

Business DIALOG Media

# RBC

Russian Business Guide

29/59 Ноябрь 2019



With the  
support of the  
CCI of Russia

[www.tpprf.ru](http://www.tpprf.ru) •

КОСОГОРСКИЙ  
МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ  
ЗАВОД:  
С РОССИЕЙ  
120 ЛЕТ И СЕГОДНЯ

ОТ САМОЛЕТОВ –  
К ПРОГРАММНОМУ  
ОБЕСПЕЧЕНИЮ

ENG+RUS



## АЛЕКСЕЙ ЛОКОНЦЕВ,

ОСНОВАТЕЛЬ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СЕТИ БАРБЕРШОПОВ TORGUN:

**«К УСПЕХУ ПРИХОДИТ ТОТ, КТО ДЕЙСТВУЕТ»**



ПУБЛИЧНОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

# «КОСОГОРСКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ ЗАВОД»

БОЛЕЕ ВЕКА В МЕТАЛЛУРГИИ

ПАО «Косогорский металлургический завод» является надёжным производителем и поставщиком продукции доменного и литейного производства, неосновных и вторичных материалов, теплоэнергии. Доменное производство имеет в своём составе три доменные печи, одна из которых специализируется на выплавке ферромарганца, а две другие производят чугун различных марок, отличающийся особой чистотой при минимальном содержании вредных примесей.

Сравнительно небольшой объём печей в сочетании с отлаженной технологией позволяют быстро перенастраивать их на выплавку нужных марок чугуна: от традиционного литейного и передельного до особо чистого полунодулярного и нодулярного.



## ЛИТЕЙНЫЕ, ПЕРЕДЕЛЬНЫЕ ЧУГУНЫ

ПАО «КМЗ» производит литейный и передельный чугун всех марок, предусмотренных действующими международными и российскими стандартами, в том числе и нодулярный, который используется при выплавке ответственных деталей в автомобилестроении и других высокотехнологичных отраслях промышленности.

Косогорский чугун отличают минимальное количество вредных примесей (серы, фосфора, титана, ванадия и т.д.), удобные размеры и формы чушечек.

## ФЕРРОМАРГАНЕЦ

Ферромарганец производства ПАО «КМЗ» отличается стабильным химическим составом и малым содержанием вредных примесей (фосфор, кремний, сера), что позволяет использовать его в производстве специальных марок сталей.

300903, Россия, г. Тула, п. Косая Гора, Орловское шоссе, 4

Приемная: +7 (4872) 24-30-66, 24-35-03 Справочная: +7 (4872) 24-35-00

Сайт: [www.kmz-tula.ru](http://www.kmz-tula.ru)

Russian Business Guide

[www.rbgmedia.ru](http://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:

**София Антоновна Коршунова**

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

**Ирина Владимировна Длугач**

Дизайн/верстка: **Александр Лобов**

Перевод: **Мария Ключко**

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

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

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы. Мнение авторов

не обязательно должно совпадать с мнением

редакции. Перепечатка материалов

и их использование в любой форме

допускается только с разрешения редакции

издания «Бизнес-Диалог Медиа».

**Рукописи не рецензируются и не возвращаются.**

Адрес редакции: **143966,**

**Московская область,**

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

е-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 №29/59 ноябрь 2019**

Подписано в печать 12.11.2019 г.

Тираж: **30000**

**Цена свободная.**

Использованы фотографии:

**Александр Юрьевич Падежов**

Russian Business Guide

[www.rbgmedia.ru](http://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: **Sofiya Antonovna Korshunova**

Deputy Marketing Director: **Irina Vladimirovna Dlugach**

Designer: **Alexandr Lobov**

Translation: **Maria Klyuchko**

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektroavodskaya, 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**

е-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 № 29/59 November 2019**

Passed for printing on 12.11.2019

Edition: **30000 copies**

**Open price**

Photos used: **Padezhov Alexander Yuryevich**

## ОФИЦИАЛЬНО OFFICIALLY

2

ИТОГИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ  
ЗА ЯНВАРЬ-ИЮЛЬ 2019 ГОДА

**THE RESULTS OF SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT OF THE TULA REGION  
FOR JANUARY-JULY 2019**

6

ТПП ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ: НАДЁЖНАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА

**THE TULA CCI: A RELIABLE PLATFORM FOR BUSINESS PROMOTION**

10

КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ: КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА  
В КОМАНДЕ – ЗАЛОГ УСПЕХА

**TULA REGION DEVELOPMENT CORPORATION: CORPORATE CULTURE IS THE  
KEY TO SUCCESS**

## ЛИЦО С ОБЛОЖКИ SUCCESS INDEX

14

«К УСПЕХУ ПРИХОДИТ ТОТ, КТО ДЕЙСТВУЕТ!»

**«THE ONE WHO ACTS COMES TO SUCCESS!»**

## ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА IN THE FIRST PERSON

20

КОСОГОРСКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ ЗАВОД: С РОССИЕЙ 120 ЛЕТ И  
СЕГОДНЯ

**JOINT-STOCK COMPANY KOSAYA GORA IRON WORKS (KGIW): OVER  
THE 120 YEARS OF RUSSIAN HISTORY TO NOWADAYS**

## ВОКРУГ БИЗНЕСА AROUND BUSINESS

24

КОМПАНИЯ DIAL: НОВОМУ ВРЕМЕНИ – НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ИНТЕРНЕТ-  
МАРКЕТИНГУ ДЛЯ БИЗНЕСА

**DIAL COMPANY: MODERN TIMES - MODERN APPROACHES TO INTERNET  
MARKETING FOR BUSINESS**

28

ОТ САМОЛЁТОВ – К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ

**FROM AIRPLANES TO SOFTWARE**

34

ПРОФЕССИЯ – БИЗНЕС-ТРЕНЕР

**BUSINESS CONSULTANTS PROFESSION**

38

КОВОРКИНГ «СВОБОДНОЕ ПЛАВАНИЕ» В ТЕХНОПАРКЕ «НАГАТИНО» –  
ЭТО ОПТИМАЛЬНОЕ СОЧЕТАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СТАРТАПОВ

**COWORKING CENTER SVOBODNOYE PLAVANIYE (FREEWHEELING) IN NAGATINO  
TECHNOLOGY PARK - THE OPTIMAL COMBINATION OF CONDITIONS FOR THE  
STARTUPS DEVELOPMENT**

## ЕСТЬ МНЕНИЕ OPINION

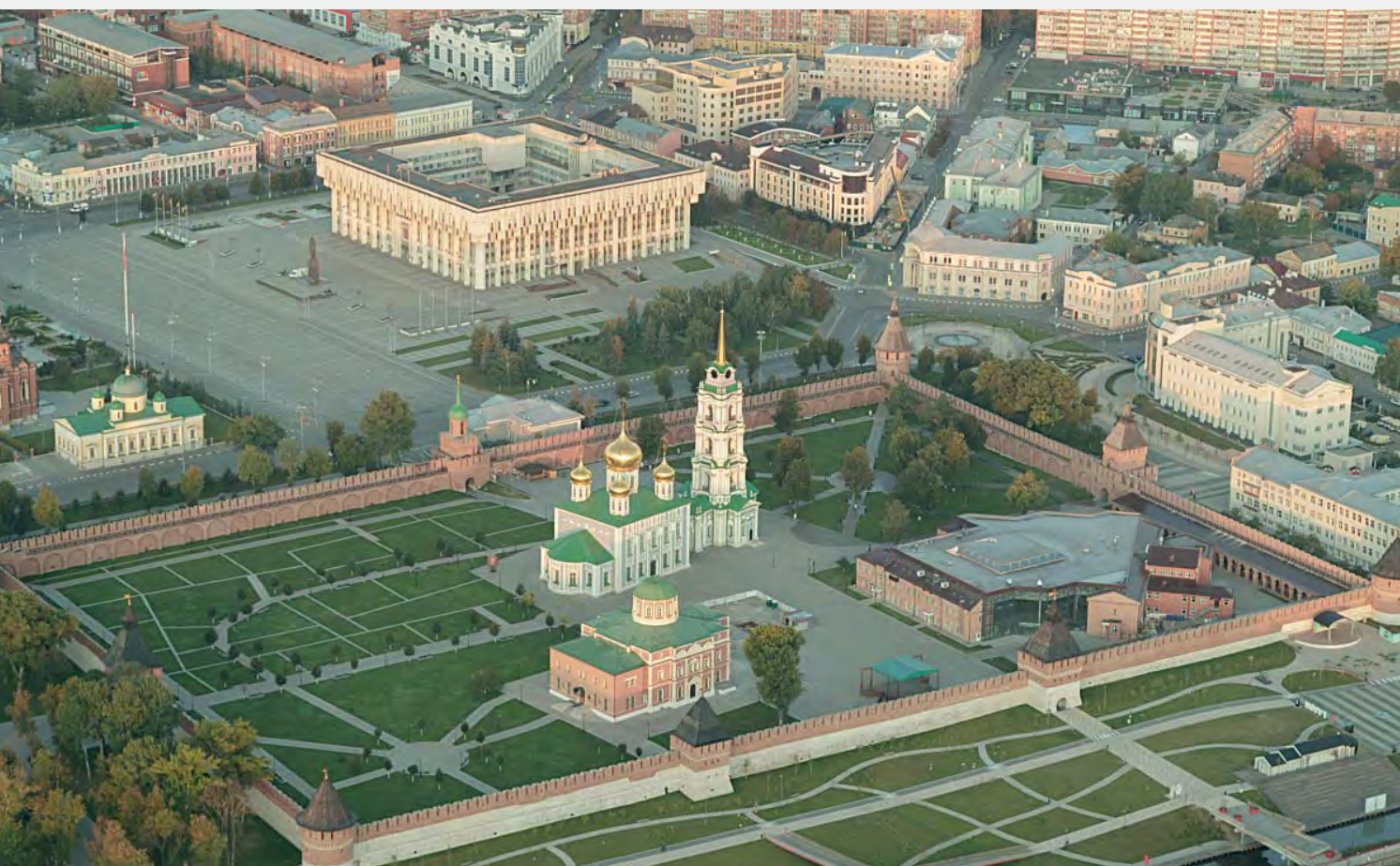
42

КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ОДНО РЕШЕНИЕ ДЛЯ КОМПЛЕКСА ЗАДАЧ  
**CORPORATE TELEVISION: ONE SOLUTION FOR THE SET OF TASK**



# ИТОГИ

социально-экономического развития Тульской  
области за январь-июль 2019 года



Индекс промышленного производства в Тульской области составил **114,5%** к уровню аналогичного периода 2018 года (2 место в ЦФО, 5 место в РФ).

Объём отгруженной продукции промышленного производства составил **407,7** млрд рублей и увеличился относительно января-июля 2018 года на 10,3%. Наибольшее влияние на динамику показателей промышленного производства в целом оказывают следующие виды деятельности: производство пищевых продуктов; производство химических веществ и химических продуктов; металлургическое производство; производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования; обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха.

Оборот розничной торговли составил **174,6** млрд рублей, при этом в товарной массе увеличился на 3,2% относительно аналогичного периода 2018 года (3 место в ЦФО, 12 место в РФ).

Объём платных услуг составил **44,9** млрд рублей и вырос в товарной массе на 1,4% к уровню аналогичного периода 2018 года (3 место в ЦФО, 12 место в РФ).

Индекс производства продукции сельского хозяйства относительно января-июля 2018 года увеличился на 12,6% (в РФ – на 1,2%).

Инвестиции в основной капитал по итогам 1 полугодия 2019 года составили **74,0** млрд рублей – 106,4% (в сопоставимых ценах) к аналогичному периоду 2018 года (по РФ – 100,6%, ЦФО – 111,2%). По индексу физического объёма Тульская область занимает 8 место в ЦФО и 33 место в РФ.

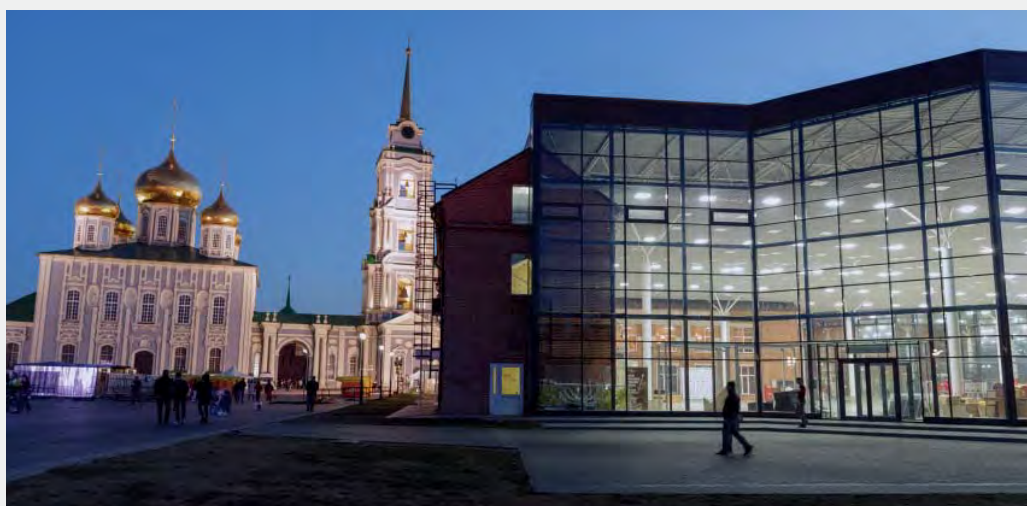
Индекс потребительских цен на товары и услуги за период с начала года к соответствующему периоду предыдущего года составил **105,1%** (ЦФО – 105,3%, РФ – 105,0%). По данному показателю регион на 4 месте в ЦФО и на 46 месте в РФ.

Уровень регистрируемой безработицы на 1 августа 2019 года в регионе составил **0,52%**, при среднероссийском 1,0% (4 место в ЦФО, 10 место в РФ).

Темп роста среднемесячной заработной платы за 1 полугодие 2019 года составил **107,4%**, в РФ – 107,1%. Среднемесячная заработная плата в регионе – **36 477** рублей, в РФ – 46 210 рублей (4 место в ЦФО, 36 место в РФ).

В реальном исчислении рост заработной платы по Тульской области за январь-июнь 2019 года к уровню аналогичного периода 2018 года составил **102,0%**, в РФ – 101,9% (4 место в ЦФО, 29 место в РФ).

Консолидированный бюджет области по доходам исполнен в сумме **57,3** млрд рублей (118,2% к уровню января-июля 2018 года), в том числе собственные доходы **50,5** млрд рублей (88,2% общей суммы доходов, 121,0% к уровню января-июля 2018 года).





The industrial production index in the Tula region amounted to **114.5%** of the level of the same period in 2018 (2nd place in the Central Federal District, 5th place in the Russian Federation).

The volume of the shipped industrial products amounted to **407.7** billion rubles and increased by 10.3% compared to January-July 2018. The following range of activities has the greatest influence on the dynamics of industrial production indicators: food production; chemicals and chemical products manufacturing; metallurgical production; finished metal products manufacturing, except machinery and equipment; electric energy provision, gas and steam provision; air conditioning.

Retail trade turnover amounted to **174.6** billion rubles, while in the mass of goods increased by 3.2% compared to the same period in 2018 (3rd place in the Central Federal District, 12th in the Russian Federation).

The volume of paid services amounted to **44.9** billion rubles and increased in the mass of goods by 1.4% compared to the same period in 2018 (3rd place in the Central Federal District, 12th in the Russian Federation).

The agricultural production index compared to January-July 2018 increased by 12.6% (in Russia - by 1.2%).

According to the results of the 1st half of 2019, investments in fixed assets amounted to **74.0** billion rubles - 106.4% (in comparable prices) compared to the same period in 2018 (in the Russian Federation - 100.6%, in the Central Federal District - 111.2%). According to the physical volume index, the



Tula region takes 8th place in the Central Federal District and 33rd place in the Russian Federation.

The consumer price index for goods and services for the period from the beginning of the year to the corresponding period of the previous year amounted to **105.1%** (the Central Federal District - 105.3%, Russia - 105.0%). According to this indicator, the region is 4th in the Central Federal District and 46th in the Russian Federation.

The registered unemployment rate as of August 1, 2019 in the region was **0.52%**, with an average Russian rate of 1.0% (4th place in the Central Federal District, 10th in the Russian Federation).

The growth rate of the average monthly wage for the first half of

2019 amounted to 107.4%, in the Russian Federation - 107.1%. The average monthly salary in the region is **36,477** rubles, in the Russian Federation - 46,210 rubles (4th place in the Central Federal District, 36th in the Russian Federation).

In real terms, the growth of wages in the Tula region for January-June 2019 compared to the same period in 2018 amounted to **102.0%**, in the Russian Federation - 101.9% (4th place in the Central Federal District, 29th place in the Russian Federation).

The consolidated budget of the region for revenue was fulfilled in the amount of **57.3** billion rubles (118.2% compared to January-July 2018 level), including own revenues of 50.5 billion rubles (88.2% of the total revenue, 121.0% to January-July 2018 level).



Беседы с руководителями региональных и городских ТПП со всей России стали для нашего издания хорошей традицией. Сегодня мы предлагаем вашему вниманию интервью с президентом ТПП Тульской области Юрием Агафоновым.

## ТПП Тульской области:

# НАДЁЖНАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА



**– Юрий Михайлович, вы являетесь и членом Совета ТПП РФ. Каковы, на ваш взгляд, основные задачи ТПП?**

– Прежде всего, это достижение результатов, которых требует от нас Президент Владимир Владимирович Путин, тех, что поставлены в майских указах и двенадцати нацпроектах. Там есть несколько показателей, вокруг которых ТПП должны строить работу сегодня. Это рост экономики через улучшение производительности труда и увеличение количества высокопроизводительных рабочих мест через снижение издержек. Для нас это является вектором действий. И нужно прилагать точечные усилия, чтобы получить требуемые результаты.

**– В Тульской области много бизнес-объединений и институтов развития. Как здесь делятся сферы влияния, и какие задачи у ТПП Тульской области?**

– За 26 лет существования палаты мы вы-

строили конструктивные отношения со всеми игроками в этой сфере, но предела совершенству, как известно, нет! Сегодня мы работаем чётче, нежели какое-то время назад. Самым главным партнёром Тульской ТПП является Союз машиностроителей, в который входят крупные оборонные предприятия Тулы. Российский Союз предпринимателей, объединяющий работодателей Тульской области, тоже наш партнёр, с которым мы плодотворно сотрудничаем. Я вхожу в президиум и Союза машиностроителей, и объединения предпринимателей. Их представители, в свою очередь, являются членами нашего Совета, и мы строим наши годовые и ежеквартальные планы с учётом интересов друг друга. Как палата, мы приоритетное значение уделяем малому и среднему бизнесу. Совместно с Союзом машиностроителей решаем вопросы кооперации малых и крупных предприятий, в том числе в рамках гособоронзаказа. Это колоссальное поле для деятельности.

С Союзом предпринимателей мы сотрудничаем в целях создания системы охраны труда на производственных предприятиях. Если на крупных обязательны специалисты и подразделения по этому профилю, то на малых производствах их нет. Мы сегодня вместе с Союзом создали структуру, позволяющую заниматься организацией охраны труда на малых предприятиях.

Мы поддерживаем всё, что связано с цифровизацией экономики.

Сотрудничаем и с Общероссийской общественной организацией «Деловая Россия», ежегодно устраивающей конкурс коммерческих предприятий.

В общем, стараемся «взять ото всех всё, что можно». И дать, по возможности, тоже!

**– Чем Тульская ТПП помогает бизнесу?**

– Самой главной сегодняшней проблемой является даже не производство, хотя мы все понимаем, что оно должно быть инновационным, технологичным и так далее, и для этого надо прикладывать усилия. Самое главное – произведённую продукцию продать! Поэтому мы действуем в части организации промышленной кооперации через центры субконтракций и электронные площадки. Мы сегодня работаем с пятью крупнейшими торговыми электронными площадками, занимаемся поиском работы и сбыта для тульских предприятий. Мы их коммуницируем по разным каналам, подключая и межрегиональные связи. Используем возможности, предоставляемые Фондами поддержки малого и среднего бизнеса.

Всего в ТПП Тульской области более 1230 членов, их представители работают в 23 комитетах палаты.

**– Очень солидное количество!**

– Среди региональных палат мы на достаточно высоком месте. Но не гонимся именно за количеством, отдавая приоритет качеству. Ежегодно принимаем в члены ТПП около 70-80 новых организаций и 50-60 исключаем из числа тех, кому подобная деятельность не интересна.

**– Охотно ли идут в ТПП начинающие предприниматели?**

– Во-первых, интересующимися надо уметь заниматься, показывать преимущества член-



ства в нашей организации. Ведь в отличие от палат других стран российская построена на добровольных началах. А чтобы вступить в какой-то союз добровольно, надо видеть в нём собственный интерес. У нас разработана процедура приёма потенциальных членов, этим занимаются специально обученные профессионалы с большим опытом. Приём новичков у нас – целая традиция. Они рассказывают о себе, их выслушивают; перед ними выступают руководители и ведущие специалисты отделов палаты (их у нас 12), рассказывают, чем могут помочь, расспрашивают, чего хотели бы вновь прибывшие. Мы объясняем, что они теперь не только члены Тульской ТПП, но и ТПП России. Призываем искать партнёров и единомышленников, вступать в комитеты, знакомиться, делиться опытом.

Сегодня делать бизнес одному невозможно. Нужна компания единомышленников, готовых тебя поддержать.

#### **– А как ведётся работа с крупными градообразующими предприятиями?**

– Как я уже рассказывал, мы сотрудничаем с Союзом машиностроителей. Речь идёт, в частности, о таком направлении. Сегодня колоссальной проблемой для крупных оборонных предприятий является поставленная Президентом задача по выпуску 25% гражданской продукции. Сегодня у них этот объём намного ниже: в Туле одно-два предприятия дотягивают до этого уровня, у остальных объём гражданской продукции 5-7% или меньше. Одна из причин в том, что с такими накладными расходами, как у крупных предприятий, их продукция неконкурентоспособна с китайским ширпотребом, наводнившим рынок. Один из выходов: взять под своё крыло малые и средние предприятия, выпускающие сегодня хорошую гражданскую продукцию, пользующуюся спросом. Можно купить у них долю, сделать компании дочерними. Нужно выстроить взаимоотношения крупных предприятий с малыми. Почему здесь пока нет серьёзных прорывов? Потому что компании плохо знают друг друга. Наша задача сблизить их и таким образом решить проблему.

#### **– С какими вопросами предприниматели чаще всего приходят в ТПП?**

– Во-первых, это проблемы, связанные с налогами и прочими платежами. Конечно, государство сделало в своё время колоссальный шаг, введя для малого бизнеса упрощённую схему налогообложения. Во многом благодаря введению этой системы и сегодня живёт ещё этот бизнес. Но его начинают давить новыми платежами. Президент Российской ТПП на мероприятиях говорит, в том числе и Президенту России, что сегодня неналоговых платежей стало столько, что на одной странице они даже мелким шрифтом не уместятся! Этот пункт надо упорядочивать.

Вторая тема – недоступность кредитования. Разговоры о поддержке малого бизнеса чаще всего звучат со стороны тех, кто это дело делает на бюджетные деньги. Мы подсчитали, что сейчас примерно 40 различных фондов и прочих структур поддерживают малый и средний бизнес. Все они в первую очередь поддерживают себя, потому финансируются из бюджета. Сегодня через такую организацию можно взять кредит под 8,5%. Это меньше, чем 16-18% в обычном банке, но сейчас, когда рентабельность бизнеса сильно упала, он и с таким кредитом не рассчитается! У нас на этот счёт есть свои соображения: сегодня надо по-другому помогать, надо давать государственные деньги тем, кто реально работает. Тем, кто вносит свою лепту в валовой региональный продукт, нужно отдавать средства.

В Туле сейчас примерно 60 тысяч малых и средних предприятий, включая ИП. По прошлому году финансовую поддержку по льготному кредитованию получили меньше 1% из них. Значит, реально их никто не поддерживает. А надо поддерживать! Поэтому мы считаем: сегодня надо деньги отдавать тем, кто демонстрирует максимальную отдачу.

И третья актуальная тема: поддержка инноваций на производстве. Затраты на внедрение инноваций в производство надо компенсировать, тогда всё пойдёт гораздо интереснее.

#### **– В Тульской области активно развивается малый и средний бизнес. На какие сегменты предпринимательства делается упор?**

– Прежде всего, на сегменты инновационных производственных предприятий малого и среднего бизнеса. Помогаем им в организации контактов, кооперации, участия в госзаказе. Но при этом мы говорим, что таким производствам надо помогать деньгами, а остальным «не мешать». Скажем, мы пошли в аграрный сектор, чего не было раньше. Например, нашли в Германии заказчиков на тульскую рожь. Но у них высокие требования по качеству, так что необходима селекция. И объёмы с площадей нужны примерно в тысячу га, а у нас таких площадей посевов пока нет. Мы сейчас занимаемся созданием кооператива, который бы объединял несколько фермеров, каждый из которых по отдельности никогда не сможет эти условия выполнить. А вместе им это по силам!

#### **– Для чего вообще сегодня нужна ТПП, если можно создать группу в мессенджере и всех туда созвать? Или всё-таки палата – что-то более весомое и значимое?**

– Сегодня некоторым кажется, при наличии смартфонов, компьютеров, социальных сетей можно всё устроить, не сходя с дивана. Что, зайдя в интернет, они смогут найти предприятию партнёра в Германии или оказать поддержку малого бизнеса, организовав экспорт его товаров. Но такого нет и в ближайшее время не будет! Здесь нужна точечная активная работа, как мы говорим, агрессивный маркетинг. Чтобы получить контракт, нужно приложить очень много реальных усилий. Палата – как раз площадка, позволяющая действовать в таком ключе. Это подтверждает история ТПП всего мира, и России в частности. Мы – надёжная площадка для продвижения бизнеса, проверенная временем и живущая в ногу с ним!

**Беседовала Елена Александрова**





## The Tula CCI:

# A RELIABLE PLATFORM FOR BUSINESS PROMOTION

**C**onversations with leaders of regional and city CCIs from all over Russia have become a good tradition for our publication. Today we offer to your attention the interview with President of the Tula CCI Yuri Agafonov.

*– Mr Agafonov, as a member of the Council of Heads of Chambers could you please tell us what, in your opinion, are the main tasks of the CCI?*

– First of all, the achievement of the results that President Vladimir Vladimirovich Putin demands from us, which are set in the May decrees and twelve National Projects. There are several indicators around which the CCIs should build their work today. This is economic growth through improved labor productivity and an increase of the number of high-performance jobs, through reducing costs. This is our course of actions. And we need to make very precise efforts to get the required results.

*– There are many business associations and development institutions in the Tula Oblast. How are spheres of influence divided here? What tasks does the Tula CCI have?*

– For the 26 years of the Chamber's existence, we have built constructive relations with all the players in this field, but as far as we know, there are no boundaries to perfection! Today we work more accurate than some time ago.

The Russian Union of Engineers, which includes large defense Tula enterprises, is

the most important partner of the Tula CCI. The Russian Union of Entrepreneurs, which unites the employers of the Tula Oblast, is also our partner with whom we fruitfully cooperate. I am a member of Presidium of both the Russian Union of Engineers and the Russian Union of Entrepreneurs. Their representatives are members of our Council, and we form our annual and quarterly plans taking into account each other's interests. As a Chamber, we give priority to small and medium-size business. Together with the Russian Union of Engineers we solve issues of cooperation between small and large enterprises, including but not limited to the State Defence Order framework. This is a huge field for activity.

We cooperate with the Russian Union of Entrepreneurs in order to create a labor protection system of at production enterprises. Specialists and departments in this field are required at large enterprises, but there is nothing of the kind at small ones. Today, together with the Union, we have created a structure, which allows us to organize labor protection at small enterprises.

We support everything related to the digitalization of the economy.

We also cooperate with the All-Russian Business Association Delovaya Rossiya, which annually organizes a competition for commercial enterprises.

In general, we try to “take everything from everyone”. And to give, if possible, too!

*– How does the Tula CCI help business?*

– The main problem today is not even production, although we all understand that it must be innovative, technological, and so on, and we should do our best to achieve it. The most important thing is to sell manufactured products! Therefore, we act in terms of organization of industrial cooperation through subcontracting centers and electronic platforms. Today we work with five largest trading electronic platforms. We are engaged in searching of jobs and sales for Tula enterprises. We communicate through different channels, connecting interregional communications. We use the opportunities provided by the Funds for Small and Medium Business Support.

In total, there are more than 1230 members in the CCI of the Tula Region; their representatives work in 23 committees of the Chamber.

**– Quite a significant number!**

– We are on a fairly high position among the regional chambers. But we are not after quantity; quality is a priority for us. Annually, about 70-80 new organizations are admitted to the CCI membership, and about 50-60 are excluded from the number of those who are not interested in such activities.

**– How enthusiastic are new entrepreneurs about entering the CCI as its members?**

– First of all, one should be engaged in those who are enthusiastic and show them all benefits of membership in our organization. Unlike the Chambers of other countries, the Russian one is built on a voluntary basis. Thus in order to enter into some kind of union voluntarily, one must see his or her own interest in it. We have developed a procedure for admission of potential members; this is fulfilled by specially trained professionals with extensive experience. Newcomers welcome is a tradition for us. They talk about themselves, we listen to them; they are addressed by the heads and leading specialists of the departments of the Chamber (we have 12 of them). We ask how can we help the new arrivals and what do they expect to get. We explain them that since the moment they are not only members of the Tula CCI, but also they are members of the CCI of Russia. We call for looking for partners and like-minded people, joining the committees, getting acquainted and sharing experience.

Today it is impossible to do business alone. Everybody needs a company of like-minded people who are ready to support.

**– And how is work carried out with large, city-forming enterprises?**

– As I have already said, we cooperate with the Russian Union of Engineers. Now I am speaking precisely about that. Today, the enormous problem for large defense enterprises is the task set by the President to produce 25% of civilian products. Currently this volume is much lower. There are one or two enterprises, which have reached this level in Tula. As for the rest, the volume of civilian production is 5-7% or less. One of the reasons is that with such overhead, the products of large enterprises are not competitive with Chinese consumer goods, which flooded the market. There is one way out: take under the wing small and medium-sized enterprises, which today produce demanded civilian products. One can buy a share from them, turning these companies into subsidiaries. It is necessary to build relationships between large and small enterprises. Why are there no serious breakthroughs yet? Because companies do not know each other well. Our task is to bring them closer and thus to solve the problem.

**– With what questions do entrepreneurs most often come to the CCI?**

– Firstly, these are problems related to taxes and other payments. Of course, the state has taken a fundamental step in its time

by introducing a simplified taxation system for small businesses. Largely thanks to the introduction of this system, this business still exists today. But it is kept down with new payments. The President of the Russian Chamber of Commerce and Industry declares at the meetings to the audience, including the President of Russia, that there are so many non-tax payments for today that they can hardly even fit in small font on a single page! This issue should be solved.

The unavailability of lending is another problem. Talks about small business support are most often provided by those who do this on public money. We estimated that now about 40 different foundations and other structures support small and medium-sized businesses. First of all, they support themselves; therefore they are financed from the budget. Today, through such an organization, you can take a loan at 8.5%. This is less than 16-18% in an

– First of all, we focus on the segments of innovative production enterprises of small and medium-sized business. We help them in organizing contacts, cooperation, and participation in the State Defense Orders. But at the same time, we say that such industries should be helped with money, while the rest should not be “disturbed”. Let’s say we “went to” the agricultural sector, which was out of our practice. For example, we have found customers for Tula rye in Germany. They have high quality requirements, so that selection is needed. They also need volumes from the areas of about a thousand hectares, but we do not have such areas of crops yet. Now we are engaged in the creation of a cooperative that would unite several farmers, each of them would never be able to satisfy the conditions alone. And together they can do it!



ordinary bank, but now when the profitability of the business has sharply fallen, entrepreneurs would hardly cope with even such a loan! We have our own opinion on this subject: we need to help in a different way; we must provide with public funds those who really work, those who contribute to the gross regional product.

There are approximately 60 thousand small and medium-sized enterprises in Tula, including entrepreneurs. Last year, less than 1% of them received financial support for easy-term loans. Nobody really supports them. But we must support! Therefore, we believe: today we need to provide money to those who demonstrate the peak efficiency.

And the third urgent topic: support for innovations in production. The costs of introducing innovations into production must be compensated, and then everything will be much more interesting.

**– Small and medium-sized business actively develops in the Tula Oblast. What business segments are you focusing on?**

**– What for do we need CCI today, if it is possible just to create a chat in the messenger and invite everyone there? Or is the Chamber still something more significant and meaningful?**

– Some people today are sure that if you have smartphones, computers, social networks, you can arrange everything without leaving your sofa. That, they can find a partner company in Germany or support small business by organizing the export of its goods on the Internet. But it does not work like this, and in the near future will not do! Here we need targeted active work, as we say, aggressive marketing. To get a contract, you need to make a lot of real effort. The Chamber is the platform that allows you to act in this direction. This is confirmed by the history of the CCIs from all over the world, and particularly, from Russia. We are a reliable platform for business promotion, time-tested and living apace with it!

**Interviewed by Elena Alexandrova**



## КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ:

# КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В КОМАНДЕ – ЗАЛОГ УСПЕХА

**Т**ульская область – динамично развивающийся регион Центральной России с активной позицией в привлечении инвестиций. Близость к Москве, крупнейшему рынку сбыта страны, развитая инфраструктура, квалифицированные кадры и благоприятный инвестиционный климат являются основными преимуществами Тульской области. Какие ещё преимущества имеет регион, рассказал Андрей Александрович Шестаков, генеральный директор корпорации развития Тульской области.

*– Андрей Александрович, как известно, вы совсем недавно возглавили Корпорацию развития Тульской области, скажите, какие сейчас задачи стоят перед вами?*

– На сегодняшний день перед нами стоят два важных направления. Первое, это создать корпоративную культуру в команде, где каждый понимает, какова его роль и какова наша главная задача, куда мы стремимся и почему. Есть такие вещи, как мотивация и работа над ошибками. Люди боятся ошибаться, а ведь ошибки – это вполне закономерное и нормальное явление. Главное – понимать, признавать и учиться на своих ошибках.

Меня вдохновляет руководство в стиле «Гольфстрим», на эту тему я много выступал и даже

снимал видеолекцию. Когда набраны правильные люди с правильным отношением к себе, к жизни, к компании, в которой они работают, к обществу, в котором живут, они более позитивны. Я выбираю для работы людей с правильным отношением к жизни, пусть он лучше чего-то не знает, легче научить, чем переучить.

**– Удалось создать команду?**

– Команда создаётся поэтапно, для этого нужно немалое количество времени. Она не создается сама, по щелчку, ты включил, и лампочка загорелась. Я делаю всё возможное, чтобы люди заглядывали в себя, старались понять, для чего они живут, за чем они работают в компании, что они хотят делать. Это первая часть, она очень важна изнутри.

Вторая часть – внешняя, за пределами корпорации. За месяц мы создали свою инвестиционную стратегию, опираясь на материалы, которые были сделаны ранее, и используя методы agile. Данная стратегия имеет два направления: межтерриториальное и инфраструктурное. Такие кластеры, как туристический, химический, инновационный, агропромышленный. Мы создаём комфортную социальную среду для жителей и гостей нашей области. Тульская область имеет благоприятный инвестиционный климат, это культурно-исторический центр с дружелюбной атмосферой, здесь комфортно жить, работать и отдыхать.

**– Андрей Александрович, скажите, что, на ваш взгляд, отличает вас от конкурентов и над чем стоит работать, чтобы достичь более эффективных результатов?**

– Наш главный работодатель – это инвестор, он может уволить нас в один момент, и мы с вами останемся без работы. Поэтому нас отличает командная работа, начиная с руководителя области и до главы района. А между двумя этими полюсами очень много людей, в том числе и корпорации. Для нас инвестор это тот, кто даёт нам счастье работать, вдохновляет нас и создаёт возможность реализовать свой потенциал.

**– Как известно, сейчас вы используете новый механизм в работе, привлекая и министра и заместителя губернатора. Расскажите об этом подробнее.**

– Важно не только привлечь инвестора, но и сопроводить его на пути, чтобы перерезать ленточку на заводе. Есть такое понятие в проектировании waterfall, то есть последовательное движение от одной операции до другой, вроде дорожной карты. Всё идет поэтапно. Я пришёл в 2014 году, тогда не было дорожной карты, я понимал, что эта работа довольно трудная, но мы её сделали. Наша главная задача – довести дела с инвестором до финальной точки, чтобы соглашение, которое было подписано, было реализовано. Именно над этой задачей мы работаем.

**– В июне состоялся Петербургский экономический форум, и мы знаем, что объём соглашений впервые превысил 100 млрд рублей. Скажите, какие проекты будут реализованы в вашей области?**

– У нас 2-я очередь завода Naval компании Great Wall из Китая. Они планируют увеличить локализацию свыше 60%. Это огромный завод, и сложное технологическое производство, требующее тонкого подхода, очень важно для территории, потому что создаются рабочие места уже другого качества, и молодёжь с удовольствием пойдёт развиваться и повышать свой уровень. Почти 20 млрд рублей будет вложено в проект.

У нас есть ЗАО «Краснобор» – это крупнейший производитель мяса индейки в России. Компания работает с 2000 года. Мы выращиваем, перерабатываем и доставляем диетическое мясо индейки на предприятия розничной торговли и общественного питания. Сейчас у нас есть сертификаты в 16 странах. Недавно у нас была вьетнамская делегация, и они говорили, что им поставляют индейку «Краснобор». Есть и в Японии сертификат, где очень жёсткие требования. Продукция у нас мирового уровня.

**– Раз уж мы заговорили про особую экономическую зону «Узловая», скажите, какие перспективы развития с ней связаны.**

– Мы очень чётко расписали стратегию в три этапа. Вообще у нас особая экономическая зона, самая молодая в стране. Ей всего 3 года, она создана в 2016 году. В этом есть и свои плюсы, и свои минусы. Плюс в том, что мы работаем, опираясь на те ошибки, которые были допущены в прошлом, мы используем новые технологии, новые сети, новые инфраструктуры. У нас лучшая подстанция среди всех зон в стране. Мы начали в 2016 году, до 2065 года зона будет готова.

Следующий этап у нас начинается в 2021-2022 году, где мы уже планируем ввести 27 резидентов, расширить нашу зону. Мы начинаем проектирование окружной дороги Новомосковска. Плюс планируется ВСМ – высокоскоростная магистраль «Москва» – это даёт 45 минут до Домодедова и час до Москвы.

И третий этап: до 2026 года планируем закончить ту стратегию, которая у нас есть. Доделать объездную дорогу Новомосковска в сторону Рязани, как раз захватив крупные предприятия.

И «Композитная долина». Это новое инновационное направление!

Научно-технический центр «Композитная долина» уже заработал, мы сейчас над этим активно трудимся.

Вы спрашивали про преимущества и наши отличия от конкурентов. В первую очередь, наше отличие – в наличии железной дороги, кроме того, у нас есть чёткая стратегия с определёнными этапами развития.

Мы относимся к инвестору очень трепетно.

Как сказал Алексей Геннадьевич на Петербургском форуме: «Мы к инвестору относимся как к жителю области. Мы к нему относимся как к своему человеку и создаём все условия». Люди это отмечают, более того, это отражается и в рейтингах.

**– Как известно, Тульскую область высоко оценили в Агентстве стратегических инициатив. Какие подходы у вас есть к инвесторам? Как оставить резидента в этой области?**

– Мы на связи 24 часа в сутки, с нами можно связаться в любое время, в любом случае система переключит вас на одного из наших специалистов. Мы создаём все условия для наших инвесторов. Это очень важная цель для нас. Развитие промышленности и экономики непосредственно влияет на рост уровня жизни.





## TULA REGION DEVELOPMENT CORPORATION:

# CORPORATE CULTURE IS THE KEY TO SUCCESS

**T**ula region is a dynamically developing region of central Russia with an active stance in attracting investment. Proximity to Moscow, the country's largest distribution market, developed infrastructure, skilled personnel and favorable investment climate are the main strengths of the Tula region. About these and other advantages of the region we have learned from the interview with Andrey Alexandrovich Shestakov, CEO of the Tula Region Development Corporation.

*– Mr. Shestakov, as far as we know, you have just headed the Tula Region Development Corporation, what are your current challenges?*

– There are two fields of priority for today. The first thing is to create a corporate culture in the team, to incite everyone to understand what is their role and what is our main task, what is our goal and why. There are such things as motivation and gap analysis. People are afraid to make mistakes, but mistakes are a completely natural and normal phenomenon. The main thing is to understand, to admit and to learn from your mistakes.

I am inspired by the Gulf Stream management style. I spoke a lot on this subject and even shot a video lecture. When the right people with the right attitude to themselves, to life, to the company in which they work, to the society in which they live, are recruited, they become more positive.

I choose for work people with the right attitude to life. Even if they don't know anything; it's easier to train than to retrain.

**– Have you managed to create a team?**

– The team is created stepwise. It requires considerable amount of time. It cannot be created by itself, at the drop of a hat. I do my best so that people look inside themselves; try to understand what for they live, why they work in the company, what they want to do. This is the first thing, it is very important from the interior.

The second part is external, outside the corporation. We have elaborated our investment strategy in a month, having based on the developed earlier materials and having used agile methods. This strategy has 2 directions: interregional and infrastructural. Such clusters as chemical, innovation, tourism, agriculture. We create comfortable social environment for residents and guests

waterfall concept in the engineering, it means the consistent movement from one operation to another, it is like a road map. Everything goes in stages. I came in 2014. There was no road map then. I understood that this work is rather difficult, but we have succeeded. Our main task is to bring the business with the investor to the final step so that the agreement that has been signed is implemented. This is the task we are working at.

**– The St. Petersburg International Economic Forum was held in June, and we know that for the first time in the practice the volume of agreements exceeded 100 billion rubles. What projects will be implemented at your territory?**

– We have Phase 2 of the Haval factory, Great Wall from China. They plan to increase localization over 60%. This is a huge plant and a complex technological production that requires a delicate approach. It has a crucial

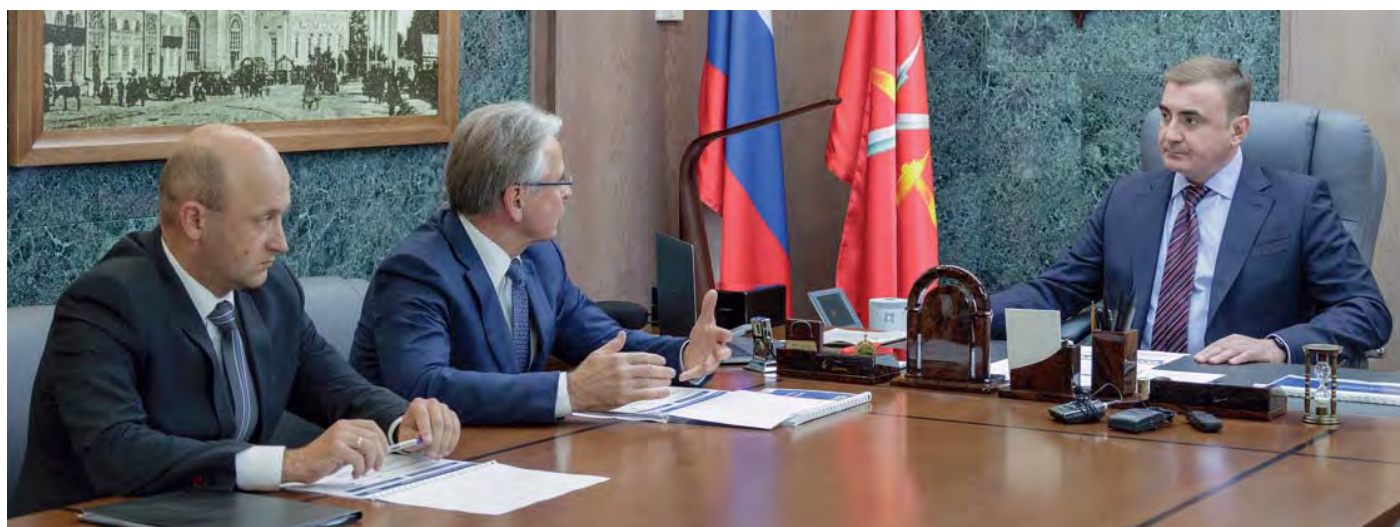
is that we work, taking into account the mistakes that were made in the past, we use new technologies, new networks, new infrastructures. We have the best substation among all zones in the country. We started in 2016; the zone will be ready by 2065.

Our next stage is planned for 2021–2022. We plan to introduce 27 residents and expand our zone. We begin development of the Novomoskovsk ring road. Plus, we plan to lay the high-speed highway to Moscow, it will provide with 45 minutes way time to Domodedovo and an hour to Moscow.

And the third stage: until 2026 we plan to finish the strategy. We plan to finish the roundabout road of Novomoskovsk towards Ryazan, providing it with large enterprises, such as Composite Valley. Composite Valley is a new innovative direction!

The Composite Valley scientific and technical center has already started its work.

You asked about our advantages and our



of our region. The Tula region has a favorable investment climate, it is a cultural and historical center with a friendly atmosphere, it is comfortable to live, work and relax here.

**– Mr. Shestakov, what in your opinion distinguishes you from your competitors and what you should work at to achieve better results?**

– Our main employer is an investor, he can fire us at one moment, and then we'll be left without work. Therefore, we are distinguished by teamwork, starting with the head of the region and up to the head of the district. Between these two poles there are a lot of people, including corporations. For us, an investor is one who gives us happiness to work, inspires us and creates an opportunity to fulfill our potential.

**– As far as we know, now you are using a new mechanism in your work, involving both the minister and the deputy governor. Tell us more about this.**

– It is important not only to attract an investor, but also to accompany him on the way to cut the ribbon at the factory. There is a

role for the territory, as it creates jobs of a different level and young people will be glad to work here and raise their level. Almost 20 billion rubles will be invested in the project.

We have Krasnobor CJSC, the largest producer of turkey meat in Russia. The company has been working since 2000. We breed, process and deliver diet turkey meat to retailers and caterers. Now we have certificates in 16 countries. Recently, we had a Vietnamese delegation and they said that they were supplied with the Krasnobor turkey. It also has a certificate in Japan, where requirements are very stringent. We have world-class products. The company opened a network of restaurants in Vietnam.

**– As far as we have started talking about the Uzlovaya special economic zone, tell us what development prospects are associated with it.**

– We have very clearly outlined the strategy in three stages. In general, we have the youngest in the country special economic zone. It is only 3 years old. It was created in 2016. There are both advantages and disadvantages in it. The strong point

differences from the competitors. First of all, we take advantage of the availability of the railway; moreover, we have a clear strategy with determined stages of development.

We appreciate the investor's participation.

As Alexey Gennadievich said at the St. Petersburg International Economic Forum: "We are favorably disposed towards the investors as towards the residents of the region. We are favorably disposed towards investors as towards our insider and create all the conditions." People note this, moreover, this is reflected in the ratings.

**– As far as we know, the Tula region have been highly praised by the Agency for Strategic Initiatives. What approaches do you have for investors? How to keep a resident in this area?**

– We are on call 24/7. You can contact us any time. Anyway, the system will transfer you to one of our specialists. We create all conditions for our investors. This is a very important goal for us. The development of industry and the economy directly influences on the growth of living standards.



«К УСПЕХУ  
ПРИХОДИТ ТОТ,  
КТО ДЕЙСТВУЕТ!»

П родавец пирожков, организатор игрового клуба, создатель свадебного агентства, владелец самой крупной сети барбершопов в России, создатель множества брендов, автор книги – это всё один и тот же человек – Алексей Локонцев. Алексей – это яркий пример предпринимателя, который не боится рисковать и смело берётся за реализацию нестандартных идей. Он видит успех там, где его не видит никто. В перерыве между его встречами с партнёрами нам удалось пообщаться с ним и расспросить о дальнейшей судьбе TOPGUN и о планах на ближайшую перспективу.

**– Алексей, совсем недавно TOPGUN отметил свой пятилетний юбилей. Вы создали одну из самых больших в мире сетевых компаний, успешно продолжаете существовать на рынке услуг. Что дальше?**

– Сейчас у меня есть один интересный проект, называется он COLIZEUM – это новое поколение компьютерных клубов, и именно на них я делаю ставку. Мы его открыли совсем недавно, на данный момент продано уже 47 франшиз. Проект развивается быстрыми темпами и уверенно захватывает свою нишу на рынке.

Когда у меня был свадебный бизнес, я понял, что «невозвратный» клиент – это очень тяжело. Тебе приходится каждый день доказывать, что ты лучший, чтобы к тебе постоянно шли люди. Самый хороший бизнес – это когда ты тратишь деньги на привлечение клиента, и он потом с тобой остаётся, а также ведет за собой ещё новых. Ты принял человека, качественно его обслужил, ему понравилось, и он остаётся с тобой.

Но, наверное, ещё лучше, когда тебе не нужно вкладывать в высококвалифицированный персонал. Например, в TOPGUN без таких людей не обойтись – это профессиональные барберы, что подразумевает постоянное их обучение, постоянный поиск новых мастеров для вновь открывающихся салонов и так далее. Поэтому самый лучший бизнес – это бизнес с «машинами», в данном случае – с компьютерами. Для любого игрового клуба нужны только компьютеры и один администратор, который должен уметь выполнять простую работу: включить компьютеры и принять деньги.

**– На ваш взгляд, будущее бизнеса за компьютерами и технологиями?**

– Многие думают, что сам по себе бизнес – это что-то материальное, то, что можно потрогать. Но в современном мире люди зарабатывают, делая деньги практически из воздуха. Например, компьютерные боты. Можно один раз вложиться в бота в одном из мессенджеров и получать с него доход очень длительное время. В этом конкретном примере не нужно думать ни о рекламе, ни о вложениях в персонал и его квалификацию, ни о новых помещениях и прочих проблемах. Именно поэтому из онлайн, из физического бизнеса, нужно уходить в онлайн, в бизнес виртуальный.

Новое молодое поколение – оно уже мыслит совершенно другими категориями

и понятиями. Именно поэтому я хочу сам уйти в онлайн и все свои последующие проекты делать именно там. И да, я считаю, что будущее за технологиями! Когда-то мы удивлялись пейджеру, затем появились первые мобильные телефоны, и нам казалось, это верх прогресса. И что мы видим сейчас?! Все привязаны к смартфонам и интернету. Большая часть нашей жизни проходит именно там. Что будет дальше, можно только догадываться. И именно те, кто сейчас займут место в этой нише, те завтра будут, условно, «править миром».

**– Какие проекты есть у вас сейчас в разработке? Чем вы в скором времени удивите людей?**

– Я сейчас сосредоточился на двух программах, одна из которых – это Newpay. Через нее по QR-коду каждый человек может заказать и оплатить любую покупку в ресторане или магазине. Допустим, вы пришли в ресторан. Вам не нужно будет ждать, пока официант примет ваш заказ, а затем принесет вам ваш счёт. Вы можете всё заказать через специальное приложение и затем всё оплатить через него. Это существенно будет экономить время потребителей. Мне понравилась эта идея, и я решил в неё инвестировать. Программа уже работает, пока мы тестируем её в TOPGUN.

Второй мой продукт – это Gladiator Game. Это будет настоящая игра в Instagram, мотивирующая тебя на продвижение. Её можно будет скачать на смартфон и пользоваться разными инструментами, чтобы продвигаться в соцсети. В успех этих двух проектов я верю, поэтому решил инвестировать в них. Хочу заметить, что обе идеи пришли ко мне от молодых ребят. В моей команде молодые, перспективные ребята, которые мыслят совсем иными категориями, нежели даже я. Они – совсем другое поколение, которое воспитано на интернете и соцсетях. У них масса идей, которые могут «выстрелить» на рынке. На мой взгляд, есть два типа людей: мечтатели и создатели. Мечтатели никогда ничего не добьются, они так и будут всегда мечтать «о чём-то» и находиться в своём мире. А вот создатели – это как раз такие молодые ребята, которые предлагают идеи, разрабатывают их и в итоге внедряют на рынок и получают с них прибыль.

**– К какой из этих двух категорий людей вы себя относите?**

– Я считаю, что все гениальные люди, которые что-то добились, они не создали это сами. Они так или иначе подсмотрели где-то идею или им эту идею кто-то подсказал, а они уже модернизировали её, доведя практически до совершенства. Таким образом, я и ещё много других таких же людей, мы не создатели как таковые, мы просто не боимся вкладывать средства (иногда даже последние) в идею, которая может выстрелить, мы не боимся рисковать. Так было с идеей барбершопа, ведь эта идея не нова, просто я её доработал и создал настолько качественный продукт, что теперь кому-либо сложно перешагнуть поднятую нами планку. То же самое было с идеей Gladiator Game. В Инстаграм уже есть игры, я беру эту идею и дорабатываю её до идеала.

**– Вы сказали про свою команду, что это за люди и какие у вас с ними отношения?**

– Я не могу сказать, что у меня есть какая-то постоянная команда. Например, те люди, которые в данный момент управляют всеми филиалами TOPGUN, – это всего 16 человек, из которых половина – юристы и бухгалтера. А те, с кем я генерирую и совершенствую новые проекты, – это практически незнакомые мне люди, которые пришли «со стороны» и стали моими партнёрами. Совместно в процессе «мозгового штурма» мы с ними и доводим эти идеи до конечного продукта.

**– Итак, понятно, что вы сейчас полностью увлечены новыми проектами, а что будет дальше с TOPGUN? Насколько нам известно, за последний год количество новых салонов снизилось, это значит, что развитие остановилось или вы продумываете что-то новое?**

– Да, действительно, за 4 года было открыто около 250 салонов, за последний год – ни одного. Давайте посмотрим, что вообще сейчас происходит в этой нише бизнеса. Когда в своё время я с большим шумом открыл первый барбершоп, показав всем яркое и богатое шоу, я задал тренд на этот вид бизнеса. Многие, посмотрев на это, решили, что барбершоп очень прибыльное дело, и один за другим стали открываться похожие салоны. Но одно важное отличие – в моих салонах всё действительно на высшем уровне, начиная от вывески и заканчивая креслами для клиентов. Помимо этого, я очень много уделял внимания обучению мастеров. А те, кто пытался мне подражать, открывали салоны уровня гораздо ниже. По сути, самые обычные парикмахерские для мужчин. Кто пытается обогнать TOPGUN по количеству, очень теряет в качестве. Продав однажды 30 франшиз за месяц, я понял, что мы не справимся с качеством открывающихся заведений и скатимся на низкий уровень обслуживания. Именно поэтому я поднял цену на франшизу, тем самым немного приостановил

развитие и просто выжидая время, пока рынок услуг барбершопов успокоится и придёт к равновесию.

**– Алексей, у вас было и есть сейчас много проектов и все они совершенно разной направленности. С чем это связано? Это «поиски себя» или стремление занять какую-то определённую нишу на рынке?**

– Первый бизнес я начал в возрасте 17 лет. За это время я чем только ни занимался! Были и пирожки, и игровой клуб, свадебный салон и агентство, рекламное агентство... много всего. Когда я открываю очередное дело, я погружаюсь в него настолько глубоко, чтобы познать все нюансы, что со временем становлюсь профи в этом деле. И вот когда я понимаю, что всё, дальше уже узнавать нечего, то мне становится скучно и меня начинает тянуть на что-то другое, на что-то новое. А сейчас я делаю что-то новое, чтобы совершить какой-то прорыв. В первую очередь, для себя лично. Если раньше я мог экспериментировать на своих знаниях, на хорошем дизайне, на сервисном подходе, теперь я знаю, как сделать так, чтобы проект «взлетел». По большому счёту, рынок сейчас уже настолько развит, что сложно найти какой-то новый, совершен-

но уникальный продукт. Но можно взять уже что-то известное и сделать отменный дизайн и сервис и именно этим привлечь клиентуру. На данный момент я могу уже экспериментировать и рисковать своими деньгами и вкладывать в то, за чем, на мой взгляд, будущее.

Взять, к примеру, Инстаграм и тот проект, что я сейчас готовлю. Я верю, что он станет востребованным на рынке. Почему я в это верю? Потому что, повторяюсь, считаю, что будущее – за технологиями. Например, мне кажется, что потребность ходить по магазинам вскоре совсем отпадет. Уже сейчас многие магазины переходят на платформу соцсетей, а именно Инстаграм. Людям незачем будет ездить в торговые центры, все необходимые вещи они смогут заказать в интернете, примерить дома и оплатить любым удобным способом. Уже сейчас интернет-торговля развита неплохо, но ТЦ продолжают существовать.

**– А вам не кажется, что торговые центры – это не просто место, где можно купить одежду, а это нечто большее для людей? Это центры социального притяжения и центры общественной жизни. Люди проводят там время просто для удовольствия.**

– В них останутся кафе, кинотеатры и услуги, куда как раз и будут ходить люди ради того, чтобы приятно провести время в компании или получить услугу, как, например, сделать маникюр, стрижку и прочее. Но как центры торговли они отойдут на последний план. Останутся только дорогие брендовые магазины, куда будут ходить шопоголики.

**– Есть ли у вас личный секрет успеха?**

– Ничего не бояться. Быть уверенным в том, за что берётесь, и быть уверенным, что именно это нужно людям, и оно должно решать какую-то их «проблему». Есть проекты, которые приходят раз и навсегда. Если вы задумали что-то, смотрите в будущее. Если у этого дела есть будущее, тогда занимайтесь им и развивайте. И ставьте перед собой вопрос: «Боишься ли ты быть в долгах?» Если боишься, то даже не начинайте. Потому что бизнес – это постоянные долги и просрочки платежей. И вот если тебя это состояние мучает, угнетает, то, значит, не берись за это. К успеху приходит тот, кто действует!

Елена Засименко





**T**he pie seller, the game club founder, the wedding agency establisher, the owner of the largest network of barbershops in Russia, the creator of many brands, the author of the book – all this is one and the same person - Alexey Lokontsev. Alexey is a remarkable example of an entrepreneur who is not afraid to take risks. He boldly undertakes the implementation of innovative ideas. He sees possibilities for success where nobody sees them. In between his meetings with partners, we managed to talk with him and ask about the future of TOPGUN and the nearest horizons.

– Mr. Lokontsev, recently TOPGUN celebrated its fifth anniversary. You have created one of the largest network companies in the world, which continues successfully to exist in the services market. What's next?

– Now I have one interesting project, it is titled COLIZEUM - this is a new generation of computer clubs and I rely on them. We opened COLIZEUM not long ago; at the moment 47 franchises have already been sold. The project is developing rapidly and confidently captures its niche in the market.

When I was in wedding business, I realized that a “non-returnable” client is a very difficult task. Every day you have to prove that you are the best, so that people come to you constantly. The best business is when you spend money on attracting a client, who stays with you and consequently brings new ones. You accepted the person, provided him with good service, he liked it, and he stays with you.

But, probably, it is even better when you do not need to invest in highly qualified personnel.

For example, TOPGUN cannot do without such people – these are professional barbers, which means their permanent training, the constant search for new masters for newly opened salons, and so on. Therefore, the best business is a business with “machines,” in our case, with computers. For any game club, you need just computers and one administrator who must be able to do simple work: to turn on computers and accept money.

– In your opinion, the future of business is with computers and technologies?

– Many people think that business itself is something tangible, something that can be touched. But in the modern world, people make thin air money. For example, computer bots. You can invest in a bot in one of the messengers once, and receive income from it for a very long time. In this specific example, one needs to think neither about advertising, nor about investments in staff and its qualification, nor about new premises and other problems. That is why, it is convenient to move from «offline», which is physical business to «online», virtual business.

The new young generation thinks in completely different categories and concepts.

That is why I want to go online myself and do there all my projects. Yes, I believe that technology is our sons' future! There were times when a pager was a surprise, then the first mobile phones appeared and this seemed to us to be the top of the progress. And what do we see now?! Everybody is glued to smartphones and the Internet. Most part of our lives takes place there. What will come with future, one can only guess. And it is precisely those who take a place in this niche today, tomorrow will, relatively speaking, «rule the world.»

– *What projects do you currently have in development? What do you plan to surprise people soon?*

– I have now focused on two programs, one of which is Newpay. With its help, by using a QR code, each person can order and pay for any purchase in a restaurant or store. Imagine that you come to a restaurant. You do not need to wait for the waiter to accept your order and then to bring you the bill. You can order everything by means of the special application and then pay everything through it. This will significantly save consumers time. I liked this idea and I decided to invest in it. The program is already available, while we are testing it in TOPGUN.

My second product is the Gladiator Game. This will be a real Instagram game that motivates you to advance. One can download it to a smartphone and use various tools to move forward in social networks. I believe in the success of these two projects, so I have decided to invest in them. I want to note that both ideas came to me from the young guys. There are young and perspective guys in my team who think in completely different categories than even I do. They are the representatives of a completely different generation, which is brought up on the Internet and social networks. They have a lot of ideas that can become “shooting” on the market. There are two types of people, in my opinion: dreamers and creators. Dreamers will never achieve anything; they will always dream about something and remain in their world. But the creators are the young guys who offer ideas, develop them and, as a result, introduce them to the market and get profit from them.

– *Which of these two categories of people do you attribute yourself to?*

– I believe that all the brilliant people who achieved success, were not inventors of their products. One way or another they spied an idea somewhere, or someone suggested this idea to them, and they have worked it out, bringing it almost to perfection. Thus, both I and many other people like me, we are not creators as such, we simply are not afraid to invest (sometimes even the last of the money) in an idea that can be “shooting”, we are not afraid to take risks. The story of the

barbershop idea was exactly as such. This idea is not new. I just have upgraded it and created such a high-quality product that now it is difficult for anyone to step over the bar we raised. The same thing was with the idea of the Gladiator Game. There are already games on Instagram, I take this idea and refine it to the ideal.

– *You said about your team, what kind of people they are and what is your relationship with them?*

– I can't say that I have some kind of permanent team. For example, those people who currently manage all TOPGUN branches are only 16 people, half of which are lawyers and accountants. And those with whom I generate and improve new projects are practically strangers to me who came “from outside” and became my partners. Together, during the “brainstorm” process, we bring these ideas to the final product.

– *So, it's clear that now you are completely caught up in the new projects. What will happen with TOPGUN? As far as we know, over the past year the number of new barbershops has decreased, does this mean that development has stopped or are you thinking over something new?*

– Yes, indeed, in 4 years about 250 barbershops have been opened, over the last year – not a single one. Let's see what is happening now in this niche of business. When, with great excitement, showing everyone a bright and luxuriant show, I opened the first barbershop, I set the trend for this type of business. Thus many people decided that the barbershop was a very profitable business and similar salons began to open one after the other. But, there is one important difference – everything is really at the highest level in my barbershops, from the signboard to the chairs for clients. In addition, I paid much attention to the training. And those who tried to take after me opened salons of a level much lower – the most common hairdressers for men, in fact. Who tries to overtake TOPGUN in quantity, loses very much in quality. Having once sold 30 franchises per month, I have realized that we would not be able to cope with the quality of the barbershops that were opened and would slide into a low level of service. That is why I raised the price of the franchise, thereby slowed down the multiplication. Now I just wait for the time until the barbershop service market calms down and comes to balance.

– *Mr. Lokontsev, you had and you have now many projects of completely different directions. What is the reason for this? Are you in quest of yourself or are you going to take a specific niche on the market?*

– The first business I started at the age of 17 years. I tried everything during this time! There were pies, and a game club, a wedding salon and an advertising agency –

a lot of occupations. When I open a business, I immerse myself in it so deep that I know all the details, thus eventually I become a pro in this business. And when I understood that there's nothing further to learn, then I got bored and I tried something else, something new. And now I'm doing something new to make some kind of breakthrough. First of all, for myself personally. If earlier I could experiment on my knowledge, on a good design, on a service approach, that is, now I know how to make the project “shoot up”. By and large, the market now is so developed that it is difficult to find any new, completely unique product. But, you can take something already well-known and make an excellent design and service and that is exactly what attracts clientele. At the moment, I can already experiment and risk my money to invest in what, in my opinion, is the demand of the future.

Think about, for example, Instagram, and the project that I am currently engaged in. I believe that it will become popular on the market. Why do I believe in this? Because, I repeat, I believe that the future lies in technology. For example, it seems to me that the need to go shopping will soon completely disappear. There are many stores, which have already moved to the platform of social networks, to Instagram, for instance. People will have no need to go to shopping centers; they can order all the necessary things on the Internet, try on at home and pay in any convenient way. Online trading is already well developed, but shopping centers continue to exist.

– *But don't you think that shopping centers are not just places where people can buy clothes, but is it something more for people? These are centers of social attraction and centers of social life. People spend time there just for fun.*

– There will be cafes, cinemas and services in them. People will go there just in order to have a good time in the company or get a service, such as getting a manicure, haircut, etc. But as centers of trade, they will recede into the background. Only expensive branded stores will remain, for shopaholics to attend.

– *Do you have a personal secret to success?*

– Do not be afraid. To be sure of what you undertake and to be sure that this is exactly what people need, that it must solve some kind of their «problem». There are projects that come once and forever. If you are up to something, look into the future. If this business has a future, then deal with it and develop it. And ask yourself, “Are you afraid of being in debt?” If you're afraid, don't even start. Business means constant debts and late payments. And if this condition torments you, depresses you, then do not try it. The one who acts comes to success!

Zasimenko Elena





## КОСОГОРСКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ ЗАВОД: С РОССИЕЙ 120 ЛЕТ И СЕГОДНЯ



**«В** 17 день мая 1896 года высочайше повелеть соизволил представить означенной компании открыть свои операции в России» – с такой резолюции, оставленной императором Николаем II на уставе «Акционерного общества Тульских доменных печей», началась история тульского Косогорского металлургического завода. Удивительно, но основано это АО было полугодом ранее в... Брюсселе! По получении высочайшей резолюции акционеры сразу приступили к возведению завода. Площадка для строительства была выбрана в девяти вёрстах южнее Тулы, у посёлка Косая Гора, недавно построенной железной дороги «Москва — Курск» и

реки Воронки. Эти земли прилежали к деревне Судаково, и предприятие сперва называлось «Судаковским металлургическим заводом». Первая плавка чугуна, прошедшая 8 мая 1897 года, считается датой его основания.

Лев Толстой неоднократно бывал на Косой Горе во время строительства, приезжая из находящейся неподалёку Ясной Поляны. В последний раз великий писатель приезжал вместе с семьёй на выпуск чугуна в июне 1897 года. А 117 лет спустя на предприятие приехали потомки писателя, встречающиеся два раза в год в родовой усадьбе, посетив с экскурсией доменный цех и литейный двор. В 1918-м завод был национализирован, а восемь лет спустя ему было присвоено новое название: «Косогорский металлургический завод им. Дзержинского». Впоследствии предприятие вместе с Родиной пережило много потрясений и перемен: от индустриализации и «стахановских пятилеток» до эвакуации на Урал в военные годы, «оттепели», «застоя», «перестройки» и акционирования в 1992-м. И всегда завод выполнял главную свою миссию: «давал стране чугун», столь необходимый ей на каждом этапе. Он делает это и сегодня. А о том, как обстоят дела на одном из старейших российских металлургических предприятий спустя 122 года после первой плавки, мы расспросили его директора Сергея Киреева.

– Сергей Владимирович, как на тульской земле появился Косогорский металлургический завод? Каким он был в первые годы, что представляет собой сейчас?

– Наш завод построен бельгийскими предпринимателями в 1897 году, это одно из старейших российских металлургических предприятий. Долгие годы завод плавил чугун, впоследствии, в советские годы, начал производить ещё и ферромарганец – металл, представляющий собой легирующую добавку при производстве стали.

Сейчас ПАО «КМЗ» выплавляет ежемесячно около 28 тысяч тонн чугуна и около 6 тысяч тонн ферромарганца. Работа ведётся на двух доменных печах: №2 и №3. Доменная печь №1 находится на консервации, но в любое время готова начать работу, если сложатся соответствующие рыночные условия.

Основа бизнеса ПАО «КМЗ» – выплавка не обычных, рядовых марок чугуна (так называемых передельных чугунов, используемых при производстве рядовых марок стали). Мы выплавляем чугун с пониженным содержанием вредных примесей – серы, фосфора и т.д., то есть плавим сверхчистые чугуны, поставляемые нами производителям специальных, высококачественных марок стали. Кроме того, мы производим литейный чугун и поставляем его машиностроительным предприятиям России и Белоруссии. Такая специфика производства предъявляет особые требования к планированию всех производственных процессов – нам, в отличие от других производителей чугуна в России, приходится часто «перешихтовываться» (постоянно изменять состав рудной части шихты и варьировать использование разных марок кокса, чтобы «попасть» в нужную марку конечного продукта – чугуна).

Это предъявляет особые требования к нашим работникам! Специальные требования к конечному продукту подразумевают наличие сверхквалифицированных сотрудников, умеющих оперативно реагировать на постоянно изменяющиеся производственные условия. При этом цена возможной ошибки чрезвычайно высока: у нас не диверсифицированный бизнес, всю прибыль дают чугун и ферромарганец, другие направления не «выручат» в случае сбоев в основном производстве. Поэтому подавляющее большинство наших косогорских металлургов – образованные, умные, способные быстро принимать ответственные решения люди. На них и держится наш завод.

– Как давно вы работаете на заводе? Что удалось сделать за это время и что предстоит?

– Я пришёл на Косогорский металлургический завод 1 сентября 2003 г. на должность директора по безопасности, через три года был назначен генеральным директором.

За первые несколько лет работы директором удалось провести серьёзную реконструкцию завода. В 2009-2010 годах мы провели капитальный ремонт первого разряда

доменной печи №1, то есть фактически построили «с нуля» новую печь. Это был сложный и дорогой проект, он стоил более ста миллионов долларов, но у нас не было другого выхода, надо было находить эти деньги! Иначе завод постигла бы участь трёх других заводов, специализировавшихся, как и мы, на производстве товарного чугуна. Они, как производители чугуна, закрылись. В России на тот момент остались только мы – ПАО «КМЗ» и «Тулачермет» – заводы, чья специализация – товарный чугун. Такие глобальные проекты всегда выдвигают новых лидеров – мы не делали специально ставку ни на молодых, ни на ветеранов, ни на туляков, ни на приезжих топ-менеджеров и специалистов. Нам нужны были физически и психологически сильные люди, способные брать на себя ответственность в стрессовых ситуациях, умеющие быстро учиться, а главное, обладающие отличными коммуникативными навыками: без них в современной металлургии не обойтись. И мы таких людей нашли, по большей части – у себя на заводе, но и из других российских регионов приехали активные, сильные и умные лидеры. Все они окунулись в этот эпохальный для завода проект, а после его завершения остались работать у нас, на Косой Горе. Так что залог успешной работы нашего завода – это, в первую очередь, высокая квалификация его ключевых менеджеров и специалистов. Мне, как генеральному директору, в этом плане откровенно повезло. С такой командой грех не выиграть!

Кроме доменной печи №1, мы построили на заводе ещё ряд новых объектов. Комплекс по переработке шлака, являющегося отходом металлургического производства, позволил нам впервые в истории завода стопроцентно этот шлак утилизировать, перерабатывая его в щебень востребованных на рынке фракций. Тем самым мы решили серьёзную экологическую проблему и научились получать дополнительную прибыль. Кроме того, одновременно с первой доменной печью мы построили комплекс так называемой газоочистки, снизив экологическую нагрузку на окружающую среду. Это уникальный для России проект: в силу сложности его реализации (никто в российской металлургии чугуна до нас его не проходил), а также из-за сложности его последующей эксплуатации (всё новое требует повышенного интеллектуального напряжения). Но мы, как показывает жизнь, справляемся. Краткость интервью не позволяет подробно рассказать обо всех деталях проведённой нами реконструкции завода, но главное скажу: она позволила нам пережить экономический кризис, случившийся тогда во всём мире, и позволяет нормально функционировать сейчас.

**– Испытывает ли завод трудности стратегического характера, и каковы перспективы их преодоления?**

– Главная наша трудность – отсутствие собственного сырья. Железорудное сырьё – окатыши – нам приходится все эти годы

покупать фактически на монопольном рынке. Как бы ни был конструктивно настроен монополист, всё равно его ценообразование другое, нежели на конкурентном рынке, и нам, конечно, приходится несладко. Себестоимость чугуна растёт вместе с ростом цен на окатыши, но мы живём в этой реальности много лет и более-менее к ней приспособились. Она, увы, от нас не зависит.

Остальные глобальные факторы нашей деятельности носят рыночный характер, и нам, в случае возможных временных неудач, не на кого их «списывать» – почти всё, кроме поставок железорудного сырья, зависит от нас.

**– Как у завода складываются отношения с областной администрацией, банками, проверяющими органами?**

– Нормально складываются. Те, кто нас проверяют, неизбежно погружаются в специфику нашего производства и дают полезные советы, как нам реагировать на наши технологические проблемы, чтобы они не усугублялись, а, наоборот, быстрее решались.

Банки, в первую очередь Тульское отделение Сбербанка, очень нам помогли своевременными кредитами в ходе реконструкции завода. Со Сбербанком и с филиалом Газпромбанка «Среднерусский» у нас очень

тёплые партнёрские отношения. С областной администрацией общаемся по самому широкому кругу рабочих вопросов, и решаются они быстро и конструктивно.

**– Несёт ли завод какую-либо социальную нагрузку, занимается ли он благотворительностью в Тульской области?**

– Мы отапливаем Косую Гору и южную часть Тулы, это наша зона ответственности. Это работа, где ни в коем случае нельзя допускать сбоев.

Что касается благотворительности, то мы, конечно, ею занимаемся, так как считаем это правильным. Те, у кого есть возможность помогать другим, должны это делать, это основа социального общества. Мы, разумеется, участвовали и участвуем в самых разных благотворительных проектах: отливке колокола для Тульского кремля, организации места отдыха косогорцев «Малиновая Засека», поддержке хора ветеранов, организации детских праздников. Поддерживаем фестиваль добрых искусств «Бабушкин Сад», приобретаем экипировку для футбольной и хоккейной команд Косой Горы... Всего и не перечислишь. Думаю, мы в этом плане мало чем отличаемся от других крупных тульских предприятий, ведь традиции меценатства изначально сильны на тульской земле.

**Подготовила Елена Александрова**



**“O**n the 17th day of May 1896, His Majesty’s orders deigned the designated company to be put into operation in Russia” - such a resolution was made by Emperor Nikolai II on the charter of the Joint-Stock Company of the Tula Blast Furnaces. Thus the history of the Tula Joint-Stock Company Kosaya Gora Iron Works began. It’s remarkably, that the Joint-Stock Company was founded six months earlier in ... Brussels!

Upon receipt of the highest resolution, the shareholders immediately began to build the plant. The construction site was chosen nine miles south of Tula, nearby the village of Kosaya Gora (Sloping Hill), the newly built Moscow-Kursk railway and the Voronka river. These lands adjoined the village of Sudakovo, and the enterprise was first called the Sudakov Iron Works. The first pig iron smelting, which took place on May 8, 1897, is considered the date of the plant founding.

Yasnaya Polyana, where the outstanding Russian writer Leo Tolstoy lived, was located nearby the plant. Thus he repeatedly visited Kosaya Gora during its construction. The last time the great writer and his family were present at pig iron tapping in June 1897. And 117 years later, the descendants of the writer, which met twice a year in the family estate, came to the enterprise, having visited the blast-furnace plant and the casting yard with an excursion.

In 1918, the plant was nationalized, and eight years later it was given a new name: “Joint-Stock Company Kosaya Gora Iron Works named after Dzerzhinsky”. Throughout the course of history, the enterprise together with the Motherland experienced many shocks and changes: beginning with the industrialization and the Stakhanovite five-year plans, ending with the evacuation to the Urals during the war, the Thaw Period, The Era of Stagnation, Perestroika and capitalization in 1992. And always the plant has been fulfilling its main mission by maintaining the country with pig iron, which has been so vital at every stage of the history. So for this edition of RGB, we have interviewed its head Sergei Kireev on the state of play at one of the oldest Russian metallurgical enterprises, 122 years after the first pig iron smelting.

## JOINT-STOCK COMPANY KOSAYA GORA IRON WORKS (KGIW): OVER THE 120 YEARS OF RUSSIAN HISTORY TO NOWADAYS



**– Mr. Kireev, how did the Kosaya Gora Iron Works appear on the land of Tula? What was the plant like in its early years? How has it changed by nowadays?**

– Our plant was built by Belgian entrepreneurs in 1897. It is one of the oldest Russian metallurgical enterprises. For many years, the plant melted pig iron, later, in the Soviet years, it began to produce ferromanganese – metal, which is an alloying element in the production of steel.

Now JSC KGIW smelts about 28 thousand tons of pig iron and about 6 thousand tons of ferromanganese per month. The work is carried out on two blast furnaces: No. 2 and No. 3. Blast furnace No. 1 is on a standby, but at any time it is ready to start work in case if the market conditions demand.

The core business of JSC KGIW is not the smelting of ordinary pig iron (the so-called steelmaking pig iron used in the production of ordinary steel). We smelt pig iron with



low content of harmful impurities - sulfur, phosphorus, etc. Which means that we produce ultra-pure pig iron, which we supply to manufacturers of special, high-quality grades of steel. In addition, we produce foundry pig iron and supply it to machine-building enterprises of Russia and Belarus. This specificity of production makes special demands on the planning of all production processes – we, in contrast to other pig iron producers in Russia, often have to “remix” – constantly to change the composition of the ore part of the charge and vary the use of different grades of coke to “get to” the right grade of the final product, the pig iron.

This places special requirements to our employees! Particular requirements for the final product imply the highly qualified employees who are able to respond to constantly changing production conditions quickly. At the same time, the price of a possible mistake is extremely high: we do not have a diversified business: pig iron and ferromanganese give all the profit, other areas will not help in case of failures in the main production. Therefore, the vast majority of Kosaya Gora Iron Works metallurgists are educated, intelligent workers, capable of making responsible decisions quickly. They are also world's backbone of the plant.

**– How long have you been working at the factory? What has been done during this time, and what remains to be done?**

– I came to the Kosogorsky Metallurgical Plant on September 1, 2003 as a chief security officer, and three years later I was appointed Director-General.

During the first few years of work as Director-General, I have managed to carry out a serious reconstruction of the plant. In 2009-2010, we carried out overhaul repairs of the Blast Furnace No. 1, which means that, in fact, we have built a new furnace from the scratch. It was a complicated and expensive project, it costed more than a hundred million dollars, but we had no other choice, we had to find this money! Otherwise, the plant would have suffered the fate of three other plants that specialized, like we do, in the production of commercial iron. They, as producers of pig iron, don't exist anymore. Those times, we - JSC KGIW and Tulachermet were the only plants in Russia, the specialization of which was commercial pig iron. Such global projects always put forward new leaders. We specifically relied neither on young specialists nor on veterans, neither on Tula inhabitants nor on newly arrived top managers and specialists. We needed physically and psychologically strong people, able to take responsibility in stressful situations, able to learn quickly, and what is most important, those who possess excellent communication skills: modern metallurgy cannot do without them. And we have found such people – the most part of them - at our own factory, but

there have been also many active, strong and intelligent leaders from other Russian regions. All these people plunged into this milestone for the plant project, and after its completion they remained to work with us. So the key to the success of our plant is, first of all, the high qualification of its key managers and specialists. Frankly speaking, I, as the Director-General, is lucky in this regard. With such a team, it would be strange not to be ahead!

In addition to Blast Furnace No. 1, we have built a number of new facilities at the plant. The slag processing complex, able to cope with waste of metallurgical production, allowed us to completely utilize this slag for the first time in the plant history, having processed it into crushed stone of fractions demanded on the market. Thus, we solved a serious environmental problem and learned how to get additional profit. In addition, simultaneously with the purchasing of the Blast Furnace No. 1, we have built a complex of so-called gas purification, having reduced the environmental burden. This is a unique project for Russia – first of all due to the complexity of its implementation (no one in Russian metallurgy of pig iron production has tried it before us), and also because of the intricacy of its subsequent operation (everything new requires increased intellectual involvement). But we, as life shows, manage to cope with it. The interview is short and does not allow us to tell in all details about our reconstruction of the plant, but the main thing here to be said is that the reconstruction allowed us to survive the economic crisis that happened then worldwide, and allows us normally to operate nowadays.

**– Does the plant experience strategic difficulties, and what are the prospects for overcoming them?**

– Our main difficulty is the lack of the own raw materials. All these years we have to buy iron ore raw materials (pellets) on the monopoly market. No matter how sympathetic are monopolists, their pricing is always different from those on the competitive market. Thus we have to face some difficulties. The cost of pig iron is growing along with rising prices for pellets, but we live in this reality for many years, and more or less have adapted to it. It, alas, does not depend on us.

The rest of the global factors of our activity are of a market nature. We have nobody to blame in case of possible temporary setbacks – almost everything, except the supply of iron ore raw materials, depends on us.



**– What are the relations of the plant with the regional administration, banks and inspection bodies?**

– They are quite normal. Those who check us inevitably plunge into the specifics of our production and give useful advice on how to respond to our technological problems so that the situation would not be worse, but, on the contrary, the issues would be solved faster.

Banks, the Tula branch of Sberbank in particular, helped us a lot with timely loans during the plant reconstruction. We have very warm partnership with Sberbank and with Srednerussky Bank, the branch of Gazprombank. We communicate with the regional administration on a wide range of working issues, and they quickly and constructively resolve.

**– Does the plant bear any social burden, is it engaged in charity work of the Tula region?**

– We heat the village of Kosaya Gora (Sloping Hill village) and the southern part of Tula, this is our area of responsibility. This is an area where we in no case should fail.

As for charity, of course, we do it, as we consider it right. Those who have the opportunity to help others should do this; this is the fundamental principle of a social society. Of course, we have been participating in a wide variety of charity projects: casting the bell for the Tula Kremlin, creation of the recreation zone for the locals Malinovaya Zaseka (Raspberry Tree Entanglement), the support of the veteran choir and organizing events for children. We support the good arts festival “A Grandmother’s Garden”, purchase the equipment for the Kosaya Gora football and hockey teams... There are too many things to list. I think that in this regard we are not much different from other large Tula enterprises, because the traditions of patronage are initially strong on Tula land.

**Prepared by Elena Alexandrova**



# КОМПАНИЯ DIAL: новому времени – новые подходы к интернет- маркетингу для бизнеса

С каждым днём наша жизнь меняется всё быстрее. Новые данные, технологии и всевозможные приспособления оказывают огромное влияние на все стороны деятельности человека, в том числе, конечно же, и на бизнес. Какие выгоды можно получить от цифровизации и других новейших тенденций в развитии экономики страны, и как это грамотно сделать? К кому обращаться за советом? Ответы на эти вопросы даёт генеральный директор компании Digital Agency Dial Алла Штауб.

*– Алла, пожалуйста, расскажите, что такое digital agency в целом? Что это за формат, и чем он отличается от деятельности типового агентства, к которой мы все привыкли?*

– Это агентство, оказывающее предпринимателям услуги полного цикла в сфере интернет-маркетинга, но на самом деле не только его. Мы объединяем маркетинг и продажи, и это именно тот путь, который приносит нашим заказчикам хорошие результаты. Работает это так. Клиент обращается к нам, мы тщательно выясняем, что именно ему нужно, какие цели перед ним стоят, на какой срок, проводим масштабирование задачи: например, ему нужен выход на местный рынок, региональный или международный, хочет ли он с помощью сайта повысить продаваемость товара или услуги, конверсию... Далее, в зависимости от специфики его бизнеса и задач, которые заказчик перед собой ставит, мы продумываем весь план развития компании в интернете. Человек в итоге получает не просто сайт, потому что один факт его существования компании не помогает, а весь необходимый комплекс услуг для развития бизнеса в интернете, включая продуманный алгоритм работы отдела продаж и интегрированную CRM-систему.

*– В чём секрет вашей востребованности? И что нужно, чтобы клиент получил тот результат, который хочет?*

– Мы знаем, как надо работать, и умеем это делать быстро и качественно.

Сегодня сложно добиться результата, просто купив контекстную рекламу в директе или заказав услугу SEO-продвижения. Работа должна вестись комплексно и начинаться

# DIAL –

агентство, которое предоставляет заказчику полный комплекс услуг интернет-маркетинга под ключ, в том числе создание и ведение сайта и создание эффективной рекламы

с изучения ключевых точек взаимодействия бизнеса с клиентом. Это единственный путь для полноценного развития любого дела. Только после этого можно разрабатывать программу его расширения.

К сожалению, сейчас просто разработать сайт или запустить рекламу недостаточно, эти усилия дадут лишь краткосрочный результат, а конкуренция растёт постоянно, и привлекать новых клиентов становится всё тяжелее. Поэтому надо эффективно работать с уже существующими клиентами, причём на долгосрочную, а не краткосрочную перспективу. Как этого добиться? За счёт индивидуального подхода к каждому. Мы ведь и сами, будучи потребителями тех или иных продуктов и услуг, очень ценим дифференцированный подход к нашим нуждам и запросам. И бизнес должен этот подход искать под каждого клиента, с учётом его пожеланий и особенностей рынка. Тем более, что сейчас для этого есть множество возможностей.

**– Некоторое время назад государственная власть дала установку на полную цифровизацию всех сфер жизни страны. Как вы думаете, насколько это реализуемо? И что влечёт за собой тотальная цифровизация? Не исчезнут ли востребованные сейчас профессии? Как всё это повлияет на диджитал-агентства, подобные вашему?**

– Заметно, что страна действительно движется в направлении цифровизации, все процессы и сферы нашей жизни погружаются в «цифру». Большинство других государств уже живёт именно так, я наблюдала это в Сингапуре и ряде иных стран и сейчас вижу в Лондоне. С моей точки зрения, то, что за цифровизацией будущее, факт неоспоримый. Не за горами внедрение в нашу повседневную жизнь искусственного интеллекта, уже сейчас активно используются большие данные. Чтобы достичь успеха, бизнесу нужно быстро адаптироваться к этому положению вещей. Ведь то, что актуально сегодня, уже не актуально завтра, и те, кто приспособится быстрее, будут успешнее развиваться на рынке.

Что для этого нужно? Постоянно отслеживать и анализировать новые способы привлечения клиентов и внедрять их в свое дело, ни в коем случае не отставать от ведущих трендов.

Я согласна, что с приходом цифровизации во все сферы жизни страны огромное количество профессий исчезнет либо трансформируется. Например, менеджер по продажам. Затраты времени и ресурсов на такого специалиста довольно велики. Его нужно контролировать, мотивировать, обучать, постоянно держать в тонусе, чтобы он хорошо работал. А с приходом автоматизации всё это станет ненужным, как и сама профессия, потому что клиенту будет значительно проще дать то, что он хочет, быстро и без ошибок. Вместо менеджера будет востребован аналитик, который сможет менять алгоритм продаж после изучения поведения пользователя и рынка. Это будет очень интересно, потому что рутинная работа, где часто бывает много ошибок, уйдёт в прошлое, и люди смогут уходить в более творческие и динамичные виды деятельности, где без них не обойтись. Это изменит среду для ведения бизнеса в стране, экономику и саму жизнь людей. Что ждет диджитал-агентства, посмотрим. Пока сложно спрогнозировать.

**– На ваш взгляд, насколько развито интернет-пространство у нас в стране, и есть ли в нём ещё не освоенные ниши? Какие перспективы влечёт за собой развитие бизнеса с помощью интернета?**

– Имея дело со множеством компаний в других странах, я отчётливо понимаю, что у нас в России ещё есть огромное количество точек роста и неосвоенных мест, возможностей, нет серьёзной конкуренции во многих сферах. Это всё является стимулом к развитию бизнеса, особенно учитывая, что многие компании всё ещё работают в режиме ремесла, они не автоматизированы, не пользуются ничем из современных достижений в области грамотной организации рабочего процесса. Всего 16% бизнесов пользуются CRM-системами, у большинства их нет, а остальные просто не знают, что это. У нас пока так можно вести дело, не работая по-новому. Можно ошибаться, задерживать сроки, делать некачественный или ненужный продукт. Но это вопрос времени. Я рада, что, благодаря цифровым процессам, все слабые и неготовые жить и развиваться будут постепенно исчезать.

**– Бытует мнение, что в будущем практически весь средний бизнес уйдёт в цифровое пространство, не будут особо востребованы магазины, и все товары и услуги можно будет заказать онлайн с помощью гаджетов, не выходя из дома. На ваш взгляд, такое развитие событий возможно, или всё-таки люди не уйдут окончательно в интернет?**

– Я уверена, что люди уйдут в интернет, и мы будем покупать через сервисы, сайты и приложения. Например, уже есть холодильники, которые отслеживают наличие продуктов и привязаны к карте оплаты. И это только начало. Вообще, я полагаю, что мир станет более комфортным. Не будет очередей, мы сможем быстрее получать результаты от товаров или услуг. В самое ближайшее время бизнесы переместятся в интернет, и, если офлайн-бизнес не пользуется современными достижениями цивилизации, ему обязательно нужно от этого уходить, чтобы стать удобнее и легче для взаимодействия с клиентами, а значит, увеличить свою конкурентоспособность и лояльность этих самых клиентов.

Сейчас активно развивается тренд не просто искать товар или услугу в интернете, а получать их в один клик. За этим будущее.

**– Какие бы вы дали советы потенциальным клиентам при выборе диджитал-агентства? На что следует обратить особое внимание?**

– При выборе агентства важно понимать, какой у него опыт и какие услуги оно предоставляет. Если оно может просто разработать сайт или разместить рекламу – этого мало, вы должны отдавать себе отчёт, что вы покупаете просто руки, которые выполняют для вас механическую работу. А вам нужен комплексный подход, который даст возможность разработать действенный путь развития вашего бизнеса. Сегодня без понимания своих целей очень сложно продвигаться и находить клиентов в интернете. И люди, к которым вы обращаетесь, тоже должны понимать ваши цели. Поэтому обязательно следите, чтобы агентство понимало ваш бизнес и смотрело на работу с вами не с точки зрения оказания своей услуги, а с точки зрения результата, который вы в итоге получите. То есть агентство должно погрузиться в ваш бизнес, чтобы вы могли совместно, как партнёры, разработать путь развития.

Ещё, это немаловажная деталь, агентство должно обладать своей командой. Часто бывает, что оно выступает как посредник, получает заказ и отдаёт его фрилансерам. Это не всегда удачно работает, поэтому лучше, чтобы там были налажены чёткие бизнес-процессы и система контроля качества, автоматизация бизнеса. Многие агентства до сих пор сами работают без CRM, не понимая, что нужно сегодняшнему клиенту. Их, конечно, следует избегать, так как толку от их услуг не будет.



## DIAL COMPANY: Modern Times - Modern Approaches to Internet Marketing for Business

Our life is changing faster every day. New data, technologies and all kinds of devices have a huge impact on all aspects of human activity, including, of course, business sphere. What benefits can be gained from the digitalization and other latest trends in the development of the country's economy, and how to do it in the right way? Who should I contact for advice? The answers to these questions are given by Alla Staub, CEO of Digital Agency Dial.

*- Ms Staub, could you please tell us what is digital agency as a whole? What is this format, and how does it differ from the activities of a typical agency, which we are all used to?*

- This is an agency, which provides entrepreneurs with full-cycle services in the field of Internet marketing, but in fact, not only. We combine sales and marketing, and this is exactly the way that brings good results to our customers. It works like this.

The client applies to us; carefully we find out what exactly he or she needs, what goals are to be archived, for what period, we scale the task: for example, the client needs access to the local, regional or to the international market - whether he or she wants to use the website to increase the sales of goods or services, conversion? Further, depending on the specifics of the business and the tasks that the customer sets for himself, we think through the entire development plan of the

company on the Internet. As a result, a person gets not just a website, because the fact of its existence alone does not help the company, but the entire range of necessary services for developing the business on the Internet, including an elaborated algorithm of the sales department and an integrated CRM system.

*- What is your secret of being demanded? And what is needed for the client to get an expected result?*

– We know how to work, and we know how to do it quickly and efficiently.

Today it's difficult to achieve the expected result by simply having purchased contextual advertising in direct or having ordered a SEO promotion service. It should be a comprehensive work, which begins with a study of the key points of B2C interaction. This is the only way for the full-fledged development of any business. Only then a program for its expansion can be developed.

Unfortunately, simply to develop a website or to launch a commercial company is not enough; these efforts will give only short-term results. The competition is constantly growing. It is becoming increasingly difficult to attract new customers. Therefore, it is necessary to work effectively with the existing customers, and on the long, rather than on the short term. To achieve this, the individual approach to each customer is required. After all, we, as consumers of certain products and services, greatly appreciate the differentiated approach to our needs and requirements. And the business should look for the approach for each client, taking into account his wishes and the market characteristics. Moreover, there are many opportunities for this nowadays.

– *Some time ago, the government gave a directive to digitalize all spheres throughout the country. Is this achievable, in your opinion? What does total digitalization entail? Will some professions, now in demand, disappear? How will all of this affect digital agencies like yours?*

– Indeed, it is noticeable that the country moves in the direction of digitalization, all processes and areas of our lives are immersed in the “digit”. Most other countries already live this way. I noticed that in Singapore and in a number of other countries, and now I see it in London. From my point of view, the fact that digitalization is the future is indisputable. The introduction of artificial intelligence is within spitting distance, big data is already actively used. Businesses need to adapt quickly to such state of affairs in order to have success. After all, what is relevant today is no longer relevant tomorrow, and those who adapt faster will develop more successfully in the market.

What should be done? One should constantly monitor and analyze new ways to attract customers and to implement them in the business, and always to keep up with leading trends.

I agree that when digitalization covers all spheres of the country's life, a huge number of professions will disappear or transform. For example, a sales manager. The cost of time and resources for such a specialist is quite large. Such a worker needs to be controlled, motivated, trained, and constantly kept up in good shape in order to achieve productivity. And with the advent of automation, all this will be offcast, like the profession itself. It will be much easier for the client to provide what he wants quickly and without errors.

An analyst will be in demand instead of a manager. This specialist will be able to change the sales algorithm after studying the behavior of the user and the market. This will be very interesting, because routine work, where often there are a lot of mistakes, will be a thing of the past, and people will be able to go into more creative and dynamic activities. This will change the environment for doing business in the country, the economy and the very life of people. It's hard to predict what is on the horizon for digital agencies. Time will show.

– *Would you consider how developed is the Internet space in our country, are there still undeveloped niches? What are the prospects for business development with using the Internet?*

– Dealing with many companies in other countries, I clearly understand that we still have a huge number of growth points and undeveloped gaps in Russia, there are a lot of opportunities; there is no serious competition in many areas. This is all an incentive for business development, especially considering that many companies still work in craft mode, they are

this is just the beginning. In general, I believe that the world will become more comfortable. There will be no queues, we will be able to receive results from goods or services quickly. In the nearest future, business will move to the Internet. If an offline business does not take advantage from the modern achievements of civilization, it should move online in order to become more accessible and convenient for interaction with customers, which means to increase competitiveness and reward loyalty of these customers.

The trend not just to search for a product or service on the Internet, but to receive them in one click is actively developing now. That is the future.

– *What advice would you give potential clients when choosing a digital agency? What should one pay particular attention to?*

– When choosing an agency, it is important to understand what experience it has and what services it provides. If it can only develop a website or place an advertisement - this is not enough, you should be aware that you are simply buying hands that will do the

## DIAL

is an agency that provides the customer with a full range of turn-key ready Internet marketing services, including the creation and maintenance of a website and maintenance with effective advertising

not automated, they do not use any of the modern achievements in the field of competent organization of the work process. Only 16% of businesses use CRM systems, most do not, and the rest simply do not know what it is. So far we can do business without applying to the new way. You can make mistakes, delay deadlines, make low-quality or unnecessary product. But it is a matter of time. I am glad that, thanks to digital process, all the weak and unprepared to develop businesses will gradually disappear.

– *There is an opinion that in the future almost the entire medium-sized business will go to the digit, stores will be out of demand, all goods and services will be ordered online using gadgets, without leaving home. Is such a kind of development possible, in your opinion, or people won't be completely immersed in the Internet?*

– I am sure that people will go online, and we will buy through services, sites and applications. For example, there are already refrigerators, which monitor the availability of products and are tied to a payment card. And

mechanical work for you. But you need an integrated approach that will enable you to develop an effective way to grow your business. Today, without understanding your goals, it's very difficult to advance and find customers on the Internet. And the people you turn to should also understand your goals. Therefore, be sure to ensure that the agency understands your business and looks at working with you not in terms of providing you with service, but in terms of the result, which you will get. It means that the agency should immerse in your business so that you can jointly, as partners, develop a development path.

There is one more important detail; the agency must have its own team. It often happens that it acts as an intermediary, receives an order and gives it to freelancers. This does not always work well. Therefore clear business processes, quality control system and automation are required. Many agencies work without CRM yet, having no understanding what a modern client needs. Of course, they should be avoided, as there is no sense in their services.

# ОТ САМОЛЁТОВ – К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ

В 1983 году Елена окончила факультет систем автоматического управления Тульского государственного университета. Позже получила второе высшее образование по специальности «Бухгалтерия и аудит» в Академии бизнеса и предпринимательства г. Москва. Вышла замуж за военного и отправилась на место службы мужа – в воинскую часть BBC на севере Тюменской области. Она выявляла неисправности на новых боевых самолётах и работала преподавателем, обучая слушателей и курсантов работе на этих самолётах. Переехав в Тулу, Елена реализовала себя в IT-бизнесе. 18 лет она руководит фирмой «Гильдия консультантов». За эти годы получила много почётных званий: лауреат областного конкурса «Женщина года», «Лучший менеджер года», «Лучшая представительница деловых женщин России» по Центральному федеральному округу, награждена памятными медалями участника Всероссийского съезда бухгалтеров и аудитов «За высокий профессионализм в сфере бухгалтерского учёта и аудита». Елена ведёт активную общественную деятельность: она является вице-президентом общественной женской организации «Ассоциация женщин-лидеров «Содружество» г. Тулы» и вице-президентом общественной женской организации «Женщины бизнеса» России Тульского отделения. Является председателем комитета по семейному предпринимательству в Тульской торгово-промышленной палате.



ООО «Гильдия консультантов» занимает одно из лидирующих мест на рынке автоматизации предприятий и учреждений, её клиентами являются более 2000 предприятий и учреждений Тулы, Тульской области, Москвы и других регионов России. О компании, её создании и становлении мы беседуем с её генеральным директором Еленей Елатонцевой.

– **Как возникла компания? Когда это было и сколько сотрудников в её штате?**

– ООО «Гильдия консультантов» основано в июне 2001 г. Основным направлением деятельности фирмы является автоматизация учётных и управленческих задач, а также выполнение работ по сопровождению и развитию информационных систем на предприятиях наших заказчиков. С момента основания фирма является официальным партнёром фирмы «1С». Мы сопровождаем и дорабатываем её программы. Изначально собралась группа единомышленников-специалистов, у которых было много идей и желание воплотить их в жизнь. Сейчас ГК «Гильдия консультантов» насчитывает более 35 сотрудников высочайшей квалификации, все они являются сертифицированными специалистами по 1С. На сегодняшний день фирма имеет огромный опыт, накопленный в течение многих лет успешной работы и отточенный на десятках реализованных проектов.

За это время мы значительно расширили линейку услуг. Кроме программы 1С, с которой мы начинали, занимаемся внедрением корпоративных систем, CRM и интеграцией ERP с e-commerce и b2b-порталами.

– **Что для вас является самым главным в работе предприятия?**

– Самое главное в работе предприятия – гармония. Не должно быть перекосов ни в чём. Довольны должны быть все: и клиенты, и сотрудники. Кроме того, очень важным является своевременное предоставление качественных услуг нашим клиентам.

– **Каких успехов вам удалось достичь на сегодняшний день?**

– В первую очередь, это устойчивый бренд в Тульской области по услугам 1С. Во вторых, мы нашли свою нишу. Мы успешно интегрируем 1С с интернет-проектами, т.к. одинаково хорошо понимаем бизнес-процессы, происходящие в них.

– **Есть ли у вас конкуренты? Чем вы привлекаете клиентов?**

– Такими услугами занимается много организаций – более 6000 фирм франчайзи, и на устоявшемся рынке программ 1С конкуренция очень высокая. Тем не менее, в Тульской области мы на протяжении 18 лет

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- ПРОЕКТИРОВАНИЕ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ;
- ВЫБОР И ПОСТАВКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ;
- ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА ЗАКАЗЧИКА;
- НАСТРОЙКА, КОНФИГУРИРОВАНИЕ И ВНЕДРЕНИЕ ПРОГРАММ;
- КОНСАЛТИНГОВЫЕ УСЛУГИ ПО ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ;
- СОЗДАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ;
- ВНЕДРЕНИЕ CRM-СИСТЕМЫ.



занимаем одно из лидирующих мест по рейтингу фирмы 1С.

Мы привлекаем клиентов экспертизой, так как имеем огромный опыт внедрений.

**– Какие ваши продукты и услуги пользуются на настоящий момент наибольшей популярностью?**

– Всегда пользуются популярностью продукты фирмы 1С. У нас чаще всего приобретают программы 1С: Бухгалтерия 8, 1С: Управление торговлей, 1С: Зарплата и Управление персоналом 8 ред. 3 1С: ERP, 1С: Комплексная программа 8 и другие.

Всегда пользуются спросом услуги по внедрению продуктов 1С, а последнее время увеличился спрос на услуги по внедрению CRM и корпоративных порталов.

**– С какими трудностями сталкиваетесь чаще всего? Как их решаете?**

– Главные трудности – это нехватка квалифицированных специалистов. Чтобы стать настоящим специалистом, необходимо участвовать во внедрении программ у многих клиентов, пройти обучение в 1С и получить много сертификатов. Решение – постоянное обучение своих кадров и приток новых.

**– Какие планы строите на будущее?**

– Мы планируем дальнейшее развитие, совершенствовать бизнес-процессы внутри компании, внедрять новые программы и наращивать экспертизу.



# FROM AIRPLANES TO SOFTWARE

**G**uildiya Konsultantov LLC (Guild of Consultants) takes one of the leading positions on the automation market of large industrial enterprises; more than 2000 enterprises and institutions of Tula, Tula region, Moscow and other regions of Russia are its customers.

We have talked with its general director, Elena Elatontseva about the company, its creation and establishment.



In 1983, Elena graduated from the Faculty of Automatic Control Systems of Tula State University. Later, she has received a second degree in Accounting and Auditing at the Academy of Business and Entrepreneurship in Moscow. She married a military man and moved to the duty station of her husband - the military base of the Air Force in the north of the Tyumen region. She detected faults on new combat aircraft and worked as an educator, teaching students and cadets how to work on these aircraft. Having moved to Tula, Elena fulfilled her potential in the IT business. For 18 years she has been managing Guildiya Konsultantov LLC. Over the years, she received many honorary titles: the winner of the Woman of the Year regional contest, the Best Manager of the Year contest, the Best Representative of Russian Business Women contest in the Central Federal District, was awarded the commemorative medals as a participant of the All-Russia Congress of Accountants and Audits "For high professionalism in accounting and auditing. Elena is involved active social activities: she is the vice-president of the public women organization Women Leaders Association, Commonwealth of Tula and the vice-president of the Tula branch of the public women organization Women of Business in Russia. She is the chairwoman of the committee on family business in the Tula Chamber of Commerce and Industry.



**- How was the company established? When did it happen? How many employees were on its staff?**

- Guildiya Konsultantov LLC was founded in June 2001. The automation of accounting and management tasks, as well as works on the maintenance and development of information systems at the enterprises of our customers are the main activities of the company. Since its establishment, the company has been an official partner of 1C. We accompany and elaborate its programs. It all began with a group of like-minded people full of ideas, gathered together to bring them to life. Currently Guildiya Konsultantov group of companies has more than 35 employees of the highest qualification; all of them are certified 1C specialists. To date, the company has vast experience gained over many years of successful work and refined with dozens of completed projects.

Since then, we have significantly expanded the range of services. We specialize in not only the 1C program with which we started, we also are engaged in the implementation of enterprise systems, CRM and ERP integration with e-commerce and B2B portals.

**- What is the most important thing for**

**you in the work of the enterprise?**

- The most important thing in the work of the enterprise is harmony. There should be no distortions in anything. Everyone should be satisfied: both customers and employees. Besides, the timely provision of quality services to our customers is very important.

**- What success have you achieved as of today?**

- First of all, it is a stable brand in the Tula region for 1C services. Secondly, we have found our niche. We successfully integrate 1C with Internet projects, as we understand their business processes equally well.

**- Do you have competitors? What attracts your customers?**

- Many organizations are engaged in such services - there are more than 6,000 franchisee companies. The competition on the long-present market of 1C programs is very high. Nevertheless, for 18 years we have been taking one of the leading places in the rating of 1C company in the Tula region.

We attract customers with expertise, as we have vast experience of implementation.

**- Which of your products and services currently are the most popular?**

### THE MAIN ACTIVITIES:

- DESIGN OF AUTOMATED ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEMS;
- SELECTION AND DELIVERY OF SOFTWARE;
- TRAINING OF CUSTOMER PERSONNEL;
- SETTING UP, CONFIGURATION AND IMPLEMENTATION OF PROGRAMS;
- CONSULTING SERVICES FOR BUSINESS PROCESSES OPTIMIZATION;
- DEVELOPMENT OF INTERNET PROJECTS;
- IMPLEMENTATION OF A CRM SYSTEM.

– Products of 1C company are always popular. The most frequently purchased programs are 1C: Accounting 8, 1C: Trade Management, 1C: Payroll and HR 8, edition 3, 1C: ERP, 1C: complex automation 8 and others.

Services for the implementation of 1C products are always in demand. Recently the demand for services for the implementation of CRM and corporate portals has increased.


– *What difficulties do you face most often? How do you solve them?*

– The lack of qualified specialists is the main difficulty. To become a real specialist, you need to participate in the implementation of programs for many clients, undergo training in 1C and obtain many certificates. The solution is the constant training of the company staff and the influx of new employees.

– *What are your plans for the future?*

– We plan to develop further, to improve business processes within the company, to introduce new programs and to build expertise.





**Б**изнес-тренеры обучают владельцев бизнеса, менеджеров и персонал знаниям и навыкам, полезным для развития дела. Например, работе с покупателями, управлению людьми, организации системы контроля внутри компании. Это относительно новая профессия, но уже снискавшая популярность в России. Она подойдёт людям, которым нравится мотивировать и убеждать других, готовым постоянно развиваться, учиться новому и передавать знания другим людям. Мы пообщались с генеральным директором компании «А-Консалтинг» Анной Гулимовой и расспросили её, что значит быть бизнес-тренером и как строится работа с людьми.

# ПРОФЕССИЯ – БИЗНЕС-ТРЕНЕР

– Анна, расскажите о вашем деле, о том, чем вы занимаетесь. Как давно вы пришли в эту сферу, с чего начинали?

– Моя компания (и я лично) занимается сопровождением различных бизнес-структур с точки зрения управления персоналом. Мы – как HR-отдел, который не внутри, а снаружи. Мы участвуем в подборе и оценке персонала, развиваем его, консультируем руководителей по вопросам, связанным с персоналом, внедряем системы мотивации и так далее. Начинали как раз только с подбора – когда только открылись, в 2006 году, работали как кадровое агентство, а

спустя несколько месяцев уже начали заниматься обучением. К моменту открытия у меня уже был трёхлетний тренерский опыт.

– У вас небольшая компания, но вы уже более 13 лет на рынке. За это время вы работали с крупными предпринимателями и небольшими фирмами. Есть ли разница в работе с ними? Какой подход у вас в работе с клиентами?

– Да, среди наших клиентов есть очень разные компании, бизнес разного масштаба и на разных стадиях роста. Конечно, есть две

стороны медали: с одной стороны, каждая компания индивидуальна, обладает своими ценностями, особенностями и сложностями. С другой стороны, типовые сложности компаний совершенно не зависят от их размера и специфики деятельности. Например, сложности с мотивацией сотрудников везде приводят к скрытому саботажу, низкой результативности, ухудшению климата, сложностям в коммуникации. Интуитивное управление (когда руководителей не учили руководить) везде выливается в некачественное выполнение задач, обиды на обратную связь, нежелание нести руководителю инициативы и т.п.

Именно поэтому наш подход – сначала посмотреть на компанию, а потом уже определять, что ей необходимо. Посмотреть, конечно, часто не в прямом смысле (хотя, если задачи ставятся масштабные, мы начинаем с организационной диагностики), а, как минимум, поговорить с руководством, узнать предысторию, посмотреть на стилистику поведения компании во внешней среде (на клиентском и кадровом рынках). Даже если к нам обращаются за конкретным продуктом (нужен тренинг продаж), мы всегда задаем вопросы: а точно ли он нужен? А он ли нужен? А почему именно он, и что даст? И порой, бывает, отказываемся от сотрудничества, если считаем, что клиент поступает себе во вред.

**– Какие ваши главные принципы в работе или главная стратегия? Как вы можете доказать клиенту, что именно вы достойны стать его бизнес-тренером?**

– Главный принцип, или даже скорее сказать, миссия – «мы учим людей говорить и договариваться». Кажется, что говорить – очень простой навык, однако это не так. Говорить – это и уметь слышать, и вести диалог, и управлять эмоциональным фоном, и доверять, и формировать правила, и очень много чего ещё, чему, к сожалению, всем нам ещё учиться и учиться.

Если клиенту отзывается такой подход, если он сам (в лице высшего руководителя или руководителя HR-службы) готов вести переговоры, прислушиваться, воспринимать обратную связь, – обычно он видит нашу открытость к диалогу и выбирает нас. Помню, один из клиентов после заключения договора признался, что встречался с пятью или шестью тренерами и компаниями и только со мной (тогда я вела переговоры) ему было чётко понятно, что и как будет происходить, для чего нужны те или иные действия, на каких условиях мы будем работать и ещё ряд других важных вещей. Это я и называю – говорить и договариваться.

**– Если к вам за помощью обращается крупная фирма или холдинг, которая уже много лет на рынке, то с какими основными проблемами они к вам идут? Что в их системе управления может быть не так?**

– У крупных компаний, которые давно на рынке, есть, пожалуй, два диаметральных комплекса сложностей. Один из них – это когда компании 15-20 лет, а она никогда системно не занималась персоналом. Всё строилось интуитивно, все правила «передавались из уст в уста», адаптация шла по принципу «выплывет – не выплывет», обучением подчас не занимались и пр. Тут всё нужно строить с нуля, не глядя на возраст компании.

Второй перекосяк – когда компания, наоборот, спешит за всеми новинками и трендами. Они уже и коучинговый стиль управления ввели, и расстановки среди топ-менеджеров практикуют, и нейрографику рисуют, и много всего другого, но в систему как таковую это не укладывается, всё очень разрозненно, хаотично, всего слишком много. Здесь обычно всё сложнее, потому что люди переучены, разочарованы, много знают на уровне информации, но ничего не успевают применять, и подчас строительство системы приходится начинать с какого-то одного небольшого, наиболее безопасного, краешка.

Что касается промежуточных вариантов – их масса, чаще всего западает конкретный навык. Например, сотрудники отдела продаж всё умеют, а вот «дожимать» клиента не умеют. Или руководители задачи ставят хорошо, а вот обратную связь дают слабо.

**– Сейчас на рынке услуг очень много разного рода коучеров и бизнес-тренеров, как человеку выбрать действительно успешного, качественного профессионала и не попасть на мошенников? Есть ли какие-то отличительные черты или факторы работы, которые отличают грамотного специалиста от шарлатана?**

– Очень сложный вопрос. Прежде всего, потому, что единого правильного ответа на него нет. Сказать, что нужно смотреть на опыт в годах/тренингах/компаниях, – неверно, есть молодые компании/школы, но очень качественные. Делать отсылку к отзывам – тоже бессмысленно, отзывы (даже реальные) берутся часто в эмоциональный момент, когда человеку всё нравится, и не учитывают результативность. Реальные рекомендации – «сарафанное радио» – да, работают более эффективно, но здесь есть риск промахнуться по стилистике: например, другой компании это подошло, а вам не подойдёт, потому что у вас другие ценности или другой язык.

Поэтому я рекомендую то, чему сама и учу, – разговаривать. Не стесняться тренеру или консультанту задавать все вопросы, которые кажутся важными: где он учился, что он думает по тому или иному вопросу, каких подходов/стилей придерживается, что считает главным в обучении/бизнесе/коучинге.

**– Продолжаете ли вы своё личное обучение? Какие мероприятия посещаете, может быть, у вас есть свой «гуру», у**

**которого вы узнаете что-то новое для своей работы?**

– Конечно, наше обучение (и моё собственное, и моих коллег) не прекращается ни на минуту. Каких-то своих гуру нет, а вот инструментарий мы пополняем и обновляем регулярно. Например, меньше года назад я обучилась на курсе «Игрофикация. Тренер-игротехник», так как игры как инструмент для бизнеса сейчас очень актуальны. Всегда по возможности посещаем профильные конференции, круглые столы, вебинары смотрим еженедельно, причём как на прямо профильные темы, так и обязательно на смежные. Обучение – это ведь не только прямое применение информации, но и поддержание мышления в тонусе, широкий кругозор и понимание особенностей рынка, что крайне важно для тренера и консультанта.

**– Что в работе бизнес-тренера самое сложное? Бывали ли у вас моменты, когда вы оказывались в эмоциональном типике и не знали, что делать дальше? Как находили выход?**

– Работа бизнес-тренера вообще сложная. Без всяких оговорок. Начиная от физической составляющей, когда ты по 8-9 часов на ногах, постоянное говорение, постоянный контроль тела, до психологической – разные участники, в том числе недовольные, спорящие или, напротив, пассивные и игнорирующие.

Конечно, тупиковые ситуации бывают. С опытом их становится всё меньше, а первые годы бывало и такое, что рыдала в перерывах, уйдя в тренерскую комнату, и давала себе зарок уйти в какую-то более спокойную профессию. Однако если такие моменты случались или случаются, то сразу вспоминаю, как люди узнают меня (теперь уже спустя и 10-15 лет), подходят на улице, на мероприятиях, рассказывают, как годами хранят рабочие тетради с тренингов, или же собственники бизнеса ставят мою фамилию в ряд важнейших для них наставников, и становится легче. Ну и до сих пор все вместе с коллегами прокачиваем эмоциональную саморегуляцию.

**– Откуда вы берёте энергию и вдохновение для своей работы? Что помогает вам снова и снова выходить к людям и передавать им свои знания?**

– Для меня источником вдохновения являются сами люди, участники. Они очень классные, разные, интересные, вовлекаясь, они дают очень много энергии. Часто бывает такое, что на тренинг заходишь вялым и уставшим, а выходишь с него полным сил и желания свернуть горы.

Ну и отдельный источник лично моей энергии – конечно, мои дети. Как шутят иногда мои клиенты – тренирую на детях свои приёмы, и действительно, я очень многому у них учусь, наблюдаю, слушаю, смотрю и просто вместе радуюсь.



# BUSINESS CONSULTANTS PROFESSION

**B**usiness consultants teach business owners, managers and staff knowledge and skills useful for business development. For example they can teach to work with customers, to be a good manager, to organize a control system within the company, etc. This is a relatively new profession, but it has already gained popularity in Russia. It suits people who like to motivate and convince others, who are ready to move forward, to learn new things and share knowledge with others. We talked with Anna Gulimova, CEO of the A-Consulting company, and asked her what it means to be a business coach and the way the work with people is organized.

**– Anna, tell us about your business and your profession. How long did you come to this field of activity? What did you start with?**

– My company and personally I are involved in supporting various business entities in terms of personnel management. We are like an HR department, which is not internal part of an organization, but is external component. We participate in the selection and evaluation of personnel, we educate them, we consult managers on staff-related issues, introduce incentive systems and so on. We started with the selection of personnel in 2006. When we just opened, we worked as an HR agency, and after a few months we started to educate people, who come to us. By the time of the company foundation, I had already had three years of coaching experience.

**– You have a small company, but it is famous on the market for more than 13 years. During this time, you have worked with large entrepreneurs and small agencies. Is there any difference in working with them? What is your approach in working with clients?**

– Yes, there are very different companies among our clients – these are businesses of different sizes and at different stages of growth. Of course, there are two sides to the coin – on the one hand, each company is individual and has its own values, features and complexities. On the other hand, the typical difficulties of companies are completely independent of their size and the specifics of their activities. For example, difficulties with staff motivation lead to hidden sabotage, poor performance, climate deterioration, and communication difficulties everywhere. Intuitive management (when managers were not taught to manage) everywhere translates into poor-quality tasks execution, umbrage for feedback, unwillingness to announce initiatives to the leader, etc.

That is why our approach is first to look at the company, and then determine what it needs. When I say “to look”, of course, I mean not the literal sense (although if the tasks are large-scale, we start with organizational diagnostics), I mean that, at least, we talk with its management, find out its background, look at the style of positioning of the company in the external environment (on the customer and personnel markets) Even if we are asked for a specific product (need for a sales training), we always ask ourselves questions: is it really needed? Whether it is a sales training, what is needed? Why exactly a sales training and what will be it useful for? Sometimes we even refuse to cooperate if we believe that the client is doing harm to himself.

**– What are your main principles in work or your main strategy? How can you prove to the client that you are worthy to become his business coach?**

– The main principle, or even better to say the mission – we teach people to talk and to negotiate. Speaking seems to be a very simple skill, however, it is not. To speak means to be able to hear, to reciprocate, and to manage the emotional background, to trust, and to lay down the rules, and there are a lot of other things, which, unfortunately, we all have to learn constantly.

If such an approach is supported by the client, if he or she (in the person of the top manager or the head of the HR service) is ready to negotiate, to listen, to adopt feedback, he or she usually appreciates our openness to the dialogue and chooses us. There was a situation, when one of the clients after the signing of the contract admitted that he met with five or six trainers and companies, and only with me (it was I, who negotiated this time) he had got a clear understanding what and how would it happen, which for certain actions were needed, what conditions we were to work and a number of other important things. This is what I mean when I say “to talk and to negotiate”.

**– If to speak about large companies or holding groups, that are many years on the market, what main issues do they apply to you? What could be wrong with their management system?**

– Large companies, which have been on the market for a long time, have perhaps two totally opposite complexes of difficulties. One of them is when the company is 15-20 years old, and it has never been systematically engaged in personnel. Everything was built intuitively, all the rules were “passed on by word of mouth”, staff adaptation was based on the principle “will-survive-or-not”, sometimes such companies were never engaged in training, etc. Everything needs to be built from scratch without looking at the age of the company.

The second mistake is when the company, on the contrary, tries to keep up with all the new products and trends. Often they have already introduced a coaching management style, they practice arrangements among top managers, they form neurography, and do many other things, but this does not fit into the system as such, everything is very fragmented and chaotic. Such a situation is usually more complicated, because people are overtrained, disappointed, they know a lot at the information level, but fail to apply anything. In such cases the construction of a system has to start from one small, most safe thing.

As for the intermediate difficulties – there are a lot of them; most often some specific skill fails to work. For example, sales staff can do everything, but they don't know how to persuade a client or the tasks are set well, but the feedback is weak.

**– Now the market of services is full with different kinds of coaches and business**

**trainers, how can a person choose a really successful, high-quality expert and not to fall victim to scammers? Are there any distinctive features or work factors that distinguish a competent specialist from a charlatan?**

– It is a very difficult question and, first of all, because there is no single correct answer to it. It is wrong to say that you need to look at the coaching company experience, there are very young training companies, but still a very high-quality ones. It is also pointless to make a reference to reviews, as reviews (even real ones) are often based at the emotional moment when a person likes everything and does not take into account the effectiveness. If to speak of the real recommendations – marketing buzz – yes, they work more efficiently, but there is a risk of missing out on style: for example, some strategy suits another company, but it does not suit you because you have different values or a different style of communication.

Therefore, I recommend what I preach – to talk. Do not be shy about asking your trainer or consultant all the questions that seem important: where he or she has studied, what he or she thinks about this or that issue, what approaches / styles he or she adheres to, which he or she considers the main thing in training / business / coaching.

**– Do you personally continue your education? What events do you attend; maybe you have your own “guru”, from whom you learn something new for your work?**

– Of course, our training (both my own and my colleagues') continues unabated. There are no gurus, but we replenish and update the tools regularly. For example, less than a year ago, I attended courses “Gamification. Trainer-gamer”, since games, as a tool for business, are now very relevant. Whenever possible, we attend specialized conferences, round tables. We watch webinars both on directly specialized topics and on related ones weekly. Training is not only the direct application of information, but also the maintenance of good thinking, a broad outlook and understanding of the market, what is extremely important for a trainer and consultant.

**– What is the most difficult thing for a business coach? Have you ever had moments when you found yourself emotionally confused and did not know what to do next? How did you find a way out?**

– The work of a business coach is difficult. I say it without any reservations. Starting from the physical component, when you are on your feet for 8-9 hours, constant speaking, constant body control, and ending with the psychological one – there are different participants, including the dissatisfied, arguing, or, conversely, passive and ignoring ones.



#### ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ

История коворкинга в технопарке «Нагатино» началась семь лет назад с реализации пилотного проекта под руководством правительства Москвы.

В столице на тот момент существовало несколько частных проектов. На базе пустующей мебельной фабрики было решено организовать первый в России государственный коворкинг, 25 декабря 2012 года его двери открылись для всех желающих. Спустя шесть месяцев заполняемость превысила 50 процентов, а к концу года возросла до 80 процентов.

Популярность коворкинга была обусловлена сотрудничеством фрилансеров на равных условиях и очевидной экономической выгодой. Было организовано максимально комфортное пространство с рабочими местами, зоной отдыха, питания, переговорными комнатами и конференц-залом. Постепенно формировалась благоприятная среда для общения, резиденты самостоятельно выбрали название и логотип коворкинга, начали расширять пул контактов, увеличивать штат команд.

Расположение коворкинга в технопарке также послужило ещё одним шагом на пути к созданию эффективной модели бизнеса. Взаимодействие опытных резидентов технопарка «Нагатино» с начинающими предпринимателями уже на протяжении нескольких лет даёт положительные результаты. Получить совет от успешного бизнесмена – это огромный бонус для многих резидентов коворкинга. Они в поисках собственного пути эффективности часто пользуются наставничеством резидентов технопарка, опираясь на их репутацию и успешные проекты.

## Коворкинг «Свободное плавание» в технопарке «Нагатино» – ЭТО ОПТИМАЛЬНОЕ СОЧЕТАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СТАРТАПОВ

#### КОВОРКИНГ СЕГОДНЯ

Сегодня коворкинг «Свободное плавание» – это грамотно организованное рабочее пространство на 118 рабочих мест, которое объединяет активных людей из различных сфер деятельности: IT-технологий, производства электротехнических изделий, промышленного дизайна, аддитивных и космических технологий, языковых курсов, фармацевтики, оптики, экопредпринимательства, консалтинга, обучения, ювелирной промышленности, туризма, инноваций в области обработки и хранения пищевых продуктов.

Каждый резидент выбирает для себя оптимальный тариф, получая при этом максимальный комфорт за умеренную плату. Фрилансеры и стартап-команды часто предпочитают недорогую услугу «динамичного» рабочего места, которая предполагает, что работник приходит с собственным ноутбуком и занимает любое свободное место. Аренда личного пространства, закреплённого на время договора, обойдётся немного дороже. При длительном сотрудничестве предусмотрена более выгодная стоимость услуг, предоставляемых в коворкинге.

Современный коворкинг – это место притяжения фрилансеров из разных сфер деятельности. Сегодня, по данным портала mos.ru, в столице функционирует 161 коворкинг. По оценкам аналитиков ежегодно число коворкингов увеличивается в среднем на 30%. Большинство центров располагают современной материально-технической базой, комфортными зонами отдыха и гибкими условиями аренды. Грамотная организация рабочего пространства даёт положительный эффект для развития бизнеса молодых предпринимателей. Коворкинг «Свободное плавание» тому подтверждение.

Предприниматели могут воспользоваться арендой современно оборудованных переговорных комнат на 8 и 12 человек соответственно и конференц-зала на 30 человек. Охрана, ресепшн, Wi-Fi, зоны отдыха, шкафы для хранения вещей, парковка – тот минимум, который получает каждый резидент.

Задача коворкинга «Свободное плавание» – создать тепличные условия для комфортного ведения бизнеса и развития предпринимательского сообщества. Именно поэтому администраторы знают о резидентах всё: сферу деятельности, потребность в сотрудничестве и полезных контактах. Они помогают завязать полезные знакомства новичкам, подружиться с другими резидентами.

Ещё одним важным условием для развития нетворкинга является комфортная зона отдыха и питания. Не секрет, что дружеские беседы и обсуждение дел за чашечкой ароматного кофе сближают порой лучше, чем самые эффективные деловые переговоры. Для резидентов коворкинга «Свободное плавание» зона отдыха стала именно таким местом. Здесь часто можно встретить людей, увлечённо обсуждающих новые идеи,

пути их воплощения, а иногда и наблюдать за созданием новых команд. В основном это молодые, амбициозные и увлечённые фрилансеры, которые создают творческую и вдохновляющую атмосферу вокруг себя, формируя полноценную экосистему.

### РЕЗИДЕНТЫ КОВОРКИНГА

Так, за время работы коворкинга резидентами стали более 5000 предпринимателей: около 130 успешных компаний, из них порядка 30 вновь образованных и около 100 компаний, которым удалось существенно расширить бизнес. Многие компании, начавшие своё дело с аренды рабочих мест в коворкинге «Свободное плавание», стали успешными на российском и мировом рынках.

Компания Drive Point – международная онлайн-платформа посуточной аренды и подписки на автомобиль. Специалисты разрабатывают мобильное приложение для посуточной аренды и развивают услугу «Подписка на автомобиль» в России.

Команда начинала работать над созданием сервиса в коворкинге, понадобилось около года для разработки идеи, и в начале 2019 года проект был запущен в работу. Он представляет собой приложение, к которому сейчас подключено более 100 автомобилей. Девять из них находятся в собственности сервиса, а остальные принадлежат автопрокатным фирмам-партнёрам. К концу этого года их число увеличится до 500 за счёт расширения сотрудничества с арендными компаниями. Сейчас команда имеет филиал офиса в Люксембурге, запускает онлайн-сервис аренды и подписки на спортивные автомобили совместно с прокатом спорткаров – компанией CARloson и планирует открывать платформу в Санкт-Петербурге.

Компания 1 Point также начала свою историю с аренды одного рабочего места

в коворкинге. Коноплицкий Павел сначала работал один, затем собрал команду единомышленников, создал успешный IT-бизнес, открыл офис в Белоруссии. За время своего существования, с 2016 года, клиентами 1Point стали множество крупных компаний: юридическая фирма LegalDocs, интернет-магазин Baggy, компания по производству постеров PosterXXL, система достижения глобальных целей Geness.

Российское представительство международной компании TVX Games начинало свой путь успеха с аренды нескольких рабочих мест в коворкинге, затем компания стала резидентом технопарка «Нагатино», открыла офис в Литве, увеличила штат и оборот прибыли в несколько раз. Сейчас TVX Games имеет представительства в Индии, России, Украине и Казахстане. За 14 лет компания создала и выпустила десяток игровых проектов. Общая аудитория онлайн-геймеров насчитывает более 30 миллионов пользователей.

В этом году крупная инженерная компания «Лоретт», специализирующаяся на создании технологий получения и обработки изображений Земли из космоса и расширения их применения в сфере образования, стала резидентом коворкинга «Свободное плавание».

Основатели компании «Лоретт» имеют 30-летний опыт работы в области создания технологий для приёма, обработки и использования космических снимков. Лабораторный комплекс спутникового мониторинга «Лоретт» и комплекс приёма данных с метеоспутников «Лентикулярис» – новейшие разработки компании, которые могут быть внедрены в образовательные и инновационные проекты как конструктор для инженерного образования, инструмент обеспечения доступа к данным сверхвысокого пространственного разрешения либо для создания среды для разработки сервисов, мобильных приложений. Также техно-

логии могут использоваться в качестве наполнения смежных центров коллективного пользования или через хакатоны.

Компания «Лоретт» проводит образовательные семинары и фестивали для школьников по работе с изображениями Земли из космоса, в настоящее время разрабатывает аппаратно-программный модуль быстрого картографирования, который станет элементом инфраструктуры принятия оперативных управленческих решений.

Специалисты проводят испытания лабораторных комплексов «Лоретт» и «Лентикулярис» на крыше одного из зданий технопарка «Нагатино». Помимо испытательной площадки, в технопарке планируется организовать образовательный центр по работе с геопространственными данными.

Коворкинг «Свободное плавание» на протяжении многих лет является открытой площадкой для различных образовательных проектов, местом проведения экскурсий для школьников, студентов и москвичей в рамках акции «День без турникетов».

На базе технопарка был реализован крупный проект правительства Москвы – «Бизнес-уикенды». Тренинги по предпринимательству проходили бесплатно для студентов вузов и колледжей города. За время проекта в технопарке побывало более 8 тысяч человек. Победители проекта получили бесплатные места в коворкинге и возможность начать активную работу над своими стартапами.

По прогнозам, количество фрилансеров с каждым годом будет неуклонно расти, как и спрос на аренду рабочих мест в коворкинг-центрах. Коворкинг «Свободное плавание», находясь в плотном соседстве с успешными инновационными компаниями технопарка «Нагатино», имеет свой неповторимый стиль и комфортную экосреду для успешного развития собственного дела и стремления создавать нечто новое и прогрессивное.



# Coworking Center Svobodnoye Plavaniye (Freewheeling) in Nagatino Technology Park - THE OPTIMAL COMBINATION OF CONDITIONS FOR THE STARTUPS DEVELOPMENT



## STORY OF CREATION

The story of creation of coworking center in the Nagatino Technology Park began seven years ago with the implementation of a pilot project initiated by the Moscow government.

There were several private projects in the capital at that time. It was decided to organize the first state coworking center in Russia on the basis of an empty furniture factory. It opened its doors for everyone on December 25, 2012. Six months later, its fillability exceeded 50 percent, and by the end of the year increased to 80 percent.

Coworking centers became popular due to the collaboration of freelancers on equal terms and obvious economic benefits. We have organized the most comfortable space with workplaces, recreation area, dining area, meeting rooms and a conference hall. Thus, favorable environment for communication has been formed. Our residents have chosen the name and logo of the coworking center and began to expand the pool of contacts and the staffing.

The convenient location of the coworking center in the technology park also served as another step towards creating an effective business model. The interaction of experienced residents of the Nagatino Technology Park with starting entrepreneurs has been yielding positive results for several years. The possibility to get a piece of advice from a successful businessman is a huge bonus for many coworking residents. Startups often search for their own path of efficiency, still gaining advantage from the mentorship based on reputation and successful projects of the technology park residents.

**M**odern coworking center is a place of attraction for freelancers from various fields of activity. Today, according to the web portal mos.ru data, there are 161 coworking centers in the capital. According to analysts' reports, the number of coworking centers annually increases by an average of 30%. Most centers have modern material and technical base, comfortable recreation areas and flexible rental conditions. Efficient organization of the workspace gives a positive effect on the development of business of young entrepreneurs. Coworking Center Svobodnoye Plavaniye is the proof of this.

## COWORKING TODAY

Today, the coworking center Svobodnoye Plavaniye is a well-organized workspace with 118 workplaces, which unites active people from various fields of activity: IT-technologies, electrical products manufacturing, industrial design, additive and space technologies, language courses, pharmaceuticals, optics, entrepreneurship, consulting, training, jewelry industry, tourism, innovation in food processing and storage, etc.

Each resident chooses the optimum tariff to receive maximum comfort for a moderate fee. Freelancers and startup teams often prefer the low-cost "dynamic" workplace service, which assumes that an employee comes with his or her own laptop and takes any free space. To rent a personal workplace reserved for the duration of the contract, will be a little more expensive. The long-term cooperation is provided with the most favorable cost of the coworking services.

Entrepreneurs are offered to rent modern equipped meeting rooms for 8 and 12 people and the conference hall for 30 people. Security personnel, reception, Wi-Fi, recreation areas, wardrobes for storage, parking – that is the minimum, which receives each resident.

The coworking center Svobodnoye Plavaniye has a task to create the most supportive conditions for comfortable business and entrepreneurial community development. That is why the administrators know everything about the residents of the center: their field of activity, their need for cooperation and the useful contacts. They help startups to make useful acquaintances and to make friends with other residents.

Another important condition for the networking development is a comfortable recreation and food area. It's no secret that friendly conversations over a cup of rich coffee can sometimes bring together better than the most effective business negotiations. The recreation area has become such a kind of place for the residents of the coworking center Svobodnoye Plavaniye, where you can often meet people who enthusiastically discuss new ideas and ways of their implementation. Sometimes you can also observe there the creation of new teams. There are a lot of young, ambitious and enthusiastic freelancers who create inspiring atmosphere around themselves, forming a full-fledged ecosystem.

## RESIDENTS OF THE COWORKING CENTER

Thus, since the date of foundation of the coworking center, more than 5,000 entrepreneurs have become the residents: about 130 successful companies, 30 of

which are newly formed and 100 companies, which have significantly expanded their business. Many companies that started their business by renting workplaces in the coworking center Svobodnoye Plavaniye have become successful on the Russian and world markets.

Drive Point Company is an international online platform for daily car rent and car subscription. The specialists develop the mobile application for daily rent and car subscription services in Russia. The team began to work on creating the service in the coworking center. It took about a year to develop the idea, and at the beginning of 2019 the project was launched. The application accounts for more than 100 cars. Nine of them are owned by the Drive Point company, the rest belong to car-rental partner companies. By the end of this year, the number of cars will increase to 500 due to the expansion of cooperation with rental companies. Now the team has a branch office in Luxembourg and, in cooperation with sports car rental company CARloson, launches an online service for renting and subscribing to sports cars. It also plans to open a platform in St. Petersburg.

1 Point Company also began its story by renting a single workplace in the coworking center. Konopltisky Pavel first worked alone, then pulled a team of like-minded people, created the successful IT business and opened an office in Belarus. Since its inception in 2016, many large companies have become clients of the 1Point company: the LegalDocs legal firm, the Baggy online store, the PosterXXL poster production company, and the Geness global goals achievement system.

The Russian representative office of the TVX Games international company began its path of success by renting several workplaces in the coworking center. Then the company became a resident of the Nagatino Technology Park, opened an office in Lithuania, and several times increased its staffing and profit turnover. Currently TVX Games has representative offices in India, Russia, Ukraine and Kazakhstan. For 14 years the company has created and released a dozen game projects. The total audience of online gamers is more than 30 million users.

This year, the large engineering company LoReTT, which specializes in creating technologies for obtaining and processing Earth images from space and expanding their use in the field of education, became a resident of the coworking center Svobodnoye Plavaniye.

The LoReTT founders have 30 years of experience in creating technologies for receiving, processing and using satellite images. The LoReTT satellite-based laboratory monitoring complex and the Lentikularis satellite data receiving complex



are the latest developments of the company that can be implemented in educational and innovative projects as a construction kit for engineering education, a tool for providing access to ultra-high spatial resolution data or to create an environment for development services, mobile applications. These technologies can also be used as content for centers of collective sharing or through hackathons.

The LoReTT company conducts educational seminars and festivals for schoolchildren on working with images of the Earth from space. Currently it develops a hardware and software module for rapid mapping, which will become an element of the infrastructure for making operational management decisions.

Experts test the LoReTT and Lentikularis laboratory complexes on the roof of one of the buildings of the Nagatino Technology Park. In addition to the trail site, it is planned to organize an educational center for working with geospatial data in the technology park.

For many years, the coworking center Svobodnoye Plavaniye has been an open platform for various educational projects, a place for excursions for schoolchildren, students and Moscow residents, which have been coming here as the guests within the Day without Turnstiles campaign.

On the basis of the technology park, a major project of the Moscow government under the title of "Business Weekends" was implemented. Entrepreneurship training for university students and colleges of the city took place free of charge. More than 8 thousand people visited the technology park during the project. The winners of the project received free workplaces in the coworking center and the opportunity to begin active work on their startups.

According to the forecasts, the number of freelancers will grow steadily every year, as will the demand for rental workplaces at coworking centers. The coworking center Svobodnoye Plavaniye, being in close neighbourhood with successful innovative companies of the Nagatino Technology Park, has its own unique style and comfortable environment for the prosperous development of business and the desire to create something new and progressive.

“

КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ, ПОЗВОЛЯЮЩИЙ ВЕСТИ ВНУТРЕННИЙ ДИАЛОГ ПРЕДПРИЯТИЯ! ЕГО ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ – РАБОТА НА КОЛЛЕКТИВ, НА МОТИВИРОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ, НА ПОДДЕРЖАНИЕ СВЯЗЕЙ.

”

Мария Суворовская, генеральный директор  
«БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

# КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ОДНО РЕШЕНИЕ ДЛЯ КОМПЛЕКСА ЗАДАЧ

Кому поручить создание корпоративного ТВ на предприятии и зачем это нужно бизнесу, в интервью РБК рассказала генеральный директор издательско-коммуникационной группы «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА», эксперт по корпоративному телевидению Мария Суворовская.

Когда наше видеопроизводство получило заявки на изготовление первых корпоративных телеканалов, мы были удивлены. Почему в один момент об этом способе внутренней коммуникации все задумались, заговорили и решили воплощать в жизнь? И чья это всё-таки головная боль: HR или PR? Ещё в 80-х прошлого столетия зарубежные предприятия активно использовали кабельные сети для работы с персоналом. Для оповещения, продвижения корпоративной культуры и ценностей компании. В современных условиях цифровизации появилось много новых инструментов, позволяющих вести внутренний диалог предприятия. Но, как оказалось, не всё инновационное лучше консервативного. Понятно, что корпоративные газеты потихоньку уступают место порталам. Но затащить на портал сотрудников производственного направления, как показывает практика, практически нереально. Перед PR-отделом руководство ставит задачу – произвести абгрейд газеты, перед HR – найти способы быстрой коммуникации с персоналом. И не всегда два отдела департамента догадываются, что решение этих задач лежит в создании корпоративного телеканала, который своим появлением закрывает сразу несколько важных потребностей бизнеса.

Во-первых, он системно генерирует контент о жизни компании – текстовой, видео, инфографику, фото. Это несомненное преимущество для PR. Во-вторых, это быстрый, удобный и понятный, благодаря визуализации, формат донесения информации до коллектива. А это незаменимо для HR-отдела, которому в данном случае не надо придумывать фантастические способы привлечения рабочих на портал. Обычно экраны, транслирующие корпоративное ТВ, вывешиваются в общественных холлах, на проходных, в зонах отдыха, в приёмной руководителя. И даже три экрана уже позволяют наладить оповещение. Итальянское производство оборудования, с которым мы сотрудничаем длительное время, придумало вместе с нами несколько интересных кейсов, которые полезны для множества предприятий. На экранах компании мы транслируем не только новости, рассказы о сотрудниках, успешные проекты, анонсы, отчёты и достижения, но и, например, ввели рубрику «Уроки итальянского» под названием «Как Челентано». Она, кстати, крайне популярна и любима. Для нас наличие такой рубрики не украшение эфира, а конкретная польза – она разбавляет серьёзный контент, который может тяжело восприниматься аудиторией. Нужен позитив, который

привлечёт внимание. Это может быть и демонстрация стран, куда экспортируется продукция, – своеобразное микропутешествие, и поздравления с праздниками, и ответы на вопросы сотрудников, поступающие через специальные ящики обратной связи. Крупное автомобильное производство – тоже наш партнёр – делает акцент на социальной политике, информировании сотрудников о программах поддержки, карьерном росте и личном развитии в компании. Производство бытовой техники выбрало другую тематику корпоративного ТВ – ролики по охране труда. Это точно история HR. Но мы с вами понимаем, что это весьма окупаемая инвестиция. Игровые ролики по охране труда своей наглядностью способны предотвратить неприятные ситуации, влекущие финансовые траты предприятия, например, на лечение сотрудника. Десятки реализованных и действующих корпоративных телеканалов доказывают, что такое ТВ – двойное оружие, а в какую сторону – HR или PR – оно склоняется больше, решает исключительно человеческий фактор руководителей данных направлений компании и стратегия развития ресурса, выбранная руководством.

Источник: РБК [http://presscentr.rbc.ru/interview\\_suvorovskaya](http://presscentr.rbc.ru/interview_suvorovskaya)



*CORPORATE TELEVISION  
IS AN EFFECTIVE TOOL TO  
CONDUCT AN INTERNAL  
DIALOGUE WITHIN THE  
ENTERPRISE! ITS MAIN  
GOALS ARE WORK FOR  
THE TEAM, MOTIVATION  
AND EDUCATION  
OF THE EMPLOYEES,  
MAINTAINING CONTACTS.*



*Maria Suvorovskaya,  
CEO of the BUSINESS  
DIALOGUE MEDIA*



# CORPORATE TELEVISION: ONE SOLUTION FOR THE SET OF TASKS

Whom to entrust the creation of corporate TV at the enterprise and what its value for business RBC gets known in the interview with Maria Suvorovskaya, CEO of the BUSINESS DIALOGUE MEDIA publishing and communication group, a corporate TV expert.

When our video production department received applications for the first corporate television channels, we were surprised. Why did everyone all of a sudden get interested in this method of internal communication and decide to put it into practice? And who is responsible for it: HR or PR? Back in the 80s of the last century, foreign enterprises actively used cable infrastructure in work with personnel for information and promotion of corporate culture and company values. In the current context of digitalization, there are many new tools that allow a company to conduct an internal dialogue. But, as it turned out to be, not every innovation is better than conservative methods. It is obvious that corporate newspapers are slowly giving way to web portals. But it is practically unrealistic to get the employees of the production area to a web portal. A management team gives PR department a task to upgrade a newspaper and gives HR department a task to find ways to achieve active communication with staff. And not always these two departments are aware that the solution of these problems lies in creating a corporate television channel, which allows to fulfill several important business needs at once. First of all, it

systematically generates content- text, video, infographics, photos - about life of a company. This is a definite advantage for PR. Secondly, it is a fast, convenient and, thanks to visualization, understandable format for transmitting information to the team. And this is indispensable for the HR department, which in this case does not need to come up with fantastic ways to attract workers to the portal. As a rule screens, which broadcast corporate TV, are displayed in public halls, at checkpoints, in recreation areas, at the reception. Even three screens are enough to provide informing. The Italian equipment manufacturing plant, with which we have been cooperating for a long time, came up with several interesting cases that are useful for many enterprises. On the screens of the company we broadcast not only news, stories about our employees, reports, announcements on successful projects and achievements, but also, for example, we have introduced the Italian Lesson section under the title "Like Celentano". It is extremely popular and loved. Such a section for us is not only a crown jewel of the air, but a concrete benefit - it adds variety to the serious content that can be difficult for perception of the audience. We need some

positive to attract attention. It may be a demonstration of the countries where the manufactured products are exported - a kind of small trip, holiday greetings and answers to the questions from employees, which come through special feedback boxes. Large motor vehicle production plant - also our partner - focuses on social policy, informing employees about support programs, career growth and personal development in the company. Household appliance production has chosen a different theme for corporate TV - occupational safety videos. This is exactly the story of HR. We all understand that it shows meaningful return on investment. Labour protection movies with game elements can prevent unpleasant situations that entail financial expenses of the enterprise, for example, for the treatment of an employee. Dozens of implemented and operating corporate television channels prove that such TV is a double weapon. The direction it would be more targeted to - either HR or PR - could be solved exclusively by the leaders of these areas of the company and the resource development strategy chosen by the upper management.

source: RBC [http://presscentr.rbc.ru/interview\\_suvorovskaya](http://presscentr.rbc.ru/interview_suvorovskaya)

# АКУЛЫ ПРАВА

Уголовно-правовая защита бизнеса

Сопровождение сделок

Разрешение споров



**Alliance Legal**  
consulting group

125009, Москва,  
улица Тверская, дом 16, строение 1,  
офис А-501 (БЦ «Галерея Актер»)

[www.al-cg.com](http://www.al-cg.com)

620144, Екатеринбург,  
улица Шейнкмана, дом 121,  
3 этаж (БЦ «Антарес-бизнес»)

# ООО «АСФАЛЬТ-КАЧЕСТВО»

- ◆ АСФАЛЬТИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИЙ
- ◆ АСФАЛЬТИРОВАНИЕ ДОРОГ
- ◆ ЯМОЧНЫЙ РЕМОНТ
- ◆ ЗЕМЛЯНЫЕ РАБОТЫ
- ◆ УБОРКА И ВЫВОЗ СНЕГА
- ◆ АРЕНДА СПЕЦТЕХНИКИ



8 (495) 777 55 13



[info@asfalt-kachestvo.ru](mailto:info@asfalt-kachestvo.ru)



*Официально лучшая дорожно-строительная  
компания РФ 2018 на коммерческом рынке*

Карта распространения печатной и электронной версии по структурам и ведомствам:

83 администрации губернаторов РФ;  
88 региональных торгово-промышленных палат; 36 корпораций развития регионов; Торгово-промышленная палата Российской Федерации; Правительства регионов;

#### Деловые советы:

- Российско-Японский деловой совет
- НП «Российско-Китайский деловой совет»
- АНО «Российско-Турецкий деловой совет»
- Российско-Южнокорейский деловой совет
- НП «Деловой совет по сотрудничеству с Индией»
- Российско-Таиландский деловой совет
- Российско-Иранский деловой совет
- АНО «Деловой совет по сотрудничеству с Афганистаном»
- НП «Деловой совет по сотрудничеству с Вьетнамом»
- Российско-Сингапурский деловой совет
- Деловой совет по сотрудничеству с Индонезией
- Деловой совет по сотрудничеству с Пакистаном
- Российско-Филиппинский деловой совет
- Комитет по экономическому сотрудничеству со странами Азии и Океании
- Деловой совет по сотрудничеству с Малайзией
- Совет предпринимателей Россия-Аргентина
- Деловой совет Россия-Бразилия
- Деловой совет Россия-Куба
- Комитет предпринимателей Россия-Мексика
- Российско-Чилийский деловой совет
- Деловой совет БРИКС
- Деловой совет ШОС

#### Зарубежные ТПП:

- ТПП Азербайджанской Республики
- ТПП Республики Армения
- Белорусская ТПП
- Внешнеторговая палата Казахстана
- ТПП Кыргызской Республики
- ТПП Республики Молдова
- ТПП Республики Таджикистан
- ТПП Республики Туркменистан
- ТПП Республика Узбекистан
- ТПП Украины
- ТПП Грузии
- Федеральная палата экономики Австрии
- Союз ТПП Албании
- Бельгийско-Люксембургская торговая палата
- Болгарская Торгово-промышленная палата
- Болгаро-Российская Торгово-промышленная палата
- Внешнеторговая палата Боснии и Герцеговины
- Венгерская Торгово-промышленная палата
- Объединение торгово-промышленных палат Германии

- Федерация торговых палат Израиля
- Федерация индийских ТПП
- Исландская торговая палата
- Торговая палата Испании
- Латвийская Торгово-промышленная палата
- Ассоциация торгово-промышленных и ремесленных палат Литвы
- Конференция промышленников Литвы
- Македонско-Российская Торгово-промышленная палата
- Норвежско-Российская торговая палата (НРТП)
- Польская хозяйственная палата
- Российско-Германская внешнеторговая палата
- Хозяйственная палата Сербии
- Словацкая Торгово-промышленная палата
- Торгово-промышленная палата Республики Словения
- Союз палат и бирж Турции (ТОБВ)
- Центральная торговая палата Финляндии
- Хозяйственная палата Хорватии
- Экономическая палата Чешской Республики
- Хозяйственная палата Черногории (ХПЧ)
- Российско-Британская торговая палата
- Итало-Российская торговая палата
- Представительство хозяйственной палаты Сербии в Москве
- Представительство Норвежско-Российской торговой палаты в Москве
- Представительство хозяйственной палаты Хорватии в России
- Представительство Болгаро-Российской ТПП в России
- Всемирная федерация торговых палат
- Российский национальный комитет Международной торговой палаты
- Ассоциация торгово-промышленных палат европейских стран «Европалата»
- Конфедерация ТПП стран АТР
- Азиатский форум БОАО (BAF)

#### Федеральные ведомства:

- Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество)
- Федеральная служба по военно-техническому сотрудничеству (ФСВТС России)
- Федеральная служба по техническому и экспортному контролю Российской Федерации (ФСТЭК России)
- Федеральная служба исполнения наказаний (ФСИН России)
- Федеральная служба судебных приставов (ФССП России)
- Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор)
- Федеральное медико-биологическое агентство (ФМБА России)
- Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)
- Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор)
- Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь)
- Федеральная служба по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды

(Росгидромет)

- Федеральная служба по надзору в сфере природопользования (Росприроднадзор)
- Федеральное агентство водных ресурсов (Росводресурсы)
- Федеральное агентство лесного хозяйства (Рослесхоз)
- Федеральное агентство по недропользованию (Роснедра)
- Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт)
- Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
- Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать)
- Федеральное агентство связи (Россвязь)
- Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор)
- Федеральное агентство по рыболовству (Росрыболовство)
- Федеральная служба по надзору в сфере транспорта (Ространснадзор)
- Федеральное агентство воздушного транспорта (Росавиация)
- Федеральное дорожное агентство (Росавтодор)
- Федеральное агентство железнодорожного транспорта (Росжелдор)
- Федеральное агентство морского и речного транспорта (Росморречфлот)
- Федеральная служба по труду и занятости (Роструд)
- Федеральная налоговая служба (ФНС России)
- Федеральная таможенная служба (ФТС России)
- Федеральное казначейство (Казначейство России)
- Федеральная служба по аккредитации (Росаккредитация)
- Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр)
- Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
- Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент)
- Федеральное агентство по управлению государственным имуществом (Росимущество)
- Посольство Австралии
- Посольство Австрийской Республики
- Посольство Аргентинской Республики
- Посольство Исламской Республики Афганистан
- Посольство Королевства Бельгии
- Торговое представительство Венгрии
- Генеральное консульство Франции
- Торговое представительство Египта
- Торговое представительство Малайзии
- Торговое представительство Южной Кореи
- Торговое представительство Румынии
- Торговое представительство Сингапура
- Торговое представительство Словацкой Республики
- Торгово-экономический отдел торгового представительства посольства Таиланда.



# А-КОНСАЛТИНГ

УЧИМ ЛЮДЕЙ  
ГОВОРИТЬ И  
ДОГОВАРИВАТЬСЯ

---

На рынке с **2006** года,  
более **15000** тренинговых  
часов, реализованные  
проекты от Калининграда  
до Ханты-Мансийска

---

Контакты:  
a-консалтинг.рф  
a-consult.ru  
agulimova@a-consult.ru



Союз  
«Тульская  
торгово-промышленная  
палата»  
г. Тула, ул. Михеева, 17  
Тел. (4872) 25-16-32,  
25-01-08,  
факс (4872) 25-01-46  
E-mail: [tulacci@tula.net](mailto:tulacci@tula.net)  
<http://www.ccitula.ru>



## Кооперация Цифровизация

