business by mutual deliveries, accumulation of mutual trade volumes and lowering dependence on seed imports. It will allow economic entities to save at large on the Union about 1-1.5 mln. dollars annually and to reduce the interstate delivery time of seeds lots.

Besides, by the corresponding draft agreement we provided the approach towards the unification of pedigree breeding of farm animals. Implementation of provisions of this document would assist rapid development of mutual trade of the countries due to removal of the existing restrictions. Annual overall economic effect on the Union could reach 1.3 bln. dollars of the USA.

- What are your forecasts on the cooperation of the EEU countries in the agro-industrial complex for the current year?

Nowadays we can efficiency judge of the countries interaction by positive results of the development of agro-industrial production and trade in the Union.

For 2016 - 2018 agricultural production grew for 6.7% for the whole on the Union. Production of grain increased by 7%, milk production

increased by 1.5%, livestock and poultries in slaughtering weight – by 11%. The common market is saturated by the own grain, vegetable oil, sugar and eggs. For the last three years the negative balance of foreign trade on agricultural products was reduced by 7.4 bln. dollars of the USA or by 2.4 times. Mutual trade in 2018 has reached 8.7 bln. dollars of the USA.

In the current year together with the member states we will continue system work on realization of seven main directions of the coordinated agro-industrial policy, also we will pay special attention to the development of the perspective directions of cooperation in agrarian and industrial complex.

In 2019 the integration agenda included questions of forming of mechanisms of interaction on sensitive agricultural products. The list of these products is defined by the Parties, on each of them consultations of representatives of member-states and business communities are held, on their basis the proposals on the sustainable production development and competitiveness are prepared.

In 2018 the recommendations of the Commission on the development of cooperation of the Union countries in the sphere of production of oil-bearing crops, fat-and-oil products and of poultry farming products had been taken, and in March of this year – on the development of cooperation in horticultural sphere. Till the end of 2019 we plan to develop collaborative, comprehensive efforts in the field of pork and meat of bovine animals production and the production of dairy products.

The development of the Union member states cooperation is continued in the scientific and innovative spheres.

Interaction on formation of the general approaches to the complex development of the aquaculture and the Eurasian network of wholesale distribution centers, the development of the coordinated policy on ensuring food security of the Union and definition of the approaches on creation of the common market of organic products – are the part of the promising “tracks” of development.

All economic policy of EEU is directed towards strengthening of competitiveness of the national economy and improving the living standards of the population of the member countries of the Common Economic Space.

**The text is written
by Tatyana Chemodanova**

НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ ТОРГОВЫХ ПУТЕЙ

Торгово-промышленные палаты – эффективный инструмент улучшения условий бизнеса, а значит и всей национальной экономики. Понимание этого простого, но важного факта есть не только в России. В декабре 2017 года Белорусская Торгово-промышленная палата отметила юбилей. За эти годы организация смогла объединить более 2300 предпринимателей и наладить контакты с партнерами по всему миру. О главных достижениях Торгово-промышленной палаты, о миссии общественных объединений, а также о перспективах, которые открывает членство в ТПП на мировом уровне, рассказал председатель Белорусской Торгово-промышленной палаты **Владимир Улахович**.

– Не так давно Белорусская Торгово-промышленная палата отмечала свой 65-й юбилей. Чем сегодня живет старейшее деловое сообщество Беларуси? О каких достижениях вы можете рассказать?

– Белорусская Торгово-промышленная палата сегодня объединяет более 2300 членов и представляет интересы всего спектра предпринимательства: от крупнейших предприятий и холдингов страны до малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей, что является безусловным свидетельством востребованности наших услуг. Ведь членство в БелТПП добровольное. Только за прошлый год наши ряды пополнили более 300 предприятий и организаций. Это беспрецедентный рост за все годы. При этом большая часть новых членов – негосударственные компании. Это значит, мы нужны частному бизнесу.

В системе палаты – 6 областных отделений и 30 филиалов в промышленных городах Беларуси, что позволяет обеспечить всем предприятиям шаговую доступность в использовании наших возможностей. В систему БелТПП также входят унитарные предприятия «Белинтерэкспо» (выставочный оператор), «Белпатентсервис» (управление интеллектуальной собственностью), «Центр делового образования» и Международный арбитражный суд.

Среди достижений БелТПП за последнее время я бы выделил своеобразный топ-3. Прежде всего, это принятие «Стратегического плана Белорусской Торгово-промышленной палаты 2020». Это наша дорожная карта, которая определяет четыре приоритета развития палаты, главный из которых – продвижение национального экспорта. В числе других приоритетов – стать «одним окном» для бизнеса, создать полноценную электронную торгово-промышленную палату к 2020 году, укрепить членскую базу БелТПП, чтобы членство в нашей организа-

ции и в дальнейшем было полезно бизнесу и, как следствие, работало на благо страны в целом.

Вторым важным достижением БелТПП стал качественно новый этап в работе по организации выставок и экспозиций за рубежом. В 2018 году Президентом Республики Беларусь А.Г. Лукашенко был подписан Указ, согласно которому БелТПП получила статус координатора выставочно-ярмарочной деятельности в иностранных государствах. В прошлом году мы организовали 22 экспозиции с участием более 300 предприятий в разных странах мира – Вьетнаме, Израиле, Китае, ОАЭ, Омане, Судане, Чехии и других. Самыми масштабными стали выставки в Узбекистане и Таджикистане, в открытии которых принимал участие Александр Лукашенко. Экспозиции получили высокую оценку со стороны руководства этих стран. И что не менее важно – наши предприятия привезли подписанные контракты и сформировали пул надежных партнеров.

Третьим достижением стал запуск в 2018 году масштабного образовательного проекта «Школа экспорта», в мероприятиях которого приняли участие более тысячи представителей компаний, задействованных в продвижении товаров и услуг на внешние рынки.

Названный проект – многоформатный. Он включает в себя обучение специалистов на региональном уровне, страновые семинары (состоялись семинары по продвижению продукции в государствах Африки, Центральной Америки, а также на рынок стран-членов Ассоциации государств Юго-Восточной Азии) и тематические семинары (проведены семинары по вопросам получения сертификатов кошерности и «Халяль», экспорту инновационной продукции).

Основой проекта «Школа экспорта» стал одноименный бизнес-курс, аналогов которого нет в стране, открытый для бизнеса на бесплатной основе. Пилотный курс окон-

чили представители 93 компаний, в числе которых и представители крупнейших предприятий страны, и индивидуальные предприниматели. Слушатели бизнес-курса получили необходимые знания по вопросам управления финансовыми ресурсами, маркетинговой деятельности, правового и налогового регулирования экспортных поставок, таможенному сопровождению, деловому этикету и другим аспектам экспортного процесса.

– БелТПП ведет активную работу по оказанию профессиональной помощи региональному бизнесу. Удалось ли на базе Оршанского района Витебской области отработать эффективную модель взаимодействия с предприятиями?

– Как только глава нашего государства обратил внимание на необходимость сделать Оршанский район и город Оршу (как типичный средний город с населением более 100 тысяч человек) примером в региональном развитии другим городам и районам страны, БелТПП также решила отработать здесь эффективную модель взаимодействия с предприятиями на, так скажем, «полевом» уровне. Мы организовали три образовательных семинара с участием представителей Министерства иностранных дел, таможенных служб, банков, страховых организаций. Провели анкетирование, чтобы узнать, чего ждет от нас региональный бизнес. В районе сегодня действуют около 80 предприятий-экспортеров. Большинство, конечно, ориентированы на рынок ЕАЭС. Но и здесь нужна наша помощь. Ведь не каждый знает, что такое Таможенный кодекс, как функционирует Евразийская экономическая комиссия, что у нас есть консультативный комитет по предпринимательству. Все это надо правильно и доступно донести до субъектов хозяйствования.

Еще один аспект – бизнес-образование. Любой руководитель не застрахован от



ошибок. Как их избежать? Этому необходимо учить: как не допустить недочетов, как подготовить внешнеторговый договор, грамотно выходить на новые рынки и т.д. Задача палаты – профессионально помогать бизнесу в этих вопросах.

Результаты нашей работы в регионе есть – и они существенные. Предприятия к нам обращаются, видя для себя перспективы. Таким образом, на базе Оршанского района мы отработываем механизмы поддержки экспортеров, которые затем будем внедрять в других промышленных регионах страны.

– Беларусь входит в число стран-основательниц ЕАЭС и данный рынок вам ближе всего. Как вы видите работу по наращиванию экспорта на этом рынке? Отличаются ли подходы БелТПП при работе на рынке Европы от работы на других? И как продвигается торговля белорусскими товарами на рынки стран дальней дуги?

– Ключевым экономическим партнером Беларуси, безусловно, была и остается Россия. На ее долю приходится около 40% белорусского экспорта. В Беларуси зарегистрировано 2500 компаний с российским капиталом, в России действуют 50 совместных производств и товаропроводящая сеть из 160 субъектов с белорусскими корнями. И наша задача не только сохранить присутствие отечественной продукции на российском рынке, но и нарастить его, причем речь идет в первую очередь о наукоемкой и высокотехнологичной продукции.

Однако для успешного развития экономики необходимо не только сохранять присутствие на традиционных рынках, но и покорять новые. Сегодня в страны ЕС мы экспортируем около 30% товаров. Доля продукции с высокой степенью обработки в нашем экспортном портфеле пока незначительная, и сертифицировать ее для европейского рынка очень непросто и затратно, особенно для небольших предприятий. Но при этом мы понимаем, что сертификаты ЕС позволяют получить более широкий доступ на другие рынки, а сама процедура сертификации обязывает предприятия вводить новую маркетинговую политику, оптимизировать про-

цессы управления, переходить на международные стандарты финансовой отчетности.

Оставшаяся часть, а это почти 29%, приходится на рынки дальней дуги. Мы активно стараемся закрепиться в странах Африки и Юго-Восточной Азии, особенно там, где нет наших диппредставительств. За последние несколько лет организовали ряд бизнес-визитов в Мозамбик, Буркина-Фасо, Египет, провели выставки в Алжире и Нигерии. В 2019 году планируем организовать национальные экспозиции в Индонезии и Кении.

– Институт ТПП – своеобразная мировая сеть. Как вы строите работу с зарубежными партнерами?

– В настоящее время действуют 272 соглашения о сотрудничестве с торгово-промышленными палатами и другими партнерами 97 стран, начиная от Новой Зеландии и заканчивая Аргентиной. Основное преимущество такого сотрудничества заключается в совместном поиске потенциальных партнеров.

Особенно хочу отметить наше давнее, плодотворное и очень дружественное взаимодействие с российскими партнерами, начиная от Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и заканчивая региональными ТПП.

Мы находимся в постоянном, тесном и, я бы сказал, дружеском контакте с президентом ТПП РФ Сергеем Катыриным, с которым встречаемся, обсуждаем совместные вопросы, направленные на развитие двустороннего бизнес-сотрудничества.

Такое же эффективное и доброе сотрудничество складывается и между региональными отделениями палат. По линии областных отделений БелТПП подписано более 100 документов с российскими партнерами – это 88 региональных торгово-промышленных палат России и иных бизнес-организаций. В частности, в 2018 году заключены соглашения о сотрудничестве с Союзом «ТПП Кабардино-Балкарской Республики», Обнинской Торгово-промышленной палатой, Союзом «Санкт-Петербургская ТПП», «Деловым клубом ШОС» (Москва).

В прошлом году мы совместно организовали более 100 внешнеэкономических мероприятий. Наиболее значимыми стали за-

седание Совета делового сотрудничества в рамках V Форума регионов Беларуси и России в Могилеве, участие в Петербургском международном экономическом форуме, проведение Дней Минска в Санкт-Петербурге, выставки-ярмарки белорусских товаров на площадке комплекса ВДНХ в Москве.

– Для чего ТПП такой инструмент, как деловые советы? С какими странами уже созданы подобные структуры?

– Мы имеем давний опыт создания деловых советов. Они нужны, чтобы поднимать и решать наболевшие вопросы бизнеса, приглашать к их обсуждению представителей министерств и госорганов. Задача торгово-промышленных палат в их работе, скорее, административная, основную роль там играет бизнес, который и является инициатором создания советов. На сегодняшний день таких площадок 21. Нашими партнерами являются торгово-промышленные палаты Австрии, Бангладеш, Индии, Катар, ОАЭ, Омана, Пакистана, Таджикистана и другие.

21-й деловой совет мы создали с российскими партнерами. Решение о его создании было принято в ходе V Форума регионов Беларуси и России в Могилеве. 19 декабря 2018 года в Москве было подписано Соглашение о создании Белорусско-Российского делового совета. Белорусскую часть делового совета возглавляет генеральный директор белорусско-германского СП «Санта Импэкс Брест» Александр Мошенский, российскую – председатель Совета директоров АО «ОХК «УРАЛХИМ» Дмитрий Мазепин.

В числе важнейших тем для обсуждения – снятие ограничений и обеспечение равных условий ведения бизнеса, создание коопераций и совместное продвижение белорусско-российских бизнес-проектов на рынки третьих стран.

Вообще, задача деловых советов, как и миссия торгово-промышленных палат во всем мире, – делать так, чтобы коллективный голос деловых кругов был услышан, помогать в продвижении национального экспорта и привлечении инвестиций во благо своих народов и государств. Поэтому и лозунг БелТПП – «Успешный бизнес. Сильная страна».





AT THE INTERSECTION OF TRADE ROUTES

Chambers of commerce are an effective tool for improving business conditions, and for the whole national economy as well. Understanding of this simple but important fact is not only in Russia. In December 2017, the Chamber of Commerce and Industry of Belarus celebrated its anniversary. Over the years, the organization has managed to unite more than 2,300 entrepreneurs and establish contacts with partners around the world. Chairman of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry Vladimir Ulakhovich told us about the main achievements of the CCI, the mission of public associations, as well as the prospects for membership in the Chamber of Commerce and Industry at the international level.

– Not long ago, the Belarusian Chamber of Commerce and Industry celebrated its 65th anniversary. What is the life of the oldest business community in Belarus? What are your achievements?

– Today the Belarusian Chamber of Commerce unites more than 2,300 members and represents the interests of the entire spectrum of entrepreneurship: from the largest enterprises and holdings of the country to small enterprises and individual entrepreneurs, which is an absolute evidence of the relevance of our services. After all, membership in the BelCCI is voluntary. Last year alone, more than 300 enterprises and organizations joined our ranks. This is unprecedented growth in our history. At the same time, most of the new members are non-state companies. This means that private business needs us.

The system of the Chamber includes 6 regional offices and 30 branches in industrial cities of Belarus, which allows all enterprises to have access to our services. The BelTPP system also includes unitary enterprises Belinterexpo (exhibition operator), Belpatentservice (intellectual property management), the Center for Business Education, and the International Court of Arbitration.

I would single out a kind of TOP-3 recent achievements of the BelCCI. First of all, this is the adoption of the Strategic Plan of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry 2020. This is our roadmap, which defines four priorities for the development of the Chamber, the main of which is the

promotion of national exports. Other priorities – to become a “one window” for business, create a full-fledged electronic CCI by 2020, strengthen the membership base of the BelCCI, so that membership in our organization will continue to be useful for business and, as a result, for the country as a whole.

The second important achievement of the BelCCI was a qualitatively new stage in the work on the organization of exhibitions and expositions abroad. In 2018, a decree was signed by the President of the Republic of Belarus, Alexander Lukashenko, according to which the BelCCI received the status of coordinator of exhibitions and fairs in foreign countries. Last year we organized 22 expositions with the participation of more than 300 enterprises in different countries of the world – Vietnam, Israel, China, the United Arab Emirates, Oman, Sudan, the Czech Republic and others. The most ambitious were exhibitions in Uzbekistan and Tajikistan, the opening of which was attended by Alexander Lukashenko. Exhibitions received high praise from the leadership of these countries. And what is no less important – our companies brought signed contracts and formed a pool of reliable partners.

The third achievement was the launch of the large-scale educational project School of Export in 2018, which was attended by over a thousand representatives of companies involved in promoting goods and services on foreign markets.

The named project is multi-format. It includes training of specialists at the regional level, country seminars (seminars on product promotion in Africa, Central America, as well as on the market of countries – members of the Association of Southeast Asian Nations) and thematic seminars (seminars on obtaining kosher and Halal certificates, export of innovative products).

The basis of the project School of Export was the business course, which has no analogues in the country and is open for business free of charge. The pilot course was completed by representatives of 93 companies, including representatives of the largest enterprises in the country, and individual entrepreneurs. The students of the business course received the necessary knowledge on the management of financial resources, marketing activities, legal and tax regulation of export supplies, customs escorts, business etiquette and other aspects of the export process.

– The BelCCI is actively working to provide professional assistance to regional business. Did you manage to work out an effective model of interaction with enterprises on the basis of the Orsha district of the Vitebsk region?

– As soon as the Head of our State drew attention to the need to make the Orsha district and the city of Orsha (as a typical medium-sized city of the country with a population of over 100 thousand people) an example in regional development for other

cities and regions of the country, the BelCCI also decided to work out an effective model of interaction with enterprises here, so let's say on the «field» level. We organized three educational seminars with the participation of representatives of the Ministry of Foreign Affairs, customs services, banks, and insurance organizations. We conducted surveys to find out what the regional business expects of us. Today there are about 80 exporting enterprises in this area. Most, of course, are focused on the EAEU market. But here they need our help too. After all, not everyone knows what the Customs Code is, how the Eurasian Economic Commission functions, that we have a business advisory committee. All this must be communicated to business entities properly and clearly.

Another aspect is business education. Any manager can make mistakes. How to avoid them? This needs to be taught: how to prevent shortcomings, how to prepare a foreign trade agreement, competently enter new markets, etc. The task of the Chamber is to professionally help businesses in these matters.

We already have results of our work in the region, and they are significant. Enterprises turn to us, seeing prospects for themselves. Thus, on the basis of the Orsha district, we are working out mechanisms to support exporters, which we will then implement in other industrial regions of the country.

– Belarus is among the founding countries of the EAEU, and this market is the closest to you. What do you see the work to increase exports in this market? Do the BelCCI's approaches differ when working on the European market from working on others? And how is trade in Belarusian goods developing on the markets of countries of the far arc?

– Russia is undoubtedly the key economic partner of Belarus. It accounts for about 40% of Belarusian exports. 2500 companies with Russian capital are registered in Belarus, there are 50 joint ventures and a distribution network of 160 entities with Belarusian roots in Russia. And our task is not only to maintain the presence of domestic products on the Russian market, but also to increase it, and this is primarily about high-tech products.

However, for successful economic development, it is necessary not only to maintain presence in traditional markets, but also to conquer new ones. Today, we export about 30% of goods to the EU countries. The share of products with a high degree of processing in our export portfolio is still insignificant, and it is very difficult and expensive to certify it for the European market, especially for small enterprises. But at the same time, we understand that EU certificates allow for greater access to other markets, and the certification procedure itself obliges enterprises to introduce new marketing policies, optimize management processes, and switch to international financial reporting standards.

The remaining part, which is almost 29%, falls on far arc markets. We are actively trying to gain a foothold in the countries of Africa and Southeast Asia, especially where there are no our diplomatic missions. Over the past few years, we have organized a number of business visits to Mozambique, Burkina Faso, Egypt, and have held exhibitions in Algeria and Nigeria. In 2019, we plan to organize national expositions in Indonesia and Kenya.

– The CCI Institute is a kind of global network. How do you build work with foreign partners?

– Currently, there are 272 cooperation agreements with chambers of commerce and other partners of 97 countries, ranging from New Zealand to Argentina. The main advantage of such cooperation is the joint search for potential partners.

I want to highlight our long-standing, fruitful and very friendly cooperation with Russian partners, ranging from the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation to regional CCIs.

We are in constant, close and, I would say, friendly contact with the President of the CCI of the Russian Federation, Sergey Katyrin, with whom we meet, discuss joint issues aimed at developing bilateral business cooperation.

The same effective and good cooperation develops between the regional offices of the Chambers. More than 100 documents

were signed with Russian partners through the regional departments of the BelCCI – these are 88 regional chambers of commerce and industry of Russia and other business organizations. In particular, in 2018, cooperation agreements were concluded with the Union of the Chamber of Commerce and Industry of the Kabardino-Balkarian Republic, the Obninsk Chamber of Commerce and Industry, the Union of St. Petersburg Chamber of Commerce and Industry, the SCO Business Club (Moscow).

Last year, we jointly organized more than 100 foreign economic events. The most significant events were the meeting of the Business Cooperation Council within the framework of the V Forum of the Regions of Belarus and Russia in Mogilev, participation in the St. Petersburg International Economic Forum, the Days of Minsk in St. Petersburg, the exhibition and fair of Belarusian goods at the VDNKh complex in Moscow.

– What is the purpose of such a tool of the CCI as business councils? With which countries have similar Councils already been established?

– We have a lot of experience in creating business councils. They are needed to raise and resolve urgent business issues, to invite representatives of ministries and government agencies to discuss them. The task of the Chambers of Commerce and Industry in their work is rather administrative, the business plays a major role there, which is the initiator of the creation of councils. To date, there are 21 such sites. Our partners are the Chambers of Commerce of Austria, Bangladesh, India, Qatar, the United Arab Emirates, Oman, Pakistan, Tajikistan and others.

We created the 21st business council with our Russian partners. The decision to create it was taken during the V Forum of the Regions of Belarus and Russia in Mogilev. On December 19, 2018, the Agreement on the establishment of the Belarusian-Russian Business Council was signed in Moscow. The Belarusian part of the Business Council is headed by the General Director of the Belarusian-German joint venture Santa Impex Brest Alexander Moshensky, the Russian part is headed by the Chairman of the Board of Directors of URALCHEM JSC Dmitry Mazepin.

Among the most important topics for discussion are the lifting of restrictions and ensuring equal conditions for business, the creation of cooperation and the joint promotion of Belarusian-Russian business projects in third-country markets.

In general, the task of business councils, like the mission of CCIs around the world, is to make the collective voice of the business community heard, help promote national exports and attract investment for the benefit of their peoples and states. Therefore, the slogan of the BelCCI is “Successful business. Strong country.”



КАЧЕСТВО БЕЗ КОМПРОМИССОВ



Рыбные пресервы «Санта Бремор» и молочные продукты «Савушкин продукт» пользуются любовью российских покупателей уже не первое десятилетие. Между тем, мало кто знает, что у истоков обоих производств стоят одни и те же люди, любящие и понимающие свое дело. О рыбе, молоке и роли маркетинга в развитии компаний говорим с генеральным директором группы компаний «Санта» Александром Мошенским.

кризиса, мы решили строить новый завод в свободной экономической зоне «Брест». Уже в 2000 году было запущено рыбное производство, которое на сегодняшний день стало стержнем компании «Санта Бремор».

На следующем этапе, разобравшись и поняв, что такое маркетинг, какой должен быть подход к продвижению продукта, логистике и дистрибуции, мы обратили свое внимание и на молочное направление. Приобрели и развили Брестский молочный завод, несколько других производственных площадок на территории Брестской области. Так родился «Савушкин продукт». Сейчас этот бренд – один из лидеров в Республике Беларусь. Он также узнаваем и любим на территории Российской Федерации.

Параллельно, чтобы полноценно продвигать и продавать производимую продукцию, развивали собственный ритейл на территории Республики Беларусь. Торговая сеть «Санта» в настоящее время объединяет свыше 150 торговых объектов различного формата.

На сегодня группа компаний «Санта» – это 40 предприятий, 14 производственных площадок в Беларуси и России, 20 000 сотрудников, реализация продукции в 45 стран мира.

– Почему вы решили сделать упор на рыбу и молоко? Как пришла идея объединиться именно с молочным производством?

– Производством рыбных продуктов занялись по следам торговли свежемороженой рыбой и переработки креветки. Этот опыт позволили оценить перспективы, увидеть, в каком виде существуют рыбные продукты во всем мире. Вполне логичным стало решение дать и нашему потребителю рыбу в таком виде и таком качестве переработки, однако оставив при этом традиционные вкусы. Именно так и развивался наш ассортимент.

Молоко стало следующим шагом. Когда мы строили рыбное производство, для обеспечения постоянной сезонности выпускаемой продукции добавили цех по производству мороженого. У нас были партнеры в Литве, которые показали, как функционирует этот бизнес. Мы увидели, что это «голубой океан» для Республики Беларусь: мы первыми смогли отбрендировать рынок белорусского мороженого. Мы «одежи» вафельные стаканчики в упаковку, сделали их с начинкой из варенья. Мы сумели правильно подать этот продукт на рынок, одними из первых начали раздавать свои лари для продажи и в достаточно короткие сроки стали лидерами этого рынка. Одним из поставщиков молока для производства мороженого стал Брестский молочный завод. У него были большие мощности по сушке молока и

– Что на сегодняшний день представляет собой группа компаний «Санта»? Как все начиналось?

– В конце 80-х годов мой отец начал задумываться, как жить дальше в таких условиях. Уйдя с Брестского электромеханического завода на частное

предприятие к своему товарищу, он через год принял решение открывать свой бизнес, и я к нему присоединился. Компания с 1992 года прошла через оптовую торговлю, предоставление услуг, а к 1998 году сформировалась как производственная. Как раз в этом году, в момент

производству масла, а цеха цельномолочной продукции использовались максимум на 10-15%. И мы это исправили.

Что общего между рыбой и молоком? Это пищевая продукция, по отношению к которой действуют законы маркетинга, и мы их прекрасно понимаем. Мне лично всегда были интересны молочные продукты. В Беларуси на то время их брендингом толком никто не занимался: я понял, что в этом кроются определенные возможности для нас. Мы выстроили стратегию на развитие цельномолочной продукции, впоследствии к этому подключилась группа сыроделия и так далее. Время показало, что мы не ошиблись.

– Вы сказали, что хорошо знали, как работать с продуктом, как сделать его узнаваемым. Благодаря чему вы остаетесь лидером рынка? Что делает продукт узнаваемым сейчас?

– Относительно рыбы вопрос заключался в следующем: с одной стороны, у нас были уникальные рецептуры, с другой – ориентир на качество. Мы решили, что качество – это незыблемый приоритет и компромиссы здесь невозможны. Нам удалось построить новое производство, мы наладили контроль, который начинается еще на стадии отбора сырья. Партнеры уже знают наши требования, их технологи много времени проводят на нашем производстве.

Поэтому первое, что работает на нас, – это долгосрочные отношения с поставщиками и контроль качества сырья. А второе – мы не стеснялись учиться сами и сумели обучить кадры. Для них подход к качеству – религия. Еще важно, чтобы были возможности для удовлетворения требований современного покупателя. Поэтому теперь в России полка рыбной продукции одна из самых насыщенных в Европе. Наверно, пока все не так отлично в плане охлажденной рыбы, потому что она представлена только в крупных городах. А ассортимент свежемороженой или переработанной рыбы в России или Беларуси гораздо шире, чем в соседних странах. Поэтому надо сказать спасибо покупателю, ведь ему интересны какие-то эксперименты, новинки, и за счет этого появляются новые сегменты. Взять те же спреды: еще 10 лет назад их не было на рынке, сегодня это уже большая категория. 20 лет назад мы еще не знали, что такое крабовые палочки, сегодня это уже ежедневный продукт. Люди давали нам развиваться, положительно оценивая наши разработки и новинки.

– Что планируете внедрить в ближайшее время, и как появляется идея чего-то нового?

– Если говорить о ставшей популярной пасте криль, то идея родилась

так. Компания, которая добывает мясо криля и закатывает его в консервы, стояла перед дилеммой: закрывать ли экспедиции в Антарктиде, потому что спрос на продукт упал. А мы придумали делать пасту с ним. В виде пасты он легкий, может использоваться и как отдельное блюдо, и как дополнение. Видимо, мы смогли создать то, что наиболее ценно для покупателя: он получает новый продукт, но в то же время этот продукт имеет реальную историю и, главное, пользу, потому что мясо криля – кладезь микроэлементов. Мы с этой пастой встаем теперь на торговые полки Америки и Австралии. В ближайшее время будет расти сегмент готовой еды, в котором производители будут удивлять потребителя.

– Сегодня «Санта» объединяет более 20 тыс. человек. Расскажите немного о кадровой политике.

– Одни сотрудники пришли в результате покупок «Сантой» компаний, где они прежде работали, другие переходили с государственных или негосударственных предприятий, третьи вливались со студенческой скамьи и продвигались вверх по служебной лестнице. Четвертая категория – профессионалы, которых мы целенаправленно подыскивали, как сейчас модно говорить, «хантили», в Польше, России, Украине, Беларуси.

В компанию можно прийти по знакомству или случайно сюда попасть, но остаются только те, кто разделяет ее философию, кто может ей что-то дать. Конечно, еще очень важны профессиональные навыки. Компания – это и есть люди.

– Сейчас есть тренд на автоматизацию производств. Насколько автоматизировано ваше? И есть ли необходимость в формировании новых технологических процессов?

– Мы всю жизнь работаем над технологичностью и автоматизацией. Сегодняшние требования рынка упираются в автоматизацию всей цепочки, не только производственного процесса. Это касается технологичности офиса, торговых работников, логистических процессов и, конечно же, производства. Мы стараемся делать все возможное, исходя из понимания рынка и понимания завтрашнего дня. Я уверен, что предприятие «Санта Бремор», например, в этом секторе одно из самых технологичных в Европе.

– Насколько легко было адаптироваться к условиям российского рынка? Есть ли какие-то сложности, которые приходится решать регулярно?

– Начинали мы, понимая, что это единый советский рынок, поэтому особых различий российского, украинского



либо белорусского рынков не было, вкусы потребителей очень схожи. Нам не надо было нанимать команду технологов, чтобы развивать вкусы российского потребителя, так как они формировались десятилетиями, столетиями. Могут быть региональные отличия – где-то больше любят чернику, где-то бруснику. Но, по сути дела, вкусовые предпочтения в молочных и рыбных продуктах у нас едины.

Со сложностями – как везде. Есть торговые сети, есть взаимоотношения, есть местное регулирование. Когда мы видели, как эти правила изменялись, мы просто под них адаптировались. Мы видим отношение к продуктам, произведенным в Беларуси и в России, и оно одинаковое. Есть доверие и к продуктам, и к маркам.

Нас не пугает ничего, кроме полного закрытия рынка. Если так произойдет, десятилетние усилия пойдут насмарку. Но мы, честно говоря, не рассматриваем этот вариант. Наоборот, локализуем производство. Например, в Ногинске. Производя там продукцию, мы реализуем ее и в РФ, и в Беларуси.

– У вас есть торговые марки, которые реализуются только в Беларуси. Не планируете ли вы выводить их на российский рынок?

– В Беларуси продаются творожные намазки, творожный и сливочный сыр. При их производстве мы взяли за образцы итальянские аналоги и постарались сделать продукцию, за которую не стыдно. Я думаю, в ближайшее время этот сыр будет и в России. Тем более, что мы уже известны в России как производитель качественных творогов.

– Расскажите о планах на ближайшее время.

– Мы сегодня ведем несколько проектов на территории Беларуси, будем развивать производство белых сыров. Это перспективная тема. У нас есть уникальная технология производства греческого йогурта, которую также планируем расширять. Параллельно мы задумываемся о локализации рыбного производства на территории РФ, ищем площадки для молочного производства в Поволжье. Планов много, и я уверен, что команда «Санты» воплотит их в жизнь.



– What does “Santa” group of companies present itself today? How did it start?

– In the late eighties my father started to think how to live further in such conditions. Having left the Brest electromechanical plant to the private enterprise of his companion, in a year he made a decision to start his own business, and I joined him. In 1992 the company started its way as a wholesale trade company, then it dealt with provision of services, and by 1998 we made the company a production one. That year, in the time of crisis, we decided to build a new plant in the free economic zone of Brest. And already in 2000 we launched “Santa Bremor” fish production which became the calling card of the company today.

At the next stage, when we understood the mechanisms of marketing, formulated the appropriate approach in the product promotion, logistics and distribution, we turned our attention to the dairy industry. We acquired and developed Brest dairy plant and several other production sites in Brest region. Thus «Savushkin Product» appeared. Nowadays this product is a leading one in Republic of Belarus. It is widely known and loved at the Russian Federation territory.

In parallel, to promote and to merchandise the manufactured products, we evolved our own retail in Belarus. Nowadays the retail network “Santa” unites over 150 shopping facilities of various format.

Currently “Santa” group of companies comprises 40 enterprises, 14 production sites in Belarus and in Russia, 20 000 of employees and sale products to 45 countries of the world.

– Why have you decided to focus on fish and milk products? How have you got the idea to join the dairy industry?

– We’ve engaged in fish products manufacturing following fresh-frozen fish trade and shrimp processing. This experience has helped us to estimate opportunities and to see the ways the fish products are served around the world. The decision to provide our customer with fish processed in such ways and manners, still holding on to traditional tastes is quite logical one. This way our assortment evolved.

Dairy production was the next step of ours. When we built fish producing enterprise, we added an ice-cream production plant to be independent from seasonal demands. We had partners in Lithuania. They showed us how this business works. We’ve understood that that is a “blue ocean” for Republic of Belarus: we were the first who made the brand

QUALITY WITH NO COMPROMISE

Fish preserved food “Santa Bremor” and dairy products “Savushkin Product” have been earning love of the Russian buyers for decades. Meanwhile, very few people are aware that the same individuals set up both enterprises, the individuals who love and know their business. So let’s talk about fish, milk and the role of marketing in the development of the companies with Alexander Moshensky CEO “Santa” group of companies.

on Belarusian ice-cream market. We have “dressed” wafer cups in packing and have added the jam filling into the ice-cream. We have succeeded in branding of this product, we were one of the first who introduced own ice cream stalls for sale and made the leadership of the market in a relatively short period. Brest dairy plant have become our milk supplier. It had high capacities of milk drying and butter production, while whole-milk production units were only 10-15% involved. And we have reclaimed it!

What do fish and milk have in common? They represent food products, towards which the rules of marketing can be effectively applied, and we perfectly understand them. Personally I have been always interested in dairy products. At that time dairy branding was unattended and I saw a certain chance in it. We’ve built a strategy of dairy production development, the cheesemaker group subsequently joined us. The time has shown that we were not mistaken.

– You’ve mentioned that you know how to work with the product, how to make it recognizable. What do you think, thanks to what do you stay the leaders of the market? What makes your product recognizable nowadays?

– Speaking about the fish, the matter was as follows: we have unique recipes on the one hand and quality guideline on the other hand. We’ve decided that quality is the unsurpassed priority for us and compromises are not possible. We have succeeded in the new production plant building and have adjusted control which begins at stage of the raw materials selection. The partners already know our requirements; their technologists spend much time on our production.

Thus, the first thing that works for us is long-term partnership with our suppliers and quality control of raw materials. The second thing is that we were not shy to learn and managed to teach the employees. The quality to them is a religion. It is highly important for them to have opportunities to meet the requirements of a modern customer. That is why Russian fish stall is one of the most abundant in Europe. The things are a little bit less optimistic about iced fish, it is represented only in big towns. While quick-frozen and processed fish assortment in Russia and the Republic of Belarus is much wider than at the neighbor countries.

So we are grateful to the customers, as that are they who are interested in experiments, novelties, this way new segments appear. Just to mention spreads for example: ten years ago they were not introduced on the market, while nowadays they represent a large layer. Twenty years ago we knew nothing about surimi sticks, while nowadays they are a daily product. People inspired us to develop, welcoming product innovations and novelties.

– What do you plan to implement in the near future? How does the idea of some new product launch appear?

– If to speak about popular now krill cream, the idea appeared in such conditions. The company that gets krill meat and makes preserves of it faced the task to solve: whether they should stop the expeditions to Antarctica as the demand for the product was low. And we made up decision to make the cream with it. The krill cream is light and can be used both as a separate dish and as additional one. Probably, we have managed to create something what is the most valuable for the buyer: the buyer receives a new product, but at the same time this product has a real story and, what is most important, is good for health as meat of a krill – a “gold mine” of minerals. This cream is now introduced on retailers’ shelves of America and Australia. The ready food segment is going to be progressive in the nearest time as the producers do their best to surprise the customer.

– Today Santa unites more than 20 thousand people. Please tell us a little about personnel policy.

– Some employees joined us as a result of “Santa`s” buyout the companies they worked before, others came from the state and non-state enterprises, the third category joined us as students and moved up the career ladder. The fourth category are the professionals whom we searched for on purpose or as now it modern to say “hunted” in Poland, Russia, Ukraine and Belarus.

It is possible to come to the company through acquaintance or accidentally, but only those who adhere to its philosophy and have something to give it stay here. Of course, professional skills are very important. The company is the people.

– There is production automation trend. How intensively your production is automated? And whether there is a need for creation of new technological processes?

– Whole the time we work at technological effectiveness and automation. Current requirement of the market is the automation of all the chain, not only of the production process. It concerns technological effectiveness of office, commercial employees, logistic processes and, of course, production. We try to do our best, taking into account the knowledge on the market and its future needs. I am sure that the Santa Bremor, for example, is one of the most technological enterprises of this sector in Europe.

– How easy it was to adapt to conditions of the Russian market? Are there any difficulties which should be solved regularly?

– We started and understood that it is the uniform Soviet market therefore there no

special distinctions of the Russian, Ukrainian or Belarusian markets, tastes of the consumers are very similar. We had no need to employ the team of technologists to investigate the tastes of the Russian consumers as they were formed for decades, centuries. There can be regional differences – somewhere people love blueberry, somewhere people prefer cowberry more. But, as a matter of fact, we have common flavoring preferences in dairy and fish products.

Speaking about the difficulties – nothing special. There are retail chain stores, there is partnership and there is a local regulation. When we observed that the rules changed, we just adapted to them. We see the attitude to the products manufactured in Belarus and in Russia, and it is identical. There is a trust both to the products, and to the brands.

Nothing frightens us, except the total closure of the market. If so occurs, ten years efforts will come to nothing. But frankly speaking we do not consider this option. On the contrary, we localize production. For example, in Noginsk. Making products there, we deliver it both to the Russian Federation and to Belarus.

– You have trademarks which are implemented only in Belarus. Do you plan to bring them to the Russian market?

– Cottage cheese creams, custard cheese and cream cheese are widely sold in Belarus. We took the Italian formulae for the example and tried to make the products that no one will be ashamed of. I hope, we’ll launch these products to the Russian market in the nearest time. As currently we are already known in Russia as the producer of high-quality curds.

– Tell us more about plans for the near future.

– Currently we have several projects on the territory of Belarus, we are going to develop white cheese production. It is a perspective subject. We have a unique production technology of the Greek yogurt which we also plan to expand. In parallel we think of localization of fish production in the territory of the Russian Federation, we look for platforms for dairy production in the Volga region. There is a lot of plans, and I am sure that the team of “Santa” will implement them.



Здоровье – главное в жизни любого человека. Это тот ресурс, который требует особого внимания. Без него невозможно достигать цели, решать проблемы и, как гласит известная поговорка, быть счастливым. Заботиться о здоровье нужно с раннего детства. К счастью, сейчас существуют компании, придерживающиеся этой философии. Среди них особое место занимают те, кто посвятил себя детскому питанию. О том, как создать высокотехнологическое предприятие с глубокой философией, нам рассказали в компании «Беллакт».



ФОРМУЛА ОТВЕТСТВЕННОСТИ

5 октября 1970 года в СССР впервые было запущено производство, на котором все технологические процессы работали с дистанционным автоматизированным управлением. При помощи оборудования предприятие производило продукцию с уникальными вкусовыми и полезными свойствами. Секретом стал усиленный контроль качества. Так началось история ОАО «Беллакт», расположенного в г. Волковыск Республики Беларусь.

С годами все стремительно изменяется, и «Беллакт» укрепляет свои позиции. Одной из основных задач предприятия остается сохранение выработанных годами традиций производства высококачественных и экологически чистых продуктов для полноценного питания детей и взрослых.

Философия производителя не меняется: бескомпромиссное качество в сочетании с доступной ценой.

ФИЛОСОФИЯ ЗДОРОВЬЯ

«Беллакт» – единственный в Беларуси производитель сухого детского питания. Это современное высокотехнологическое предприятие с почти полувековым опытом производства. Сегодня в компании трудятся 1300 сотрудников, а общая площадь предприятия составляет 14 га.

Предприятие производит детское питание, молочные продукты, питание для беременных и кормящих женщин. В линейке продукции широкий ассортимент заменителей грудного молока для здоровых детей и малышей с особыми диетическими потребностями.

«БЕЛЛАКТ» –
СОВРЕМЕННОЕ
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЕ
ПРЕДПРИЯТИЕ,
ПРОИЗВОДЯЩЕЕ ДЕТСКОЕ
ПИТАНИЕ, МОЛОЧНЫЕ
ПРОДУКТЫ, ПИТАНИЕ ДЛЯ
БЕРЕМЕННЫХ
И КОРМЯЩИХ ЖЕНЩИН

Продукция нашего предприятия поставляется в более чем 20 стран мира. Среди них: Россия, Украина, Молдова, Казахстан, Туркменистан, Таджикистан, Кыргызстан, Узбекистан, Армения, Азербайджан, Грузия, Китай, Монголия, Пакистан, Вьетнам, Саудовская Аравия, Оман, Йемен, Катар, Турция, Египет, Кот-д'Ивуар, Марокко, Камерун, Бангладеш, Сирия.

Всего на экспорт идет около 40% продукции.

ПОЛНЫЙ ЦИКЛ И МНОГОСТУПЕНЧАТЫЙ КОНТРОЛЬ

Чтобы оставаться на рынке, нужно постоянно внедрять новые технологии. Это основа улучшения качества и конкурентоспособности. Многоступенчатый лабораторный контроль в компании осуществляется на всех стадиях производства. В работу допускается только сырьё, прошедшее химический, микробиологический и радиационный анализ. Кроме того, на комбинате используется закрытый тип производственного процесса, контакт персонала с продукцией при производстве детского питания отсутствует, а при изготовлении цельномолочной продукции – сведен к минимуму.

В день на предприятие поступает около 800 тонн молока. Для сравнения: это средний вес четырёх «Боингов». Сырьё проходит входной контроль, результаты которого отражаются и хранятся в системе. Дальнейшее движение компонентов возможно только после разрешения лаборатории.

«Беллакт» изготавливает около 300 видов продукции. Выпуск такого количества наименований невозможен без оперативного и качественного мониторинга работы всего оборудования. Две производственные линии постоянно отправляют данные о своём состоянии в Систему 1С.

Одной из важнейших задач, решенных в рамках проекта, стало налаживание прослеживаемости движения сырья, полуфабрикатов и готовой продукции в электронной системе учета, проведена оптимизация контроля качества на всех этапах производства и обращения продукции на рынке. Решив эту задачу, «Беллакт» имеет возможность контролировать партии сырья и компонентов, из которых произведена конкретная партия готовой продукции.

КАК ОПРАВДАТЬ ДОВЕРИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Качество продукции «Беллакт» подтверждают не только многочисленные награды республиканского и международного уровней, но и, в первую очередь, доверие потребителей.

Недавно предприятие одержало победу в номинации «Лучший проект» в предметной области «Управление информационными технологиями ITIL». «Беллакт» представил программу комплексной автоматизации деятельности одного из ведущих произво-



НА ПРЕДПРИЯТИИ РАБОТАЕТ ПЯТЬ ЛАБОРАТОРИЙ: ПРИЁМНАЯ, АНАЛИТИЧЕСКАЯ, ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИХ, ТОКСИКОЛОГИЧЕСКИХ, БАКТЕРИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ. ВСЕ ОНИ ОСНАЩЕНЫ СОВРЕМЕННЫМ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫМ ОБОРУДОВАНИЕМ. ЗА МЕСЯЦ НА ЗАВОДЕ ПРОВОДИТСЯ БОЛЕЕ 20 ТЫС. ЛАБОРАТОРНЫХ АНАЛИЗОВ. БОЛЕЕ 40% ПРОДУКЦИИ «БЕЛЛАКТ» ИДЁТ НА ЭКСПОРТ.

дителей молочной продукции Республики Беларусь. Конкурс проводился среди партнеров фирмы «1С», добившихся максимальных успехов в автоматизации учета производственных операций.

Цель механизации – повышение эффективности работы предприятия за счет информационных технологий и создания единой системы автоматизации для всех служб. Уникальность проекта заключалась в сложной национальной отраслевой специфике и организации всех бизнес-процессов внутри компании. Руководство приняло решение о создании уникальной системы автоматизации на базе «1С: Бухгалтерия 8 для Беларуси».

«БЕЛЛАКТ» В РФ

С 2005 года продукция ТМ «Беллакт» стала доступна покупателям в России. За годы работы на рынке компанией была разработана эффективная структура сбыта. Сегодня мы рады предложить широкую и разнообразную линейку продукции из нескольких ассортиментных групп, от заменителей грудного молока до цельномолочной продукции для всей семьи, и открыты для перспективного сотрудничества!

Представленность «Беллакт» в России растёт с каждым годом по всей территории.

Компания активно сотрудничает с крупными федеральными и региональными сетями.

«Беллакт» участвует в реализации социальных программ по обеспечению бесплатным питанием детей до трех лет, беременных и кормящих женщин. По итогам 2018 года наша доля составляет около 30%.

На высококачественных кашах и смесях из Волковыска выросло не одно поколение детей. С каждым годом ОАО «Беллакт» набирает обороты для успешного осуществления дальнейшей работы.

КОНТАКТЫ В РФ:

ООО «Торговый дом
«Беллакт» – официальный
представитель
ОАО «Беллакт» в России.
121069, г. Москва,
Новинский бульвар, д. 20 А,
стр. 3-6, п. 3.
Тел.: +7 495 632 02 86
E-mail: info@bellakt.com
www.bellakt.ru



Health is the main thing in life of any person. It is the resource which requires special attention. Having poor health it is impossible to achieve goals, to solve problems and to be happy, as the known proverb says, no health –no wealth. It is necessary to care about health since the early childhood. Fortunately, there are companies which adhere to this philosophy. The special place among them is held by those who devoted themselves to infant formula production. Bellakt company enlightened us how to create a high-tech enterprise with deep philosophy.

"BELLAKT"
IS A MODERN HI-
TECH ENTERPRISE
PRODUCING INFANT
FORMULA, DAIRY
PRODUCTS, FOOD
FOR PREGNANT AND
LACTATING WOMEN

RESPONSIBILITY FORMULA

It was October 5, 1970 when the USSR launched the production equipped with remote automated control of all the technological processes. Thankful to the equipment the enterprise made products with unique flavor and nutritional values. The intensive quality control made the key of the reliability of the company. Thus the story of Bellakt JSC located in Volkovysk of Belarus Republic has begun.

Everything rapidly changes over the years, and «Bellakt» strengthens its position. Maintaining the traditions of high-quality and ecologically sound production of sufficient nutrition for children and adults remains one of the main objectives of the enterprise. The philosophy of the producer remains unchanged: uncompromising quality in combination with affordable price.

HEALTH PHILOSOPHY

«Bellakt» is the only producer of powdered baby food in Belarus. It is a modern hi-tech enterprise with almost half a century of successful production experience. Currently 1300 employees work in the company. The total area of the enterprise is 14 hectares.

The enterprise produces infant formula, dairy products, food for pregnant and lactating women. The range of products can boast of vast assortment of breast milk substitutes as for the healthy children and for the kids with special dietary needs.

The products of our enterprise are delivered to more than 20 countries, including but not limited of Russia, Ukraine, Moldova, Kazakhstan, Turkmenistan, Tajikistan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, Armenia, Azerbaijan, Georgia, China, Mongolia, Pakistan, Vietnam,

FIVE LABORATORIES ARE FUNCTIONING AT THE ENTERPRISE: THE RECEPTION LABORATORY, THE ANALYTICAL LABORATORY AND THE LABORATORIES OF PHYSICAL AND CHEMICAL, TOXICOLOGICAL AND BACTERIOLOGICAL RESEARCHES. ALL OF THEM ARE EQUIPPED WITH THE MODERN MEASURING EQUIPMENT. MORE THAN 20 THOUSAND LABORATORY ANALYSES ARE CARRIED OUT MONTHLY AT THE PLANT. MORE THAN 40% OF "BELLAKT" PRODUCTS ARE AIMED AT EXPORT.



Saudi Arabia, Oman, Yemen, Qatar, Turkey, Egypt, Côte d'Ivoire, Morocco, Cameroon, Bangladesh, Syria.

About 40% of products are aimed at export.

THE COMPLETE PRODUCTION CYCLE AND MULTI-LEVEL MONITORING

To stay in the market, it is important to introduce new technologies regularly. This makes the basis of quality and competitiveness improvement. Multi-level laboratory monitoring in the company is implemented to all the stages of production. Only these raw materials which have passed the chemical, microbiological and radiation analysis are allowed to the production. Moreover, the plant is of the closed production type, so there is no contact of personnel with infant formula during the production and at production of whole milk products – the contact is minimized.

About 800 tons of milk are supplied to the enterprise daily. Just to compare we can say that it is equal to the average weight of four «Boeings». All the raw materials pass entrance control, the results of which are shown and fixed in the system. The further movement of the components is possible only after the laboratory permission.

«Bellakt» manufactures about 300 types of products. The output of such number of products is impossible without expeditious

and high-quality monitoring of all the equipment operation. Two production lines constantly send data on their functioning to 1C system.

One of the main tasks solved within the project is establishing traceability of the raw materials, semi-finished and finished products movement in the electronic record-keeping system. The quality control both at all the stages of production and at the product circulation on the market has been optimized. Having solved the tasks, «Bellakt» has got an opportunity to monitor batches of raw materials and components used in any concrete batch of finished goods.

Five laboratories are functioning at the enterprise: the reception laboratory, the analytical laboratory and the laboratories of physical and chemical, toxicological and bacteriological researches. All of them are equipped with the modern measuring equipment. More than 20 thousand laboratory analyses are carried out monthly at the plant. More than 40% of «Bellakt» products are aimed at export.

HOW TO LIVE UP TO THE TRUST OF CUSTOMERS

The quality of products of «Bellakt» is acknowledged not only by the numerous awards of both republican and international levels, but first of all by the trust of our customers.

Recently the enterprise has won a victory in the nomination «The Best Project» in «Management of ITIL information technologies» subject area. As one of the leading producers of dairy products in the Republic of Belarus «Bellakt» has presented the integrated automation program. The competition was held among the partners of 1C who achieved the maximum progress in the sphere of automatized recording of production processes.

The purpose of mechanization is to increase the overall effectiveness of the enterprise due to the active use of information technologies and implementation of the all services automation uniform system. The uniqueness of the project consists in complex national sector-specific and organization of all the business processes inside the company. The management has made a decision to create the unique system of automation on base of «1C:Accounting 8 Belarus».

«BELLAKT» IN THE RUSSIAN FEDERATION

Since 2005 TM «Bellakt» products are available to the buyers in Russia. For years of work on the market the company has developed the effective structure of sale. Currently we are glad to offer a wide and diverse line of products from several assortment groups, ranging from substitutes of mother's milk to whole-milk products for the whole family, and we are open for prosperous cooperation!

Every year «Bellakt» distribution in Russia grows throughout the territory. The company actively cooperates with large federal and regional networks.

«Bellakt» participates in implementation of social programs of providing the children up to three years old, pregnant women and lactating women with free nutrition. According to the results of 2018 the share of participation is about 30%.

High-quality porridges and dry-mash feeding from Volkovysk has risen more than one generation of children.

With each passing year Bellakt JSC is gaining momentum for the successful further work.

Contacts in the Russian Federation:

LLC Bellakt Trading House –
the official representative of
Bellakt JSC in Russia.

121069, Moscow,
Novinsky Boulevard, 20 A,
building 3-6, h. 3.

Ph.: 7 495 632 02 86

E-mail: info@bellakt.com

www.bellakt.ru

«АМКОДОР»: НАДЕЖНЫЕ МАШИНЫ ИЗ БЕЛАРУСИ



На протяжении многих лет рынок специальной техники России был занят продукцией иностранных производителей. Однако в последние годы ситуация меняется, российские покупатели все чаще делают выбор в пользу продукции братской Беларуси, в частности, машин, произведенных под маркой «Амкодор». Это совсем не удивительно, учитывая, что холдинг «Амкодор» является одним из ведущих машиностроительных предприятий не только в Республике Беларусь, но и в странах СНГ и специализируется на выпуске качественной специальной техники.

МАШИНЫ ДЛЯ КЛЮЧЕВЫХ ОТРАСЛЕЙ

За более чем 90 лет работы «Амкодор» зарекомендовал себя как производитель современных и надежных машин. Модельный ряд техники, производимой предприятиями холдинга, насчитывает более 90 моделей и модификаций, каждая из которых востребована во многих странах мира.

Производственная политика компании сосредоточена на развитии импортозамещения, в частности, на предприятиях организовано собственное производство ведущих мостов, гидромеханических коробок передач, кабин, автотракторного электрооборудования, освоено производство гидронасосов и гидроцилиндров.

Специалисты компании максимально учитывают интересы и запросы различных групп потребителей, выбирающих технику марки «Амкодор», и грамотно балансируют соотношение цены и качества выпускаемой продукции. Именно этими принципами руководствуются предприятия холдинга при создании новых моделей и модернизации уже существующих.

Компания предлагает широкий ассортимент машин по каждой линейке продукции, причем все они дополняют друг

друга в производственном цикле. Главное, что объединяет эти машины, – новейшие конструкторско-технологические решения, позволяющие качественно и эффективно выполнять полный комплекс работ.

Политика холдинга в отношении партнеров и заказчиков основана на принципе триединства: все производственники, поставщики и потребители – коллеги, так как у них общая цель – обеспечить качественную и бесперебойную работу, а также развитие в своих отраслях экономики.

СТАНДАРТЫ МИРОВОГО УРОВНЯ

Модернизация производственных мощностей в холдинге ведется через закупку оборудования и внедрение современных технологий от лучших мировых производителей. Это позволяет существенно поднять производительность труда, сократить энергозатраты и другие издержки производства, увеличить коэффициент использования металла, обеспечить высокое качество изготавливаемой продукции, а также сэкономить производственные площади.

В организации ведется целенаправленная работа по совершенствованию системы менеджмента качества, повышению технического уровня и качества выпус-

каемой продукции. Система менеджмента качества компании сертифицирована по мировым стандартам. Кроме того, компания следует четко сформулированным долгосрочным планам по улучшению системы управления производством.

МАШИНЫ ДЛЯ РОССИИ

Российский рынок традиционно является основным для сбыта выпускаемой предприятиями компании продукции, более 50% которой поставляется именно в РФ.

Чтобы приблизить спецтехнику и комплектующие непосредственно к потребителям, обеспечить ее надежное и своевременное сервисное и гарантийное обслуживание, холдинг «Амкодор» развил собственную товаропроизводящую сеть. Ее субъекты располагают торгово-выставочными площадками, на которых представлена продукция холдинга, а также находятся сервисные центры, технические мобильные бригады и склады запасных частей.

Интересы организации на территории Российской Федерации представляют 68 компаний (9 из них – дистрибьюторские центры «Амкодор»), их деятельность охватывает все территориальные об-

разования страны. При этом организация имеет тесные кооперационные связи со многими промышленными предприятиями РФ, а также поставляет российским компаниям узлы и агрегаты собственного производства.

СТРЕМЛЕНИЕ К НОВОМУ

Холдинг постоянно осваивает новые образцы техники и оборудования. В 2006 году он приступил к выпуску машин лесопромышленного комплекса. В настоящее время их модельный ряд включает более 17 видов спецтехники для проведения рубок главного и промежуточного пользования, производства щепы и прочего, и работы по проектированию новых образцов лесной техники продолжают.

Годовой объем производства машин лесопромышленного комплекса в последние несколько лет составляет порядка 100 единиц, из которых более 30% приходится на экспорт, и эта цифра имеет тенденцию к увеличению. Поэтому в строй введены производственные мощности на второй площадке в г. Логойске. Однако выпуском лишь лесозаготовительных машин компания не ограничивается, в настоящий момент она налаживает совместное производство спецтехники в России.

О развитии партнерских отношений холдинга с Россией говорим с главой представительства холдинга «Амкодор» в РФ Александром Васильевичем Харитончиком.

– Александр Васильевич, что вы делаете для стимуляции спроса на свою продукцию в России?

– Субъекты товаропроводящей сети компании активно участвуют в проводимых здесь тендерах и аукционах. По ним за последние годы для нужд только муниципальных учреждений было поставлено более 730 единиц техники марки «Амкодор».

Холдинг ведет максимально гибкую маркетинговую политику при реализации собственной продукции и предлагает потребителю приобретать линейки техники для выполнения определенных видов работ (строительства дорог и зданий, уборки территорий, сельского хозяйства, лесозаготовки и прочего). Это делается, в том числе, в комплексе с разнообразными финансовыми механизмами, такими как международный лизинг, льготное кредитование и лизинг в банках и лизинговых компаниях РФ, с которыми у Республики Беларусь имеются договоры о компенсации части затрат со стороны Беларуси при приобретении резидентами РФ техники белорусского производства.

В августе 2009 года, по соглашению о сотрудничестве между администрацией Брянской области и холдингом, начало функционировать сборочное производство техники марки «Амкодор»



– «Амкодор-Брянск». Со второго квартала 2011 года ОАО «Амкодор» – управляющая компания холдинга является его единственным собственником, а с июля 2011 года ему передан весь объем производства трехтонных фронтальных погрузчиков. На сегодняшний день предприятие производит расширенную номенклатуру техники и навесного оборудования марки «Амкодор». Вся выпускаемая продукция сертифицирована в Российской Федерации.



– Каковы были предпосылки запуска производства машин лесопромышленного комплекса марки «Амкодор» в нашей стране?

– В последние годы наш холдинг на российском рынке входит в четверку лидеров наравне с ведущими мировыми производителями, такими как John Deere, Ponsse и Komatsu.

В июне прошлого года главы наших государств обсудили интеграционный проект создания завода по производству лесозаготовительных машин в Российской Федерации.

С учетом опыта Беларуси в проектировании и освоении серийного производства машин для лесопромышленного комплекса, реализовать данный проект предложили ОАО «Амкодор» – управляющая компания холдинга. Выбрали оптимальное место – имущественный комплекс ООО «Онежский тракторный завод» (Республика Карелия, г. Петрозаводск), находившийся тогда в процессе банкротства, создали ООО «Амкодор-Онега» и выкупили завод-банкрот на аукционе. Территория объекта составляет 48,3 га, действующее производство расположится на площади 48 143 кв. м. Реконструируемые площади составят

39 805 кв. м, новое строительство – 7 240 кв. м. Штат работников составит не менее 500 человек.

Там начнется серийное производство по меньшей мере 10 моделей машин – колесных харвестеров и форвардеров, лесопогрузчиков, трелевочных тягачей, валочно-пакетирующих машин, гусеничных мульчеров. Они заменят импортные аналоги и в последующем будут поставляться на экспорт. Также там будет вестись изготовление и монтаж рамных конструкций, ведущих тандемных мостов, харвестерных головок. С белорусских заводов холдинга «Амкодор» в Карелию будут поставляться кабины, манипуляторы, элементы трансмиссии, гидравлические компоненты.

– Какой вклад ожидается от российских предприятий?

– В состав выпускаемых на предприятии машин войдут такие комплектующие российского производства, как двигатели ПАО «Автодизель» (ЯМЗ), шины АО «Волтайр-Пром», металл, литье, диски и прочее.

Так будет достигнута ключевая цель данного интеграционного проекта – 100% локализации производства машин лесопромышленного комплекса в рамках Союзного государства, что позволит исключить зависимость от зарубежных производителей (в том числе монополистов) комплектующих изделий.

– Когда ждать начала работы завода?

– Нормативный срок строительства составляет более 3 лет, однако при соответствующей поддержке со стороны Правительства Российской Федерации, полном и своевременном финансировании эти сроки могут быть значительно сокращены.

– На какой объем продукции рассчитываете выйти?

– Минимальный предполагаемый объем – 540 единиц в год, производственная мощность составит не менее 1000 ед. в год.

Можно с удовлетворением отметить, что процессы интеграции наших производств успешно идут и вскоре дадут значимые для Союзного государства и потребителей результаты.



AMKODOR – THE RELIABLE MACHINES FROM BELARUS

Russian market of the special machinery has been occupied with foreign producers' equipment for many years. However, in the recent years the situation has been changing and the Russian buyers opt to products of brotherly Belarus more and more often, in particular, to the brand of Amkodor machinery. It is absolutely unsurprising, considering that the Amkodor holding company is one of the leading machine-building enterprises not only in Republic of Belarus, but also in the CIS countries, and specializes in production of the high-quality specialized machinery.



MACHINERY FOR THE KEY INDUSTRIES

For more than 90 years of work "Amkodor" has established itself as the producer of the modern and reliable machinery. The model range of the equipment manufactured by the holding enterprises contains more than 90 models and modifications, each of which is demanded in many countries of the world.

The production policy of the company is concentrated on the development of import substitution, in particular, own production of the drive axles, hydromechanical gear boxes, cabins, truck and tractor electrical equipment is organized at the enterprises, the production of hydraulic pumps and hydraulic cylinders is developed.

Specialists of the company consider all the interests and inquiries of various consumers who opt to the Amkodor brand as much as possible and correctly regulate price and quality balance of the output products. The enterprises of the holding company are guided by these principles while creating new models and while modernizing the already existing ones.

The company offers the wide range of machinery in each line of products, and all of them supplement each other in the production cycle. The main thing that unites these machines is the latest design-technology decisions allowing to perform the full range of works qualitatively and effectively.

The partners and customers holding policy is based on the principle of trinity: all production workers, suppliers and consumers are colleagues as they have the common goal – to ensure high-quality and trouble-free functioning and development in their own sectors of the economy.

WORLD-CLASS STANDARDS

Modernization of production capacities in the holding company is conducted through the purchase of the equipment and the implementation of modern technologies of the best global manufacturers. It allows significantly to raise labor productivity, to reduce energy costs and other costs of production, to increase metal utilization coefficient, to provide high quality of the made products and also to save floor spaces.

The company is focused at the improvement of the quality management system, the technological level progress and quality of the output products. The quality management system of the company is certified according to the international standards. Besides, the company accurately follows stated long-term plans for improvement of the production management system.

MACHINES FOR RUSSIA

The Russian market traditionally is the basic recipient of the output produced by the enterprises of the company, more than 50% of the output is delivered to the Russian Federation.

To bring closer the specialized machinery and the spare parts directly to the customers and to provide them with the reliable and timely service and guarantee maintenance, the Amkodor holding company developed

its own commodity-producing network. Its subjects have trade and exhibition platforms on which the holding company machines are presented and the service centers, the technical mobile brigades and the spare parts storages are located.

The interests of the organization on the Russian Federation territory are represented by 68 companies (9 of them are represented by the distributor centers "Amkodor"), their activity covers all the territorial entities of the country. At the same time the organization has close cooperation ties with many industrial enterprises of the Russian Federation and delivers the produced assemblies and units to the Russian companies.

ASPIRATION TO THE NEW

The holding constantly masters new samples of the machinery and the equipment. In 2006 it started to manufacture the timber processing complex equipment. Now their model range includes more than 17 types of specialized machinery of the cardinal and intermediate use for carrying out felling, wood-chips production, the works on new samples design of the forest machinery continues.

The annual output of the timber processing complex machinery in the last several years is about 100 units, more than 30% of which is aimed at export, and that number tends to increase. That is why the production capacities on the second platform in Logoyorsk are put into operation. However the company is not limited only to the logging and forestry machinery output, at the moment it arranges joint production of the special equipment in Russia.

We've discussed the partnership of the holding company with Russian production with Alexander Vasilyevich Haritonchik, the chief representative of Amkodor holding company in the Russian Federation.

– Alexander Vasilyevich, what measures do you take to stimulate the demand on the products of the company in Russia?

– Subjects of commodity distribution network of the company actively participate in the tenders and auctions held here. According to them more than 730 pieces of the Amkodor equipment for needs of only the municipal authorities were delivered in recent years.

The holding conducts the most flexible marketing policy at its own products implementation and suggests the consumer to get lines of the equipment for execution of the certain types of works (for roads and buildings construction, cleaning of territories, agriculture, logging and so on). It is done in complex with various financial mechanisms, such as international leasing, concessional lending and leasing in banks and the leasing companies of the Russian Federation with which Republic of Belarus has contracts on compensation of the part of expenses from

Belarus at purchasing by the Russian Federation residents of equipment made in Belarus.

In August, 2009, under the cooperation agreement between administration of the Bryansk region and the holding company, the assembly production of the machinery of the Amkodor brand – "Amkodor-Bryansk" began to function. From the second quarter of 2011 Amkodor JSC – the management company of the holding is its only owner, and since July, 2011 all the output of three-ton front loaders is transferred to it. Currently the enterprise produces the expanded range of the machinery and attachments of the Amkodor brand. All products have been certified in the Russian Federation.

– What were the prerequisites to start the production of timber processing complex machinery of the Amkodor brand in the country?

– In recent years our holding is included into top four in the Russian market on an equal basis with the leading global manufacturers, such as "John Deere", "Ponsse" and "Komatsu".

In June of the last year the heads of the countries discussed the integration project of creation of the plant for the logging and forestry machinery production in the Russian Federation.

Taking into account experience of Belarus in design and mastering of serial production of timber processing complex machinery, AMKODOR JSC – management company of the holding suggested to implement this project. Then we selected the optimum place – a property complex of Onega Tractor Plant LLC (The Republic of Karelia, Petrozavodsk) which suffered the process of bankruptcy created at that time, we've opened Amkodor-Onego LLC and redeemed the bankrupt plant at an auction. The territory of an object is 48.3 hectares; the operating production will be located on the area of 48143 sq.m. The reconstructed areas will be 39,805 sq.m, the new construction – 7,240 sq.m. The staff of employees is planned to be not less than 500 people.

It is planned to start the serial production of at least 10 models of machines – wheel harvester and forwarders, loggers, skidding tractors, feller-bunching machines, crawler mulchers and so on. They are planned to replace imported substitutes and to be exported. The production and mounting of frame constructions, tandem drive axles, harvester heads will be organized there. Cabins, manipulators, transmission elements, hydraulic components will be delivered from the Belarusian plants of the Amkodor holding to Karelia.

– What contribution from the Russian enterprises is expected?

– Such component parts of the Russian production as engines of PJSC Avtodiesel (YaMZ), buses of JSC Voltayr-Prom, metal, casting, disks and other will be a part of the machines released at the enterprise.

The key objectives of this integration project – 100% of localization of production of machines of timber processing complex within the Union State will be so achieved that will allow to exclude dependence on foreign vendors (including monopolists) components.

– When the plant is going to start its operation?

– The normative term of construction is more than 3 years, however with the corresponding support from the Government of the Russian Federation, full and timely financing, these terms can be considerably reduced.

– What volume of the output do you expect to archive?

– The minimum estimated volume is 540 units a year, production capacity should be not less than 1000 units a year.

It is possible to note with satisfaction that processes of integration of our productions successfully go and soon will give significant for the Union State and consumers results.



ТОРГОВЫЙ ДОМ «БЕЛАЗ»:

СОХРАНЯЯ ТРАДИЦИИ, СТРЕМИМСЯ К СОВЕРШЕНСТВУ

БЕЛАЗ – мировой бренд с 70-летней историей производства карьерной техники, которая используется практически во всех отраслях российской промышленности, связанных с добычей твердых полезных ископаемых.



На территории Российской Федерации генеральным дистрибьютором ОАО «БЕЛАЗ» вот уже более одиннадцати лет является ЗАО «Торговый дом «БелАЗ».

Выстроив в России широкую дилерскую сеть, Торговый дом «БелАЗ» добивается максимально тесного взаимодействия с каждым горнодобывающим предприятием с тем, чтобы более точно предугадывать и незамедлительно реагировать на любые их потребности. Компания постоянно совершенствует формы такого взаимодействия с потребителями продукции БЕЛАЗ и сопутствующих услуг, модернизирует инструменты продаж и сопровождения существующего модельного ряда техники, успешно продвигая на рынок новинки БЕЛАЗ. Поставляя надежную технику, предоставляя качественное сервисное обслуживание и предлагая гибкие финансовые инструменты, мы помогаем нашим потребителям достигать новых горизонтов.

Сегодня продуктовый портфель торговой марки «БЕЛАЗ» насчитывает более 20 серий карьерной техники с возможностью выбора различных вариантов комплектации, в том числе двигателей и электроме-

ханических трансмиссий. Поэтому наши потребители могут получать подготовленный исключительно под их специфические задачи самосвал. При этом уделяется максимум внимания такому важному аспекту, как стоимость владения техникой в течение всего жизненного цикла, которая учитывает как стоимость покупки самой техники, так и затраты на её обслуживание, ремонт, а также время технической готовности.

Совершенствование и расширение сервисной инфраструктуры дилеров БЕЛАЗ с единой политикой предоставления услуг, квалифицированным персоналом и комплексным снабжением запасными частями и материалами позволяет Торговому дому «БелАЗ» обеспечить максимально эф-



681 ед. техники - общий объем реализованной техники **БЕЛАЗ** в России за **2018 год**

7 586 ед. техники реализовано с момента создания **ТД «БелАЗ»**

265 место по рейтингу РБК, ТД входит в топ-500 крупнейших компаний России

9 официальных дилеров

фективное владение техникой для российского потребителя.

В дополнение к этому стоит отметить, что дилеры БЕЛАЗ активно развивают мобильный сервис техники с помощью оперативных бригад на передвижных станциях ТО и ТР, на которых расположено оборудование для проведения периодического технического обслуживания, различные средства диагностики и механизмы для ремонта «в полевых условиях». Для обеспечения не-

Генеральный директор Торгового дома «БелАЗ» АЛЕКСЕЙ ЛЯМИН:

"БЕЛАЗ был и остается лидером на российском рынке карьерной техники. Сохраняя лидирующие позиции, мы стремимся постоянно расширять свой продуктовый портфель, улучшать качество продукции и услуг для повышения рентабельности бизнеса нашего потребителя".

СЕРВИСНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ТОРГОВОГО ДОМА «БЕЛАЗ» НА КАРТЕ РОССИИ С УКАЗАНИЕМ ДЕЙСТВУЮЩИХ ЦТП И ОП, А ТАКЖЕ СТРОЯЩИХСЯ.



прерывной работы техники БЕЛАЗ рядом со всеми основными горнодобывающими площадками сконцентрированы опорные пункты технической поддержки с необходимым складом запасных частей и материалов для проведения периодического технического обслуживания и текущего ремонта карьерных самосвалов. Это позволяет сервисным инженерам дилеров в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю находиться рядом с машиной и поддерживать ее бесперебойную работу. В современных рыночных условиях такая практика – это уже норма, так как потребителю вместе с конкурентной ценой также важна гарантированная техническая готовность и самая низкая удельная стоимость перевозки 1 единицы груза на весь жизненный цикл техники.

Торговый дом «БелАЗ» совместно с дилерами успешно развивает одно из трендовых направлений горнодобывающей отрасли – оказание аутсорсинговых услуг по экскавации и транспортировке горной массы на ведущих горнодобывающих предприятиях Кузбасса, Якутии, Хакасии, Сахалина.

При покупке карьерной техники БЕЛАЗ с переменного-переменным тяговым электроприводом потребитель может воспользоваться белорусской государственной программой льготного финансирования, которая дает возможность получить кредит в российском банке с прямым возмещением 2/3 от ключевой ставки ЦБ РФ, что позволяет сократить расходы на банковские проценты примерно в два раза.

Особое внимание Торговый дом «БелАЗ» уделяет внедрению и развитию современных информационных систем для сопровождения дилеров и потребителей: готовится к внедрению полноценный клиентский сервис в формате web-приложения с электронным каталогом и возможностью выбора техники, заказа запасных частей и материалов, а также всей информацией, связанной с эксплуатацией техники. Уже сегодня наши потребители имеют возможность свободно пользоваться online-каталогом техники и запасных частей на сайте tdbelaz.ru.

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ О ФЛАГМАНЕ ЛИНЕЙКИ БЕЛАЗ

Учредитель ООО «Регион-42» ЕВГЕНИЙ ВИТАЛЬЕВИЧ ТЫРЫШКИН:

«Самосвалы БЕЛАЗ-7558 являются качественными и надежными, обеспечивая высокую производительность, безопасность и низкую себестоимость эксплуатации. Без преувеличения считаю этот самосвал мировым лидером в классе карьерной техники грузоподъемностью 90 тонн».

Нацеленный на длительное и взаимовыгодное сотрудничество с потребителями Торговый дом «БелАЗ» предлагает российским потребителям и другие форматы взаимодействия:

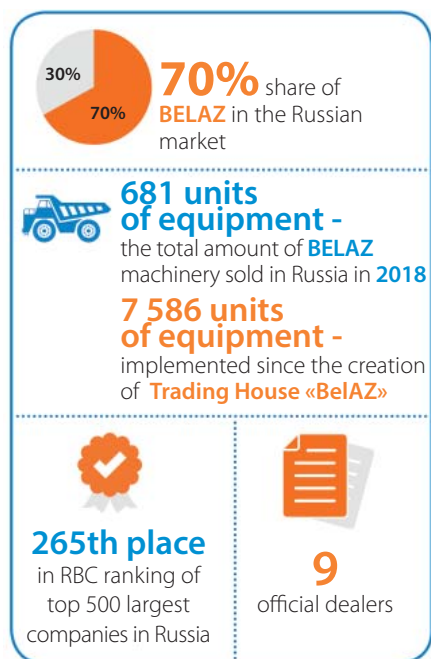
- ➔ **TRADE-IN** – выкуп бывших в эксплуатации карьерных самосвалов в зачет поставки новых моделей техники БЕЛАЗ.
- ➔ **REMAN** – полное восстановление карьерной техники БЕЛАЗ любого уровня сложности до состояния нового.
- ➔ **АРЕНДА** – передача техники в эксплуатацию потребителю с возможностью последующего выкупа.



TRADING HOUSE “BELAZ”:

KEEPING UP THE TRADITIONS TO BE THE BEST

BELAZ is a global brand with a 70-year history of mine machinery production, which is used in almost all Russian industrial sectors related to the output of solid minerals.



In Russian Federation ZAO “Trading House “BelAZ” has been the main distributor for OJSC “BELAZ” for more than eleven years.

Having built the widest dealer network in Russia, Trading House “BelAZ” strives for the closest cooperation with each mining enterprise in order to predict and immediately respond to any of their needs more accurately. The company constantly improves the forms of such interaction with consumers of BELAZ products and related services, upgrades the sales and maintenance tools of the existing model range of equipment successfully promoting new BELAZ products. We help our customers to reach new horizons by supplying reliable equipment, providing high-quality customer service and offering flexible financial instruments.

Today, the product portfolio of the BELAZ trademark includes more than 20 series of quarry equipment with the possibility of choosing various options arrangement including engines and electromechanical transmissions. Therefore, our customers can get a dump truck prepared exclusively for their specific tasks. At that, great attention is paid to such an important aspect as owning cost of equipment during the entire life cycle, which takes into account both the cost of buying the equipment and the costs of its

maintenance, repair work and also the time of technical readiness.

Improving and expanding the service infrastructure of BELAZ dealers with a unified service supply policy, qualified personnel and a balanced supply of spare parts and materials allows the Trading House “BelAZ” to ensure the most efficient use of equipment for the Russian consumer.

In addition to this, it is worth noting that the BELAZ dealers actively develop mobile service of equipment using services crew at repair and maintenance mobile stations, which have equipment for carrying out periodic maintenance, various diagnostic tools and mechanisms for repairing “in the field”. To ensure the continuous operation of BelAZ equipment there Points of Technical Support with necessary spare

parts store and materials situated close to all major mining ventures for periodic and routine maintenance of mining trucks. This allows service engineers of dealers to stay close to the machine and keep it running smoothly 24 hours a day, 7 days a week. In the current market conditions such practice is normal because competitive price is important for the consumer along with guaranteed technical readiness and the lowest transportation unit cost for the entire life cycle of equipment.

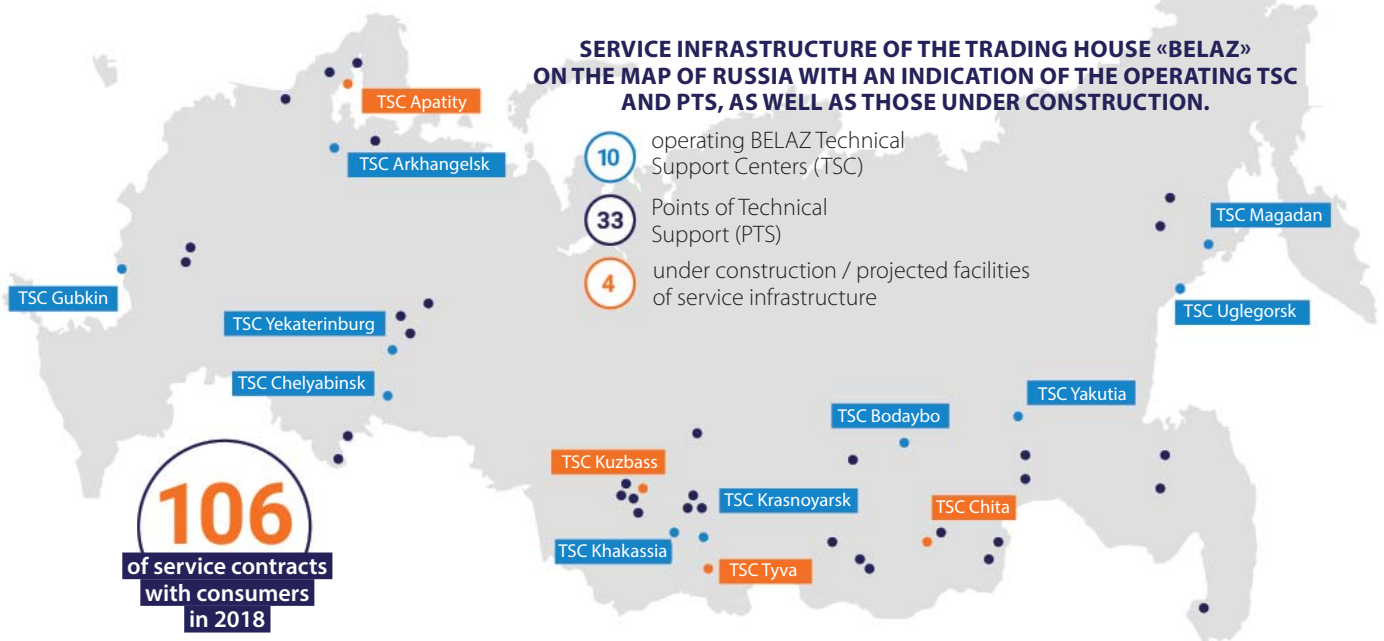
Trading House «BelAZ» together with dealers successfully develops one of the trend areas of the mining industry - outsourcing services for the excavation and transportation of rock mass on the leading mining enterprises of Kuzbass, Yakutia, Khakassia, Sakhalin.

EXPERT OPINION ON BELAZ FLAGSHIP:

Founder of Region-42 LLC TYRYSHKIN EVGENIY:

“The BELAZ-7558 dump trucks are of high quality and reliable providing high performance, safety and low operating cost. Without exaggeration I consider this dump truck to be the world leader in the class of mine machinery with a carrying capacity of 90 tons.”

**SERVICE INFRASTRUCTURE OF THE TRADING HOUSE «BELAZ»
ON THE MAP OF RUSSIA WITH AN INDICATION OF THE OPERATING TSC
AND PTS, AS WELL AS THOSE UNDER CONSTRUCTION.**



**Chief Officer
of Trading House
“BelAZ” ALEXEY LYAMIN:**

BELAZ has always been, and remains the leader in the Russian market of quarry machinery. Keeping the leading positions, we strive to constantly expand our product portfolio, improve the quality of products and services in order to increase the profitability of our consumer's business.

Aimed at long-term and mutually beneficial cooperation with consumers, Trading House «BelAZ» offers Russian consumers other interaction formats:

- ➔ **TRADE-IN** – buyout of used dump trucks to offset the supply of new models of BELAZ vehicles.
- ➔ **REMAN** – full restoration of the BELAZ mine machinery of any complexity to the new condition.
- ➔ **LEASE** – handing over the machinery to consumer with the possibility of subsequent redemption.



When buying BELAZ quarry machinery with the AC/AC electric traction drive, consumers can take advantage of Belarussian state program of concessional financing, which makes it possible to get a loan from a Russian bank with a direct refund 2/3 of the key rate of the Central Bank in the Russian Federation, which reduces the costs of bank interest approximately in two times.

The Trading House «BelAZ» pays special attention to the introduction and development of modern information systems to accompany dealers and consumers: a full-fledged customer service is being prepared for implementation in a web application format with an electronic catalog and the possibility of choosing machinery, ordering spare parts and materials, as well as all the information associated with the operation of equipment. Today our consumers have an opportunity to freely use online catalog of machinery and spare parts on the website tdbelaz.ru.

Keeping the time-tested traditions, Trading House «BelAZ» together with dealers improves the technologies of sales, support and promotion of BELAZ products in the Russian Federation to achieve its successful work for the benefit of consumers.



Уважаемые друзья!

Вы держите в руках выпуск журнала Russian Business Guide, посвященный такой важной и интересной теме, как туризм.

За последние годы туриндустрия в нашей стране проделала большой путь, блестяще продемонстрировав свои возможности во время зимней Олимпиады в Сочи в 2014 году и во время чемпионата мира по футболу в 2018 году.

Особенно динамично растет внутренний туризм, обновляется гостиничная база, развивается санаторно-курортный комплекс, улучшается качество обслуживания. Вместе с тем в этой сфере есть немало нерешенных задач, таких как упрощение визового режима, повышение эффективности капитальных вложений и уровня подготовки кадров, создание современного турпродукта, продвижение России на мировом туристском рынке.

Все эти процессы так или иначе отражены на страницах этого номера, где лидеры рынка делятся опытом, а эксперты рассказывают о новых трендах и лучших практиках в сфере гостеприимства.

Приятного чтения!

**С уважением, президент
Российского союза туриндустрии
Сергей Шпилько**

Dear friends!

You are holding in your hands the issue of Russian Business Guide magazine, devoted to such an important and interesting subject as tourism.

In recent years the tourism industry of the country has come a long way, having shown its ample opportunities during the Winter Olympic Games in Sochi, 2014 and the FIFA World Cup in 2018.

Internal tourism grows especially dynamically - the database of hotels updates, spa and resort complexes progressively develop, the quality of services gets better. At the same time there are still many tasks to ponder over, such as facilitation of the Visa Regime, upsurge of capital efficiency and of the quality of the personnel training, modern tour product development and progress of Russia in the world tourist market.

All these processes in one way or other are reflected in this issue on the pages of which the market leaders share their experience and the experts tell us about new trends and the best practices in the sphere of hospitality.

I wish you an interesting reading!

**Faithfully yours, President of the Russian Union
of Travel Industry Sergei Shpilko**

Российские города возглавили список САМЫХ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ В МИРЕ

Испанская газета El Pais составила список самых экстремальных городов в мире, куда вошли самые сложные для жизни и туризма города. Издание отмечает, что города в этом списке бросают вызов самым холодным или удушающе жарким температурам или располагаются на таких высотах, где трудно дышать, подвергают критическим испытаниям живущих там людей.

На первое место в своем рейтинге газета одновременно ставит российский город Якутск и село Оймякон. По мнению авторов, **ЯКУТСК** отличается максимально экстремальным климатом, потому что температура воздуха зимой опускается до минус 40 градусов Цельсия, а летом может достигать 29 градусов, из-за чего город редко привлекает внимание туристов и создает для местных жителей серьезные трудности для жизни. При этом издание отмечает, что Якутск является региональным центром, и

одновременно – это важный культурный, научный и экономический центр Сибири.

Наравне с Якутском издание признает самым экстремальным местом на планете село **ОЙМЯКОН**, также расположенное в Якутии. Его отличает самая низкая температура, зафиксированная на обитаемой части Земли, в частности, в 1926 году температура воздуха там опускалась до минус 71,2 градуса Цельсия. При этом газета отмечает, что там проживают очень много пожилых россиян.

Следующим в рейтинге El Pais идет еще один якутский город **ВЕРХОЯНСК**. По мнению авторов, этот город является одним из самых экстремальных из-за рекордных перепадов температур. Самая низкая зафиксированная температура там минус 69,8 градуса Цельсия, а самая высокая 37 градусов Цельсия, а перепад составляет 106,8 градуса, из-за чего город даже по-

пал в Книгу рекордов Гиннеса. При этом издание отмечает достаточно крупное для таких мест население – в размере 1,3 тысячи человек.

Самым жарким городом мира издание признало **САН-ЛУИС-РИО-КОЛОРАДО** в Мексике, где максимальная температура достигала 59,5 градусов Цельсия. Самым труднодоступным городом на Земле El Pais считает шахтерский город Ла-Ринконада в Перу, который расположен на высоте 5 099 метров над уровнем моря. Город расположен в зоне вечной мерзлоты, однако, при этом там живут более 30 тысяч человек.

В рейтинг также вошли города **ИЕРИХОН И ТАБХА** в Израиле – как самые низко расположенные города в мире (более 200 метров ниже уровня моря). Самым удаленным в мире называется город-остров **АДАК** в группе Алеутских островов. На звание самого северного населенного пункта, по версии газеты, претендуют **ХАММЕРФЕСТ** в северной Норвегии и **ЛОНГЫР** на норвежском архипелаге Шпицберген, а также небольшой город **БАРРОУ** на севере Аляски (США).

За звания самых южных населенных пунктов мира соперничают аргентинский город **УШУАЙЯ** и чилийский **ПУЭРТО-ВИЛЬЯМС**.

Russian settlements headed the list OF THE MOST EXTREMAL HUMAN SETTLEMENTS IN THE WORLD

The Spanish Newspaper “El Pais” has listed the most extremal human settlements in the world, those which are the most difficult ones for life and tourism. This edition marks that the places of this list challenge either the coldest or the suffocatingly hottest temperatures or they are located at such heights, where it is difficult to breathe, and it puts on hard trials to the people living there.

The first place of the newspaper rating belongs to both Yakutsk, Russian city and the Oymyakon village. The authors draw the readers’ attention to the fact that, **YAKUTSK** is distinguished by the most extreme climate because air temperature falls to minus 40 degrees Celsius in the winter, and reaches 29 degrees in the summer, this way this city stays unattractive to the tourists and creates the serious difficulties for life of the locals. At the same time the article stresses the fact that Yakutsk is a regional center, and at the same

time it is an important cultural, scientific and economic center of Siberia.

On the equal basis with Yakutsk the newspaper mentions the village of **OYMYAKON** as the most extreme place on the planet which is also located in Yakutia. It is distinguished by the lowest temperature recorded on the inhabited part of Earth, so that in 1926 the air temperature fell to minus 71,2 degrees Celsius. At the same time, it is mentioned that a lot of elderly Russians live there.

VERKHOYANSK is one more Yakut town which takes the second place in “El Pais” extremal rating. According to the authors’ words, this city is one of the most extremal ones because of the large-scale temperature fluctuations. The lowest recorded temperature there is minus 69,8 degrees Celsius, and the highest one is about 37 degrees Celsius, so that the temperature

split is 106,8 degrees, that’s why the city has been even included to The Guinness Book. At the same time the newspaper makes the special mention of the population, which is rather large for such a place and is about 1,3 thousand people.

“El Pais” recognized **SAN LUIS RÍO COLORADO** in Mexico as the hottest city of the world. The maximum temperature there reached 59,5 degrees Celsius. The mining town La Rinconada in Peru is the most hard-to-reach town on the earth as considered by “El Pais”, it is located at the height of 5 099 meters above sea level. The town is located in the permafrost zone, however, at the same time more than 30 thousand people live there.

The **JERICHO** city and the **TABHA** village of Israel have also entered the rating as the lowest located settlements in the world (more than 200 meters below sea-level). **ADAK CITY** – island that is located at the Aleutian Islands is the most remote city in the world. According to the newspaper such places as **HAMMERFEST** in the northern Norway, **LONGYIR** on the Norwegian archipelago of Svalbard and **BARROW** in the north of Alaska (USA) claim for the rank of the most northern settlements.

The Argentina city of **USHUAIA** and the Chilean town **PUERTO WILLIAMS** compete with each other for the ranks of the most southern settlements in the world.

Говорят, что не нужно искать черную кошку в темной комнате. Особенно если её там нет. А если всё-таки есть? И если это не просто кошка, а – чёрная пантера? Тогда, наверное, тем более не нужно её искать... А вот у Фаика Бабанлы пантера по кличке Негро несколько лет прожила на даче и в общем-то, наверное, судьбой своей была довольна. Ведь могла эта судьба и по-другому сложиться...

Фаик Бабанлы – знаменитый на весь мир охотник, а в не столь далёком прошлом – чемпион Азербайджана и победитель различных международных турниров по боям без правил. Не знаю, могут ли животные оценивать свою жизнь, судьбу, размышлять... О своём предназначении, об устройстве мира, об охоте, в том числе и об «охоте к перемене мест», о боях по правилам и без правил – с людьми, с животными и с тем, кого называть не рекомендуется, потому что «вспомни чёрта, он и появится»... И о многом другом, о чём любит подумать и поговорить человек. Если он, конечно, действительно «человек разумный». В общем, про животных не знаю, а с Фаиком – поговорим...



ФАИК БАБАНЛЫ: «Личность – это тот, кого знает мир»

«СМОТРЕТЬ НА ЧЕЛОВЕКА
И ВИДЕТЬ ЕГО ДУХ!..»

– Начну с вашей цитаты, которая меня сильно заинтересовала: «Когда я впервые оказался среди диких племен, я понял, какими были люди изначально: у человека не было хитрости, у человека не было подлости. Первобытный человек – словно зверь, только разумный». Два предложения, а сколько вопросов возникает! Во-первых, как вы находите общий язык не только с дикими племенами, но и с теми, кто говорит на языках пусть и распространённых в мире, но вам не знакомых? Сколько языков вы вообще знаете? И во-вторых и главных, как вы считаете: человек современный, «вооружённый хитростью, а то и подлостью», способен ли от этого «оружия» когда-нибудь изба-

виться? Или же людям теперь придётся как-то с этим мириться, «сосуществовать»?.. Так же, как с системами безопасности, видеофиксации и прочими усложняющими его жизнь и ущемляющими их свободу технологиями, без которых раньше как-то обходились...

– Есть человек, который, глядя на кого-то, видит только его внешность, тело. А есть человек, который смотрит на другого человека и видит его дух. Человек, живущий в джунглях, в «диких», по нашим понятиям, племенах, он тебя – видит. Видит именно твой дух. В отличие от тех, кто живет в городах, в так называемых «цивилизованных» условиях, он определяет тебя точно. Он знает, понимает, чувствует всё, что ты задумал.

– То есть ему ни «резюме», ни рекомендаций не надо?

– Нет, кто бы и что ни рассказывал – «он мой сосед, он мой родственник, я с ним прожил много лет, ты лучше меня не можешь его знать!..» – у него свой взгляд. Он сразу всё понимает. У него нет хитрости. Это в нашем мире славится тот, кто хитрей... Храбрый же человек, мужчина, не может быть хитрым, потому что храбрость и хитрость – вещи несовместимые. Хитрость – это дело чертовское. Это его оружие.

Языков же я не знаю... Поэтому я разговариваю с людьми языком «человеческим». Такой язык есть, этот язык понимают все, только не все об этом догадываются...

– Видимо, так... Общались ведь, находили же как-то люди в давние времена общий язык с жителями стран, которые «открывали». Хотя не было ещё в

те годы не то что «яндекс-переводчика», но даже и простых бумажных «разговорников». И всё-таки представить это трудно...

– Это реально. Потому что есть взгляд...

– То есть глаза заменяют всё?..

– Да, не надо даже говорить. Мудрым людям – не «умным», а именно «мудрым» – не надо спрашивать, «кто ты такой», «кто он такой». Им не надо рассказывать, хороший тот или плохой. У них своё мнение. Сразу.

– А если они встретятся с хитростью?

– Если ты мудрый, а он хитрый, ты это увидишь. С первого поднимания глаз. И заранее будешь знать, что делать. Как он тебя может обмануть? Хитрый не подойдёт к мудрому, сильному, храброму. Не подойдёт, потому что хитёр...

– Как собака: она кусает тех, кто ее боится. А если не боишься, не укусит...

– Да! Если видит в тебе мужество. У меня действительно жила пантера. Дикое животное. Хищник. Она приручается, когда чувствует, что человека надо уважать...

* * *

Тут надо сказать, что я впервые, наконец, в своей журналистской практике пожалел, что не снимаю интервью на

видео... Как передать на бумаге взгляд? Интонацию? Выражение лица? Но главное – взгляд... Я понял зверей: помотришь в глаза и понимаешь – шансов нет... Но мне было не страшно, я в глаза смотреть мог. В конце концов, на меня же не охотились...

«ПОЧЕМУ Я ПОБЕЖДАЛ? – Я НЕ ЗНАЛ, КАК ПРОИГРЫВАТЬ»

– Но до охоты был спорт. Тоже не простой: о боях без правил у разных людей сложились противоположные мнения: одни считают, что это – лучшее, в чём могут проявить себя настоящие мужчины, другие – что это слишком жестоко и опасно, что этот вид единоборств чуть ли не запретить вообще надо бы... А что значит этот вид спорта для вас? Что он вам дал, а может быть – и отнял?..

– Спорт должен быть в жизни каждого человека. Если он – личность. У человека есть тело, я называю его «машиной», и у этой «машины», как у любого механизма, есть свой «срок годности». Который проходит... Хотя у многих ли людей есть мысли о том, что их жизнь закончится? Никто ведь об этом не думает.

Жизнь свою можно и нужно разделять на какие-то части, этапы. На этапе «до 30» спорт в жизни мужчины должен быть обязательно. Это своего рода «жизненный норматив», который надо выполнить.



Сначала я был борцом. Мастер спорта по вольной борьбе. Я просто умел это хорошо делать. Потом уже вышел на бои без правил. Для меня никогда не было важно, кто передо мной: может, чемпион, может, даже многократный... Это был для меня не соперник, а «объект». Который просто нужно разорвать. Почему я всегда выигрывал? – Потому что не знал, как проигрывать. Мне никто не говорил: «Береги себя». У меня уже не было тренера, я сам себе был тренером. Зачем тебе тренер, если ты это умеешь делать? Хорошо и быстро.

Тренер у меня был в детстве – тренер по вольной борьбе. А потом как-то оно само по себе получалось. Чтобы выигрывать бои без правил, ты обязательно должен быть борцом, на ногах хорошо стоять. Это для меня аксиома.

В спорте тоже важно – видеть. Если ты тренер, если смотришь на ученика, ты должен сразу понимать, что из него выйдет. Я определяю. Сразу. Кто-то другой, бывает, годами... В спорте, как и вообще в жизни, важно что-то из себя представлять. Важно что-то из себя сделать! «Найти в себе человека».

Спорт мне многое дал, у меня было чемпионство, были и другие радости, но... Чего-то не хватало, что-то «не двигало». Я понял, что спорт – это определенный норматив жизни, который нужно в свое время выполнить и – оставить. Потому что не давал он мне того адреналина, который мне нужен. А я зависим от адреналина. Реально. Поэтому – охота...

«ОХОТНИК – НЕ ИЗВЕРГ, А «СЕЛЕКЦИОНЕР»

– Хотя и называются эти бои – «без правил», но всё-таки это – спорт и какие-то ограничения в нём всё-таки есть. Охота на хищников – вот уж где действительно правил нет. Во всяком случае – со стороны хищников... Кто на кого охотится, например, в джун-



глях? Бывало ли у вас – и если да, то как часто – ощущение, что в какой-то момент охотник – это вовсе не вы?..

– В джунглях реально нет правил. Человеческая энергетика там – она чужая. Человек там чужой, не его там владения. Поэтому и мало там людей. Джунгли отнимают жизнь. Джунгли – территория хищника. Он в них каждый сантиметр знает. И вроде бы это ты на него охотишься, но ты не видишь его, когда он идёт... А он тебя видит! Он ошибку не сделает. Он не разумный. У него определенный код. Он нападает четко и убивает четко. Он для этого создан, это – машина убийств. А у человека есть разум! Человек неумный пойдёт в джунгли один раз. И там останется. Его не выпускают...

Нападает – хищник. Он нападает, и ты стреляешь... На расстоянии всего нескольких метров. Ни опоздать, ни промахнуться нельзя, потому что зверь точно не промахнется...

– Романтика, конечно, но, как говорят, не для слабонервных... Но есть у охотников и другие противники – различные организации по защите животных. Не возникает ли с ними конфликтов?

– На этот вопрос ответить легко и просто. Конечно же, охотник – это не изверг. Охотник – это тот, кто бережёт природу, помогает природе. Давно уже нет такого, чтобы «дикий» охотник пошёл и настрелял где, кого и сколько ему нужно. Организации, защищающие животных, сами же охотники и создают. В вымирающих животных рука не поднимется стрелять. В самок стрелять нельзя, в молодых – нельзя! Стреляй в самых больших!

Настоящий охотник – он мудр, он всё знает. Охота – это своего рода селекция, отбор, который сегодня больше зависит именно от человека, чем от природы. Человек знает территорию, знает, сколько на ней живёт самцов, сколько самок... Например, в прайде есть лев, он уже старый, но бьет молодых, выгоняет. Но размножения уже нет – он и сам дело не делает, и другим не дает. И тогда в дело вступает охотник...

Охота сегодня – только по лицензии. Например, в Зимбабве: страна продает слона охотнику, он стреляет, забирает бивни, которые местным не нужны, а мясо

остается. Местные жители там охотиться не имеют права. Но они могут забрать десять тонн мяса. Бесплатно. То есть и охотники с бивнями, и местные жители с мясом. Плюс – деньги государству.

– Вы охотились в разных странах, на разных континентах... Есть ли ещё на вашей карте «белые пятна»? Куда хотелось бы вернуться? Знаете, как бывает: перед много путешествующим человеком всегда стоит дилемма: побывать там, где ещё не был, или же вернуться туда, где понравилось...

– Я люблю возвращаться. Туда, где уже бывал. Всегда это выбираю: я там был и уже знаю, что там есть. Это – сильнее. Впрочем, я охотился на всех континентах.

– В таком случае, и «возвращение» – тоже не простой выбор... Какие места вам наиболее близки?

– Южная Америка.

– Джунгли? Амазонка?

– Только Амазонка! Для меня так...

«ЦЕННОСТЬ СТРАНЫ – НЕ ТОЛЬКО В ПРИРОДНЫХ РЕСУРСАХ»

– Можно ли сказать, что «посмотреть на мир необходимо в первую очередь для того, чтобы убедиться, насколько хороша Родина»?

– Совершенно верно. Вы знаете, что из двенадцати типов климата, которые существуют на планете, в Азербайджане есть девять! Просто территория у нашей страны небольшая.

– Но на этой маленькой территории...

– ...есть всё! Миграция птиц проходит через Азербайджан. Разве это не прекрасно?! Но ценность страны не только в природных ресурсах. И не в деньгах, не в золоте, не в нефти она заключается. Её ценность – в личностях, которые в этой стране живут. Человеческий фактор. Ты сам о себе не можешь говорить. За тебя говорят твои деяния. То, чего ты достиг, что сделал в жизни.

– Более 15 лет вы руководите Клубом охотников Азербайджана. В чём заключается эта работа: в организации поездок азербайджанских любите-

телей охоты за рубежом или в организации охоты на территории республики – как для граждан своей страны, так и для иностранных гостей?

– Признаюсь, что какое-то время та часть работы, которая касается поездок азербайджанцев на охоту в другие страны, конечно, шла, но не так уж ярко, потому что я собой был занят... Да мы занимаемся организацией охоты по всему миру, но больше стараемся привозить гостей к нам в Азербайджан: поохотиться, например, на горного тура. Наша задача, в первую очередь – развивать туризм. В том числе – туризм элитный.

– То есть не тот, когда организованные группы по 50 человек ходят и делают селфи на фоне достопримечательностей?..

– Это тоже важно, но у нас несколько другое направление. Персональное. Известные во всём мире люди приезжают в Азербайджан, гостят у меня, охотятся. Человек, который едет с тобой на охоту, который выбрал для охоты тебя, – он знает, что ты умеешь это делать. Человеческий фактор – очень важный фактор. Я считаю, что, путешествуя куда-то, каждый должен знать, к кому он едет. Когда нас приглашают за рубеж, мы и сами уделяем особое внимание такого рода вопросам. Нас ведь тоже приглашают люди всемирно известные, имеющие на мировой арене особый вес.

– Услышав слова «элитный туризм», кто-то скажет: «А, это для богатых...»

– Уровень наших гостей не исчисляется деньгами. Вообще цена человека определяется не тем, насколько он богат. Человека судят по его деяниям. Только. Остальное всё – деньги, родственники... Для меня это не показатели. Ценен тот, кто прошёл какой-то путь сам, лично, а не благодаря каким-то «помогательным вариантам»

Важно – чем он, человек, тебя удивит. Есть ли ему чем сделать это? А ведь удивить мир можно одним движением... Много ли вы видите вокруг личностей? Что это вообще такое? – Личность – это тот, кого знает мир. Для меня другого ответа нет...

Беседовал Алексей Сокольский



FAIQ BABANLI:

“Personality is the one who is known to the world”



They say that you do not need to look for a black cat in a dark room, especially if it's not there. And if it still there? And if it's not just a cat, but a black panther? Then, probably, all the more you don't need to look for it... But the panther named Negro lived in the country house of Faiq Babanli for several years and, in general, it was probably satisfied with its fate. After all, this fate could have been different... Faiq Babanli is a world-famous hunter, and in the not so distant past – the champion of Azerbaijan and the winner of various international mixed martial arts tournaments. I don't know if animals can evaluate their life, destiny, think on their mission, on the structure of the world, on hunting, including on “the hunt for changing places”, about fights with rules and without them – with people, with animals and with the one who is not recommended to be called, because “remember the devil, he will appear”... And about many other things that people like to think and talk about. If they, of course, really “homo sapiens”. In general, I don't know about animals, but let's talk to Faiq...

**“LOOK AT THE PERSON
AND SEE THEIR SPIRIT!”**

– I will begin with your quote, which interested me greatly: “When I first appeared among wild tribes, I understood what people were like from the beginning: a person had no tricks, a person had no meanness. A primitive man is like a beast, but intelligent.” Two sentences and how many questions arise! Firstly, how do you find a common language not only with wild tribes, but also with those who speak languages even if they are common in the world, but unfamiliar to you? How many languages do you know? And secondly and most importantly, what do you think: modern people, “armed with cunning, and even meanness”, are they ever able to get rid of this “weapon”? Or do people have to somehow put up with it now, “coexist”?.. Just as with security systems, video recording and other technologies that complicate their lives and limit their freedom, without which they used to live somehow...

– There is a person who, looking at someone, sees only their appearance, body. And there is a person who looks at another person and sees their spirit. People who live in the jungle, in “wild” tribes, according to our concepts, they see you. See precisely your spirit. Unlike those who live in cities, in so-called “civilized” conditions, they define you accurately. They know, understand, and feel everything that you have in mind.

– That is, they don’t need a “summary” or recommendations?

– No, whoever says anything, “he is my neighbor, he is my relative, I lived with him for many years, you cannot know him better than me!..” – they have their own opinion. They immediately understand everything. They have no tricks. It is in our world that

one who is more cunning is famous... But a brave man cannot be cunning, because courage and cunning are incompatible things. Cunning is a damn thing. This is a devil’s weapon.

I don’t know languages... Therefore, I speak “human” language. There is such a language, everyone understands it, but not everyone realizes this...

– Apparently, this is true... After all, they communicated, somehow people in ancient times found a common language with residents of countries that they “discovered”. Although, in those years, there were neither Yandex-translator, nor simple paper “phrasebooks”. And yet it is difficult to imagine...

– This is real. Because there is a look...

– That is, eyes replace everything?..

– Yes, you even don’t need to talk. Wise people – not “smart”, but “wise” – don’t need to ask “who are you”, “who is he”. There is no need to tell them who is good or bad. They have their own opinion. Immediately.

– And if they meet with cunning?

– If you are wise and he is cunning, you will see it from the first glance. And you will know in advance what to do. How can he fool you? A sly person won’t deal with the wise, strong, brave one. Such person won’t do it because he or she is cunning...

– Like a dog: it bites those who fear it. And if you are not afraid, it doesn’t bite...

– Yes! If it sees courage in you. I really lived with a panther. It is a wild animal, predator. It tames when it feels that a person should be respected...

Here, I must say that for the first time in my journalistic practice I probably regretted

that I was not filming the interview... How to convey a look on paper? Intonation? Facial expression? But the main thing is the look... I understood beasts: one looks in your eyes and understands – there is no chance... But I was not afraid, I could look in your eyes. In the end, you didn’t hunt me...

**“WHY DID I WIN?” –
“I DIDN’T KNOW HOW TO LOSE”**

– But before hunting there was sport. It’s also not simple: different people had opposite opinions about mixed martial arts: some consider that this is the best way for real men to express themselves, others – that this is too cruel and dangerous, that this kind of martial arts must be almost forbidden... And what does this sport mean to you? What did it give you, and maybe it took something away?..

– Sport should be in the life of every person, if he or she is a person. A person has a body, I call it a “machine”, and this “machine”, like any mechanism, has its “shelf life”, and it passes... Although do many people have thoughts that their lives will end? Nobody thinks about it.

Your life can and should be divided into some parts, stages. At the stage of «up to 30» there must be sport in the life of any man. This is a kind of «life standard» that must be met. At first I was a wrestler. Master of Sports in freestyle wrestling. I just knew how to do it well. Then he went out to fights without rules. For me, it has never been important who is in front of me: maybe a champion, maybe even a multiple one... It was not an opponent for me, but an “object”, which I just need to break. Why did I always win? – Because I didn’t know how to lose. Nobody said to me: “Take care of yourself.” I no longer had a coach, I was a coach myself. Why do you need a coach if you can do it? Good and fast.

I had a coach in my childhood – a wrestling coach. And then somehow it turned out itself. To win fights without rules, you must be a wrestler, stand upright on your feet. This is an axiom for me.

In sports, it is also important to see. If you are a coach, if you look at a student, you should immediately understand what will come of him or her. I can define. Immediately. For someone else it takes years... In sports, as well as in life in general, it is important to represent something of yourself. It is important to make something of yourself! “Find a person in yourself.”

Sport gave me a lot, I was a champion, and there were other joys, but... Something was missing, something “did not move.” I realized that sport is a certain standard of life that you need to fulfill in due time and leave. It did not give me the adrenaline that I need. And I depend on adrenaline. Really. Therefore – hunting...



**"THE HUNTER IS NOT A MONSTER,
BUT A "BREEDER"**

– Although these fights are called "without rules," but still it's sport and there are some limitations in it. Hunting predators – that's really where there are no rules. In any case, from the side of predators... Who hunts whom, for example, in the jungle? Have you ever had the feeling that at some point you are no longer a hunter – and if so, how often?..

– There are really no rules in the jungle. Human energy is a stranger there. People are strangers there, it's not their territory. Therefore, there are few people there. Jungle takes life. Jungle is the territory of a predator. It knows every centimeter in them. And it seems that you hunt it, but you do not see it when it moves... And it sees you! It will not make a mistake. It is not reasonable. It has a certain code. It attacks and kills. It is created for this purpose, it is a killing machine. And a human has a mind! A stupid man will go to the jungle once. And it will remain there. He will not come back...

A predator attacks. It attacks, and you shoot... At a distance of only a few meters. Neither to be late, nor to miss, because the beast will not miss...

– Romance, of course, but, as they say, not for the faint of heart... But hunters have other opponents – various organizations for the protection of animals. Do you have conflicts with them?

– This question is easy to answer. Of course, a hunter is not a monster. A hunter is one who protects nature, helps nature. It has long been no such "wild" hunters who go and shoot where, whom and how much they need. Hunters themselves create organizations that protect animals. It's impossible to shoot endangered animals, you can't shoot females, you can't shoot young! Shoot the biggest ones!

A real hunter is wise, he knows everything. Hunting is a kind of selection, which today depends more on human than on nature. A human knows the territory, knows how many males live on it, how many females... For example, there is a lion in the pride, he is already old, but he beats the young, expels. But there is no more breeding – he does not do the work himself, and does not give it to others. And then the hunter takes over...

Hunting today is allowed only under license. For example, in Zimbabwe: a country sells an elephant to a hunter, he shoots, picks up tusks that are not needed by the locals, and the meat remains. Local residents are not allowed to hunt there. But they can pick up ten tons of meat. It is free. That is, hunters with tusks, and locals with meat. Plus – money to the state.

– You hunted in different countries, on different continents... Are there any more



white spots on your map? Where would you like to come back? You know how it is: a traveler always has a dilemma: to go where he or she hasn't been before, or to return to where they liked...

– I like to come back. I always choose this: I was there and already know what is there. This is stronger. However, I hunted on all continents.

– In this case, the "return" is also not an easy choice... Which places are closest to you?

– South America.

– Jungle? The Amazon River?

– Only Amazon! For me, so...

**"THE VALUE OF A COUNTRY IS NOT
ONLY IN ITS NATURAL RESOURCES"**

– Is it possible to say that "it is necessary to look at the world first of all in order to make sure how good the Motherland is"?

– Exactly. You know that of the twelve types of climate that exist on the planet, there are nine in Azerbaijan! Just the territory of our country is small.

– But in this small area...

– ...there is everything! Migration of birds passes through Azerbaijan. Isn't that great?! But the value of the country is not only in its natural resources, and not in money, not in gold, not in oil. Its value is in the personalities who live in this country. It's a human factor. You cannot speak about yourself. Your deeds speak for you. This is what you achieved, what you did in life.

– For over 15 years you have been running the Hunters Club of Azerbaijan. What is this job: in organizing trips for Azerbaijani hunting enthusiasts abroad or in organizing hunting in the territory of the Republic – both for the citizens of your country and for foreign guests?

– I confess that for some time that part of the work, which concerns the trips of Azerbaijanis to hunt in other countries, of course, went on, but not so good, because I was busy with myself... Yes, we are organizing hunting around the world, but we try bringing more guests to Azerbaijan: to hunt, for example, on mountain goats. Our task, first of all, is to develop tourism, including – elite tourism.

– That is, not the one when organized groups of 50 people walk and take selfies against the background of sights?..

– This is also important, but we have a slightly different specialization. It is personal tourism. Famous people all over the world come to Azerbaijan, visit me, hunt. The person who goes with you to the hunt, who chose you to hunt with – he knows that you can do it. The human factor is a very important factor. I believe that, traveling somewhere, everyone should know to whom they go. When we are invited abroad, we ourselves pay special attention to such issues. After all, we are also invited by famous people, who have special weight on the world stage.

– Hearing the words "elite tourism", someone will say: "Oh, this is for the rich..."

– The level of our guests is not calculated in money. In general, the value of a person is not determined by how rich he or she is. A person is judged by their deeds. Only. The rest – money, relatives... For me, these are not indicators. The one is valuable, who has traveled a path on their own, personally, and not because of some "help options".

It is important how they will surprise you. Do they have anything to do it? But one can surprise the world with one movement... Do you see a lot of personalities around? What is it all about? "Personality is the one who is known to the world." There is no other answer for me...

Interviewed by Alexey Sokolsky



STARLINER:

как сделать тревел
эффективным инструментом
бизнеса?

Когда нас спрашивают, чем мы занимаемся, аббревиатура ТМС редко оказывается кому-то знакомой, поэтому приходится объяснять, кто мы и зачем. ТМС, или тревел-менеджмент компания, помогает корпоративным клиентам управлять расходами на командировки. Но если говорить о более общем, «фундаментальном» предназначении, то мы видим его в достижении бизнес-целей, заданных деловыми поездками. Поэтому в наши задачи входит всё, начиная от организации командировок и заканчивая предоставлением подробной аналитики по затратам.

ТМС позволяет компаниям экономить (а потенциал для экономии есть в 99% случаев), не покушаясь при этом на комфорт бизнес-путешествия. На самом деле, ориентация на комфорт – тоже экономия. Представим, что ведущий специалист с зарплатой от 70 тысяч рублей – именно таких сотрудников чаще всего и отправляют в командировки, – «выгорев» от ночных рейсов, длительных пересадок, опозданий на важные переговоры из-за неоформленного трансфера, решает уволиться. А теперь представим, сколько компании придется потратить средств, чтобы в сжатые сроки найти специалиста на освободившуюся позицию. По мнению ведущего исследователя HR-трендов Джоша Берсина, замена талантливого сотрудника обходится работодателю в сумму, равноценную его зарплате за два года...

Отвечая на второй вопрос, зачем нашей компании сотрудничать с ТМС, мы расскажем вымышленную, но достаточно типичную для нашей практики историю. Есть клиент – IT-компания. У клиента есть цель: подписать крупный контракт, проведя успешные переговоры в Гонконге. У тревел-менеджмент компании есть задача: отправить в командировку трех сотрудников – руководителя отдела продаж, тимлида и главного разработчика.

Обычно в компании, не взаимодействующей с ТМС, организация командировки выстраивается так: сотрудник, занимающийся деловыми поездками (пусть это будет помощник руководителя), смотрит авиабилеты и гостиницы в онлайн-агрегаторах. У него нет времени анализировать маршруты, задумываться о том, сможет ли его организация затем возместить НДС и кто будет ответственен, если что-то в командировке пойдет не так. Он просто ищет приемлемое по цене предложение, переходя с вкладки на вкладку, и надеется, что бизнес-путешественники смогут «понять и простить» его за неудобные рейсы. Или надеется, что его «поймет и простит» работодатель – за то, что он не смог уложиться в бюджет.

Сотрудничая со Starliner, помощник руководителя выстраивал бы маршрут в нашей онлайн-платформе, что называется, в «одном окне»: в ней можно выписывать ж/д и авиабилеты, бронировать номер в отеле, параллельно находя на карте бли-

жайшие рестораны, заказывать трансфер, такси, аэроэкспресс. В системе тарифы отображаются с учетом бонусных и мильных карт, трехсторонних соглашений. И автоматически применяется тревел-политика: если сотрудник превышает лимит, система отправляет уведомление ответственному за командировки в компании. В конечном итоге, все эти меры позволяют клиентам сократить среднюю стоимость каждой услуги на 20%.

Будучи первой российской ТМС, которая рискнула перевести клиентов в онлайн, мы постоянно дорабатываем свою систему бронирования, ориентируясь на опыт пользователя. В этом году мы обновили интерфейс: когда платформа интуитивно понятна, с ней не нужно «бороться», сетуя на то, что компания навязывает работникам сложное ПО, – в ней можно буквально жить. Именно поэтому сегодня в онлайн работает более 70% всех корпоративных клиентов Starliner.

Но мы не оставляем клиента один на один с программой: «искусственный интеллект» страхуют аналитики. Скажем, наш помощник руководителя забронировал для сотрудников билеты Санкт-Петербург–Гонконг туда-обратно за 32 тысячи рублей, выбрав самое выгодное предложение из всех возможных на текущий день. Однако при этом на обратном пути командированных ждут две пересадки: одна в Бангкоке, вторая – в Абу-Даби. Десять часов в аэропорту, да еще и в ночное время – испытание не из приятных.

Наш аналитик, оптимизируя маршрут, предлагает иное решение: билет будет всего на 2000 рублей дороже, но зато предстоит только одна двухчасовая стыковка. А еще обязательно напомним о допслугах авиакомпании: за 48 часов до вылета можно выбрать специальное бортовое питание – от фруктового до диабетического, багаж можно оформить заранее, и это будет стоить гораздо дешевле, чем в аэропорту, а во время стыковки можно скоротать время за бесплатной экскурсией по городу. Мы знаем десятки бизнес-тревел лайфхаков и делимся ими как с клиентами, в чате системы, так и со всеми желающими, в тематической рассылке Starliner. Экспертный контент для нас не просто дань моде, но попытка создать полноценную навигацию по

миру делового туризма.

Отлично, билеты выписаны, бизнес-путешественники отправляются в деловую поездку. Они благополучно пережили стыковку, не заблудились в аэропорту Абу-Даби (для удобства в нашей онлайн-системе указаны терминалы, из которых осуществляются рейсы), и теперь, измотанные вечерними пробками Гонконга, мечтают поскорее заселиться в отель. Но – уввы: на ресепшене им говорят, что бронь не оплачена! Чаще всего это происходит потому, что бронь не подгружается в систему отеля, но решение проблемы может затянуться на несколько часов.

Если же компания сотрудничает с ТМС, решение проблемы берет на себя бизнес-тревел партнер. Лично мы в таких ситуациях связываемся с поставщиком, и если выяснение ситуации затягивается, еще раз оплачиваем номер независимо от того, что же на самом деле произошло. Но вообще, такая проблема для нас не характерна: за два дня до заселения мы звоним в отель и проверяем оплату каждой брони.

Итак, переговоры проходят успешно, и бизнес-путешественники возвращаются домой. Но наша история продолжается и на этапе постпоездки: ТМС готовит для компании закрывающие документы, чтобы можно было беспрепятственно возместить НДС.

Кроме того, окончание деловой поездки – ценная возможность порефлексировать. Раз в квартал мы предоставляем клиентам детальную аналитику: отчет о нарушении тревел-политики, статистику по поставщикам, качество сервиса и еще десятки отчетов, позволяющих оценить тревел-программу, и, в случае необходимости, скорректировать ее.

Так, в одной истории (впрочем, не исчерпывающей весь функционал ТМС) мы попытались описать устройство бизнес-тревел партнерства. О своих планах на будущее скажем кратко: мы хотели бы продолжать помогать компаниям получать максимальный возврат инвестиций от деловых поездок. Совершенствование экспертизы, непрерывная доработка нашей онлайн-системы бронирования, создание мобильного приложения для бизнес-путешественников и непреодолимое стремление к новым горизонтам – вот наш план минимум на текущий год!

STARLINER:

HOW TO MAKE TRAVEL AN EFFECTIVE BUSINESS INSTRUMENT?

When we are asked, what we are engaged in, TMC abbreviation tells people little about the subject, so we have to explain what we are and what we do. TMC, or a travel management company, helps corporate clients to manage expenses on business trips. But if to speak about general, "fundamental" purpose, then we see it in achievement of the business goals, set by business trips. Therefore our tasks include everything, beginning from travel arrangements and concluding with granting detailed analytics on costs.

TMC allows the companies to save money (99% of cases has the potential for economy), without any compromise on comfort of a business travel at the same time. Actually, the focus on comfort is economy too. Let's imagine that the leading expert with a salary of about 70 thousand rubles – mostly such employees are sent to business trips, – «having burned out» from night flights, long changes, lateness to important negotiations because of the improperly organized transfer, decides to leave. And now let's imagine how much it would cost the company to find the expert to fill the vacancy in a short time. According to the leading researcher of HR trends Josh Bersin, replacement of a talented employee costs the employer the sum, equivalent to his salary in two years...

Giving the answer to the second question, why does our company cooperate with TMC, we can tell a fictional, but a rather standard for our business story. There is a client – the IT company. The client has a goal: to sign a large contract as a result of the successful negotiations in Hong Kong. The travel management of the company has a task: to send three employees to the business trip – the head

of sales department, the team leader and the senior developer.

Usually in the company which doesn't interact with TMC, the organization of the business trip happens in such a way: the employee who is engaged in business trips (let it be the assistant manager), searches for the airline tickets and hotels on the online aggregators. The person has no time to analyze routes, to think whether his or her organization would be able to reimburse the VAT and who would be responsible if something in the business trip goes wrong. He or she just looks for an affordable offer, clicking on from one tab to another, and hopes that the business travelers would be able «to understand and forgive» him or her for the inconvenient flights or hopes that the employer would "understand and forgive" him or her for not being able to adhere to the budget.

While working with Starliner, the assistant manager lays a route, using our online booking tool (OBT), as we say «in a single window»: it provides the ability to book railway and airline tickets, to choose a room in one of the hotels and in parallel to find the nearest restaurants on the map, to book a transfer, to get a taxi or to buy the

tickets to Aeroexpress. All tariffs displayed by the system take into account the loyalty mile cards and trilateral agreements. The travel policy is automatically applied: if the employee exceeds the limit, the system sends the notification to the person who is responsible for the business trips in the company. As a result, all these measures allow clients to reduce the average cost of each service by 20%.

Being the first Russian TMC which risked to transfer clients to the online operations, we continually improve our OBT, being guided by the experience of our users. We have updated the interface this year: when the platform is pretty intuitive, it isn't necessary «to fight» against it, complaining that the company imposes a difficult software on workers, – you can literally "live" there. More than 70% of all Starliner corporate clients work online.

But we don't just leave the clients to deal with the program themselves: «artificial intelligence» is controlled by the analysts. Let's imagine that the assistant manager is going to book St Petersburg to Hong Kong round-trip tickets for 32 thousand roubles as the most convenient offer of that day. But on the way back the travelers would



have to make a flight with two stopovers: one in Bangkok, the second – in Abu Dhabi. Ten hours at the airport in the nighttime would not seem very pleasant.

Our analyst, optimizing the journey, proposes another solution: the alternative ticket is only 2000 rubles more expensive, but only one two-hour stopover between the flights is necessary. And of course the analyst informs the clients about all the additional offers of the airline company: in 48 hours before the flight it is possible to choose in-flight meals ranged from fruit to diabetic, the baggage services can be prepared in advance, and it would be much cheaper than at the airport, and during the stopover the travelers can enjoy a free sightseeing tour. We know many business travel life hacks and share them both with our clients in the platform chat and with everybody who wants in the subject newsletter of Starliner. Expert content is not just a passing fad for us, we attempt to create a full worldwide navigation for the business tourism.

Well done, tickets are booked and the business travelers from our example go

to the business trip. They safely pass the flight stopover, don't get lost at the airport of Abu Dhabi (our online system shows terminals of the flights planned), and now, exhausted by the evening traffic jams of Hong Kong, dream to check in a hotel as soon as possible. Alas: on the reception they are informed that the reservation isn't paid! Mostly it happens because the booking doesn't display in the hotel system, still it may take a couple of hours to solve the problem.


If the company cooperates with TMC, the business-travel partner deals with this problem. In such situations personally we contact the supplier and if the solution isn't found at once, we pay for the booking once again regardless of the fact what has really happened. But in general, such problem isn't inherent for us: we inform the hotel about the travelers checking-in in two days and check the payment of each reservation.

So, negotiations are successful, and the business travelers come back home. But our story continues even at a post-

trip stage: TMC prepares the closing documents for the company to reimburse the VAT comfortably.

Besides, the end of the business trip is a valuable opportunity to ponder it over. Once a quarter we provide the clients with the detailed analytics: a report of the travel policy violations, suppliers' statistics, quality of service report and other sorts of reports allowing to estimate the travel program and, if it is needed, to correct it.

Thus, in this story (which however only partially illustrates TMC functionality) we tried to describe the mechanisms of business travel partnership. As for the plans for the future, we can put it briefly: we would like to continue to help the companies to receive the maximum return of their expenses to the business trips. Expertise improvement, continuous progress of our online booking tool, creation of the mobile application for the business travelers and unstoppable aspiration to the new horizons make our plan at least for the current year!



Знаете ли вы, что такое маистра или на греческий манер маистрос? Нет? А мистраль? Кажется, что-то слышали? Ну, конечно, это же из песни Сергея Минаева: «Несёт меня мистраль в дальнюю даль...» Слово, овеянное французским флёром, легко запомнилось россиянам, а особенно россиянкам. Слову «маистра» с популярностью пока не так повезло. А между тем, эти понятия схожи. Мистраль – холодный северо-западный ветер, дующий с Северных гор на Средиземноморское побережье Франции в весенние месяцы и служащий залогом безоблачной погоды. А маистра – тоже холодный и сухой северо-западный ветер с суши на берегах Эгейского, Черного и Азовского морей. Известно имя этого ветра немногим: местным жителям да ещё поклонникам водных видов спорта, в которых многое от ветра зависит.

«МАИСТРА» – ветер, несущий к мечте

Для них, в первую очередь, и предназначен кемпинг-клуб «МАИСТРА», расположенный на живописном берегу Крыма, в уединенном месте близ поселка Новое Фёдоровка, в километре от города Саки. Клуб, принявший первых гостей в 2018 году, создан подмосковной группой компаний «Анико» для тех, кто любит активный отдых на море; однако и тем, кто предпочитает более спокойное препровождение времени, здесь скучно не будет.

Комфортные гостиницы, рестораны, ночные дискотеки, уютные вечера у костра на берегу, увлекательные экскурсии, чистое море и море позитива! Если вы стремитесь пропитаться духом Крыма, почувствовать его на вкус, услышать его запах, вжиться в его ритм – кемпинг-клуб «МАИСТРА» создан для вас!

Песчаные и галечные пляжи, соленый морской воздух, теплое море и ласковое солнце – что еще надо для наслаждения отпуском, восстановления сил и пополнения энергии? Основной причиной популярности пляжного отдыха в Крыму считаются чистые пляжи. Полтора километра песчаного и мелкогалечного берега у прозрачного моря – то, что дарит своим гостям «МАИСТРА»!

Для любителей налаженного сервиса и комфорта здесь готовы шезлонги, зонты, душевые кабинки и раздевалки, массажный кабинет и пляжное кафе. Оборудованы места для людей с ограниченными возможностями.

Для родителей с детьми важным элементом пляжа станут водные аттракционы, горки и батуты. О детях в «МАИСТРЕ»

позаботились особо: в играх на берегу моря недостатка нет. В широчайшей программе для детского отдыха предусмотрены мультсеансы в открытом кинозале, занимательные квесты, анимационные праздники, воробьиные дискотеки и вообще – масса увлекательного! Если вы хотите совместить для ребенка приятное с полезным, обучающие программы и мастер-классы для него – на выбор: танцы, рисование, языковые курсы, поделки из морских камней... Для детей постарше предусмотрены водные игры и другие пляжные развлечения, для подростков – водные и пляжные виды спорта. Скучно не будет! Наверное, на свете нет ни одного ребенка, который не любил бы активный отдых у моря. Волны, брызги, заплывы наперегонки с папой, строительство песочных башен с мамой... Эти прекрасные мгновения ждут вас и ваших детей в «МАИСТРЕ»!

Пока кто-то наслаждается семейным отдыхом, любителям экстрима по вкусу придется водные аттракционы, катамараны, гидроциклы, полёты на парашюте, катания на водных лыжах, банане, таблетке, ватрушке.

А как захватывает бурное течение и огромные волны! Специалисты, медики и тренеры, утверждают, что люди, выбирающие водные виды спорта, получают больше удовольствия от тренировок, чем те, кто предпочитает проводить их в зале или на стадионе. Но это далеко не единственный плюс водных видов спорта. Вода препятствует быстрой усталости, за счет чего тренировка может длиться

дольше, при этом калорий сжигается больше. Для тренировок на воде требуются хорошо развитые навыки балансировки, и водные виды спорта в рекордные сроки приведут вашу фигуру в идеальную форму. Спортивный комплекс кемпингового клуба «МАИСТРА» предлагает своим гостям всевозможные виды водного спорта: серфинг, виндсерфинг, кайтсерфинг, SUP-серфинг, вейкбординг, скимбординг, дайвинг, подводную охоту и, наконец, участие в парусной регате! Общая протяженность её маршрута – 60 км, от Саки до Евпатории и обратно. Регата подарит незабываемые минуты захватывающего зрелища всем участникам. Ежегодные соревнования по водным видам спорта – для всех любителей и профессионалов и их групп поддержки в кемпинг-клубе «МАИСТРА» – то, что привлекает сюда и асов, и начинающих.

Всем любителям активного отдыха на воде обеспечен взрыв положительных эмоций и адреналина!

Путешествие – как глоток свежего воздуха в духоте будничных дней: вдохновляет и побуждает двигаться вперед. Крым – уникальное место, где собраны воедино исторические и природные достопримечательности, настоящий рай для любого туриста. Всем, кто ценит единение с природой, романтические вечера под шум прибоя, острые ощущения от брызг волн и скорости, щедрая крымская природа дарит красочные пейзажи и бескрайние морские дали. Такого разнообразия удивительных природных образований (горы и пещеры, водопады и озера) не отыскать

ни в одном другом месте на Земле. А богатейшее историческое наследие Крыма представляет путешественникам огромное количество исторических памятников, сохраняющих память о событиях далеких времен.

Прежде всего, к ним относятся разрушенные или сохранившиеся до наших дней древние крепости, башни и замки. Гости «МАИСТРЫ» легко могут посетить знаменитый замок «Ласточкино гнездо», расположенный на отвесной 40-метровой Аврориной скале мыса Ай-Тодор.

По набережным Крыма любили гулять великие классики – Пушкин, Чехов, Грин. Глядя на море из мастерской, писал свои бессмертные пейзажи Айвазовский. Здесь любили отдыхать русские цари Александр III и Николай II с семьями. Окунуться в мир истории, насладиться очаровательными крымскими улочками и набережными, соприкоснуться с девственной природой вам помогут в кемпинг-клубе «МАИСТРА», организовав увлекательные экскурсии и оздоровительные поездки. Разве не чудесно опробовать кофе на набережной, откуда любовался морем классик русской литературы Антон Чехов, где под тенью платана признавался в любви американской танцовщице Айседоре Дункан великий русский поэт Сергей Есенин?

Морские прогулки, купание в открытом море, встреча с дельфинами – традиционные развлечения любого морского курорта. Но такой вид отдыха никогда не надоеет.

Конная прогулка по живописным ландшафтам Крыма также подарит вам незабываемые впечатления.

Иловая сульфидная грязь Сакского озера привлекает тысячи наших соотечественников – это нерукоотворное лекарство успокаивает нервную систему и лечит кожу, например, сглаживает шрамы. А маска из такой грязи – мечта любой женщины, лелеющей мысли о вечной молодости и красоте!

Но чтобы пребывание на отдыхе ничем не омрачилось, вы должны внимательно и ответственно подойти к вопросу выбора жилья, пусть даже и временного. Кемпинг-клуб «МАИСТРА» предлагает уютный отель вблизи крымского города Саки, на первой линии от моря. Отель «МАИСТРА» расположен таким образом, что палящие лучи солнца не проникают в окна, а лег-



кий бриз с моря делает проживание комфортным. Это тихое спокойное место для любителей уединенного отдыха, а также для гостей, не переносящих городской жары летом. Гостеприимный персонал и комфортабельные номера, парковка и Wi-Fi, кафе-бар и мангал, настольные игры и велосипеды, бассейны с морской водой и обустроенные специально для детей.

К услугам гостей русская баня и сауна с бассейном.

Рядом с отелем находится ресторан, в котором подают завтраки, обеды и ужины. Меню составлено из расчета разно-

вается шеф-поварами по предпочтениям гостей. Ежедневно в меню вы найдете и диетические блюда. Если вашему ребенку требуется индивидуальное приготовление, вы можете воспользоваться детским меню.

Есть летняя веранда под навесом со столиками, где теплым летним вечером можно покушать, отведать шашлыки, пожаренные самостоятельно или нашими поварами на мангале, выпить прохладительные напитки. Отель сотрудничает с экскурсионными бюро, предлагается большой выбор экскурсий. Рядом расположены продуктовые магазины, сувенирные лавки!

А для молодых и тех, кто молод душой, распаивает объятия Молодежный палаточный лагерь «МАИСТРА» на самом берегу Черного моря. В путевку всё включено: чартерный перелет из Москвы, проживание в обустроенных палатках, трехразовое



образного сбалансированного здорового питания. Повара готовят только перед подачей на стол.

Ресторан «МАИСТРА» – это вкусная домашняя еда, приготовленная в основном из отборных крымских органических продуктов. А также европейская, кавказская, японская и русская кухни. «МАИСТРА» – ресторан, который соответствует всем критериям хорошего отдыха. Он находится прямо на морском берегу. Банкетный зал вмещает двести человек, так что есть возможность с шиком отпраздновать незабываемую свадьбу, отметить юбилей или любое другое торжество.

В дневное время ресторан «МАИСТРА» работает как столовая. Меню разрабаты-

вое питание. От сессии до сессии, как известно, живут студенты весело. Что может быть увлекательнее и романтичнее, чем активный отдых на берегу моря и вечерние посиделки с друзьями возле костра под шум прибоя? А незабываемые пляжные дискотеки, пенные вечеринки, выступления диджея на сцене под открытым небом? Кемпинг-клуб «МАИСТРА» обеспечивает и то и другое, и даже еще больше!

Собирайте друзей, пакуйте чемоданы и отправляйтесь в «МАИСТРУ». Подхваченные этим счастливым ветром и унесенные к заветной мечте никогда не забудут этот волшебный отдых и захотят вернуться сюда снова и снова!

Подготовила Елена Александрова





Do you know, what is “maistra” or as the Greek says “maistros”? Don’t you? Do you know what is “mistral” then? Sounds familiar. Of course you know this word from the song of Sergey Minaev: “Mistral brings me far away...” This word, breezed with the French shades is easy for Russian people and especially for Russian women to remember. The word “maistra” is not so lucky. By the way these notions are similar. Mistral is the cold northwest wind blowing from the Cevennes mountains on the Mediterranean coast of France in spring months and promising the cloudless weather. And maistra is also the cold and dry northwest wind from the coasts of the Aegean, Black and Azov seas. The name of this wind is known to very few people: to the locals and to water sports admirers for whom very much depends on wind.

“MAISTRA” – the wind bringing you to the dream



The camping club of «MAISTRA» is located on the picturesque coast of the Crimea in the hideaway place near the settlement of Novofedorovka, in a kilometer distance from the city of Saky. The club which received the first guests in 2018 was created by the Moscow region group of companies «Aniko» for those who dream of active holiday at the sea; however, those who prefer a quieter vacation can also enjoy the time there.

Comfortable hotels, restaurants, night discos, cozy evenings at a fire ashore, fascinating excursions, the clean sea and the loads of fun! If you want to be soaked through with the spirit of Crimea, to inhale it, to taste it and to get into its beat – camping-club “MAIRTRA” is for you!

Sandy and pebble beaches, salty breeze, the warm sea and genial sunshine – what else would you need to enjoy your holiday, to restore the strengths and to replenish energy? The clean beaches are considered to be the main reason for popularity of the beach vacation. One and a half kilometers of the sandy and small pebble shore along the transparent sea is what «MAISTRA» offers to its guests!

Deck chairs, umbrellas, shower cabins and locker rooms, the massage offices and the beach cafes are ready for those who appreciate



good service and comfort. Places for physically disabled people are equipped.

Different water amusements, hills and trampolines will become the important elements of the beach for the parents with children. The special attention «MAISTRA» puts to children: there is no shortage of games on the seashore. The widest program for children includes cartoon show in the open cinema hall, entertaining quests, animation holidays, sparrow discos and in general –lots of interesting! If you want to combine the pleasant with the useful to your child you may choose some teaching programs for children: dance courses, painting courses, pebble-using handicraft. Water games and other beach entertainments are prepared for the senior children. The teenagers can enjoy water and beach sports. It will be fun! It seems there is no child in the world who does not enjoy the active rest at the seaside. Waves, sprays, water racing with a father, sandcastles building with a mother. The beautiful moments are waiting for you and your children in «MAISTRA»!

While somebody enjoys family vocation, the extremals can enjoy water amusements, outrigger canoes, hydrocycles, parachute flights, water-skiing, banana riding, inner tubing.

Oh, how thrilling are the choppy waters and the huge waves! Experts, physicians and trainers argue that people who prefer water sports take more pleasure from exercises than those, who prefer to go in for sport in the fitness center or at the stadium. But that is not the only benefit of the water sports. Water prevents rapid fatigue, so that you spend more time, doing your exercises, and you burn more calories. Water exercises require well-mastered skills of balance, and water sports will help to archive the perfect shape of your body! Sport complex “MAISTRA” offers its guests all kinds of water sports: surfing, windsurfing, kitesurfing, SUP- surfing, wakeboarding, skimbording, diving, spearfishing and, at last, participation in a

sailing regatta! Total length of its route – 60 km, from Saki to Yevpatoriya and back. The regatta will give the unforgettable minutes of the thrilling sights to all the participants. Annual water sports competitions for all fans and professionals and their support groups in a camping club of «MAISTRA» is the event that attracts here both experts, and beginners.

Explosion of positive emotions and adrenaline is provided to all fans of outdoor water activities!

A journey is a breath of air in a stuffy everyday routine: it inspires and stimulates to move on. The Crimea is the unique place where historical and natural sights make up the real paradise for any tourist. All people who appreciate oneness with nature, romantic evenings with the sound of waves, spoom drift and high speeding thrills, prolific Crimea nature offers colourful landscapes and boundless sea expanses. Such a variety of surprising natural formations (caves and mountains, waterfalls and lakes) cannot be found nowhere else on the Earth. The rich historical heritage of the Crimea presents to the travelers a huge number of the historical monuments that keep the memory of the past events.

First of all, we mean the ancient fortresses either ruined or remained up to the present time, towers and castles. Guests of «MAISTRA» can easily visit well-known The «Swallow's Nest Castle» located on the steep 40-meter Avrorina Rock on the cape Ai-Todor.

The great classics – Pushkin, Chekhov and Green were fond of walking along the embankment of Crimea. Looking at the sea from the windows of his studio, Ayvazovsky painted the immortal marine art pieces. The Russian tsars Alexander III and Nicholay II liked to have a rest here with their families. Camping club «MAISTRA» and its fascinating excursions and recreational trips will help you to plunge into the world of history, to enjoy Crimean charming small streets and embankments and to adjoin to the virgin nature. Is it not wonderful to have some coffee on the embankment on which the Russian writer Anton Chekhov admired the scenery and where under the sycamore shadow the great Russian poet Sergey



Yesenin declared love to the American dancer Isadora Duncan?

Sea walks, bathing in the high sea, a meeting with dolphins are the traditional entertainments of any sea resort. Still such type of rest will never bother.

Horse walk on picturesque landscapes of the Crimea will also present you unforgettable impressions.

Silt sulphidic mud of the Saksy lake attracts thousands of our compatriots – this natural medicine calms down nervous system and treats skin, for example it smoothes scars. A mask of such dirt is a dream of any woman cherishing thoughts of eternal youth and beauty!

But for the journey won't be spoilt you have to approach attentively and responsibly to the choice of accommodation even if it is temporary. The camping club of «MAISTRA» offers cozy hotel near the Crimean city of Saky on the first line from the sea. The «MAISTRA» hotel is located in such a way that the scorching beams of the sun don't get into the windows, and the light breeze from the sea makes the accommodation comfortable. This quiet place suits fans of secluded rest and the guests who cannot stand the summer heat of the cities. Friendly staff and comfortable rooms, the parking and Wi-Fi, cafe bar and a brazier, board games and bicycles, swimming pools with sea water and swimming pools equipped specially for children.

The Russian bath and the sauna with a water pool are also at your disposal.

There is a restaurant near hotel at which you can have breakfasts, dinners and suppers. The menu is formed of the various well-balanced and healthy meals. The chefs cook only before serving.

The «MAISTRA» restaurant offers tasty homely meals based on the best Crimean organic products. You can enjoy European, Caucasian, Japanese and Russian cuisines. «MAISTRA» is the restaurant, which

corresponds to all the criteria of good rest. It is located directly on the seashore. The banquet room accommodates two hundred people, so there is an opportunity to celebrate an unforgettable wedding, anniversary or any other party.

In the afternoon the «MAISTRA» restaurant works as the eatery. The menu is developed by the chefs on preferences of guests. Daily you will find in the menu card also dietary meals. If your child needs something special, you can use the kids menu.

There is a summer terrace under the tent with tables where in the warm summer evening you may eat or taste the shashlik, that you can fry for yourself or to take it fried on the brazier by our cooks, you may also enjoy soft drinks. The hotel cooperates with excursion bureaus; the wide choice of excursions is offered. The grocery stores and souvenir shops are also close at hand.

The youth camp «MAISTRA» on the very seashore of the Black Sea welcomes the youth and those who are young in mind. The tour is all inclusive: charter flight from Moscow, the accommodation in the equipped tents, three meals a day. As the famous English saying goes, «From a session to a session it's all play for students». What can be more fascinating and more romantic, than the active holiday on the seashore and the evening sitting-ups with the friends near the fire to the sound of the waves or the unforgettable beach discos, foam parties, DJ open-air concerts? The camping club «MAISTRA» provides both, and even more!

Gather together your friends, pack your bags and go to «MAISTRA». The picked up by this happy wind and the carried away to their cherished dream would never forget this magical rest and would hanker for return here again and again!

**The text is prepared
by Elena Alexandrova**





Учиться можно и нужно не только на чужих ошибках, но и на чужом положительном опыте. Особенно если опыт этот не уводит в сторону, а просто позволяет из наезженной колеи выехать на широкую современную магистраль, ведущую только вперёд...

Знакомьтесь, наш сегодняшний собеседник – Елена Милай.

До конца прошлого года в качестве вице-президента одной из компаний, владеющей несколькими торгово-развлекательными центрами (ТРЦ) в разных регионах, она занималась приобретением локаций и активов под строительство и последующим коммерческим управлением коммерческой недвижимостью, площадь которой достигала миллиона квадратных метров! В интересах компании Елена изучала Азиатско-Тихоокеанский регион, потенциальных партнёров и тренды рынка в Китае.

Сегодня Елена Милай является партнёром компании Gamina Ltd, которая уже много лет осуществляет на российском рынке проекты в сфере энергетики, переработки, в нефтехимической и сельскохозяйственной промышленности. Основанная в 2004 году компания уже реализовала на территории Российской Федерации ряд крупных партнерских проектов и в настоящий момент приступает к реализации девелоперских проектов в сегменте многофункциональной торгово-офисной недвижимости.

По-китайски... торговать! ИЛИ ТРЕНДЫ РИТЕЙЛА

**«ПАЦИЕНТ СКОРЕЕ ЖИВ,
ЧЕМ МЁРТВ»**

– Елена, если говорить о сфере ритейла, более известной непрофессионалам как «розничная торговля», то наша страна переживала в своей истории разные моменты. Было время, когда деньги у людей были, а потратить их было практически не на что: товары не покупали, а «доставали», не расставляли по полкам магазинов, а «выбрасывали» на мгновенно очищаемые прилавки. Потом наступило «безвременье», когда прилавки заполнились, а кошельки граждан, наоборот, опустели. Помнят люди и время «стабильности», когда большинство «могло себе позволить» не только выбирать из целого ряда схожих по качеству товаров, но и пробовать доселе невиданное-неслыханное. Как бы вы оценили нынешнее положение дел? И чего ждать в ближайшем будущем?

– Год 2018-й на фоне общего снижения розничных продаж и снижения фактических доходов населения до уровня 2012 года неожиданно показал неплохую динамику. Оживление потребительского

спроса сказалось и на объемах ритейлеров. При сохранении такой динамики в течение следующей пары лет у отрасли есть все шансы достичь показателей докризисного уровня.

В настоящий момент на состояние рынка оказывают влияние как внешнеэкономические факторы, такие как ослабление рубля, санкционное давление и, как следствие, ослабление импорта, так и факторы внутренние, среди которых – высокая закредитованность населения и падение доходов.

Вместе с тем отечественный рынок, как крупнейший в Европе, продолжает оставаться привлекательным для международных партнеров.

При этом к основным факторам, сдерживающим развитие сетевой розничной торговли, традиционно относят недостаток качественных арендных площадей, высокие арендные ставки и жёсткий уровень конкурентного ценообразования. В таких условиях неизбежно сокращение неэффективных точек, оптимизация ритейл-форматов и применение максимально гибкого подхода к посетителям. Всё это в конечном итоге способствует модернизации всей отрасли.

«НЕ ШОПИНГОМ ЕДИНЫМ...»

– И всё-таки не создается ли впечатление, что в некоторых крупных торговых центрах продавцов едва ли не больше, чем покупателей? Во многом потому, что самих этих центров стало настолько много, что они уже зачастую не способны удивить... Что делать?

– Простое фокусирование на шопинге и стимулирование продаж «в лоб» уже действительно малоэффективно. То, что происходит сейчас в розничной торговле России, те тренды, которые набирают обороты, – всё это очень сильно перекликается с частью трендов китайского ритейла: сети активно идут в регионы и небольшие города, бурно развивается онлайн- и электронная коммерция. Однако в Китае эти процессы происходят значительно быстрее. Поэтому ритейлеры со всего мира начинают изучать этот китайский опыт розничной торговли – с его динамикой быстрого роста и непрерывного внедрения новых технологий.

Любой крупный торгово-развлекательный центр в Китае имеет стандартный набор международных брендов. Но одновременно с этим целые этажи, лучшие локации отданы национальным

дизайнерам и местным операторам. Интенсивность и степень взаимодействия с покупателями способна поразить любого неподготовленного иностранного посетителя. Упор на атмосферу, полноценное проведение досуга, эмоции.

«И В ТРЦ ГУЛЯТЬ ВОДИЛ...»

– Получается, что в китайские торговые центры можно ходить не только за покупками, но и «на прогулку»?

– Колесо обозрения на крыше... Целые этажи творческих мастерских, в которых можно самостоятельно изготовить сумку или аксессуары, индивидуально «забрендировать» купленную вещь. Гончарный круг, живопись, икебана, кулинарные мастер-классы – вы просто не сможете оперативно «ретироваться» из этого уютного мирка.

Edutainment – приобретение каких-то знаний, навыков, опыта в процессе игры: это свежее ещё для нас направление уже давно и прочно обосновалось на верхних этажах любого китайского ТРЦ. Совместные бесплатные занятия йогой, проведение досуга с семьёй или друзьями, изучение английского языка, различные секции или даже отделения местных образовательных учреждений.

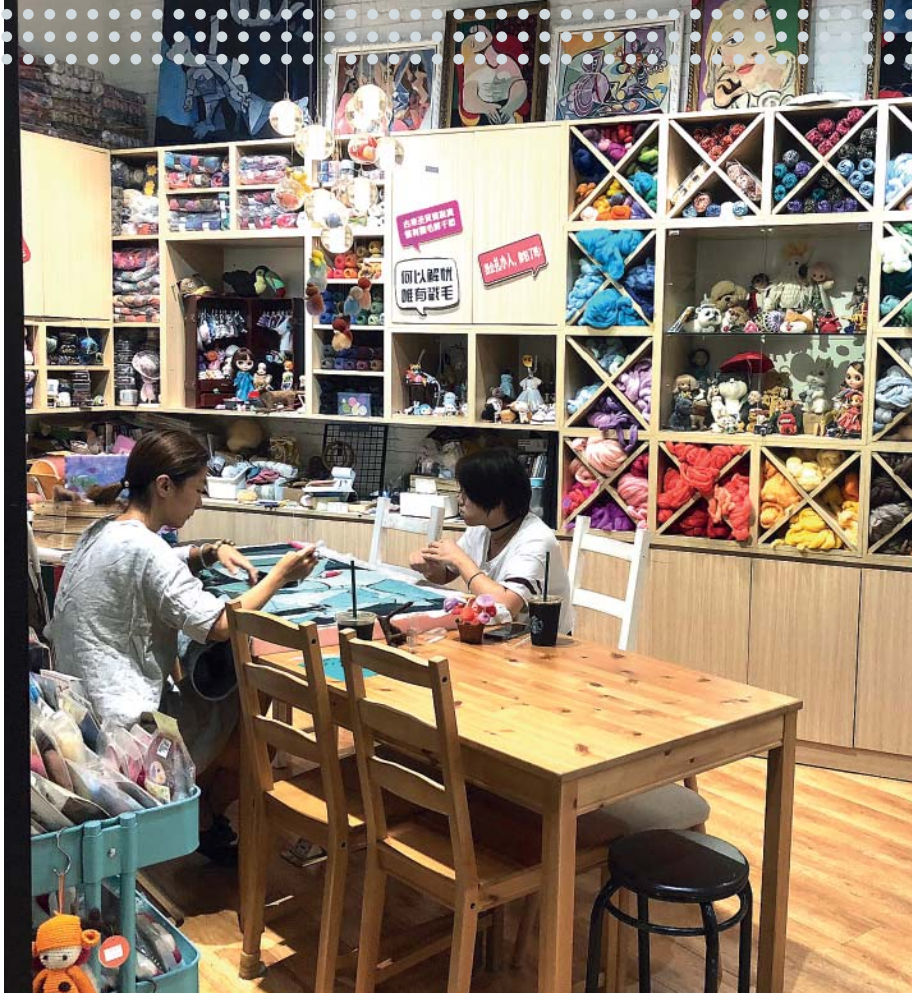
Зоны для отдыха для посетителей – повсеместно. Неожиданно разбросанные в разных уголках комплекса диванчики, мягкие уголки, кресла... Для детей – площадки с аниматорами. Во всех – даже в не очень крупных магазинах. И еда... В большом количестве и разнообразная. До 40% от всех торговых площадей.

Ритейл не устаёт удивлять посетителей: раритетные авто или мотобайки, колоритно размещаемые в торговых залах, ландшафтные элементы озеленения, фонтаны и современный колоритный дизайн – всё это создаёт потрясающую атмосферу, придаёт уникальность каждому объекту.

К чему такие «ухищрения»? На этот вопрос в Китае вам ответит любой ритейлер: лишние 15 минут, проведённые в ТРЦ, – это две дополнительные покупки. Откуда такая точность? Секрет прост – практически каждый китайский магазин подключён к системе электронной оплаты. Самая распространённая – WeChat Pay. Через неё, не выходя из социальных сетей и различных мессенджеров, предпочитает совершать покупки подавляющее число потребителей. Это позволяет оперативно определить все изменения предпочтений посетителей, истории их запросов и посещений.

ВЫ АКТИВНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ? – ЗНАЧИТ, ВАС «ОЦИФРОВАЛИ»!

– Выходит, что хотя интернет в Китае и «локальный» (если, конечно, можно это слово использовать в отношении государства с самым большим по



численности населением), но тенденции – как во всём мире?

– Информационные технологии и уровень «оцифровки» потребительского поведения», изучения логики принимаемых рядовыми посетителями решений в этой стране, без ложной скромности, один из самых высоких в мире.

Вдумайтесь: одна из самых используемых и популярных национальных китайских социальных сетей WeChat (аналог FB) имеет более 1 миллиарда (!!!) пользователей. Эти и социальная сеть, и платёжная платформа, и множество облачных сервисов – от покупок и оплаты ЖКХ, билетов в кино до полного спектра сервисов, аналоговых российских «Госуслугам». Плюс почта, новостные сервисы, анонсы мероприятий, маркетинговые акции и скидки...

Логика принимаемых решений, уровень достатка, предпочитаемые к посещению места, поведенческие привычки – все это позволяет формировать достоверные профили потребителей, предлагать индивидуальные программы лояльности, делать оптимальные предложения, эффективно продвигать товары и услуги.

Ритм современной жизни определяет стремление комфортно и быстро совершать покупки, и это выразилось в том числе, в бурном развитии магазинов шаговой доступности во всех мегаполисах. В особенности широкое распространение получили полностью автоматизированные магазины и супермаркеты, где все покупки совершаются без участия персонала. Выбрав товар, каждый посетитель оплачивает его на автоматических кассах

с помощью технологии распознавания лиц. Это секундная операция, не требующая использования ни банковских карт, ни телефонов.

Благодаря слиянию с онлайн-платформами, активной интернет-торговле, крупный китайский ритейл проник в самые отдалённые городки и деревни. По данным СМИ Китая, онлайн-продажи за 2017 г. уже превысили 1 трлн долларов, а по данным отчета Deloitte, ожидается, что к 2019 году доля китайского онлайн-рынка превысит 50% от общемирового.

Так что шоппинг сам по себе уже давно не является в Поднебесной целью посещения ТРЦ или супермаркетов. Покупки – всего лишь естественное продолжение твоего досуга, дополнение к твоим интересам в общих комьюнити-пространствах.

Думаю, что нам стоит всмотреться в такую модель потребительского поведения. Будущее российского ритейла также неразрывно связано с интернет-технологиями и цифровизацией всех процессов. Традиционная, но «перегретая» неизбежно возрастающая искусственность и избирательностью потребителей розничная торговля будет замедлять свою динамику роста и перенаправляться в области более удобных и совершенных форматов взаимодействия с клиентами, в том числе в е-коммерцию, облачные сервисы, т.е. в пользу скорости и доступности, комфорта и индивидуализации обслуживания запросов клиентов.

Беседовал Алексей Сокольский



It is possible and necessary to learn not only from the mistakes of others, but also from someone else's positive experience. Especially if this experience does not lead to the side, but simply allows you to go from a well-groomed rut to a wide, modern highway, which leads only forward...

Meet our interlocutor – Elena Milay.

Until the end of last year, as Vice President of one of the companies that owned several Shopping and Entertainment Centers (SECs) in different regions, she was involved in acquiring locations and assets for construction and subsequent commercial management of commercial real estate. Its area reached one million square meters! In the interests of the company, Elena studied the Asia-Pacific region, potential partners and market trends in China.

Today, Elena Milay is a partner of Gamina Ltd., which has been implementing projects in the energy, processing, petrochemical and agricultural industries on the Russian market for many years. Founded in 2004, the company has already implemented a number of large partner projects in the Russian Federation and is currently engaged in real estate development projects in the multifunctional retail and office real estate segment.

Chinese... trade! OR ABOUT RETAIL TRENDS

“THE PATIENT IS RATHER ALIVE THAN DEAD”

– Mrs Milay, if we talk about the retail sphere, better known to non-professionals as “retail trade”, then our country, which does not allow its citizens to be bored, experienced different moments in its history. There was a time when people had money, and there was practically nothing to spend it on: they did not buy the goods, but they “quarry” them, they did not put them on the shelves of the stores, but they “threw out” on the instantly cleaned counters. Then the “timelessness” came when the counters were filled and the citizens’ wallets, on the contrary, were empty. People remember and the time of “stability”, when the majority of citizens “could afford” not only to choose from a variety of goods of the same quality, but also to try the previously unknown items. How would you characterize the current state of affairs? And what can we expect in the near future?

– The year 2018, amid a general decline in retail sales and reduction in actual incomes of the population to the level of 2012, unexpectedly showed quite good dynamics. The revival of consumer demand has also influenced retailer volumes. The industry has all the chances to achieve indicators of pre-crisis level if such dynamics maintained over the next couple of years.

At the moment, the state of the market is influenced by both external economic factors, such as the weakening of the ruble, sanctions pressure and, as a result, the weakening of imports, and internal factors, including high debt overburden of population and falling incomes.

At the same time, the domestic market, as the largest in Europe, continues to remain attractive for international partners.

But the development of retail chains is hindered by such common factors as the lack of high-quality rental space, high rental rates and a hard level of competitive pricing. In such circumstances, inefficient points are inevitably reduced, retail formats are optimized and the most flexible approach to visitors is applied. All this ultimately contributes to the modernization of the entire industry.

“NOT BY SHOPPING ALONE...”

– And yet, is there an impression that in some large shopping centers there are almost more sellers than buyers? In many

ways, because these centers themselves have become so numerous that they are often unable to surprise... What to do?

– Simple focusing on shopping and stimulating sales “head on” is really ineffective. What is happening now in the retail trade in Russia, the trends that are gaining momentum – all this has a strong relationship with some of the trends in Chinese retail: networks are actively going to regions and small cities, online and electronic commerce are booming. However, in China these processes occur much faster. Therefore, retailers from all over the world are starting to learn this Chinese retail experience – with its dynamics of rapid growth and the continuous introduction of new technologies.

Any major shopping and entertainment center in China has a standard set of international brands. But at the same time, whole floors, the best locations are given to national designers and local operators. The intensity and degree of interaction with customers can strike any unprepared foreign visitor. Emphasis is made on the atmosphere, leisure activities, and emotions.

“AND WE TOOK A WALK IN THE SHOPPING CENTER...”

– It turns out that you can go to Chinese shopping centers not only for shopping, but also for a walk?

– A Ferris wheel on the roof... Entire floors of creative workshops, where you can make your own bag or accessories, individually “brand” the purchased item. Potter’s wheel, painting, flower arrangement, cooking classes – you just cannot quickly “retire” from this cozy world.

Edutainment – the acquisition of some knowledge, skills, and experience in the game: this is still a new direction for us, but it has long been firmly established on the upper floors of any Chinese mall. There are joint free yoga classes, leisure activities with family or friends, learning English, various clubs or even branches of local educational institutions.

Recreation areas for visitors are everywhere. There are sofas, soft corners, chairs scattered in different parts of the center... For children there are playgrounds with animators. Everywhere – even in small stores. And the food... In large quantities and varied. Up to 40% of all retail space.

Retail does not get tired to surprise visitors: rare cars or motorbikes brightly



placed in sales areas, landscaping elements, fountains and modern colorful design – all this creates an amazing atmosphere, makes each object unique.

Why such “tricks”? In China, any retailer will answer this question: the extra 15 minutes spent in the mall are two additional purchases. Where does such accuracy come from? The secret is simple – almost every Chinese store is connected to an electronic payment system. The most common is WeChat Pay. The vast majority of consumers prefer to make purchases through it, without leaving social networks and various instant messengers. This allows them to quickly identify all changes in the preferences of visitors, the history of their requests and visits.

ARE YOU AN ACTIVE BUYER? – SO, YOU ARE “DIGITIZED”!

– It turns out that although the Internet in China is “local” (if, of course, you can use this word in relation to the state with the largest population), but the trends are like in the whole world?

– Information technology and the level of “digitization of consumer behavior”, studying the logic of decisions made by ordinary visitors in this country, without false modesty, are one of the highest in the world.

Think about it: one of the most popular national Chinese social networks – WeChat (analogue of FB) – has more than 1 billion (!!!) users. These are a social network, a

payment platform, and a lot of cloud services – from purchases and payment of housing and public utilities, movie tickets to a full range of services similar to the Russian “Gosuslugi”. Plus it includes mail, news services, event announcements, marketing campaigns and discounts...

The logic of decisions made, the level of wealth, preferences, behavioral habits – all this allows creating reliable profiles of consumers, offer individual loyalty programs, make the best offers, effectively promote products and services.

The rhythm of modern life determines the desire to make purchases comfortably and quickly, and this has led to rapid development of convenience stores in all megalopolises. Fully automated stores and supermarkets, where all purchases are made without the participation of staff are particularly widespread. After selecting a product, each visitor pays for it at automatic teller stations using face recognition technology. This is a second operation that does not require the use of bank cards or phones.

Thanks to the merger with online platforms, active online commerce, large Chinese retail has penetrated into the most remote towns and villages. According to Chinese media reports, online sales in 2017 have already exceeded \$ 1 trillion, and according to the report of Deloitte – it is expected that by 2019 the share of the Chinese online market will exceed 50% of the global.

So shopping by itself is no longer the purpose of visiting shopping centers or supermarkets in China. Shopping is just a natural continuation of your leisure time, an addition to your interests in common community spaces.

I think that we should peer into such a model of consumer behavior. The future of Russian retail is also inextricably linked with Internet technologies and the digitalization of all processes. The traditional, but “overheated” by inevitably growing sophistication and selectivity of consumers retail trade will slow down its growth dynamics and be redirected to more convenient and modern formats, including e-commerce, cloud services, i.e. in favor of speed and availability, comfort and individualization of customer service.

Interview by Alexey Sokolsky





ЛЕТНИЙ ЛАГЕРЬ для ЮНЫХ ВОЛШЕБНИКОВ

в самом центре Москвы. Вместе с профессиональными иллюзионистами ребята смогут отточить свое мастерство или впервые открыть для себя таинственный мир магии, узнать максимальное количество новых фокусов и отработать навыки выступления на сцене.



P A R R O T

M A G I C C A M P





Помимо занятий с иллюзионистами учеников ждут занятия по актерскому мастерству, сценической речи, психологии и даже уроки стиля. К последнему дню лагеря ученики готовят большое магическое шоу на сцене. Насыщенный график занятий, семинаров и лекций, которые проводят ведущие маги, а также вечерние представления с участием нашего персонала и знаменитых гостей.

Лагерь расположен в историческом центре Москвы, на Поварской улице. Красивейшее здание середины 20 века, с огромными окнами и собственной парковкой, сделает процесс обучения максимально комфортным для детей, а горячие свежеприготовленные завтраки и обеды и время занятий с **8.30 до 19.00** идеальны для родителей. Ждем всех от **10 до 20** лет с **1 по 6** июля. Стоимость смены **23 000** рублей. 1 день лагеря **5500** рублей.



parrotmagicschool.com

Поварская 31\29, тел 8 495 922 67 50

whats app 8 926 794 35 31

СДЕЛАН
ИЗ УТРЕННЕЙ
СВЕЖЕСТИ

