

40/162 декабрь 2021



With the
support of the
CCI of Russia

www.tpprf.ru •

12+

Business DIALOG Media

RBCG

Russian Business Guide

АВТОПРОМ
РОССИИ:
ДОСТИЖЕНИЯ
НОВОГО ВРЕМЕНИ

БРЯНСКАЯ
ОБЛАСТЬ

АЛЕКСЕЙ МАРТЫНЕНКО,
Unagrande Company:

«МЫ ЗАДАЁМ ТРЕНДЫ,
А НЕ СЛЕДУЕМ ИМ»



BOGORODSKY INDUSTRIAL PARK

ТОЧКА РОСТА ПЕРСПЕКТИВНОГО БУДУЩЕГО

КОНТАКТЫ

142434, МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. НОГИНСК,
ТЕРРИТОРИЯ «НОГИНСК-ТЕХНОПАРК», ДОМ 3

+7 (495) 287-16-35
+7 (495) 287-16-36

WWW.IP-BOGORODSK.COM
WWW.DEGA-DEVELOPMENT.RU

INFO@PARKNOGINSK.RU
INFO@DEGA-AG.COM

Russian Business Guide
www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса в России и за рубежом.
12+

Учредитель и издатель:

ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

при поддержке ТПП РФ

Редакционный совет:

Максим Фатеев, Вадим Винокуров,

Наталья Чернышова

Главный редактор:

Мария Сергеевна Суворовская

Редактор номера:

Елена Анатольевна Александрова

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Владимировна Длугач

Дизайн/вёрстка: **Александр Лобов**

Перевод: **Мария Ключко**

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

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

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА»,

публикуются на правах рекламы. Мнение авторов

не обязательно должно совпадать с мнением

редакции. Перепечатка материалов

и их использование в любой форме

допускается только с разрешения редакции

издания «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Адрес редакции:

143966, Московская область,

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

E-mail: **mail@b-d-m.ru**

Тел.: **+7 (495) 730 55 50 (доб. 5700)**

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

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в

сфере связи, информационных технологий и массовых

коммуникаций. Свидетельство о регистрации

средства массовой информации ПИ № ФС77-65967

от 6 июня 2016.

Russian Business Guide № 40/162 декабрь 2021

Дата выхода в свет: 29.12.2021

Тираж: **30000**

Цена свободная.

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

Business publication about development, industries,

prospects, business personalities in Russia and abroad.

12+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

with the support of the CCI of Russia

Editing Group: **Maxim Fateev,**

Vadim Vinokurov, Natalia Chernyshova

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

Managing Editor: **Elena Aleksandrova**

Deputy Marketing Director: **Irina Vladimirovna Dlugach**

Designer: **Alexandr Lobov**

Translation: **Maria Klyuchko**

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow,

ul. Elektrovzvodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does

not necessarily coincide with the editorial opinion.

Reprinting of materials and their use in any form is

allowed only with the permission of the editorial office

of the publication Business-Dialog Media.

Materials are not reviewed and returned.

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

the Moscow region, 143966

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

tel.: **+7 (495) 730 55 50, доб. 5700**

Publisher: Business-Dialog Media LLC

Registered by the Federal Service for Supervision of

Communications, Information Technology, and Mass

Media. The mass media registration certificate

PI # FS77-65967 from June 6, 2016.

Russian Business Guide № 40/162 December 2021

Date of issue: 29.12.2021

Edition: **30000 copies**

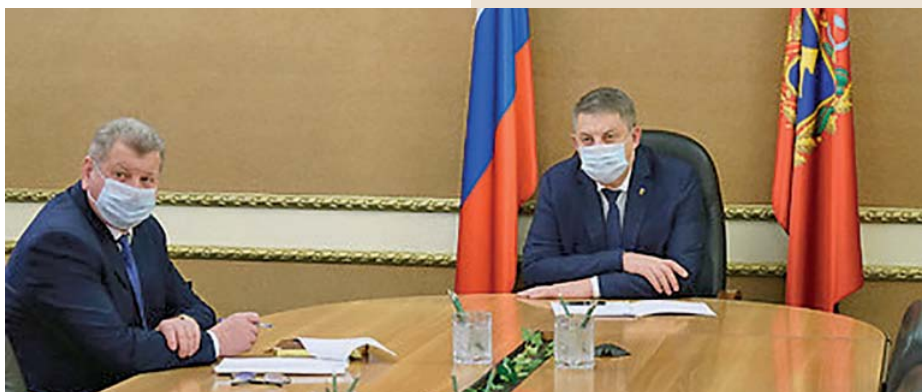
Open price

- 2 ПРЕСС-СЛУЖБА ПРАВИТЕЛЬСТВА БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ СООБЩАЕТ
- 4 ТАТЬЯНА САВИЧЕВА, АСИП БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ:
«ПОКАЗАТЕЛИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА
ДЕМОНСТРИРУЮТ ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ДИНАМИКУ»
- 6 БРЯНСКАЯ ТПП:
В ИНТЕРЕСАХ БИЗНЕСА, НА БЛАГО РАЗВИТИЯ ОБЛАСТИ
- 8 ЛЕОНИД ИВАНОВ: «ТПП ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ РАБОТАЕТ ДЛЯ
БИЗНЕСА, НА БЛАГО ЕГО ИНТЕРЕСОВ И ПРОЦВЕТАНИЯ!»
- 14 АЛЕКСЕЙ МАРТЫНЕНКО, UNAGRANDE COMPANY:
«МЫ ЗАДАЁМ ТРЕНДЫ, А НЕ СЛЕДУЕМ ИМ!»
- 20 ЛИДИЯ ЕВСЕЕВА, «ЮАМЕТ»:
«МЫ РАБОТАЕМ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ НАШИ ДЕТИ РАДОВАЛИСЬ!»
- 24 ЕВГЕНИЙ РЕДИН:
«ВЫБРАТЬ «ПРАВИЛЬНУЮ» КОЛБАСУ? «ДЕЛО ВКУСА»
- 26 ЕЛЕНА ЗИМАКОВА:
«НАСТРОЕНИЕ И УВЕРЕННОСТЬ НА КОНЧИКАХ ПАЛЬЦЕВ»
- 28 ВАСИЛИЙ СТЕПИН, ЮРИДИЧЕСКОЕ БЮРО «ДОГМА»:
«ИЗ «КЛАССИЧЕСКОЙ» ЮРИСПРУДЕНЦИИ – В «ЦИФРОВУЮ»
- 30 «СЫР СТАРОДУБСКИЙ»:
КАЧЕСТВО НА ЛЮБОЙ ВКУС
- 34 «ВИЛЕНА» – ПРОИЗВОДИТЕЛЬ «ДВИГАТЕЛЯ ТОРГОВЛИ»
- 36 ПОГАРСКАЯ КАРТОФЕЛЬНАЯ ФАБРИКА:
БРЯНСКИЙ КАРТОФЕЛЬ ЗАВОЁВЫВАЕТ МИР
- 40 РОССИЙСКИЙ АВТОПРОМ:
ЛИДЕРЫ ОТРАСЛИ
- 44 ПАВЕЛ ЯКОВЛЕВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АЗ «УРАЛ»:
«ОСНОВНОЕ – ЭТО ПРОДВИЖЕНИЕ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
НА РЫНОК ЮАР»
- 48 МАШИНА БУДУЩЕГО:
«АВТОТОР» ЗАЙМЁТСЯ ПРОИЗВОДСТВОМ ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ
- 52 ЛЕСНЫЕ МАРШРУТЫ:
КОМПАНИЯ «ИСТК» ИНВЕСТИРУЕТ В ПРОДВИЖЕНИЕ ТЕХНИКИ
KOMATSU ДЛЯ РОССИЙСКОГО ЛЕСНОГО БИЗНЕСА
- 56 ОЛЬГА СЕЛЕЗНЕВА, РАСТО:
«НАС ВЫНУЖДАЮТ ВЗЯТЬ ОБРАЗОВАНИЕ В СВОИ РУКИ»



ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА РФ МАРАТ ХУСНУЛЛИН ОТМЕТИЛ ЭФФЕКТИВНУЮ РАБОТУ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ В РЕАЛИЗАЦИИ МАСШТАБНЫХ ПРОЕКТОВ

23 декабря в режиме видео-конференц-связи губернатор Брянской области Александр Богомаз принял участие в заседании президиума (штаба) Правительственной комиссии по региональному развитию в Российской Федерации под председательством заместителя председателя Правительства РФ Марата Хуснуллина.



В мероприятии также принял участие заместитель губернатора Брянской области Николай Симоненко.

В ходе заседания правительственной комиссии был рассмотрен ряд вопросов, в числе которых – исполнение регионами переданных полномочий Российской Федерации по управлению и распоряжению земельными участками, находящимися в федеральной собственности, прохождение отопительного сезона-2021/22, а также рассмотрение заявок на участие в отборе инфраструктурных проектов в целях получения инфраструктурных бюджетных кредитов.

Марат Хуснуллин отметил, что к концу года регионы, в том числе и Брянская область, подходят с хорошими результатами в дорожном строительстве, в строительстве спортивных объектов, инфраструктурных объектов, в реализации программы «Комфортная городская среда» и «Чистая вода», а также ряда других важнейших проектов.

Отдельно Марат Хуснуллин отметил положительный пример Брянской области по исполнению переданных федеральных полномочий по использованию земельных участков, находящихся в федеральной собственности. Заместитель председателя правительства обратил внимание руководителей регионов, что Государственной Думой внесены изменения в федеральный закон, согласно которым субъекты при передаче им полномочий по освоению федеральных участков должны представлять свои предложения по освоению таких участков, а после выполнения отправлять

отчёты о выполнении плановых мероприятий. Марат Хуснуллин подчеркнул, что в следующем году будет проводиться мониторинг использования участков и по его результатам будут подготовлены доклады главе государства.

Для контроля данной цели совместно с «ДОМ.РФ» разработана платформа, на которой введены суммарные показатели по всей стране в разрезе каждого субъекта и каждого участка. На этой платформе предусмотрен личный кабинет для каждого субъекта, который необходим для внесения информации каждого этапа строительства жилья: от разработки проектно-сметной документации до ввода объекта в эксплуатацию.

– Хотел бы выразить благодарность за проделанную работу следующим субъектам: это Брянская, Воронежская области, Республика Марий Эл, Липецкая область, Республика Татарстан, Тюменская область, Челябинская, Белгородская и Чувашская области, Республика Ингушетия – за эффективную работу по использованию земельных участков, находящихся в федеральной собственности.

В Брянской области ведётся масштабная работа по обеспечению многодетных семей земельными участками. По состоянию на декабрь 2021 года в Брянской области зарегистрировано 13 159 многодетных семей. Подали заявление на получение земельного участка 11 645 семей, реализовали своё право 5928 семей (50,9%). На 80-100% обеспечены земельными участками многодетные семьи в 19 муниципаль-

ных районах, городских (муниципальных) округах. В Брянске выделена территория, примыкающая к ул. Антоновке в Бежицком районе (ориентировочная площадь – 135 га [560 участков]). Всего в Брянском районе с 2019 года предоставлено 135 земельных участков. С ноября 2019-го по октябрь 2021 года предоставлен 451 земельный участок, расположенный по адресу: Брянский район, д. Дубровка, ОПХ «Черемушки».

Также в ходе правительственной комиссии был рассмотрен вопрос, связанный с прохождением отопительного сезона. В Брянской области отопительный сезон проходит в штатном режиме. В соответствии с планом мероприятий к отопительному сезону в Брянской области подготовлено 1100 котельных (100%), 49 центральных тепловых пунктов (100%), 1122,2 км тепловых сетей в двухтрубном исчислении (100%), заменено 57,88 км ветхих тепловых сетей (101,6% от плана), 4590,6 км водопроводных сетей (100%), 1221 водозабор (100%), 713 км канализационных сетей (100%), 167 канализационных насосных станций (100%).

На подготовку к зиме объектов ЖКХ муниципальных образований Брянской области в текущем году предусмотрено 90 млн рублей из областного бюджета. На указанные средства выполнен ремонт сетей холодного водоснабжения и водоотведения, теплотрасс, артезианских скважин, водонапорных башен.

В рамках государственной программы «Развитие топливно-энергетического комплекса и жилищно-коммунального хозяйства Брянской области» в 2021 году ГУП «Брянсккоммунэнерго» из областного бюджета выделено 170 млн рублей на мероприятия по строительству, техническому перевооружению и реконструкции котельных. Построено четыре новых БМК установленной мощностью 32,15 МВт.

На мероприятия по подготовке объектов газораспределения к ОЗП 2021-2022 гг. предусмотрены средства на общую сумму более 155 млн рублей. Готовность газового хозяйства составляет 100%.

В завершение Марат Хуснуллин сказал, что на следующем заседании правительственной комиссии будут подведены итоги работы регионов за год, но предварительно заместитель председателя Правительства РФ отметил, что в целом по стране велась большая работа по строительству жилья, дорог и социальных объектов.

АЛЕКСАНДР БОГОМАЗ: «ПУСТЬ ЖЕЛАНИЯ ВСЕХ ДЕТЕЙ ОБЯЗАТЕЛЬНО ИСПОЛНЯТСЯ!»

21 декабря губернатор Брянской области Александр Богомаз исполнил новогоднюю мечту сестёр Виктории и Валерии из посёлка Белая Берёзка Трубчевского района.



Александр Богомаз: «Пусть желания всех детей обязательно исполнятся!»

21 декабря губернатор Брянской области Александр Богомаз исполнил новогоднюю мечту сестёр Виктории и Валерии из посёлка Белая Берёзка Трубчевского района.

Новый год – это время чудес, встреч с самыми близкими и, конечно же, подарков! «Ёлка желаний» – специальная акция всероссийского проекта «Мечтай со мной», которая приурочена к новогодним праздникам. Её цель – подарить радость и ощущение новогоднего волшебства тем, кто оказался в трудной жизненной ситуации. Акция реализуется с 2018 года на всей территории России и каждый год объединяет тысячи неравнодушных граждан, готовых творить добрые дела. За три года в рамках проекта и его акций было исполнено 21 450 тыс. желаний в 85 регионах страны.

Проекты «Мечтай со мной» и акция «Ёлка желаний» были поддержаны президентом России Владимиром Путиным. В 2018 году глава государства исполнил мечты пяти участников проекта «Мечтай со мной», а в 2019 и 2020 годах поучаствовал в акции

«Ёлка желаний», исполнив желания четырёх участников. 5 декабря в рамках церемонии награждения участников международного форума гражданского участия «#МЫВМЕСТЕ» и празднования Дня добровольца (волонтера) глава государства вновь присоединился к акции.

Желание сестёр Виктории и Валерии из посёлка Белая Берёзка Трубчевского района исполнил губернатор Брянской области Александр Богомаз:

– Сегодня благодаря всероссийской акции «Ёлка желаний» исполнил мечту двух сестёр – Виктории и Валерии. В 2012 году умер отец девочек, а два года назад случилось ещё одно страшное горе – умерла их мама... Всего в семье трое детей, у девочек есть старший брат Ярослав. Всех троих воспитывает бабушка Тамара Николаевна. Ей приходится нелегко, но, как она сама сказала, именно дети дали ей силы пережить потерю дочери. И теперь её главная мечта – вырастить их! Ведь главное – жить и верить в то, что всё будет хорошо!

Девочки написали письмо в адрес всероссийской акции «Ёлка желаний», расска-

зав о своей мечте: о личных ноутбуках. Новый год – время волшебства, и мечты должны обязательно исполняться! Передали Виктории и Валерии ноутбуки, чтобы могли готовиться к урокам, изучать и познавать новое и полезное, и, конечно же, традиционные сладкие подарки. Ярославу тоже передали подарок, который он пожелал: настоящий футбольный мяч и сладкий набор. Пусть желания всех детей обязательно исполнятся!

С Новым годом в правительстве Брянской области девочек поздравили заместитель губернатора Брянской области Галина Петушкова и глава администрации Трубчевского муниципального района Игорь Обьдённов.

Все свои самые сокровенные мечты дети оставляют на портале: ёлкажеланий.рф. В прошлом году было около 20 тыс., в этом – уже больше 100 тыс. заявок. Исполнить их может каждый, приняв участие в акции через сайт до 28 февраля.

Пресс-служба губернатора и правительства
областму <http://www.bryanskobl.ru/news/2021/12/21/13355>





Государственное бюджетное учреждение «Агентство по сопровождению инвестиционных проектов» было создано в октябре 2010 года приказом департамента экономического развития Брянской области в соответствии с постановлением областной администрации. В качестве миссии при его открытии было определено создание максимально комфортной бизнес-среды для привлечения инвестиций в экономику Брянской области. О том, что делается для реализации этой миссии в наше непростое время, нам рассказала директор ГБУ «АСИП» Татьяна Савичева.

**Татьяна Савичева,
АСИП
Брянской области:**

**«ПОКАЗАТЕЛИ
ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
РЕГИОНА
ДЕМОНСТРИРУЮТ
ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ
ДИНАМИКУ»**

– Татьяна Сергеевна, как выстраивается работа Агентства по сопровождению инвестиционных проектов с потенциальными инвесторами?

– Работа агентства носит системный характер. Вместе с инвестором мы проходим все стадии реализации инвестиционного проекта: от бизнес-идеи до ввода объекта в эксплуатацию. Это подбор земельного участка, процедуры по сбору документов, переводу земель, сокращению сроков техприсоединения объектов капитального строительства к инженерно-техническим сетям, взаимодействие с банками и другими финансово-кредитными структурами.

С 2014 года на территории области действует постановление правительства, которое регламентирует взаимодействие с предпринимателями в режиме «одного окна». Это означает, что изначально инвестор обращается в агентство, где ему оказывается комплексное сопровождение, тем самым избавляясь от необходимости выстраивать взаимодействие с чиновниками разного уровня. Инициатор представляет паспорт инвестиционного проекта (краткое его описание). А мы, в свою очередь, проводя экспертизу этого проекта, запрашиваем дополнительную информацию и определяем алгоритм дальнейших действий.

– С какими проблемами сталкиваются инвесторы на территории области?

– Проблемы возникают ещё до момента начала реализации проекта. Некоторые предприниматели не знают, с чего начать, в какую организацию обратиться. К тому же не умеют правильно презентовать и «упаковать» свои проекты. Такая проблема характерна не только для нас, но и для других российских регионов. Поэтому сейчас мы работаем над разработкой такого маршрутизатора для инвесторов – алгоритма для любого потенциального инвестора, желающего воплотить идею или проект на территории Брянской области.

Кроме того, серьёзной проблемой в регионе остаётся значительный дисбаланс в развитии территорий. Производство в основном концентрируется в больших городах (Брянск, Клинцы, Карачев, Новозыбков, Дятьково, Трубчевск), которые рассматриваются как опорные точки осуществления инновационной политики, развития деловой инфраструктуры, подготовки кадров, создания базовых центров внедрения научных достижений в производство. Одно из направлений работы нашего агентства – постепенная ликвидация этого перекоса. Поэтому на данном этапе мы стараемся диверсифицировать размещение производств и активно предлагаем



земельные участки в муниципальных районах. Для выявления подходящих площадок тесно сотрудничаем с муниципалитетами, оказываем главам максимум содействия, применяя наши компетенции. На данный момент в нашей базе больше 200 площадок в разных районах области. Наша задача сейчас – удовлетворить потребности различных категорий инвесторов, используя все инвестиционные возможности, имеющиеся у муниципальных районов. Очевидно, что не все районы могут конкурировать за привлечение крупных промышленных проектов. Поэтому требуется некая диверсификация, ориентация на размещение на их территориях, например, туристско-рекреационных или социальных проектов.

Таким образом, в результате реализации всего комплекса программных мероприятий, слаженной совместной работы правительства области, Департамента экономического развития и агентства показатели инвестиционной привлекательности региона в последние годы демонстрируют положительную динамику. По результатам Национального рейтинга состояния инвестиционных или социальных проектов Российской Федерации 2021 года рост интегрального индекса Брянской области к предыдущему году составил 20,4 балла. Результаты национального рейтинга продемонстрировали «узкие» места региона, что позволит скорректировать нашу деятельность по формированию благоприятных условий для развития предпринимательства. Мы намерены использовать лучшие практики регионов и весь полезный опыт с тем, чтобы устранить барьеры, мешающие инвестиционному росту в Брянской области.

– Какую поддержку инвесторам оказывают на территории региона?

– Важнейшим фактором успешной реализации проекта является качество оказываемой комплексной поддержки со стороны регионального правительства.

Правительством Брянской области на территории региона реализуется эффективная система финансовых мер поддержки инвесторов в виде налоговых льгот. Основные налоговые льготы для инвесторов установлены законами области по налогу на имущество организаций и налогу на прибыль.

В 2020 году 27 предприятиям области по 42 инвестиционным проектам предоставлено право на получение государственной поддержки в форме региональных налоговых льгот на сумму 610,3 млн рублей.

В соответствии с налоговым законодательством Брянской области право на освобождение от налогообложения созданного имущества и понижение региональной ставки по налогу на прибыль организаций до 13,5% имеют инвесторы, реализующие приоритетные инвестиционные проекты

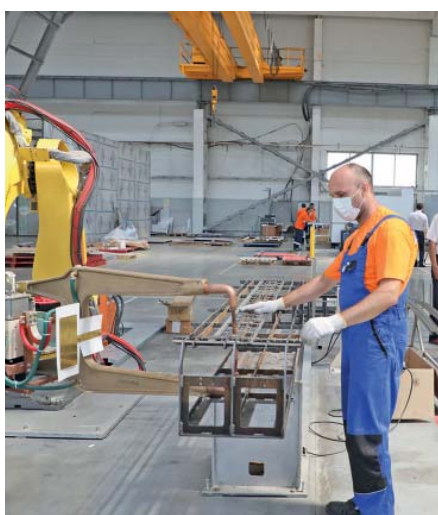


с объемом инвестиций от 50 млн рублей. Льготы устанавливаются на срок окупаемости проекта в зависимости от объема капитальных вложений (до семи лет для проектов с объемом финансирования до 2 млрд руб., до девяти лет – свыше 2 млрд руб.) Согласно региональному законодательству инвестор имеет право заявить указанные налоговые льготы на очередной финансовый год до 1 мая текущего года при соблюдении следующих требований: отсутствует задолженность по налогам и другим обязательным платежам во все уровни бюджетной системы и внебюджетные фонды; размер заработной платы в организации не ниже среднеотраслевой по соответствующему виду экономической деятельности согласно данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Брянской области.

Также в регионе предусмотрено предоставление субсидий из областного бюджета на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным для реализации инвестиционного проекта. Субсидии предоставляются на конкурсной основе по инвестиционным проектам с общим объемом инвестиций до 75 млн рублей.

Законодательство Брянской области в качестве мер государственной поддержки предусматривает возможность предоставления инвестиционного налогового кредита и бюджетных инвестиций.

Земельный участок, находящийся в государственной или муниципальной собственности, предоставляется инвестору в аренду при реализации масштабных инвестиционных проектов без проведения торгов.



Кроме того, инвесторам предоставляется залоговое обеспечение обязательств, возникающих в процессе реализации инвестиционных проектов на территории Брянской области. Предусмотрено предоставление на конкурсной основе объектов залогового фонда Брянской области для обеспечения обязательств субъектов инвестиционной деятельности, реализующих инвестиционные проекты на территории области, по полученным на инвестиционные цели кредитам.

– Как вы в целом оцениваете развитие Брянской области? Какие сильные её стороны можете отметить?

– Для региона характерен повышенный ресурсно-сырьевой и производственный потенциал. Конкурентные преимущества Брянской области в значительной мере обусловлены её уникальным экономико-географическим положением, развитой транспортной инфраструктурой, значительными запасами природных ресурсов.

Ключевыми направлениями инвестиционной деятельности в регионе являются обрабатывающая промышленность и сельское хозяйство, так как именно они обеспечивают наиболее весомый вклад в формирование доходной части бюджета области и рост валового регионального продукта. В приоритетные направления инвестиционной деятельности входят также проекты развития социальной сферы, оказывающие прямое влияние на качество жизни граждан.

– Для каких международных брендов регион уже стал «родным»?

– В агентство в основном обращаются российские компании. Но на сопровождении есть и заграничные партнёры. Так, в рамках расширения российско-белорусских связей оказана поддержка компаниям АО «Амкодор-Брянск» (дочернее предприятие белорусского «Амкодора»), ООО «Клиновский пластик» (дочернее предприятие белорусского ОДО «Полидрев» и Stanwood («Стенвуд»). И есть основания полагать, что со временем список международных брендов, освоившихся в Брянской области, будет расти.



БРЯНСКАЯ ТПП: В ИНТЕРЕСАХ БИЗНЕСА, НА БЛАГО РАЗВИТИЯ ОБЛАСТИ

Торгово-промышленная палата Брянской области, в соответствии со стратегическими целями, задачами и приоритетными направлениями деятельности, проводит работу, направленную на создание благоприятных условий для ведения предпринимательской деятельности в регионе. В зону ответственности палаты входят все отрасли экономики: промышленность, сельское хозяйство, торговля, сфера услуг. Брянская ТПП объединяет крупный, средний, малый бизнес и индивидуальных предпринимателей.

Одними из основных направлений деятельности Брянской ТПП являются защита и продвижение интересов бизнеса, снижение административных барьеров, давления и налоговой нагрузки на бизнес.

С целью защиты и представления интересов бизнеса палата принимает участие в работе 14 комиссий, советов, действующих при региональных органах власти. Эксперты Торгово-промышленной палаты Брянской области участвуют в подготовке и экспертизе нормативно-правовых актов, направленных на правовое регулирование предпринимательской деятельности, готовят заключения на нормативно-правовые акты и отслеживают, чтобы мнение бизнес-сообщества было учтено.

Что касается представления интересов бизнеса в органах законодательной власти, то президент Союза «Торгово-промышленная палата Брянской области» Антонина Катянина – депутат Брянской областной Думы, она активно работает в Комитете по бюджету, налогам и экономической по-

литике и Комитете по промышленности, строительству, связи, предпринимательству и собственности, где и представляет интересы предпринимателей региона.

В палате функционируют комитеты по разным направлениям предпринимательской деятельности, в их рамках совместно с экспертами и деловым сообществом обсуждаются меры поддержки для развития предпринимательства и вырабатываются механизмы для поддержки предпринимателей региона.

Торгово-промышленная палата Брянской области активно содействует предприятиям в развитии внешнеэкономической деятельности, международной кооперации и в выходе на внешние рынки.

Продвижение региональной продукции, организация участия брянских предприятий в региональных, межрегиональных и международных выставках-ярмарках, брокерских встречах, саммитах, конференциях, бизнес-миссиях и мероприятиях формата B2B, поиск потенциальных деловых партнёров

и инвесторов, включая иностранных, проверка и подтверждение их надёжности – вот неполный перечень возможностей, которые предоставляет Брянская ТПП предпринимателям региона.

Торгово-промышленная палата Брянской области осуществляет деятельность по свидетельствованию обстоятельств непреодолимой силы по внутрироссийским договорам (контрактам).

В 2021 году было востребовано консультирование региональных организаций относительно порядка и стоимости выдачи Торгово-промышленной палатой России сертификатов о форс-мажоре по внешне-торговым контрактам, помощь в подготовке заявлений в ТПП РФ о свидетельствовании обстоятельств непреодолимой силы. При непосредственной помощи Брянской ТПП ряд региональных организаций получил в ТПП России сертификаты о форс-мажоре по внешнеторговым контрактам.

ТПП Брянской области успешно реализует практику по развитию ярмарочной

деятельности, ежегодно организуя более 20 ярмарочно-выставочных мероприятий.

В части развития инвестиционной и инновационной деятельности Брянская ТПП предоставляет консультационное сопровождение инвесторов по вопросам разработки и оформления реализации инвестиционных проектов в регионе.

Президент Брянской ТПП входит в состав Совета по проектной деятельности при правительстве Брянской области, который формирует портфель приоритетных проектов (программ) и осуществляет оценку их реализации.

Также Антонина Катянина является членом Совета по кредитно-финансовой политике и повышению грамотности при правительстве Брянской области, который создан в целях повышения финансовой грамотности населения и защиты прав потребителей финансовых услуг.

Специалисты палаты оказывают более 100 видов услуг. В современных рыночных условиях очень важно получать весь комплекс услуг в одном месте. У предпринимателей региона такая возможность есть в ТПП Брянской области.

Брянская ТПП предоставляет качественные услуги в области экспертизы и сертификации. Специалисты палаты оказывают юридическим и физическим лицам качественную и квалифицированную помощь по оценке действующего предприятия (бизнеса), нематериальных активов и объектов интеллектуальной собственности, объектов недвижимости, земельных участков, машин, оборудования и транспортных средств.

Союз «Торгово-промышленная палата Брянской области» в сотрудничестве с Государственным институтом русского языка им. А. С. Пушкина и АНО ДПО «МИМОП» проводит комплексный экзамен для иностранных граждан, а также тестирование иностранных граждан по русскому языку для получения гражданства РФ.

Кадровый вопрос всегда был актуален для предпринимательства, и пандемия ещё сильнее обострила потребность этого сектора в профессиональных высококвалифицированных кадрах.

Торгово-промышленная палата Брянской области, обладая серьёзными компетенциями, объединяя экспертное сообщество и реально взаимодействуя с бизнесом, уделяет огромное внимание развитию делового образования и подготовке новых профессиональных кадров для бизнеса, необходимых экономике региона. ТПП взаимодействует с вузами по реализации проекта «Профстажировки 2.0», проводимого АНО «Россия – страна возможностей» совместно с Общероссийским народным фронтом. Развивает формы дистанционного образования с использованием современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе с помощью образовательных проектов МИМОП.

В настоящее время Союзом «Торгово-промышленная палата Брянской области» начата работа по организации и проведению в регионе профессионально-общественной аккредитации образовательных программ, которая позволит повысить свой рейтинг, качество и уровень образо-

вательной деятельности региональным учебным заведениям.

В канун Дня российского предпринимательства в Брянской ТПП традиционно проходит Неделя предпринимательства, где совместно с бизнес-сообществом обсуждаются темы развития предпринимательства, ведущие эксперты делятся актуальной и полезной информацией. Такие мероприятия помогают быть в постоянном контакте с предпринимателями, знать, как развивается бизнес, какие встречаются сложности, в чём необходима помощь. В календаре деловых мероприятий Брянской ТПП их более 200: от небольших семинаров до форумов, помогающих получить обратную связь от бизнеса и корректировать в соответствии с ней свою работу.

Для популяризации малого и среднего предпринимательства в регионе ТПП Брянской области традиционно в канун Нового года проводит праздничное мероприятие «Бизнес-ёлка», где состоявшиеся и начинающие предприниматели могут обменяться мнениями, обсудить интересные вопросы, получить консультации у специалистов и экспертов палаты.

Изучение проблем предпринимательства, участие в диалоге власти и бизнеса, содействие в развитии предпринимательства в регионе – вот основная задача Брянской ТПП. Деятельность палаты направлена на совершенствование системы поддержки предпринимательской деятельности в регионе, расширение спектра услуг для предпринимателей.





Леонид Иванов:

«ТПП ИВАНОВСКОЙ
ОБЛАСТИ РАБОТАЕТ
ДЛЯ БИЗНЕСА, НА
БЛАГО ЕГО ИНТЕРЕСОВ
И ПРОЦВЕТАНИЯ!»

Если сообщить нашему соотечественнику: «Я уеду в Иваново...», он почти наверняка подхватит: «А Иваново – город невест?» Песню с этим рефреном в неподражаемом исполнении Андрея Миронова после выхода в свет фильма «Честный, умный, неженатый» распевал весь Советский Союз. Таковую вот неожиданную славу приобрёл с лёгкой руки мэтров отечественного искусства Михаила Пляцковского и Евгения Крылатова известный центр лёгкой промышленности. На его предприятиях по изготовлению и обработке тканей действительно издавна работало множество женщин. Да что говорить: даже на гербе Иваново изображена «пряха-невеста!» И неспроста: уже в XVII веке особого развития в этих местах достигло текстильное ремесло: ткачество льняных холстов и их отделка. В середине XVIII века богатыми крестьянами были основаны первые мануфактуры, позднее появилось производство ситца. К 1880-м годам город Иваново-Вознесенск стал ведущим текстильным центром Российской империи, эту славу он поддерживал и в советское время. А вот о том, что Иваново ещё и «город студентов», россияне знают уже меньше, как, впрочем, и о том, что его с полным правом можно назвать и «городом предпринимателей». Об этом – в нашей беседе с президентом ТПП Ивановской области Леонидом Ивановым.

– Леонид Геннадьевич, многие не знают, какой правовой статус имеет Союз «Торгово-промышленная палата Ивановской области», является ли палата бюджетной организацией или находится на самообеспечении, да и зачем, собственно, она существует. Не могли бы вы прояснить эти моменты?

– Союз «Торгово-промышленная палата Ивановской области» имеет особый правовой статус, действует на основании Закона РФ «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» и является негосударственной некоммерческой организацией в форме союза. Цель торгово-промышленной палаты – защита и продвижение бизнеса, его развитие, содействие экономической и внешнеторговой деятельности.

Многие считают нас бюджетной организацией, и из-за этого заблуждения, например, некоторые предприниматели боятся участвовать в мероприятиях, проводимых нами на некоммерческой основе, полагая,

что таким образом они опосредованно получат бюджетные средства и им придётся за них отчитываться, что, разумеется, не так. Бывает, напротив, когда к нам обращаются с запросом выделить средства из федерального или регионального бюджета на какие-либо цели, ошибочно полагая, что мы являемся их распорядителями. Такие недоразумения быстро разрешаются в индивидуальном порядке, но они периодически возникают.

Таким образом, мы не являемся государственной организацией и, что называется, находимся на самокупаемости. Часть деятельности осуществляем на некоммерческой основе, к примеру, работу в сфере законотворчества, анализа проектов нормативных актов, практики правоприменения; информирование о мероприятиях, проведение некоторых из них, например: встреч предпринимателей с представителями контрольно-надзорных органов. В 2020 году по поручению Правительства РФ бесплатно выдавали заключения об



Встреча с инспекцией труда



Встреча с ФНС

обстоятельства непреодолимой силы, сейчас эта деятельность осуществляется на платной основе. Часть деятельности реализуется на коммерческой основе по утверждённым тарифам: это экспертиза и сертификация, переводы, испытания текстильных материалов, поиск контрагентов и др. Конечно, для членов союза предусмотрены скидки и преференции.

– Вы возглавляете ТПП Ивановской области 20 лет. Если оглянуться на путь, пройденный Союзом «Торгово-промышленная палата Ивановской области» за это время, то чего удалось добиться? Как изменились условия ведения бизнеса в регионе за два десятилетия и направления деятельности союза?

– Союз «Торгово-промышленная палата Ивановской области» осуществляет деятельность уже почти 30 лет. ТПП Ивановской области была учреждена в 1993 году и в течение всех этих лет активно работает с бизнес-сообществом Ивановского региона.

Прежде всего – удалось создать высокопрофессиональную команду единомышленников, нацеленных на результат. Все эксперты имеют высшее образование, проходят переподготовку и осваивают новые компетенции. Это даёт возможность качественно и в срок выполнять все работы и оказывать услуги, адаптироваться к изменяющимся условиям ведения бизнеса. Среди направлений деятельности отмечу те, которые считаю особенно важными. Во-первых, идёт постоянная работа по анализу проектов нормативных актов как регионального, так и федерального уровня. Например, мы выступили с предложением принять федеральный закон, разрешающий организациям уменьшать налогооблагаемую базу по налогу на прибыль до 50% при условии направления указанных средств на инвестиционные цели; разработать программу по обновлению и модернизации промышленных производств с предоставлением кредитных

ресурсов под 1% годовых через ВЭБ.РФ. Также считаем необходимым принять федеральный закон об ограничении роста цен на электрическую энергию с оптового рынка уровнем инфляции и аналогичный нормативный правовой акт Правительства Российской Федерации об отклонении цен на газ, горюче-смазочные материалы, минеральные удобрения. Необходимо вносить изменения и в Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» о введении предельных торговых наценок для всех участников производства продовольственных товаров и продуктов питания. Если к нам прислушаются, то для предпринимателей будут значительно облегчены условия ведения бизнеса, они получат реальную поддержку в этот кризисный период.

Во-вторых, мы активно сотрудничаем с Фондом развития промышленности. Эта структура занимается вопросами внедрения новых технологий, модернизации и закупки оборудования, привлечения инвестиций. Мы поддерживаем проекты местных компаний, и все они успешно реализуются

в Ивановской области. Так, в 2020 году были поддержаны проекты четырёх компаний, в 2021-м – ещё пяти.

Совместно с органами власти больше внимания уделяем превенции. Одобряем и поддерживаем смещение приоритетных целей деятельности контрольно-надзорных органов с наказания на недопущение нарушений. С этой целью проводим ежемесячные безвозмездные встречи представителей органов государственной власти, местного самоуправления и представителей бизнеса. На них предпринимателям рассказывают о новых требованиях, практике их применения; у профильных специалистов предприятий есть возможность напрямую задать вопросы и получить разъяснения. Проводили встречу с представителями Роспотребнадзора, МВД, областных департаментов экономического развития и торговли, здравоохранения, администрации города Иваново по антиковидным требованиям и обстановке в регионе; с МЧС – по противопожарным требованиям, это сейчас актуальная тема в связи с изменениями нормативной базы; с ФНС – по электронным сервисам, новым правилам выдачи электронных цифровых подписей и т. д. Надо сказать, что мы всегда открыты для предложений и запросов, предприниматели могут сами определять тематику проводимых мероприятий, указать, представителей каких органов или организаций они хотят видеть, а организацию мы берём на себя.

Ситуация тоже диктует свои правила, мы адаптируемся к работе в условиях сложной эпидемиологической обстановки. Наблюдается переход в онлайн-формат, COVID-19 этому способствует. Здесь наша деятельность также меняется. Всё больше мероприятий проводим онлайн: встречи с бизнесом, подбор контрагентов, презентации предприятий. Организовали функционирование телеграм-канала для членов союза для взаимодействия по важным вопросам. В целом увеличиваем присутствие в интернете.



Встреча с Роспотребнадзором

Что-то остаётся неизменным, например, мы оказываем услуги по экспертизе и сертификации, вся экспортная деятельность проходит через нас, и фактически никто, кроме нас, в регионе таких услуг не оказывает.

– Какие услуги оказывает предпринимателям союз? Какие из них вы бы могли выделить? В какой помощи сейчас больше заинтересован бизнес? Планируется ли в перспективе расширение перечня этих услуг?

– Хочу подчеркнуть, что мы ориентируемся на рынок и потребности предпринимателей и всегда работаем над расширением спектра услуг, если есть такая потребность.

Союз предоставляет широкий спектр услуг по профессиональной независимой экспертизе – как для физических, так и для юридических лиц – и является одной из экспертных организаций региона по оказанию

контрактной системы закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд; экспертизу количества и комплектности; контроль технического состояния товара (тары, упаковки); отбор проб или образцов для лабораторных исследований; предотгрузочный контроль при погрузке товара в вагон, контейнер, автомашину и т. д.; экспертизу при рассмотрении споров в судах; идентификацию товара, в том числе определение кодов ТН ВЭД; свидетельствование форс-мажорных обстоятельств.

При союзе уже несколько лет работает испытательная лаборатория, предлагающая широкий спектр услуг по испытаниям и оценке качества хлопкового волокна, пряжи для ткачества и трикотажного производства, суровых и готовых тканей, нетканых изделий. Всего более 50 наименований показателей качества продукции текстильной и лёгкой промышленности с учётом

же система торгово-промышленных палат, и ТПП Ивановской области в том числе, наделена полномочиями выдавать заключения об обстоятельствах непреодолимой силы предпринятиям региона.

Выставочная деятельность всегда была одним из ведущих направлений деятельности союза и в связи с изменениями в современном мире трансформировалась в совершенно новый формат «онлайн-выставки». На наш взгляд, он более удобен для предпринимательского сообщества: можно без отрыва от производства и основной деятельности представить свою продукцию, заключить важные сделки, в том числе и международные, познакомиться с потенциальными клиентами и поставщиками. В онлайн-формат также были переведены семинары и конференции по различным направлениям современного бизнеса, обучающие программы. Для проведения подобного рода мероприятий мы располагаем современным оборудованием и конференц-залом, которым могут воспользоваться предприниматели для проведения переговоров и деловых встреч. В нашем штате есть дипломированные переводчики для сопровождения международных переговоров.

Специалисты союза имеют удостоверение о повышении квалификации «Классификация объектов туристской индустрии», что позволяет им осуществлять классификацию средств размещения на основании аттестата об аккредитации совместно с автономной некоммерческой организацией «Эксперт-НН».

Мы предлагаем услугу по включению организаций в Реестр надёжных партнёров ТПП РФ для заключения контрактов с организациями из других стран и регионов.

Союз «Торгово-промышленная палата Ивановской области» уполномочен выдавать предпринимателям региона свидетельства о присоединении к Антикоррупционной хартии, являющейся собой определённый свод правил, кодекс чести предпринимателей, который включает в себя выработку норм честного и неподкупного ведения бизнеса.

– В чём, на ваш взгляд, особенности бизнес-климата Ивановской области? Есть ли здесь какие-то преимущества для предпринимателей по сравнению с другими регионами?

– Не надо забывать, что у нас дотационный регион: природных ресурсов нет, разве что рекреационные, исходя из этого и строится структура предпринимательства.

В нашем регионе достаточно трудовых ресурсов – представителей рабочих специальностей. Стоимость рабочей силы является одной из самых низких в России в связи с большой конкуренцией на рынке труда и невысоким уровнем потребительских затрат.



Встреча с торговым атташе посольства Бельгии

услуг по таким направлениям, как товарная экспертиза, экспертиза страны происхождения товаров, сюрвейерская экспертиза (инспекционные услуги), экспертиза, проводимая по направлению суда (судебная экспертиза).

Экспертные заключения Союза «Торгово-промышленная палата Ивановской области» являются авторитетными, юридически значимыми документами, которые признаются в качестве доказательства арбитражными судами РФ любой инстанции. Мы предлагаем проведение экспертизы, оформление, удостоверение и выдачу сертификатов происхождения на экспортные товары, удостоверение документов, связанных с внешнеэкономической деятельностью. Особо стоит отметить оформление документов в рамках реализации Постановления Правительства РФ от 17.07.2015 г. № 719 «О подтверждении производства промышленной продукции на территории РФ» для включения в реестр Минпромторга, что необходимо для участия в госзакупках, возможного возмещения затрат и получения субсидий. Проводим также экспертизу в сфере федеральной

требований отечественных и международных стандартов, а также дополнительных требований заказчиков. Все испытания проводятся в кратчайшие сроки квалифицированными специалистами.

В 2020 году текстильная лаборатория прошла аттестацию и получила заключение ФБУ «Государственный региональный центр стандартизации, метрологии и испытаний в Ивановской области». Ежегодно проводятся поверка средств измерений и аттестация оборудования испытательной лаборатории.

Союз «Торгово-промышленная палата Ивановской области» является единственным уполномоченным представителем в регионе Единой электронной торговой площадки (Росэлторг) по выдаче электронной цифровой подписи. Для этого имеются все разрешения и документы от ФСБ, а также есть квалифицированные специалисты и соответствующее ПО.

Мы предлагаем юридические консультации и комплексное правовое сопровождение деятельности организации. Данные услуги могут быть востребованы ивановскими компаниями, если, к примеру, в их штате нет юриста или юридической службы. К тому



Встреча с торговым атташе посольства Бельгии

Также стоит отметить, что наш регион обладает высоким кадровым и научным потенциалом: мы занимаем 34 место в РФ по количеству студентов вузов на 10 тыс. человек населения, девять наших заведений высшего образования входят в рейтинг лучших университетов БРИКС по версии британской консалтинговой компании Quasquarelli Symonds. Иваново – «вузовский город», «город студентов». Сейчас союз сотрудничает с вузами, ссузами и предпринимателями, чтобы наладить их взаимодействие между собой для подготовки кадров, исходя из потребностей предпринимателей региона, чтобы и предприятия кадрами обеспечить, и студентам обеспечить возможность не уезжать из родной области.

Например, инновационные разработки ивановских учёных в области цифровых трансформаторов применяются в нескольких регионах России и уже успели получить золотые медали международных выставок. Также наша область заняла 2-е место в ЦФО по числу выданных патентов на изобретения и научные разработки.

Ивановская область – лидер ЦФО по снижению административного давления

на бизнес, по данным уполномоченного при Президенте РФ по защите прав предпринимателей.

На территории области в настоящий момент для предпринимателей и инвесторов действуют льготное налогообложение и программы господдержки: инвестиционный налоговый вычет до 90%, льготная ставка НДС 13,5% для приоритетных отраслей, минимальные налоговые ставки на 10 лет в ТОСЭР, специальный инвестиционный контракт (СПИК 2.0), льготные программы финансирования от 8,5% годовых. Также существуют специальные условия предоставления коммуникаций к сетевым и сбытовым организациям.

Как и ранее, приоритетными направлениями развития региона остаются лёгкая промышленность, машиностроение, сельское хозяйство.

В последнее время активно развивается такое направление, как туризм. Иваново, один из городов Золотого кольца, исторически является центром текстильной промышленности, «Русским Манчестером», из-за огромного количества текстильных предприятий.

Особую популярность в последнее время

приобретает событийный туризм. Проведение таких фестивалей, как «Плёс на Волге. Льянная палитра» в городе Плесе, «Лук-лучок» в Лухе, фестиваль «Русское Рождество» в Шуе, художественные промыслы в Палехе, мастер-классы и воркшопы, демонстрирующие уникальность региона, усиливает туристический и инвестиционный потенциал.

Стоит отметить, что в регионе активно развивается медицина, предприятия области готовы предложить высокотехнологичное оборудование для медицинских целей, которое востребовано не только в России, но и за рубежом. В области существуют дома отдыха и пансионаты, готовые принимать как жителей области, так и отдыхающих со всей России. Кстати, они пользуются большой популярностью среди жителей Москвы и Московской области по причине качественного обслуживания, территориальной доступности и демократичных цен.

Набирает обороты и такая отрасль, как информационные технологии. В Шуе создано предприятие по производству современной компьютерной техники, чьё оборудование хорошо зарекомендовало себя и было использовано при Всероссийской переписи населения в 2021 году.

В регионе развитая транспортная инфраструктура: 344,7 км железных дорог, 11 324,9 км – автомобильных, 288 км судоходных водных путей по направлению от Балтийского до Каспийского моря.

Аэропорт Иваново обладает международным статусом и в ближайшем будущем готовится принимать воздушные суда стран ближнего и дальнего зарубежья. Он имеет федеральное значение, из него осуществляются регулярные рейсы в Москву, Санкт-Петербург, Сочи, Анапу.

Железнодорожный вокзал в архитектурном стиле конструктивизма, один из символов Иваново, построенный в 1933 году по проекту архитектора В. М. Каверинского, в 2018-2020 годах был реконструирован с учётом сохранения исторического облика и с применением самых современных



Золотой Стандарт Культуры Гостеприимства

строительных технологий. Уже в 2021 году он занял первое место среди железнодорожных вокзалов по итогам премии GQ Travel Awards.

Подытожив вышесказанное, могу смело заявить, что в Ивановской области созданы все условия для развития и роста как крупных, так и малых производств и привлечения инвестиций.

– Для чего предприниматели вступают в члены Союза «Торгово-промышленная палата Ивановской области»?

Во-первых, у них появляется реальная возможность влиять на нормотворческий процесс, участвуя в выработке позиции союза по нормативным правовым актам, затрагивающим интересы бизнеса, в том числе в рамках процедуры оценки регулирующего и фактического воздействия нормативных правовых актов.

Во-вторых, у предпринимателей появляется возможность наладить с помо-

бенно активные его члены могут быть представлены для включения в состав общественных формирований при органах власти всех уровней и участвовать в их работе для выражения инициатив, направленных на развитие экономики. Также члены союза могут войти в состав комитетов, созданных для решения различных проблем и разрешения спорных ситуаций в различных отраслях экономики и общественной деятельности.

Стоит отметить, что, став членом Союза «Торгово-промышленная палата Ивановской области», компания получает ряд преференций.

В первоочередном порядке рассматриваются и подготавливаются документы по подтверждению производства продукции на территории РФ, а также для участия в конкурсах и торгах.

Компания получает широкий доступ к членской базе союза для осуществления дальнейшего взаимодействия, поиска кли-

крупных, так и для малых предприятий и компаний, заботящихся о своей репутации и стремящихся успешно развиваться.

– Уже не первый год длится пандемия COVID-19, ставшая ударом для всей экономики. Как предприниматели региона преодолевали непростые времена, как их поддерживала ТПП Ивановской области?

– В период пандемии нам пришлось перестроить работу всех отделов союза, так как необходимо было продолжать все направления нашей деятельности, с учётом соблюдения мер предосторожности, рекомендованных Роспотребнадзором: это измерение температуры тела, ношение масок и перчаток, использование антисептиков, дополнительные инструктажи сотрудников, обеззараживание воздуха и др. Одним словом, принимались и принимаются все меры для сохранения здоровья сотрудников и посетителей.

Даже в тот непростой период предприниматели продолжали вести деятельность, это определяло и необходимость нашей работы. Так, во время пандемии мы продолжали и продолжаем выдавать экспортёрам продукции документы, связанные с внешнеэкономической деятельностью, при необходимости дополнительно консультируем. За весь период ограничений задержек по отгрузке товара на экспорт из-за несвоевременного оформления нами документов не было.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ № 179 от 17 июля 2015 г. «О подтверждении производства промышленной продукции на территории Российской Федерации» ТПП Ивановской области продолжила подготовку документов – актов экспертизы и сертификатов СТ-1 – о подтверждении производства промышленной продукции на территории РФ и включение нашей продукции в реестр Минпромторга России. Это даёт нашим организациям право участвовать в проводимых госзакупках, получать субсидии и т. д. Так, за 2020 год было выдано 255 заключений Минпромторга России.

Беспрерывно ведётся работа по выдаче электронной цифровой подписи – как в разгар пандемии в 2020 году, так и сейчас. Подписи выдаются по предварительной записи.

На нашего юриста в период пандемии легла большая нагрузка. Правительством РФ системе торгово-промышленных палат было предоставлено право выдачи заключений по обстоятельствам непреодолимой силы по внутрироссийским сделкам. Многие предприниматели стали обращаться за заключениями в ТПП Ивановской области. Только за 2020 год число устных и письменных обращений в Союз «Торгово-промышленная палата Ивановской области» по вопросам форс-мажора составило более 500 единиц. Ситуация осложнялась тем, что с таким положением дел бизнес и



щью союза деловые, инвестиционные и гуманитарные связи с потенциальными партнёрами как из России, так и из зарубежных стран. Они могут провести проверку деловых партнёров на предмет их финансовой и деловой состоятельности, ознакомиться с коммерческими предложениями российских и иностранных компаний, регулярно получаемыми союзом, и направить собственные запросы и предложения в адрес международных, региональных и национальных предпринимательских ассоциаций, с которыми взаимодействует союз.

В-третьих, у них появляется возможность участия во всех публичных мероприятиях, организуемых союзом самостоятельно или совместно с государственными либо общественными структурами: в конференциях, семинарах, симпозиумах, круглых столах, общественных слушаниях, выставках и т. п. Союз гарантирует льготное участие во всех мероприятиях, проводимых им.

Кроме этого, по инициативе союза осо-

ентов и изучения предложений в аналогичном сегменте рынка.

Одним из важных, на наш взгляд, преимуществ членства является информационное сопровождение, которое подразумевает еженедельное оповещение членов ТПП Ивановской области о важных изменениях в законодательстве, сдаче бухгалтерской отчётности, кадровых вопросах, мерах государственной поддержки и юридических аспектах ведения деятельности, в том числе для минимизации штрафных санкций. Данная услуга для члена союза оказывается на безвозмездной основе.

Технические возможности обновлённого сайта союза предоставляют возможность размещения коммерческого предложения его члена не только в регионе деятельности компании, но и по всей России, что гарантирует приток новых клиентов и дополнительную рекламу.

Сегодня быть членом Союза «Торгово-промышленная палата Ивановской области» престижно и авторитетно как для



государство столкнулись впервые, многие государственные и муниципальные органы ошибочно толковали нормы закона или положения договора и обращались в ТПП Ивановской области за заключением, когда объективных оснований для его выдачи не имелось. В договорах были различные форс-мажорные оговорки, формулировки которых порой мешали получить заключение, например, когда стороны договаривались о причислении к обстоятельствам непреодолимой силы исчерпывающего списка событий, в котором были только войны, забастовки и стихийные бедствия. Некоторые предприниматели показали себя не с лучшей стороны: было много обращений по договорам, срок исполнения которых наступил задолго до пандемии, т. е. предприниматели пытались неправомерно использовать ситуацию с пандемией в свою пользу. Были выявлены случаи откровенной фальсификации документов, поступали и предложения «договориться», и угрозы. В целом, я считаю, мы с этой работой справились: ни одно наше заключение не было аннулировано, а в тех случаях, когда оснований для выдачи заключения не было, наш юрист разъяснял представителям организации возможные иные варианты решения их вопросов.

В период пандемии предложения по поддержке бизнеса на региональном уровне

направлялись в Департамент экономического развития и торговли Ивановской области и Ивановскую областную Думу. Все они были направлены на смягчение государственного контроля (надзора), совершенствование федеральной контрактной системы, налогового и таможенного регулирования. Были реализованы меры по отсрочке налоговых платежей, выдаче льготных кредитов на выплату заработной платы, пополнению оборотных средств, снижению и отсрочке арендных платежей, оплате больничных листов.

Подводя итог работы Союза «Торгово-промышленная палата Ивановской области» за 2019-2020 годы, отмечу, что продолжил работу Коллегия медиаторов при ТПП Ивановской области – посредник по урегулированию споров (правовая основа – Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника [процедуре медиации]»). Начата работа по свидетельствованию обстоятельств непреодолимой силы по внутрироссийским договорам, обеспечены преференции членам союза в части покупки справочно-правовой системы «Гарант» (скидки до 45%), создан телеграм-канал для руководителей организаций-членов ТПП Ивановской области, разработаны уникальная эмблема, пресс-волл (баннер).

В точках интереса бизнеса размещены буклеты об оказываемых услугах.

На ближайший трёхлетний период перед нами стоят такие задачи, как участие в создании экономико-правовых условий для эффективного и цивилизованного ведения бизнеса, в формировании стратегии инновационного развития региональной экономики, в создании благоприятного инвестиционного климата в регионе; а также активизация деятельности союза по формированию социальной ответственности и положительного имиджа предпринимательства, повышение роли малого и среднего предпринимательства в экономической и социальной жизни общества, расширение и углубление международного сотрудничества, содействие в увеличении экспорта продукции. Актуальны будут продолжение работы по свидетельствованию обстоятельств непреодолимой силы, ведение разъяснительной работы с предпринимателями по фактам неисполнения договорных обязательств в контексте форс-мажора, разъяснение альтернативных способов урегулирования разногласий, расширение спектра и повышение качества услуг, оказываемых союзом. Кроме того – организационное и материальное укрепление; подготовка и переподготовка кадров союза; развитие и укрепление членской базы; цифровизация рабочих процессов; сокращение бумажного документооборота, расширение функционала телеграм-канала; развитие медиации как перспективного инструмента разрешения споров; расширение реестра медиаторов; популяризация института медиации среди бизнес-сообщества; освоение смешанных и онлайн-форматов проведения мероприятий, обновление и закупка оборудования для этих целей; совместная работа со студентами, вузами и ссузами, предпринимателями с целью выявления потребности последних в кадрах и использования ресурсов образовательных организаций для их подготовки.

Союз «Торгово-промышленная палата Ивановской области» работает и будет работать для бизнеса, на благо его интересов и процветания!





Алексей

Мартыненко:

«МЫ ЗАДАЁМ ТРЕНДЫ, А НЕ СЛЕДУЕМ ИМ»

UNAGRANDE COMPANY СТРЕМИТСЯ СТАТЬ ЛУЧШИМ МОЛОЧНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ РОССИИ

На сегодняшний день компания Unagrande Company занимает более 6% рынка свежих сыров в России и входит в список топ-5 лидеров отрасли. Она планирует до конца года произвести более 9000 тонн молочной продукции, где 1% – доля, которая идёт на экспорт. В ближайшем будущем производитель намерен масштабировать производство, запустить в эксплуатацию новые цеха, чтобы к 2025 году занять около 12% рынка свежих сыров. О том, что стоит за этими амбициозными планами и в чём секрет успешного производства сыров в России, мы побеседовали с основателем компании АЛЕКСЕЕМ МАРТЫНЕНКО.

– Unagrande Company планирует в ближайшие два года увеличить свою долю на рынке свежих сыров в два раза. Расскажите, что стоит за уверенностью в завоевании большего объёма рынка?

– Видите ли, рынок свежих сыров – один из самых перспективных отраслевых рынков. Потребление свежих сыров растёт не только в России, но и во всём мире. Основные преимущества продукта – лёгкий вкус, нежная структура и большая вариативность использования во множестве рецептов. Также немаловажен факт стоимости, которая обычно ниже стоимости твёрдых сортов сыра, что тоже позволяет этому типу сыров отвоевать своё место в холодильнике потребителя.

К тому же уверенность в быстром росте для нашей компании дают высокое качество и безупречный вкус наших сыров. Мы

много инвестировали в основные средства и, самое главное, собрали лучшую команду на рынке, состоящую не только из российских специалистов. По сути, мы являемся международной командой, в которой есть специалисты самого высокого уровня из Италии и Франции.

А когда есть стабильное качество и вкус, бренд занимает ту долю рынка, которую он может занять, несмотря на достаточную плотность ниши. Поэтому мы уверенно смотрим на дальнейшее развитие.

– Тогда несколько слов о качестве с точки зрения вашей компании.

– Важная конкурентная составляющая – использование качественных и натуральных ингредиентов в производстве сыра. Число приверженцев ЗОЖ неизменно растёт, как и спрос на продукты питания с

«чистым» составом. Показателен был спрос на natural-тренд в 2020 году: интерес к сырам в России вырос на 7%, тогда как к сырным продуктам упал на 14%.

Unagrande Company разделяет принципы экологичности потребления и производит не просто вкусную, но и полезную для здоровья еду без вреда для окружающей среды. Сыры, которые мы производим, состоят всего из трёх компонентов: молока, соли и заквасочных культур. Все технологии итальянские, отсюда же мы привозим и заквасочные культуры. В России их нет, и сами мы не пытались развивать это направление, так как это совсем иной бизнес, его основу составляют долгие годы научных исследований. А вот молоко отечественное. Мы тщательно подходим к выбору поставщиков и закупаем молоко только высшего сорта, которое даже превосходит требования

ГОСТа. В прошлом году мы получили звание «Лучшее предприятие». Это подтверждают показатели объёма производства и продаж.

Наше предприятие оснащено оборудованием для анализа показателей влаги, жира и соли в процессе производства продукта, и это единственное подобное предприятие в России. Также у нас действует лаборатория для контроля входящего сырья, ингредиентов и готовой продукции на всех этапах.

Еда должна быть доступной, вкусной и свежей – это тренд, который Unagrande Company старается привить российскому потребителю.

Недавно Unagrande Company был присвоен международный сертификат систем безопасности пищевых продуктов – FSSC 22000. Мы считаем, что наличие такого сертификата является высшим пилотажем для предприятий, так как международная сертификация FSSC 22000 нацелена на то, чтобы минимизировать риски по пищевой безопасности и гарантировать производство натуральных продуктов. Нам удаётся соблюдать все требования схемы FSSC 22000 по самой новейшей версии (5.1) и обеспечивать контроль каждого этапа производства. Для нас получение такого документа означает, что мы работаем по мировым стандартам производства и гарантируем надёжность и высокое качество нашей продукции. Отмечу, что комплексная система пищевой безопасности касается абсолютно всех продуктов Unagrande Company: мягких, свежих и полутвёрдых сыров, сливок, а также сливочного масла. К слову, экопринципы важны для нас не только в качестве продукта, но и в самом производстве. В 2020 году был реализован проект по запуску в эксплуатацию уникальных биологических очистных сооружений, которые позволили предприятию стать одним из самых экологичных в отрасли.

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ СВЕЖИХ СЫРОВ UNAGRANDE COMPANY, РАНЕЕ ИЗВЕСТНЫЙ КАК UMALAT, СУЩЕСТВУЕТ НА РЫНКЕ 18 ЛЕТ. ЗА ЭТО ВРЕМЯ КОМПАНИЯ ИЗ УБЫТОЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ВЫРОСЛА ДО КРУПНОГО ПРОИЗВОДСТВА С ОБОРОТОМ БОЛЕЕ 3 МЛРД РУБЛЕЙ И ВЫПУСКОМ БОЛЬШЕ 8000 ТОНН МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В ГОД. В 2021 ГОДУ UNAGRANDE COMPANY – ЭТО 265 ЧЕЛОВЕК, ЧЕТЫРЕ ФЕДЕРАЛЬНЫХ БРЕНДА, ДЕВЯТЬ ФЛАГМАНСКИХ МАГАЗИНОВ В БРЯНСКЕ, БЕЛГОРОДЕ И ВОРОНЕЖЕ.

– Вы стали первым российским брендом, который вынес всю информацию о составе на упаковку. Это современный рыночный тренд? Что дал этот шаг?

– Мы это сделали потому, что не боимся говорить правду, нам нечего скрывать. Мы первыми среди производителей продуктов питания разместили полный состав на лицевой стороне. В этом мы действительно всех опередили. Нам важно всегда быть впереди, предугадывать потребности. Мы задаём тренды, а не следуем им. Современным российским покупателям важно знать, что они едят и чем кормят свои семьи. Именно поэтому, когда мы создавали дизайн, сделали акцент не на яркой упаковке, а на наиболее важной для потребителя и, главное, правдивой информации, которая подчёркивает качество нашей продукции. Мы совершенно открыто можем вынести полный состав на лицевую сторону. Такая необычная и в определённой мере дерзкая подача идеи выделила Unagrande Company среди производителей продуктов питания. Иногда надо пять минут состав читать и анализировать, насколько он безопасен для здоровья. Честность всегда импонирует покупателю и подкрепляет лояльность к бренду. Ведь обычно производители продуктов отвлекают внимание красивой картинкой, надписями об удовольствии и вкусе, а вся остальная важная информация, как правило, наносится мелким шрифтом.

– Для компании важно «задавать моду»?

– Конечно, и не только в рекламных коммуникациях. Рекламой мы продвигаем наши реальные достижения. Для нас важно быть первыми в качестве и в предложении перспективных новинок. Мы в постоянном поиске ниш, для того чтобы предложить покупателям новые виды сыров и сделать вклад в здоровье наших потребителей.





потребителям. На протяжении всего времени компания выстраивает экосистему продуктовых брендов и digital-проектов, которые предлагают потребителю комфортную среду культуры потребления и заботы о своём здоровье. С этими проектами мы заходим на территорию здорового образа жизни, и это очень важно для бренда. Мы используем нестандартный на рынке формат – создание тематических сообществ в соцсетях. Цель этих проектов – представить еду не просто как способ восполнения энергии, а как часть стиля жизни. Эта фи-

«ЧИСЛО ПРИВЕРЖЕНЦЕВ ЗОЖ НЕИЗМЕННО РАСТЁТ, КАК И СПРОС НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ С «ЧИСТЫМ» СОСТАВОМ. ПОКАЗАТЕЛЕН БЫЛ СПРОС НА NATURAL-ТРЕНД В 2020 ГОДУ: ИНТЕРЕС К СЫРАМ В РОССИИ ВЫРОС НА 7%, ТОГДА КАК К СЫРНЫМ ПРОДУКТАМ УПАЛ НА 14%».

Так, перспективным направлением в категории сыров можно назвать продукты без лактозы. По данным Института общей генетики имени Н. И. Вавилова РАН, порядка 15% жителей России страдают от непереносимости лактозы. А по данным международных организаций, генетическая непереносимость лактозы свойственна примерно 65% всех людей на планете. Из них 15% это знают из-за дискомфорта в желудке и других побочных проявлений типа тошноты, усталости и слабости, а остальные 50% этого не чувствуют, но их здоровью лактоза также не приносит пользы. За непереносимость лактозы отвечает ген, передавшийся нам от наших далёких предков того периода, когда они были охотниками и собирателями. За 10 тысяч лет, что человечество занимается скотоводством, только 35% популяции получило гены, которые без проблем расщепляют лактозу. Мы в Unagrande Company услышали об этой

проблеме и решили внести свой вклад в здоровье потребителей. И первыми среди производителей выпустили безлактозную линейку сыров. Такие безлактозные сыры позволяют всем потребителям, испытывающим дискомфорт от употребления обычных молочных продуктов, оставить в рационе вкусные сыры, сохранить привычный уровень жизни и не менять свои предпочтения. Безлактозная моцарелла, крем-чиз и маскарпоне Unagrande являются такими же вкусными и полезными, как и классические, но при этом полностью решают проблему непереносимости лактозы.

– Unagrande Company развивает несколько digital-проектов, при этом не все из них напрямую относятся к сыру, например YogaClub. С чем это связано?

– Мне всегда была интересна не классическая реклама продукции, а такая, которая может принести реальную пользу





лософия находит отклик у миллионов россиян. Так, кулинарный проект Sochetaizer с рецептами и мобильное приложение для занятий йогой YogaClub привлекли внимание более 17 млн человек.

Кстати, это и маркетинговый инструмент, и моё хобби. Я в жизни занимаюсь только тем, что мне интересно, и когда коллеги предложили сделать йога-проект, я с удовольствием откликнулся на эту идею.

Что касается эффективности такого продвижения, то целевая аудитория Unagrande Company благодаря портфелю брендов довольно обширна, в неё входят как миллениалы, так и подрастающее поколение Z. И digital-продвижение наиболее подходит для коммуникации, а социальные сети – основной инструмент взаимного общения компании и потенциальных потребителей.

Именно поэтому Unagrande Company перевела кулинарный проект Sochetaizer в Instagram и с помощью таргета обеспечила дополнительную конверсию пользователей на сайт, а после – в точки продаж. Дополнительный интерес к проекту и свежим сырам подогревают инстаграм-блогеры благодаря своим положительным отзывам и рекомендациям на личных страницах.

– Можно оценить, насколько востребованы эти проекты?

– Безусловно: только за 2020-2021 годы аудитория приложения и канала на YouTube с видеоуроками для занятий йогой YogaClub выросла в два раза, до 1 млн уроков в месяц. Какое-то влияние на развитие этого проекта, безусловно, оказала и пандемия: если до неё число подписчиков Unagrande YogaClub росло примерно на 200-300 человек в день, то во время локдауна только скачивания в App Store доходили до 4 тыс. ежедневно.

«ЧЕСТНОСТЬ
ВСЕГДА
ИМПОНИРУЕТ
ПОКУПАТЕЛЮ И
ПОДКРЕПЛЯЕТ
ЛОЯЛЬНОСТЬ К
БРЕНДУ».

А просмотры канала на YouTube увеличились до 2 млн в месяц. На мой взгляд, этим проектом мы помогаем людям экономить много времени и тем самым находить время на себя. Я сам занимаюсь йогой по этому приложению. Мы постарались сделать его очень удобным, потому что делали для себя.

– Вы как-то говорили, что хотите выйти на американский рынок, а в Новом Свете многие занимаются йогой.

– Мы изучаем этот рынок и рынки других стран и ищем бизнес-модель, которая будет успешна. Если честно, пока не занимались плотно выходом на международные рынки с Unagrande YogaClub, но мне кажется, что при правильном запуске это может стать интересным бизнес-кейсом, правда, не связанным с нашим сырым направлением.





производит продукт самого высокого качества, и с учётом развития агробизнеса в России, конкурентных цен на энергоносители, на рабочую силу и поддержку экспорта государством мы имеем хорошие шансы занять свою долю рынка за пределами России. Уже сейчас мы неплохо представлены в Белоруссии, Казахстане, Узбекистане и Армении. Ведутся переговоры с потенциальными партнёрами-дистрибьюторами из ОАЭ и Китая, которые помогут реализовывать продукцию по всем каналам продаж. Мы уже отправили первые партии свежих сыров в эти страны. На экспорт мы поставляем наши сыры

«ЦЕЛЬ ПРОЕКТОВ YOGACLUB И SOCHETAIZER – ПРЕДСТАВИТЬ ЕДУ НЕ ПРОСТО КАК СПОСОБ ВОСПОЛНЕНИЯ ЭНЕРГИИ, А КАК ЧАСТЬ СТИЛЯ ЖИЗНИ. ЭТА ФИЛОСОФИЯ НАХОДИТ ОТКЛИК У МИЛЛИОНОВ РОССИЯН».

Но в этом случае мы могли бы предлагать рекламные возможности в приложении, таком, как мы создали в России, представляющем концепцию по улучшению качества жизни.

– В марте 2021 года компания Umalat сменила имя и стала Unagrande Company. В чём вы видите задачи ребрендинга?

– В определённый момент пришло осознание, что название Umalat стало тесным. Переименование Umalat в Unagrande Company – один из этапов масштабирования бизнеса, его модернизации. Компания перешла от образа локального продуктового производителя к имиджу lifestyle-корпорации мирового уровня. Изменение бренда позволит выйти на новые рынки, поставлять свежие сыры в Арабский регион и Китай, предложить потребителям продукцию высокого качества, инновационные линей-

ки, в том числе и для детей. Как показывает наш опыт, у зарубежных потребителей нет предубеждения против российских производителей, они ориентируются на качество продукта. А в данном вопросе мы в себе на 100% уверены.

– Легко ли российскому производителю конкурировать с местными сыроделами?

– К сожалению, российская брендированная продукция незнакома зарубежному потребителю, впрочем, как и сам бренд «Россия». Но это не значит, что не надо пробовать. В каждой стране найдётся потенциальный покупатель, который не останется равнодушным к свежим натуральным сырам. Unagrande Company вполне конкурентоспособна на международном рынке. Наше ключевое преимущество заключается в том, что компания





в оригинальной упаковке с переводом. Дизайн итальянской линейки Unagrande абсолютно нейтрален и не говорит о том, что продукция из России.

Однако в портфеле Unagrande Company есть линейка детских сыров «Бонджорно», на упаковке которой размещены персонажи «Союзмультфильма». К сожалению, зарубежная аудитория с ними не знакома, поэтому в перспективе на упаковки экспортной продукции мы поместим новых детских героев, которые будут узнаваемы жителями других стран.

– Помимо названия, Unagrande Company поменяла и управленческую структуру. С сентября 2021 года пост генерального директора занимает Ян Жан Эрви. Какие задачи возлагаются на нового директора?

– Ян Жан Эрви, эксперт из Франции, уже более 15 лет сотрудничает с российскими производителями продуктов питания. Мы стремимся к тому, чтобы Unagrande Company стала лучшим молочным предприятием России. Для этого мы инвестируем в производство, привлекаем специалистов с большим опытом работы. Ян поможет продвигать компанию на рынке, сделав упор на маркетинг и продажи. На первое полугодие 2022 года уже намечены запуск нового продукта и расширение географии экспорта. К 2025 году мы пла-

нируем занять порядка 12% рынка свежих сыров и выйти на 2-е место. Я же остаюсь акционером Unagrande Company и буду активно принимать участие в развитии новых проектов.

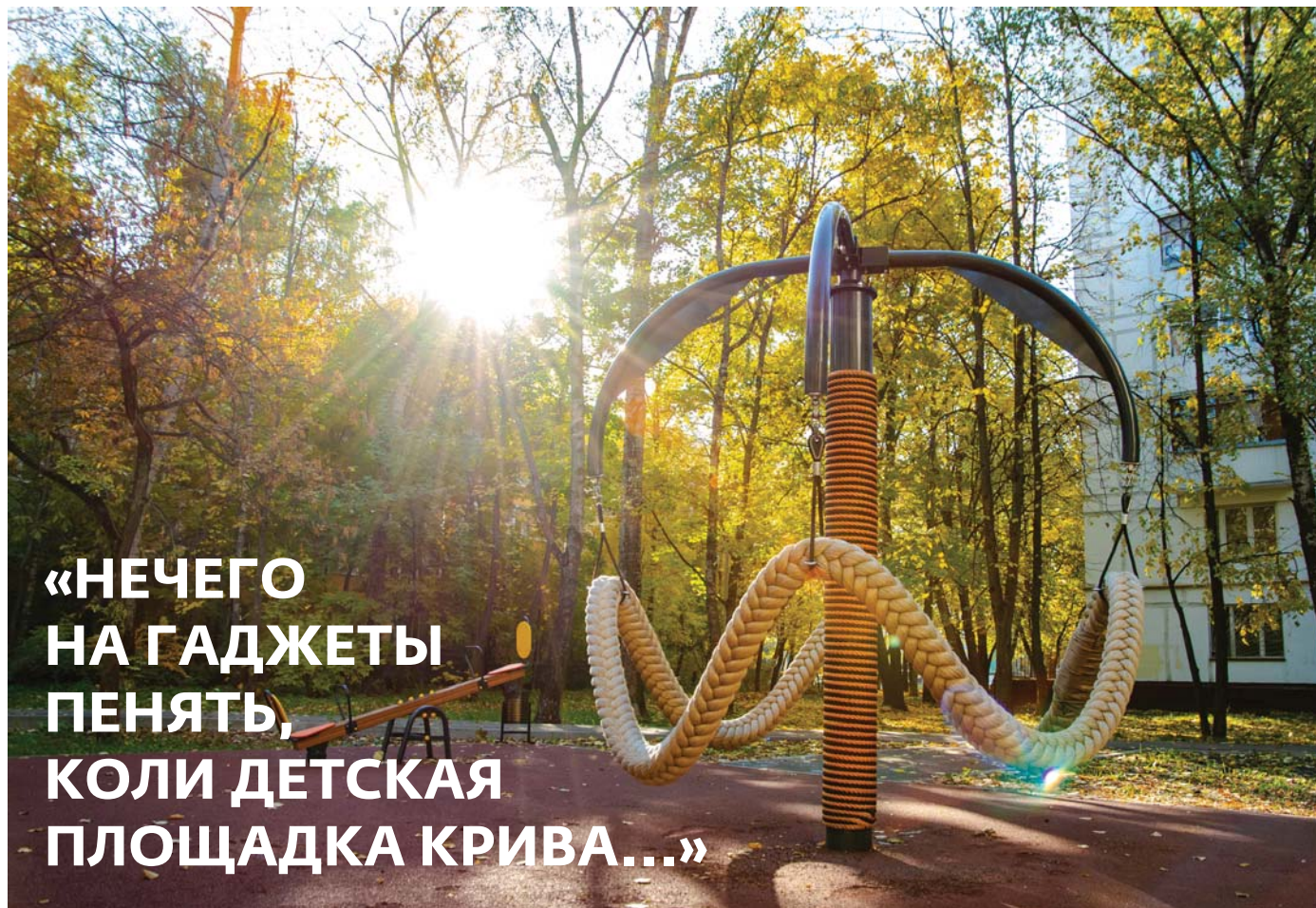
– На ваш взгляд, какие есть перспективы у рынка отечественных свежих сыров?

– Хотя карантинные меры и внесли свои коррективы в отрасль, всё же рынок сыра демонстрирует быстрый рост и является

одним из стабильных с точки зрения сбыта. Только за прошедший год потребление свежего сыра в России выросло на 16%, а в первом полугодии 2021 года – ещё на 9%. Потенциал у рынка свежих сыров очень большой, но наращивание темпов напрямую зависит от покупательной способности.

**Подготовила
Александра Убоженко**

«В КАЖДОЙ СТРАНЕ НАЙДЁТСЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ, КОТОРЫЙ НЕ ОСТАНЕТСЯ РАВНОДУШНЫМ К СВЕЖИМ НАТУРАЛЬНЫМ СЫРАМ. UNAGRANDE COMPANY ВПОЛНЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ. НАШЕ КЛЮЧЕВОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, ЧТО КОМПАНИЯ ПРОИЗВОДИТ ПРОДУКТ, НЕ УСТУПАЮЩИЙ АНАЛОГАМ, НО ПО БОЛЕЕ ДОСТУПНОЙ ЦЕНЕ».



«НЕЧЕГО НА ГАДЖЕТЫ ПЕНЯТЬ, КОЛИ ДЕТСКАЯ ПЛОЩАДКА КРИВА...»

В последние годы многие родители любят жаловаться, что нынешнее поколение детей «уже не то»: они совсем не любят гулять, а знай себе «сидят в телефончиках». При этом взрослые зачастую и сами не прочь подсунуть им «детские выключатели», то есть те же самые гаджеты, чтобы дети не мешали им... сидеть в соцсетях. На самом деле если во дворах не слышно детских голосов, то это лишь потому, что нет там хороших, качественных и увлекательных детских и спортивных площадок. Таких, например, какие выпускает компания «Юамет». Наш собеседник – заместитель директора компании по маркетингу Лидия Евсева.



– Нет, наверное, человека, который не хотел бы вернуться в детство. А если кто-то и не хочет, то только потому, что не встретил на своём жизненном пути оборудованные вашей компанией детские площадки! В чём их принци-

пальное отличие от тех, на которых росли люди, с лёгкой грустью взирющие сегодня на эту красоту и откровенно завидующие своим детям и внукам?

– Давайте начнём с того, что детские площадки – это, пожалуй, самый массовый элемент благоустройства дворов.

– Если не считать автомобильных парковок...

– От них тоже куда не денешься, но хорошие, качественные и интересные для детей площадки в какой-то степени «охраняют» и те же автомобили. Ведь чем привлекательнее будет для мальчишек и девочек их «законная» территория, тем меньше шанс у владельцев этих машин пострадать, например, от последствий, причинённых случайно прилетевшим мячом, или от других детских шалостей.

Проведённые социологами исследования показали, что самыми счастливыми

себя чувствуют дети, проживающие в небогатых районах – там, где они ничем особо не ограничены и получают свободу.

Детские площадки прошлого поколения в нашей стране заполнялись стандартными комплексами, которые в лучшем случае были направлены на безопасность детей, но никак не на их развитие. На стандартных площадках детей как будто специально загоняют в некий чёткий сценарий поведения, который взрослые для них «прописывают». Ограничение пространства и возможностей приводит, таким образом, к понижению творческой активности детей, к незнанию ими законов природы.

Ключевая цель нашей компании – как можно дальше отходить от такого «стандартного» наполнения, проектировать детские игровые пространства нового поколения и современные спортивные кластеры. Наша миссия – разрабатывать продукцию для зоны игр и отдыха детей так,

чтобы ребёнок, преодолевая препятствия, формировал физические навыки, достигая целей, воспитывал в себе характер.

– Возраст человека сегодня можно определить в том числе и тем, знает ли он значения слов «воркаут», «паркур», «кроссфит»... Молодым людям, которые следят не только за количеством «лайков» под своими постами, но и за своей физической формой, все эти понятия разъяснять не надо. На смену турникам, брусьям и простеньким «рукоходам» советских времён пришло время разнообразной формы и возможностей, в том числе это и компактные комплексы, помогающие развивать силу и ловкость. Такие «Юамет» тоже выпускает. Расскажите, пожалуйста, об этом направлении вашего производства.

– Замечательно, что количество многофункциональных спортивных площадок в российских городах с каждым годом растёт. Сегодня у молодого поколения считается, что быть модным, идти в ногу со временем – значит быть спортивным, ловким, сильным.

К тому же, по статистике, в тех городах, где растёт количество спортивных объектов, мелкая подростковая преступность снижается.

Наша компания заинтересована в производстве разнообразных спортивных



комплексов: если у подростка есть место, где он может «выплёскивать» свою энергию, показывать перед сверстниками свою «крутость», его энергия будет направлена на созидание. Здоровая молодёжь – это в будущем здоровая нация.

– Когда в детстве лазаешь по деревьям, прыгаешь с высоты или переходишь по стволу упавшего дерева на другой берег ручья, ты уверен, что это совсем не страшно и опасности тут нет никакой. Когда спустя какое-то время

ты вдруг видишь, что тем же самым занимаются твои дети, ты уже далеко не так уверен в безопасности подобных занятий. Страшно представить, что будет, когда дело дойдёт до внуков... А насколько безопасны детские и спортивные комплексы, которые выпускает «Юамет»?

– Безопасность детской площадки является для нас самым важным критерием. Некоторые из существующих регламентов носят рекомендательный характер, а некоторые являются обязательными. Все



острые части должны быть закрыты, все спуски и зазоры – соответствовать стандартам. Например, опоры рекомендуется делать из цельных труб, а цепи на качелях должны быть закрыты кожухом.

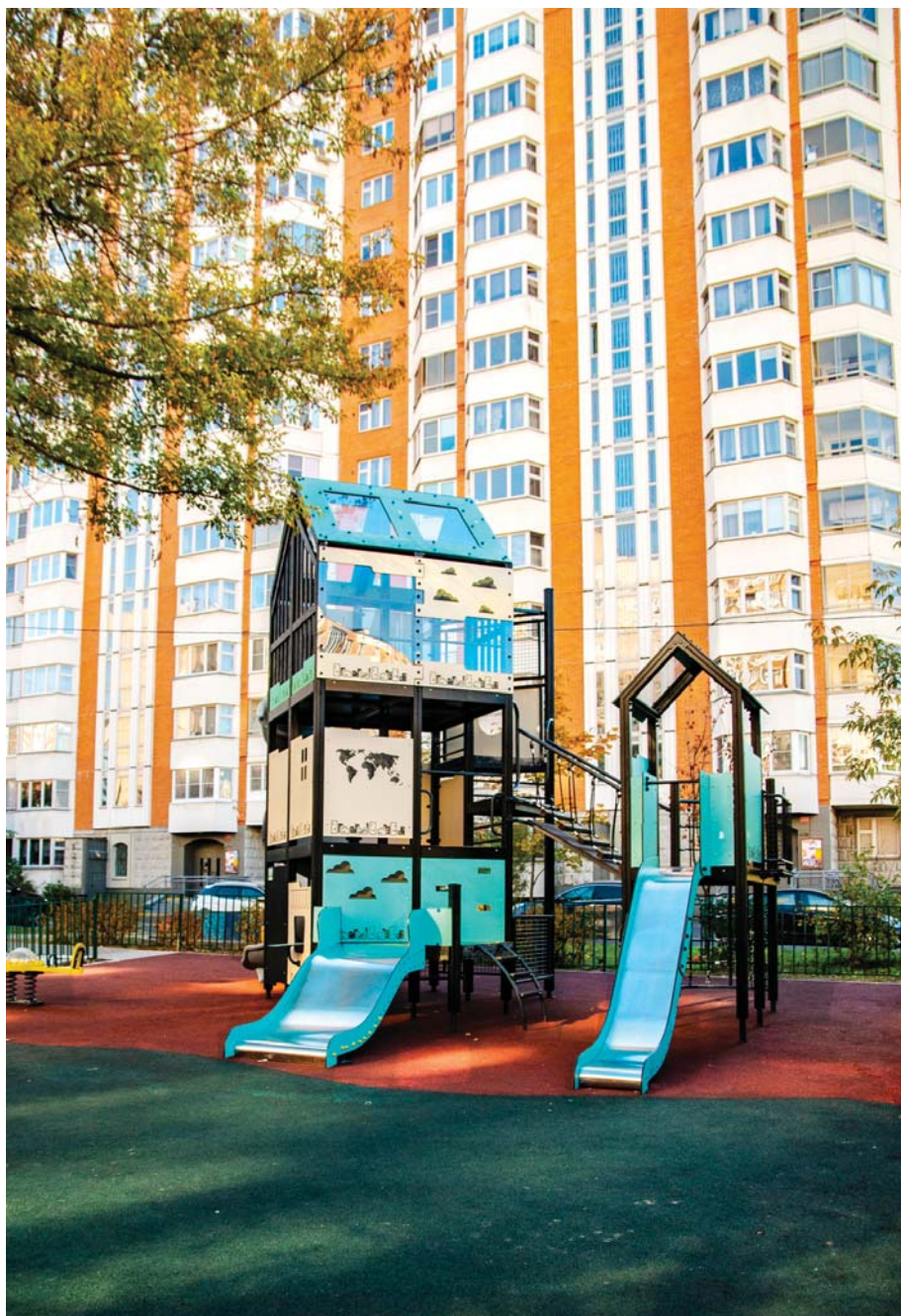
Каждая площадка в обязательном порядке должна обладать паспортом безопасности. Перед вводом в эксплуатацию все конструкции проверяются на прочность, на правильность сборки, на отсутствие брака, дефектов. В дальнейшем осмотр проводится в начале сезона: для оценки износа оборудования, закрепления болтов и гаек, ремонта и замены повреждённых частей.

– Когда в наших широтах говорят: «Сколько лет...», непременно добавляют: «...сколько зим». Зимы у нас длинные, и как бы глобальное потепление нас ни развлекало, морозы всё-таки бывают. Насколько продукция вашей компании приспособлена для использования в холодное время года?

– Да, в тёплое время года детские и спортивные площадки превращаются в «центр притяжения» для всех жителей окружающих домов: маленькие дети здесь играют, а подростки и даже взрослые занимаются спортом. Однако зимой жизнь на придомовой территории обычно замирает: сугробы и наледь отбивают желание горожан гулять во дворах.

Однако в последние годы наметилась тенденция вместо песка или асфальта застилать площадки резиновым покрытием, за которым можно ухаживать и зимой, и летом. В первую очередь это относится к управляющим компаниям, которые должны производить расчистку территории от снега и наледи. Современная безопасная детская площадка должна соответствовать всем ГОСТам, а значит, быть приспособленной для игры на ней в любое время года.

– Когда видишь продукцию вашего предприятия, понимаешь, что это не только производство, но ещё и твор-



чество. Чьих рук и ума это дело – разработка новых комплексов и площадок? И какие у них «творческие планы»?

– Наше предприятие хотя и сравнительно молодое, но у нас уже сформировано «интеллектуальное ядро», состоящее из людей с опытом работы в этой сфере. В процессе разработки комплексов каждый член нашей команды может привносить свои идеи, например по вводу какого-то нового элемента на тот или иной объект, предложить своё мнение по цветовой гамме, по расстановке каких-то «узлов» на нашей продукции, а также по внедрению какого-то «свежего» комплекса.

Работа у нас командная, она учит присматриваться к особенностям друг друга и как находить сильные стороны каждого члена команды, так и при необходимости «подстраиваться под коллектив» ради до-

стижения общей цели. Это отличная основа для генерации свежих идей и лучших решений.

– Возможно, вам хотелось бы рассказать ещё о чём-то важном, интересном, уникальном, а я не спросил...

– В наших планах – как расширение ассортимента продукции, так и освоение рынка не только Российской Федерации, но и ЕАЭС. Наша миссия – разрабатывать продукцию для зоны игр и отдыха детей так, чтобы ребёнок, преодолевая препятствия, формировал физические навыки и, достигая целей, воспитывал в себе характер.

Наш девиз: «Мы работаем для того, чтобы наши дети радовались!»

Алексей Сокольский

В декабре 2019 года компанию «Юамет» бросило в буквальном смысле «из холода в жар»: при пожаре практически полностью выгорели основные цеха. Но оказывается, «из пепла» может восстать не только сказочная птица феникс. Далее – о том, как компании удалось довольно быстро не просто «прийти в себя», но и фактически восстановить производство.

Сразу после пожара коллектив испытывал некоторую растерянность. Тогда все думали: на восстановление предприятия потребуется много времени. Сколько точно, никто не мог сказать, но было очевидно, что не неделя и не месяц. Но сотрудники, переодевшись, бросились разбирать руины, восстанавливать предприятие, и это очень мотивировало, давало дополнительную энергию для того, чтобы быстро собственными силами отстроить заново цеха, восстановить весь ассортимент оборудования, необходимого для производства качественных изделий.

Нам ещё и как будто «помощь свыше» пришла: помните, наверное, какой необычно тёплой была та зима? Это позволило нам заниматься восстановлением цехов весь зимний период, не дожидаясь весны.

После пожара мы стали, наверное, ещё более активными, в том числе и с точки зрения производства. Всей нашей сплочённой командой мы активизировались для того, чтобы выйти на прежние показатели.

Да, пожар – это страшная трагедия, но

он нас многому научил. Самое важное – он сильно изменил предприятие: наш коллектив сегодня сплочён как никогда, потому что в тяжёлое кризисное время все мы поняли на собственном опыте, что такое сила команды...





ВЫБРАТЬ «ПРАВИЛЬНУЮ» КОЛБАСУ: «ДЕЛО ВКУСА»

Советское время, которое люди, его заставшие, вспоминают сегодня с теплотой, помимо несомненных достоинств, имело и отдельные недостатки. Например, дефицит: успеть «ухватить» палочку «Докторской» или колечко «Краковской» считалось большой удачей. Сейчас на полках магазинов царит изобилие, но как не ошибиться при выборе, как купить «правильную» колбасу, чтобы мяса в ней было много, а всяческих сомнительных добавок – мало? На чём остановить свой взгляд? Что положить в корзину? Ответить на эти вопросы можно так: «Дело вкуса».

«Дело вкуса» – это семейное производство колбас и деликатесов, расположенное среди живописных полей и рощ в деревне Меркульево Брянской области. Наш собеседник – руководитель предприятия ЕВГЕНИЙ РЕДИН.

– Евгений, название сорта той или иной колбасы сегодня мало о чём говорит покупателю. Гораздо важнее при выборе производитель. Так всё-таки как выбрать «правильную» колбасу? Почему один и тот же сорт, с одним и тем же названием и рецептурой, сделанный вроде бы по одним и тем же ГОСТам, у одного предприятия получается – пальчики оближешь, а от продукции другого пропадает всякий аппетит? И благодаря чему от колбасы, выпущенной на вашем предприятии, не откажутся даже самые придирчивые гурманы?

– Я бы посоветовал выбирать именно мясной продукт, а не мясосодействующий. Это обязательно должно быть указано в маркировке. Разница тут в проценте используемого при производстве мяса.

Продукция «Дело вкуса» изготавливается полностью без мясозаменителей, но надо понимать, что даже в качественной полукопчёной, сырокопчёной колбасе не может быть 100% мяса, так как несколько процентов – это всегда соль, сахар, специи. В варёных колбасах – ещё молоко, яйца, рецептурная влага. К тому же современные ГОСТы чётко не регламентируют процентное содержание определённого сырья в массе продукта. Мы, например, в колбасах «Докторская» и «Любительская» за образец взяли соотношение сырья согласно ГОСТу 1979 года, так как считаем его самым удачным.

Ещё один важный критерий выбора – способ копчения. У нас на предприятии продукция проходит процесс копчения только натуральным способом: дымом от ольховой щепы. Помимо того, что дым придаёт продукту пикантный вкус и аромат, он является ещё и натуральным природным консервантом. А вот продукт, копчённый с помощью «жидкого дыма», лучше обойти стороной. Частое употребление такой продукции может привести к серьёзным последствиям для здоровья.





Ну и конечно, килограмм хорошей колбасы не может стоить дешевле килограмма мяса.

– Есть ли разумный баланс между ручным трудом и тем, когда «вкалывают роботы», а не человек?

– Мне кажется, мы сумели найти такой баланс между современным производством и ручным трудом. Современные технологии – это, конечно, хорошо, но определённые операции всё же лучше выполняет человек, профессионал, своими «умными» руками.

– Ваш бизнес семейный. Кто в нём участвует? Не ропщете ли младшее поколение, что за них сделали выбор?

– Да, действительно, предприятие у нас семейное, мы даже стали в 2020 году победителями акции и вошли в число «100

семейных компаний под патронатом Президента ТПП РФ». Победа в таких конкурсах очень мотивирует.

Мой первый помощник на работе – жена, без её помощи и поддержки я бы не воплотил свои планы и идеи в жизнь. Сейчас нам помогают уже и двое старших сыновей, а младший пока только в фотосессиях участвует, ему девять лет. В любом случае помогать в семейном деле – их осознанный выбор. Где продолжать свою трудовую деятельность в дальнейшем – будет зависеть только от них самих, тут не должно быть никакого принуждения.

– А как родилась идея создания вашего семейного производства?

– Начинали ещё в далёком 1998 году, когда прилавки были завалены импортом сомнительного качества. Было, так сказать,

«за державу обидно»: привозим за тридцать земель невесть что! Захотелось делать своё, качественное. Было трудно, кредитов тогда малому бизнесу не давали, плюс дефолт подоспел. Семья меня поддержала, и сейчас мы ни о чём не жалеем. Начав дело на арендуемых муниципальных площадях – чуть более 100 кв. метров, сейчас мы трудимся в собственном современном здании площадью около 2000 кв. метров. Построено оно по шведской технологии компании Lindab. С учётом накопленного опыта мы сами участвовали в разработке проекта и в контроле каждого этапа строительства.

– Скажите, предприятиям не крупным, таким как ваше, нелегко, наверное, выживать в условиях пандемии?

– Конечно, нелегко, но мы видим, что государство предпринимает какие-то шаги, чтобы помочь малому бизнесу. В этом году благодаря государственному софинансированию мы смогли принять участие в крупных выставках. В рамках этих выставок проводились конкурсы, и в них мы тоже с успехом участвовали.

Так, на 30-й, юбилейной международной продовольственной выставке PETERFOOD 2021 продукция «Дело вкуса» завоевала две золотые медали, а на XXIII российской агропромышленной выставке «Золотая осень – 2021» – сразу пять золотых медалей!

Вообще, жизнь показывает, что семейные предприятия оказались самыми устойчивыми в условиях кризиса. Сейчас мы полны новых идей и с уверенностью смотрим в будущее.

Подготовил Иван Фёдоров



Настроение и уверенность НА КОНЧИКАХ ПАЛЬЦЕВ



На Елене Зимаковой
платье-комбинация
KSENYMOOD
@ksenymood.brand

Мужчины, как известно, с Марса, а женщины с Венеры, но встречаются они на Земле. Встречаются, присматриваются, удивляются, заинтересовываются, скажем так, некоторыми им самим не присущими особенностями «инопланетян». И оценивают их! (О чувствах, при этом возникающих, говорить не будем, поскольку журнал у нас всё-таки деловой...) Иногда «марсиане» и «венерианки» некоторые манеры, привычки и интересы друг у друга заимствуют. Не будем говорить, что это обязательно плохо. Женщины за рулём, например, давно уже никого не удивляют и не огорчают, в отличие от женщин, занимающихся тяжёлой атлетикой... Важность и даже необходимость для мужчин ещё одной, казалось бы, изначально чисто женской «истории» прекрасно может объяснить – буквально на пальцах – владелица сети салонов маникюра и педикюра «Забота о пальчиках» ЕЛЕНА ЗИМАКОВА. К ней и вопрос...

– Елена, знаете, я недавно позвонил своей младшей дочке, а она мне ответила: «Папа, я не могу говорить, я ногти делаю». И я понял, что она повзрослела... Поэтому первый мой вопрос вам, как женщине, скорее всего, покажется наивным и глупым, но многих мужчин он реально волнует: почему для женщины красота ногтей – это так важно?

– Для женщины всё, касающееся внешности, важно! Я бы даже сказала, что красота ногтей – не самая главная, но одна из важных составляющих образа женщины, её красоты. Маникюр – это больше, чем уход за ногтями, это «работа над самооценкой», которую заметно повышают ухоженные ногти. Когда у женщины всё в порядке, руки ухожены, она себя чувствует более уверенно, более раскованно.

– Казалось бы, маникюр – дело женское, задача мужчины – «выгрызть зубами и выцарапать ногтями своё место под солнцем», но... Вспоминается Пушкин: «Быть можно дельным человеком и думать о красе ногтей». С классиком спорить бессмысленно. И всё-таки: ходят ли в ваши салоны «суровые мужчины»? Или у нас в стране это не принято и «настоящие мужчины красят ногти молотком»?

– Ходят, чему я очень рада. Я считаю, что мужчины – особенно те, кто занимает определённые должности либо в органах власти, либо в бизнесе, – тоже должны, что называется, «соответствовать» своему положению. Соответствовать в том числе и своим внешним обликом, манерами, костюмом, наконец. Но! Я считаю, что дорогой красивый костюм без профессионального маникюра уже не такой дорогой и не такой красивый. Образ делового человека или образ человека при власти без маникюра неполон. И многие мужчины, которые это уже поняли, которые хорошо, по-европейски воспитаны, делают профессиональный гигиенический маникюр. Во-первых, это здоровье. Во-вторых, полное соответствие стилю. На такого мужчину хочется равняться. Хороший руководитель таким и должен быть! Поэтому мужчины ходят к нам постоянно.

– Убедившись, что в Брянске много хороших руководителей-мужчин, а не только женщин (в последнем, глядя на вас, мы и не сомневались), перейдём к вашей сети салонов. Раньше она называлась «Счастье», теперь – «Забота о пальчиках»...

– Да, у нас произошёл ребрендинг.

– Но почему? Из-за чего вы на такое пошли? Как можно отказаться от счастья?..

– От счастья отказаться невозможно! Но... счастье не бывает постоянным!

– **«Когда бы нам счастье навек давалось, оно бы буднями называлось»?**

– Да, счастье – это минуты, мгновения... Из этих минут и мгновений и собирается наша жизнь. Человек не может быть счастливым постоянно. То же и в бизнесе. Любой бренд живёт какой-то определённый срок. Пришло время нашей сети салонов дать городу что-то новое.

– **Что изменилось, помимо названия? Ведь невозможно просто сменить имя, заголовок, а суть оставить той же...**

– Изменилось многое, начиная от интерьера. Мы шагаем в ногу со временем. Следим за тем, что диктуют рынок, мода. Мы по максимуму взяли всё то, что предлагает сегодня мировая ногтевая индустрия. Все расходные материалы у нас теперь исключительно одноразовые. Это, как вы понимаете, тоже «веяние времени», ситуация с ковидом не могла пройти для нас бесследно: с одной стороны, ограничения вводит государство, с другой – люди и сами стали стараться быть более внимательными к своему здоровью, защищать себя от возможности заболеть. И мы этим запросам соответствуем. Помимо перехода на одноразовые расходные материалы, причём все они премиум-брендов, мы сделали максимально большим пространство одного гостя.

– **То есть то, что называют скучным словосочетанием «социальная дистанция»?**

– Да, благо помещения позволяют нам сделать так, чтобы каждому нашему клиенту было не тесно и не опасно находиться рядом с другими гостями.

– **Если уж от этой темы, как от судьбы, не убежишь, скажите, пожалуйста: больно ли ударила пандемия по вашему бизнесу? Возвращается ли ситуация на круги своя? Устали ли люди бояться?**

– Вы знаете, я бы сказала, что люди разделены даже не на два, а на три лагеря: на тех, кто не боится; на тех, кто боится, но ходит; и на тех, кто не ходит никуда. То есть – нет, ситуация по-прежнему абсолютно нестабильная, рынок так и не выровнялся. Достаточно большое число людей, наверное, около 30%, от этой услуги решило временно отказаться, дабы не подвергать себя риску заражения. Скорее всего, это люди или не переболевшие, или те, у кого в семье случилось горе в связи с этой ситуацией, и они вообще отказались от близких контактов. Ведь маникюр предполагает очень близкий контакт мастера с гостем. Через мастеров каждый день проходит большое количество людей, то есть они потенциально могут стать разносчиками, и люди этого боятся, хотя мы и принимаем все возможные меры предосторожности. Но... психологический фактор никуда не исчезает. Люди

запуганы. К счастью, благодаря тому, что наша сеть существует уже больше десяти лет, у нас хорошая клиентская база.

– **И эти люди вам верны?**

– Да, они нам верны. Но всё равно ковид, конечно же, нанёс большой удар по бизнесу в сфере красоты и вообще в сфере оказания услуг. Очень большой удар.

– **Много ли у вас в Брянске конкурентов? Не собираетесь ли вы стать чьим-то конкурентом в других городах?**

– Знаете, мы были первыми, кто пришёл в Брянск с таким видом услуг. После этого открылось такое количество салонов, что я уже сбился со счёта. Но до сих пор наш успех так никто и не повторил. Другой сети – именно сети, большой, качественной, предлагающей маникюр-педикюр, – никто так и не создал, не открыл. Есть люди, которые открывают отдельные салоны, я не называю их конкурентами, мне не нравится это слово, это мои коллеги. Со всеми стараюсь поддерживать хорошие, приятельские отношения, в чём-то мы даже советуемся. Точнее, советы даю я... Отпускаю «в вольное плавание» своих девочек, и они открывают свои салоны.

– **Так бывает?**

– А почему нет? Все хотят расти. Если хватает амбиций, хватает желаний – пожалуйста! Я вполне могу это понять.

– **Обычно бывают обиды: мол, «мы тебя растили-растили, а ты...».**

– Я никого не расту, точнее, расту, но... Мы работаем на взаимовыгодных условиях.



Хочет открыть свой салон? Пожалуйста! Значит, она переросла предыдущий этап, молодец, я рада за неё. Не рада тогда, когда обманывают: придумывают беременность, ещё что-то... А сами открывают салон. Вот тут действительно неприятно. А с теми девочками, которые уходят по-честному, мы взаимодействуем, общаемся, и даже бывают случаи, когда у них по каким-то причинам салон закрывается – знаете, команда есть команда, а одной тяжело, тем более в такие времена, – они ко мне возвращаются, и я с удовольствием продолжаю с ними сотрудничество.

– **Есть ли какие-то такие фишки, которые отличают ваш салон от других? Почему вы остаётесь лучшими?**

– У нас это сервис, такой сервис, какого в других салонах нет. У нас – уровень! Вы можете сравнить автосалон «Мерседес» с мастерской в гараже, пусть даже очень опытного автомеханика? В нашем бизнесе всё, как и в театре, начинается с вешалки. Знаете, заходишь порой в какой-то брянский салон, а там даже администратора нет. У нас же клиент сразу понимает, что зашёл в серьёзную и дорогую организацию, где всё подстроено под его комфорт, где он действительно может получить качественную профессиональную услугу. Для нас он – клиент, а не посетитель, который как будто бы тут всем должен...

Я сказала «дорогую», но, если честно, ценовой диапазон у нас стандартный, классический. Чем отличаемся от других? Именно сервисом. Раньше мы отличались ещё и тем, что только у нас был комплекс «в четыре руки», то есть когда два мастера делают одному человеку и маникюр, и педикюр одновременно. Мы первыми его привезли. За десять лет, конечно же, наш пример многие повторили. Но сервиса такого, как у нас, нет ни у кого. А я за сервис.

«Дорого стоит» не маникюр. Дорогого стоит состояние души, твоё настроение, когда ты чувствуешь себя настоящей женщиной – красивой, ухоженной...

– **Настроение на кончиках пальцев...**

– Настроение, уверенность на кончиках пальцев и час релакса, который приятен и для глаз, и для души. Он бесценен.

– **То есть удовольствие у вас получают не только от результата, но и от процесса?**

– Да, все наши салоны этому способствуют. Ведь маникюр – это действительно не просто красивые ногти, это намного глубже, это твоя внутренняя уверенность. И я хочу, чтобы женщины не забывали про себя и находили желание и возможность посвятить час-полтора уходу за собой.

ИЗ «КЛАССИЧЕСКОЙ» ЮРИСПРУДЕНЦИИ – В «ЦИФРОВУЮ»...

Известные, знакомые, привычные всем методы работы – всё это, что называется, не догма, даже если слово это является названием вашей фирмы. Идти в ногу со временем, оказывать услуги за границами привычных рамок, за границами каких-либо конкретных узких специализаций и, наконец, за границами города, в котором расположена штаб-квартира, – всё это стиль работы юридического бюро «ДОГМА», с управляющим партнёром которого, Василием СТЕПИНЫМ, мы сегодня и беседуем.



– Василий Валерьевич, давайте начнём разговор с истории становления вашего юридического бюро.

– Юридическое бюро «ДОГМА» было образовано летом 2016 года, в городе Брянске, по моей инициативе. До этого у меня уже был опыт работы в Санкт-Петербурге, в одной из крупнейших аудиторско-консалтинговых компаний России. Именно там мне довелось прочувствовать и воспринять высокие стандарты деятельности в области права, а также ознакомиться с

новейшими тенденциями в правоприменении. И возникло желание попробовать использовать полученный опыт в других регионах России.

– Сегодня можно заметить тенденцию к некоей «специализации» многих юридических бюро и кабинетов на конкретных областях права. Следует ли этой тенденции «ДОГМА»?

– Прежде всего, необходимо отметить, что мы занимаемся широким спектром

гражданско-правовых и административных правоотношений, возникающих в процессе осуществления деятельности как субъектами предпринимательства, так и гражданами в их повседневной жизни. То есть, если выразиться правовыми категориями, субъектами наших услуг являются как индивидуальные предприниматели и организации, так и граждане – физические лица.

Что касается узкой профессиональной специализации при оказании юридических

услуг, то такой подход мы в полной мере разделяем, поскольку успешность разрешения того или иного вашего вопроса во многом зависит от того, какой специалист либо группа специалистов, обладающих углублёнными знаниями в конкретной области права и правоприменительной практике в ней, будет заниматься этим вопросом.

Вместе с тем, учитывая широкий спектр юридических услуг гражданско-правового характера, оказываемых нашим бюро, мы делаем упор на совмещение широкого предложения этих услуг для клиентов и узкой специализации юристов, занимающихся конкретными вопросами.

– О видах услуг, о спектре вопросов, которыми занимается юридическое бюро «ДОГМА», попросу рассказать подробнее.

– Наше бюро оказывает правовую помощь юридическим и физическим лицам по широкому спектру гражданско-правовых отношений, включая договорные (подготовка, сопровождение, структурирование сделок), корпоративные (регистрация, проведение собраний, реорганизации, ликвидации, продажа/заклад долей и акций), отношения в сфере оборота недвижимого имущества (оформление, образование/выделение, регистрация прав и обременений объектов недвижимого имущества), банкротство (в том числе физических лиц), семейные споры (в частности споры о разделе имущества, о воспитании детей), алиментные отношения.

Кроме того, в своей деятельности мы уделяем внимание вопросам трудового законодательства. Юристами бюро при возникновении трудовых конфликтов могут осуществляться консультирование и представление интересов как работника, так и работодателя.

Безусловно, важным направлением деятельности нашего бюро является судебное представительство в мировой юстиции, судах общей юрисдикции, арбитражных судах, Верховном суде РФ, ведь именно при рассмотрении конкретных дел в судебных инстанциях формируется правоприменительная практика по конкретным вопросам в том или ином регионе.

– «ДОГМА» базируется в Брянске. Ограничивается ли её деятельность рамками этого города? Или про желанное применения опыта в регионах вы упомянули не зря?..

– Да, уже более пяти лет мы находимся в Брянске, но юридические услуги клиентам оказываем в городах и областях всего Центрального федерального округа, Нечерноземья: это Тула, Смоленск, Орёл, Калуга и другие. Есть у нас действующие и успешно завершённые проекты в Москве и Санкт-Петербурге.

Тут необходимо понимать, что, несмотря на, казалось бы, единое правовое пространство, это же всё территория России – практически каждый регион имеет какие-то свои правовые особенности, связанные с региональным правовым регулированием тех или иных вопросов, что, конечно, следует учитывать для успешного разрешения вопросов, с которыми к нам обращаются клиенты.

Тем не менее – в связи с ростом цифровизации и своего рода экстерриториальности государственных органов при оказании ими услуг в электронном виде, а также благодаря использованию цифровых сервисов судами местонахождение юристов не имеет преимущественного значения.

Более того, находясь вне пределов столичного региона и крупных конгломераций, мы обладаем неоспоримым преимуществом при формировании ценовой политики за оказываемые услуги.

– Вы затронули вопрос цифровизации государственных и судебных сервисов. Использует ли ЮБ «ДОГМА» в своей деятельности современные цифровые возможности?

– Как уже было сказано, деятельность бюро как образования, объединившего вокруг себя юристов из различных отраслей права, осуществляется на протяжении более пяти лет, но это не означает, что вся профессиональная деятельность наших юристов ограничивается этим сроком. Бюро сотрудничает со специалистами, имеющими 15-20-летний опыт работы. Однако чтобы иметь возможность оказывать юридические услуги на высоком уровне, необходимо постоянно следить за новейшими тенденциями не только в области правоприменения, но и в использовании современных методов оказания юридических услуг. В связи с чем мы следим за новинками LegalTech, частично используем их в повседневной деятельности. Речь идёт не только о ставших уже привычными онлайн-документообороте с судами и участии в судебных заседаниях онлайн, но и, в частности, о возможности заключения договоров в электронном виде, в том числе и о возможности электронного нотариального удостоверения при оформлении прав на объекты недвижимого имущества. Такую возможность предоставляют последние поправки в действующем законодательстве.

– Какие новые направления деятельности вы видите для развития юридического бюро «ДОГМА»?

– Без сомнения, развитие новых направлений оказания услуг связано с постоянным дополнительным образованием юристов, являющихся нашими партнёрами. Перспективным для себя мы считаем углубление работы по изучению и правовому сопровождению смарт-контрактов, цифровых активов, включая виртуальные объекты NFT. Интересным

представляется не только правовое сопровождение сделок, заключаемых с использованием системы блокчейн, но и правовое сопровождение интересов клиентов при использовании цифровых валют. Несмотря на ещё достаточно небольшие объёмы использования таких цифровых инструментов, мы уверены, что при развитии соответствующего правового регулирования в нашей стране и в мире в целом данные явления займут своё место в повседневном применении. Причём не только организациями и лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, поскольку открывают для них новые перспективы, но и физическими лицами.

Таким образом, чтобы трансформироваться из «классической» юриспруденции в «цифровую», необходимо уделять должное внимание современному профессиональному обучению партнёров и специалистов. Строго говоря, юриспруденция, как система научных знаний и их применения на практике, не изменяется, изменяются предмет правового регулирования и метод такого регулирования. Этот процесс неизбежен, и к нему необходимо быть готовым.

Другим направлением деятельности, развитию которого уделяется незаслуженно малое внимание, является судебная медиация. После принятия соответствующего федерального закона данная процедура не получила широкого распространения. Тем не менее, имея достаточно обширный опыт судебной работы, юристы нашего бюро уверены в большом потенциале медиации как способа разрешения конфликтных ситуаций с учётом российских реалий. Способа, позволяющего значительно сэкономить финансовые и временные затраты клиентов.

– Подводя итог нашего разговора, что вы можете сказать своим сегодняшним и потенциальным клиентам?

– Прежде всего, хотелось бы сказать спасибо за доверие всем тем, кто обращается к нам со своими вопросами, проблемами и предложениями. В течение многих лет мы прилагаем максимум усилий для их разрешения и рады тому, что клиенты не только многократно обращаются к нам, но и рекомендуют нас знакомым и деловым партнёрам. А такой старый способ маркетинга, как сарафанное радио, по-прежнему является показателем доверительных и эффективных отношений между клиентом и исполнителем.

Конечно, будучи заинтересованными в расширении клиентской базы, мы рады предложить полный спектр оказываемых нами услуг в сфере гражданско-правовых и административных отношений при сохранении индивидуального подхода к каждому клиенту. Ждём вас не только с интересными кейсами, но и с повседневными правовыми вопросами, являющимися важными для вас и вашего бизнеса и требующими скорейшего разрешения!

У ДУБА СТАРОГО...

Многие российские граждане, осознавшие, что одним патриотизмом сыт не будешь, заскучали было по хорошему сыру. Однако... те края, где шумел когда-то сурово брянский лес, славятся не только партизанами, но и своей удивительной культурой, историей и традициями молочного животноводства. И старый дуб, который стал символом лидера отечественной сырной отрасли ТНВ «Сыр Стародубский», шумит сегодня своей листвой уже не сурово, а гостеприимно, приглашая попробовать и полюбить продукцию этого предприятия.



Но в начале – несколько слов о заводе. Построен и запущен в эксплуатацию он был в 1980 году по проекту типового сыродельного завода. Рассчитан завод был на выпуск всего лишь чуть более тысячи тонн сыра в год, но дуб на то и дуб: он растёт, набирает силу. К сегодняшнему дню мощность завода возросла во много раз и составляет уже больше 17 тыс. тонн сыра в год.

Свыше 600 тонн молока в сутки перерабатывает сегодня ТНВ «Сыр Стародубский», при этом комплексно и рационально используются все составные части молока. Производство здесь создано практически безотходное. Ассортимент продукции – более 300 наименований: от мягких, полутвёрдых и выдержанных сыров до сухой молочной сыворотки. Для производства используется только свежайшее отечественное сырьё, в первую очередь от поставщиков Стародубского района Брянской области. Производят на предприятии и очень вкусное сливочное масло, которое получает самые высокие награды на выставках. Вырабатывают его по старинной технологии. Не зря же на заводе не только помнят дату его «рождения», но и «предков» не забывают: например, ту небольшую маслобойню, которая была устроена в каменных барских складах ещё до Великой Отечественной. Во время войны она была разрушена, но в 1944 году свою работу возобновила.

Возвращаемся в современность с её стандартами качества и требованиями, не менее суровыми, чем брянский лес в годы войны...

С декабря 2012 года на предприятии внедрена система управления качеством пищевых продуктов на основе принципов ХАССП. Такая система даёт возможность беспрепятственно интегрировать продукцию на мировой рынок, тем самым подтверждая высокую репутацию и повышая конкурентоспособность компании-производителя.

Контроль качества сырья и готовой продукции проводится в современных производственных химических лабораториях. Поступающее на производство сырьё проверяют по десяти показателям, а затем, в зависимости от результатов этих проверок, специалисты лаборатории определяют, в какой цех его направить, и решают, что из него готовить: масло или элитный твёрдый сыр.

ТНВ «Сыр Стародубский» в программе импортозамещения участвует очень активно, и пока политики «меряются» санкциями, оно вывело на российский рынок аналоги итальянского сыра Mozzarella, голландского – Maasdam, французского – Comté. Но аналоги аналогами, а создали на предприятии и собственные бренды, которые не выпускаются больше нигде. При этом EmandHof и Lattesco полностью соответствуют европейским представлениям о внешнем виде и качестве продукции.



Очень приятно осознавать, что культура потребления сыра в России медленно, но неуклонно развивается. Изначально «Сыр Стародубский» сделал ставку на амбициозных людей с высокой жизненной планкой, которые ценят качество и отменный вкус. Этот выбор оказался верным, так как ценители достойного премиального сыра, однажды попробовав продукцию EmandHof, вряд ли смогут от неё отказаться. Сыроделы рекомендуют всем включать в свой рацион полезный сыр, к тому же продукция предприятия не имеет никаких противопоказаний. Процесс разработки новой марки очень долго держался в секрете, так как хотелось сделать действительно оригинальную продукцию. Для изучения секретов сыроделия специалисты компании путешествовали по разным странам и постигали опыт сыроделов всемирно известных предприятий. Самое сильное впечатление оставили сырные технологии из Голландии и Швейцарии. Была поставлена задача сделать действительно достойную замену импортной продукции и показать, что российские сыры могут быть ничуть не хуже иностранных. Тем более что для производства новой марки предприятие располагало всем необходимым: современным оборудованием, качественным сырьём, грамотным персоналом и уникальными знаниями.

EmandHof – это действительно особая гордость руководителя и коллектива предприятия. Они не раз уже становились дипломантами и победителями различных российских и международных конкурсов.

Сыры ТМ «ЭмандХоф» относятся к категории твёрдых сыров за счёт пониженного содержания влаги. Изготавливаются они из молока высшего сорта с высоким содержанием белка и специально подобранных

заквасок. Созревают при более высоких температурных режимах в специальной упаковке. Все сыры имеют плотную однородную консистенцию. В зависимости от срока созревания консистенция и вкусовые характеристики сыра меняются. «Лайт» по степени выдержки относится к молодым сырам, срок его созревания – от полутора до четырёх месяцев. Он обладает мягким, слегка кисловатым вкусом с нотками лёгкой пряности. «Классик» относится к сырам со средней степенью выдержки (от четырёх до шести месяцев). Его вкус мягкий, с оттенками пряности и лёгкой остроты. Срок созревания «Хард» – более шести месяцев. За счёт такого длительного созревания в этом сыре появляются так называемые кристаллики. Он обладает



сыроварении, но очень любит этот продукт, что такое свежие сыры.

Свежие сыры не имеют срока созревания и готовы к употреблению сразу после производства. Для их производства используется исключительно свежее, отборное, высшего качества молоко. Эти сыры содержат большое количество растворимого белка, аминокислот, легкоусвояемых минеральных солей (кальций, калий, натрий, фосфор, магний, сера, железо, цинк, медь), витаминов (бета-каротин, ретинол, витамины В1, В2, В3, В5, В6, В9, В12, а также витамины D, E, H), аскорбиновую кислоту. Свежие сыры – продукт древнейшей технологии, именно с них началось сыроварение как таковое. Это очень тонкая, изысканная, лёгкая, даже капризная категория. И чтобы правильно сделать свежий сыр, мастер-сыродел должен обладать огромным опытом. Иначе сыр не получится! Моцарелла, сулугуни, амальтей, брынза – вот далеко не

полный список. И у каждого вида есть своя история, свои ингредиенты и секреты, делающие сыр уникальным, с неповторимым вкусом и характером. Lattesco собрал для вас опыт, рецепты, легенды и секреты сыроделов со всего мира. И хотя мы все очень разные, каждый сможет найти «свой» вкус свежего сыра из какого-нибудь дальнего уголка планеты.

Основное достижение компании – запуск новой линейки свежих сыров под новым брендом Lattesco. Этот проект оказался крайне удачным и своевременным. Производство началось в апреле 2014 года на фирменном итальянском оборудовании Somat выпуском популярных сыров: моцареллы, брынзы, сулугуни, амальтей (адыгейский сыр), а также масла Lattesco высшей категории. Весь коллектив радуется успеху проекта и готов показать нашему российскому покупателю, что сыроделы России в состоянии произвести достойный

слегка сладковатым вкусом и ароматом. А совсем недавно здесь презентовали первую партию сыра Emandhof Hard Extra. В считанные дни он завоевал популярность у самых искушённых гурманов. Это элитный сорт сыра двухлетней выдержки с фруктово-ореховыми нотами. Ни для кого не секрет, что после длительной выдержки вкус и аромат сыра раскрываются совсем в новом свете. Они становятся очень яркими, насыщенными.

Для сегмента HoReCa ТНВ «Сыр Стародубский» стало выпускать моцареллу для пиццы по итальянской технологии. Другой бренд предприятия – Lattesco – объединяет мягкие сыры: сулугуни, моцареллу, брынзу, амальтей адыгейский, амальтей копчёный; творог, сливочное масло. Слово latte переводится с итальянского как «молоко», fresco – как «свежее». Игра этих слов и стала названием бренда, который объединяет продукты из свежего отборного молока.

Тут необходимо сделать небольшое отступление и объяснить тем нашим читателям, кто не является специалистом в



продукт, не уступающий по качеству импортному. Например, моцареллу и брынзу, которые производятся из чистого свежего молока и вскоре могут попасть на полки супермаркета, не подвергаясь долгой транспортировке.

Не забыли на предприятии и о детях. Специально для малышей разработана новая торговая марка плавящихся пастообразных сыров Guten Tag! Ещё одна новинка – сыр тёртый, по 80, 150 и 300 грамм. Согласитесь, после трудового дня или если вдруг неожиданно собираются нагрянуть гости, такая форма выпуска продукта – приятная экономия времени.

О руководителе ТНВ «Сыр Стародубский» хочется рассказать отдельно. Александра Васильевна Мокроусова работает в этой должности с 6 июня 1987 года. В 1972 году она окончила Калужский техникум молочной промышленности, в 1978-м – Вологодский молочный институт. Свою трудовую деятельность начала в 1972 году рядовым лаборантом, потом была назначена мастером, начальником производства, а затем стала руководителем предприятия. С 1996 года по настоящее время она – уполномоченный ТНВ «Сыр Стародубский». Под руководством Александры Васильевны предприятие добилось стабильности и роста выпуска продукции. В условиях развивающегося рынка пришлось модернизировать оборудование и внедрять современные технологии, в результате чего были освоены новые производственные мощности и выпуск новых видов продукции. За эти годы построены и введены в эксплуатацию цех по переработке, выработке плавящихся сыров, цех и камеры для созревания мягких сыров, цех по производству сухой молочной сыворотки с использованием нанофильтрации. Александра Васильевна Мокроусова – целеустремлённый, инициативный, грамотный руководитель и квалифицированный специалист. Требовательна к себе и подчинённым, умело ориентируется в современных экономических вопросах. Она – человек с активной жизненной позицией, пользуется заслуженным авторитетом не только в коллективе, но и у руководителей хозяйств, населения района. Александра



Васильевна большое внимание уделяет обучению специалистов, развитию новых видов услуг, на высоком профессиональном уровне решает вопросы, связанные с развитием предприятия, поддержкой и развитием бизнеса, и тем самым вносит большой вклад в стабилизацию экономики региона.

Остаётся порадоваться тому, что для того, чтобы попробовать все эти сорта сыра, совсем не обязательно ехать в Брянск. Туда можно и нужно съездить с другими, например туристическими, целями. А продукцию ТНВ «Сыр Стародубский», у которого, кстати, немало наград, в том числе золотые медали «Золотой осени», дипломы конкурса «100 лучших товаров России» и другие, можно приобрести практически во всех федеральных торговых сетях, во всех регионах нашей страны.

Но руководитель ТНВ «Сыр Стародубский» считает, что останавливаться на достигнутом нельзя никогда. В планах предприятия – обновление оборудования, запуск линий по производству новых продуктов и выход с уже известным брянским брендом на международный рынок.

Подготовил Алексей Сокольский





«Вилена» – успешный пример семейного бизнеса и одновременно ответ на вопрос, почему именно на малый семейный бизнес сегодня делают ставки в развитии экономики России. Компания была основана в начале нулевых вдохновлённым борцом за стиль, дизайн и красоту рекламы, предпринимателем и дизайнером Еленой Башкиной. Тогда это была небольшая полиграфическая компания, которая разрабатывала красивые и запоминающиеся плакаты, визитки, буклеты, а печатала их в типографиях столицы.

– Хочешь сделать хорошо – сделай сам, – вспоминает те времена основатель семейного бизнеса. – Всего через год после регистрации фирмы мы открыли собственное производство наружной рекламы. С тех пор на современном оборудовании изготавливаем баннеры, вывески, стелы, световые короба, объёмные буквы, пространственные макеты для презентаций будущим инвесторам, ростовые фигуры и многие другие изделия, в том числе нестандартные и технически сложные. Постоянно внедряем что-то новое: время не стоит на месте, и это позволяет всегда быть на плаву.

В семейном бизнесе репутация – главное: приходится отвечать своим именем. Почти сразу это поняли крупные региональные компании, и уже в начале двухтысячных брянские продукты разлетелись по всей стране в упаковках, разработанных дизайнерами «Вилены». Начали появляться клиенты из других регионов, компании федерального масштаба, государственные заказчики.

«Вилена» – производитель «двигателя».

РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ
ВИЛЕНА
В®

«ДВИГАТЕЛЯ ТОРГОВЛИ»

Перефразируем известную поговорку: «Вы не любите рекламу? Вы просто не умеете её правильно...» Впрочем, давайте лучше так: «Просто готовят её для вас не те люди! Не лучше ли поручить это дело профессионалам?» Например, компании «Вилена». За 20 лет это семейное предприятие выросло из небольшой полиграфической компании в серьёзного игрока на рынке рекламных услуг.



Сегодня «Вилена» специализируется на решении комплексных задач. Портфель компании постоянно пополняется масштабными проектами. В их числе – выставка в Государственной Думе РФ, посвящённая 75-летию Брянщины, площадки малого и среднего предпринимательства на известной региональной Свенской ярмарке, стенды на международной выставке WorldFood Moscow, международные экономические форумы: VIII Славянский международный экономический форум в Брянске и VIII Среднерусский экономический форум в Курске. Оформляла компания и стенды в здании аппарата уполномоченного по правам человека в РФ.

– В целом мы никогда не ставили для себя рамки, – говорит Елена Башкина, – и часто решаем сложные и интересные задачи для наших клиентов. Многие заказы нам доверяют под ключ: от разработки до изготовления и обслуживания. В компании разрабатывают и изготавливают арт-объекты для городской

среды, малые архитектурные формы. Одним из самых узнаваемых в регионе стал интерактивный уличный стенд в виде георгиевской ленты, установленный несколько лет назад на одной из главных площадей областного центра. А также – объекты ко Дню Победы с эффектом дополненной реальности: в проектах часто используются новые интерактивные технологии.

Мы внимательны к пожеланиям клиента, – продолжает Елена Башкина. – Мы делимся с ним и своими рекомендациями: как реклама должна выглядеть с точки зрения дизайна, действующих норм законодательства, практичности, долговечности. Своим клиентам советуем не экономить на наружной рекламе, ведь чем выше качество, тем меньше ежемесячные вложения. Мы гордимся объектами, которые сохраняют актуальный дизайн и свежий вид на протяжении 7-8 лет при должном уходе. Сами производим очистку от пыли, диагностику подсветки по желанию клиента. Наши сов-

местные проекты мы готовы реализовать на самом высоком уровне, качественно и в оговорённые сроки.

Рекламно-производственная компания «Вилена» готова братья за воплощение самых необычных проектов. В 2020 году была проделана очень интересная работа по созданию новой экспозиции Музея истории партизанского движения ГАУК «Мемориальный комплекс «Партизанская поляна». В настоящее время очень важно сохранить память о защитниках нашего Отечества и историческую правду о Великой Отечественной войне (1941-1945 гг.).

Спектр услуг, которые предоставляет «Вилена», очень широк. Компания имеет огромный опыт в комплексном оформлении помещений. Как общественные, так и жилые интерьеры, оформленные дизайнерами, эстетически привлекательны и функциональны, они всегда обратят на себя внимание любопытных посетителей и гостей.

– Мы стараемся полностью удовлетворить пожелания клиента, по возможности сэкономить его время, – говорит Елена Башкина, – предоставить ему возможность сделать комплексный заказ в одном месте. Готовы предложить услуги от разработки фирменного стиля, брендбука до реализации маркетинговых составляющих продвижения бренда клиента. Мы заинтересованы в процветании наших заказчиков!

Если человек не едет к рекламе, то реклама едет к нему: брендирование автомобилей, изготовление и размещение рекламы на транспорте – всё это тоже направления работы компании «Вилена». Такая реклама хорошо заметна, она привлекает внимание прохожих и проезжих, среди которых, безусловно, встречаются и представители целевой, важной для заказчика аудитории.



В каком бы городе, на каком бы мероприятии вы ни побывали, помимо впечатлений и полезной информации, всегда на память остаются ещё и сувениры. В их изготовлении «Вилена» тоже с удовольствием помогает своим клиентам. Календари, ручки, футболки с логотипами и символикой фирм становятся пусть небольшим, но приятным презентом по случаю какого-либо события и праздника.

«Почему надо обращаться именно в «Вилену»?» – спросите вы, ведь фирм с подобным спектром услуг много. Изучив опыт работы этой компании, отвечаем: потому что над выполнением поставленной задачи будут работать профессионалы, не допускающие ошибок и брака. Проверенные материалы, современное оборудование, опыт в производственной и рекламной сферах – составляющие успеха семейной компании «Вилена».

**«НАШ ОПЫТ –
ВАШ РЕЗУЛЬТАТ!»**

БРЯНСКИЙ КАРТОФЕЛЬ ЗАВОЁВЫВАЕТ МИР

Как продукции
Погарской картофельной фабрики
удаётся покорять весь мир



Сегодня на мировом рынке пищевых ингредиентов повышенным спросом пользуются продукты, произведённые из растительного сырья. Погарская картофельная фабрика производит обезвоженное картофельное пюре/картофельные хлопья и муку, которые широко используются в пищевой промышленности. Компания одной из первых занялась поставками такой продукции за границу и сегодня является самым крупным её экспортёром в России. География поставок охватывает более 20 стран в Европе, США, Латинской Америке и Азии. Мы попробовали разобраться, чем же «второй хлеб» из Брянской области так привлекает зарубежных заказчиков.

ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ТРАДИЦИОННОЙ ОТРАСЛИ

Погарская картофельная фабрика (ПКФ) из города Погара Брянской области – яркий пример не просто жизнеспособного, но и энергично развивающегося предприятия, которое оказывает положительное влияние на предпринимательский климат всего региона.

История фабрики началась в 1990 году, когда в Погаре был построен завод по производству картофельного гранулята. В 2002 году завод был выкуплен владельцем агрохолдинга «Сельхозинвест» Иваном Дудановым, а через год преобразован в ОАО «Погарская картофельная фабрика».

С тех пор как у руля компании встал Иван Дуданов, у производства началась вторая жизнь. Были привлечены инвестиции, налажена работа фермерских хозяйств, приведены в порядок хранилища, создана семеноводческая база, установлено современное оборудование из Нидерландов. В декабре 2008 года был выпущен первый продукт переработки – картофельные хлопья, а с 2013 года и картофельные хлопья для детского питания. Хлопья используются в пищевой промышленности для производства полуфабрикатов, чипсов и снеков, картофельного пюре, хлебобулочных изделий, супов-пюре.

Сегодня ПКФ представляет собой производство полного цикла: от выращивания картофеля до его конечной переработки. В её составе четыре подразделения: растениеводство – на площади более 10 000 га выращиваются картофель, пшеница, рапс, люпин и другие культуры; семеноводческое – для производства семян высоких репродукций; подразделение по хранению и предпродажной подготовке свежего столового картофеля с мощностью единовременного хранения более 40 тыс. тонн и производство картофельных хлопьев (пюре картофельного сухого) высокого качества.

Несмотря на то, что производство ПКФ относится к традиционным, производитель из Брянска является высокотехнологичным предприятием. Уже на этапе работы с землёй в ПКФ применяется особый подход. Как говорит генеральный директор Погарской картофельной фабрики Иван Дуданов: «Для

того чтобы что-то взять из земли, надо ей что-то дать. Мы понимаем: чтобы производить высококачественные продукты, мы должны выращивать сырьё на здоровой почве. Поэтому наши специалисты в обязательном порядке берут пробы почвы на площадях для выращивания картофеля на содержание токсических веществ». Помимо этого, специалисты ПКФ определяют состав почвы, её кислотность. Это позволяет понять, сколько именно и каких дополнительных элементов необходимо внести, чтобы поддержать плодородие почвы, поэтому используются не только химические, но и органические, в том числе и «зелёные», удобрения. ПКФ экспериментирует с биологическими средствами защиты растений.

У компании есть собственная лаборатория микрочлонального размножения. Для получения качественного продукта важно использовать генетически здоровый посадочный материал. Когда картофель выращивают из года в год, к нему зачастую присоединяются различные вирусы, повреждающие генетический код, и чтобы избежать этого, требуется периодическое обновление семенного материала. В ПКФ семенной материал, свободный от вирусов и бактерий, выращивается в пробирках, затем из него проращивают миниклубни, что



и позволяет получить здоровый картофель, дающий урожай высокого качества. На всех этапах проводится контроль над наличием вирусов и болезней.

На Погарской картофельной фабрике налажено тесное взаимодействие с научно-исследовательским институтом картофельного хозяйства имени А. Г. Лорха, с биофаком МГУ и институтом питания по различным вопросам. Например, совместно с ВНИИ КХ был разработан и зарегистрирован сорт картофеля, который хорошо показал себя на брянской почве – как по качеству, так и по урожайности. Он идеально подходит для производства картофельных хлопьев высокого качества.

Кроме того, совместно с институтом А. Г. Лорха проводились испытания по насыщению картофеля полезными микроэлементами, что позволяет на выходе получать





выходе на рынок той или иной страны, мы заказывали маркетинговые исследования, много ездили по международным выставкам, вели поиск контрагентов при помощи маркетинговых агентств», – рассказывает Илья Дуданов.

Если на начальной стадии экспортной торговли приходилось больше вкладываться в продвижение продукции, то сегодня на ПКФ уже работает сложившаяся репутация, клиенты сами выходят на производителя. При этом партнёры зачастую делают выбор в пользу продукции Погарской фабрики, несмотря на то, что на рынке есть предложения и от более дешёвых брендов, в том числе из Европы.

Активная работа с зарубежными клиентами, понимание требований, участие в международных выставках и форумах позволяют ПКФ следить за мировыми трендами и закрепить лидерство как на российских, так и на международных рынках.

В ПКФ продолжается работа над расширением географии поставок.

Так, в декабре 2021 года, Погарская картофельная фабрика представила Брянскую область на Международной выставке SIAL Middle East в Абу-Даби. Компания провела более 30 встреч, переговоров и презентаций своей продукции. Интерес к брянскому сухому картофельному пюре проявили представители компаний из Египта, Бангладеш, Алжира, Катара, Индии, Ирана, Израиля и ОАЭ.

Участие в таких выставках позволяет ПКФ оставаться в курсе последних тенденций, что необходимо для удержания лидерства в своём сегменте.

СУШЁНЫЙ СВЕЖЕЕ СВЕЖЕГО

Сегодня сушёный картофель на мировом рынке активно используется в сегменте HoReCa (Hotel, Restaurant, Cafe/Catering). Отели и рестораны предъявляют наивысшие требования к сохранению стабильности продукта: в течение всего года продукт должен быть одного и того же качества, а именно этого эффекта позволяют добиться картофельные хлопья. Переработанный картофель не подвержен изменениям, которые происходят с сырым картофелем

картофель, который не только обладает улучшенными вкусовыми качествами, но и обогащён полезными для здоровья компонентами, в том числе селеном – незаменимым микроэлементом, который содержится во всех тканях организма человека. Этот элемент выполняет важную роль в обмене веществ, работе щитовидной железы, защите клеток от повреждений, а также важен для укрепления иммунной системы, улучшения работы мозга и снижения риска сердечно-сосудистых заболеваний. Таким образом, человек может получать его в удобной форме, что избавляет от необходимости принимать селен отдельно: данный микроэлемент поступает и легко усваивается организмом вместе с пищей.

ЭКСПОРТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ

На ежегодном региональном конкурсе «Экспортёр года» Брянской области Погарская картофельная фабрика в 2021 году заняла первое место в номинации «Экспортёр года в сфере агропромышленного комплекса». Сегодня до 50% продукции предприятия поставляется на внешние рынки. В сторону поставок своей продукции на внешний рынок в компании начали присматриваться уже более 10 лет назад. Наладив производство качественного и конкурентоспособного продукта, для начала Погарская картофельная фабрика серьёзно потеснила импортные товары с российских прилавков, затем пришло время задуматься об экспорте. В процессе выхода на внешний рынок ПКФ столкнулась

с ведущими мировыми заводами в данной отрасли. «Мы общались с клиентами, которые хорошо знают продукцию заводов разных стран мира, это позволило лучше понять рынок, мировые требования к качеству как премиального продукта, так и более экономичного. Мы научились понимать потребности клиентов, знаем, что они ценят, и знаем, как это сделать», – рассказывает заместитель директора фабрики Илья Дуданов. Понимание лучших мировых практик позволило предлагать на российском и зарубежном рынках качественный продукт, произведённый с минимальными издержками, который не уступает лучшим мировым образцам. Сегодня значительная доля продукции фабрики уходит на экспорт и успешно конкурирует с товарами ведущих европейских производителей.

«Перед тем как принимать решение о



при хранении на складах. В картофеле после удаления влаги приостанавливаются все биологические процессы, в нём максимально сохраняются питательные свойства, после приготовления пюре получается гарантированно вкусным и ароматным. Благодаря этому использование картофельных хлопьев стало золотым стандартом для ведущих отельных сетей во многих странах мира. Так, например, ПКФ осуществляет поставки в страны ЕС, а также курортные страны, например в Турцию, где в отелях таких сетей, как Marriott и Hilton, подается картофельное пюре, приготовленное именно из картофельных хлопьев.

Кроме того, в США и странах ЕС картофельные хлопья для приготовления запеканок, пюре и других блюд уже давно завоевали себе место и на кухонных полках домохозяек. Этот продукт является для них таким же привычным, как и мука.

На российском рынке потребление картофельных хлопьев значительно меньше, поскольку продукт ещё не оценен в полной мере. Эксперты видят объяснение данному факту в том, что на отечественном рынке за сухими продуктами закрепился стереотип «химии». Какое-то время назад отечественный рынок был действительно наполнен некачественными «быстрорастворимыми» продуктами, что сыграло свою роль в негативном отношении потребителя, которому не всегда просто представить, что сваренный и высушенный картофель по качеству даже превосходит обычный сырой. В частности, Погарская картофельная фабрика производит картофельные хлопья для использования в детском питании, а для этой сферы контроль качества находится на высочайшем уровне.

В ЭПИЦЕНТРЕ ИНФОРМАЦИИ

Сегодня для успешного развития любого предприятия, а тем более компании с амбициями международного игрока, необходимы доступ к информации, постоянный контакт с ведущими мировыми фирмами из своей отрасли. «Без развития нет роста», – считают на Погарской фабрике. Несмотря на то, что Погар расположен на удалении от федераль-



ного центра, в компании не просто следят за мировыми тенденциями по развитию рынка, но и принимают непосредственное участие в формировании этих тенденций. Специалисты компании регулярно ездят на крупнейшие международные выставки, на производство приезжают консультанты из других стран, ведущие производители оборудования. В целом, как считают в Погаре, главное – умение увидеть способности в каждом человеке. Так, в компании реализуются программы стажировок, во время прохождения которых молодой специалист может попробовать свои силы в разных направлениях и выбрать то, в котором лучше всего проявляются его профессиональные качества.

В подобных компаниях востребованы специалисты со стремлением к саморазвитию. Конечно, в задачи работодателя входит помощь в реализации амбиций для профессионального роста. В конечном итоге в выигрыше оказывается и сама компания, и работник, так как это повышает его стоимость на рынке труда.

«У нас налажена взаимосвязь с ведущими консультантами в области пищевой переработки, специалисты компании проходят обучение по программам, хорошо зарекомендовавшим себя во всём мире.

Например, сейчас совместно с Федеральным центром компетенций мы реализуем проект по углублённому обучению инструментам бережливого производства. Кроме того, мы поддерживаем и всячески поощряем обмен информацией внутри самой компании», – говорит Илья Дуданов.

Сейчас перед Погарской картофельной фабрикой стоят серьёзные задачи по укреплению позиций на мировом рынке. В развитие производства вкладываются немалые средства, и в компании уверены, что именно с помощью сотрудников, которые видят и понимают, как важно сегодня развитие компетенций, всё задуманное будет реализовано.

**Подготовила
Александра Убоженко**

Машиностроительный завод «Бецема»: 90 ЛЕТ В ОТРАСЛИ!

Машиностроительный завод «Бецема» основан в 1932 году. Сегодня компания является одним из ведущих предприятий России в области производства автотранспорта специального назначения. «Бецема» используют передовой опыт и самые последние технические разработки для создания современного автотранспорта. Отличительные черты производителя: современный дизайн, качество, надёжность, практичность и безопасность в эксплуатации. Собственный испытательный центр и команда профессионалов позволяют компании разрабатывать и производить уникальную продукцию под индивидуальные потребности клиентов. Специалисты «Бецема» проходят обучение и повышение квалификации на специализированных предприятиях отрасли в Германии, Голландии, США. Компания разрабатывает транспорт, осваивая производство высокотехнологичных изделий и конструкций, соответствующее всем европейским стандартам качества.



Продукция завода не уступает по качественным показателям известным зарубежным аналогам, что делает её конкурентоспособной на рынке. Модельный ряд завода включает в себя оборудование для перевозки жидких, газообразных и сыпучих грузов, технику для выполнения погрузочно-разгрузочных работ, машины специального назначения, дорожно-строительную

технику, а также технологическое оборудование, оборудование для гидравлического разрыва нефтяных и газовых пластов.

Машиностроительный завод «Бецема» – широкая дилерская сеть представительств в разных регионах России. Компания предлагает полный спектр услуг в рамках гарантийного и постгарантийного обслуживания. Сервисный центр завода

укомплектован современным оборудованием, обеспечивает комфортные условия работы профессиональным, прекрасно подготовленным сотрудникам.

Кроме того, у компании «Бецема» есть свой складской комплекс. Он спроектирован, построен и оборудован с учётом новейших технологий и предлагает полный комплекс складских услуг на высшем уровне.

Основные преимущества предприятия «Бецема»:

- более чем 85-летний опыт в области машиностроения;
- полный цикл собственного производства: от разработки проекта до выпуска готового оборудования различного назначения;
- современное оснащение и характеристики, подтверждённые в собственном испытательном центре завода;
- возможность использования оборудования в сложных климатических условиях с резкими колебаниями температур;
- уникальная система контроля качества на всех этапах производства и сертификационный центр;
- отлаженная логистика для оперативных поставок оборудования в любые регионы России.

Компания «Бецема»: «Наш интеллектуальный и производственный потенциал позволяет не останавливаться на достигнутом, идти в ногу со временем и воплощать в жизнь даже самые смелые проекты!»



Компания «Тонар»: «МЫ ДЕЛАЕМ ТЕХНИКУ ДЛЯ БИЗНЕСА!»

Машиностроительный завод «Тонар» – крупнейший российский производитель прицепной и полуприцепной техники, единственный в России производитель технологических самосвалов и автопоездов повышенной грузоподъемности. История завода началась с производства прицепов для легковых автомобилей, официальной датой основания является 30 ноября 1990 года. Уже более 30 лет на заводе производится качественная и востребованная рынком техника.

Основу предприятия составляет производственный комплекс в деревне Губино Орехово-Зуевского района Московской области. Завод занимает территорию в 19,1 га. Общая площадь помещений – 44 944 кв. м. Склад готовой продукции – 6 га. На заводе работает более тысячи человек. Производство охватывает весь технологический цикл: от разработки, изготовления, сборки до сбыта готовой продукции и сервисного обслуживания.

Выпуск новых моделей сопровождается непрерывной модернизацией производства. В последние годы на заводе установлены робототехнические комплексы плазменной резки металла, сварки кузовов, бортов, узлов и балок осей.

Собственное конструкторское бюро – команда профессионалов, обладающая огромным опытом разработок и проектирования. Она позволяет заводу занимать лидирующие позиции в своей отрасли.

Огромное внимание руководство предприятия уделяет вопросам безопасности:



техника «Тонар» комплектуется узлами и деталями известных мировых производителей и соответствует всем стандартам ЕЭК ООН.

Перед поступлением в продажу техника проходит серьезные и длительные испытания на собственном АТП с максимальными

нагрузками и в «жестких» условиях. В течение всего периода испытаний проводится постоянный анализ эксплуатационных и потребительских свойств техники.

Сегодня на заводе выпускается более ста различных моделей прицепной техники, которая подразделяется на четыре основных направления:

- магистральная прицепная техника;
- сельскохозяйственная техника;
- карьерные самосвалы и спецтранспорт для перевозки сыпучих грузов;
- запасные части.

Преимущества продукции МЗ «Тонар»:

- быстрые сроки окупаемости;
- выполнение индивидуальных заказов;
- предельная выносливость техники: адаптация под суровые российские условия эксплуатации;

- высокая ремонтпригодность;
- развитая сервисная сеть и сеть продаж запасных частей;
- гарантия – 36 месяцев.

Компания «Тонар»: «Мы делаем технику для бизнеса!»



«Меркатор Холдинг»: «Чистые улицы и безопасные дороги круглый год!»



«Меркатор Холдинг» производит и поставляет технику для коммунального хозяйства и дорожного строительства, обеспечивая комфорт и надёжность на дорогах России. Возможности компании позволяют сделать безопасными как многополосные трассы федерального значения, так и дворы многоквартирных домов. Техника «Меркатор» работает в любых климатических условиях в круглогодичном режиме, собирая пыль летом, растапливая лёд зимой, ремонтируя ямы весной и смывая грязь осенью.

Компания «Меркатор» выступает за защиту окружающей среды, поэтому производимая ею техника экономит ресурсы и способна работать с самыми экологичными реагентами, а после истечения срока своей службы подлежит вторичной переработке практически на 100%.

Техника «Меркатор» проста в эксплуатации, обладает интуитивно понятным управлением, пользоваться ей приятно и комфортно. Она соответствует мировым стандартам качества и отвечает всем требованиям российского законодательства о госзакупках.

При работе с клиентами производитель не навязывает готовые технологии, а создаёт модели, учитывая потребности заказчиков. «Меркатор» оказывает техническую поддержку и сервисное обслуживание в минимально возможные сроки и по всей стране. Производитель предлагает решения для оптимизации задач, повышения эффективности процессов, улучшения контроля за исполнением. В линейке производителя есть модели дорожно-коммунальной техники, для ремонта дорог, для

обращения с отходами, для уборки помещений, навесное оборудование, а также спецтехника и системы для аэропортов. С оборудованием «Меркатор» ухаживать

за дорогами становится просто, удобно и выгодно!

Компания «Меркатор»: «Мы улучшаем качество жизни!»



Группа компаний Faymonville: «Мы являемся экспертом для особых клиентов!»

Группа компаний Faymonville является одним из ведущих производителей полного диапазона специальных транспортных средств для тяжёлых грузов, а также специальной транспортной техники.

Полуприцепы, погрузчики, модульные транспортные средства и самоходные машины, производимые компанией, могут быть использованы для перевозки любых исключительных грузов: тяжёлых, длинных, широких или высоких!



Faymonville является синонимом производства хорошо сконструированных, оптимизированных под разные задачи прицепов, погрузчиков и модульных транспортных средств для широкого круга задач в области специального и тяжеловесного транспорта. Клиенты Faymonville ценят компанию за надёжность и гибкость в предоставлении товаров и услуг с учётом индивидуальных транспортных решений. Транспортные средства производителя отличаются высокими техническими качествами и экологичностью.

Группа компаний Faymonville – новатор, когда дело касается производственных технологий и качества продукции при разработке специальных транспортных средств. Faymonville имеет собственный производственный цикл: от первого листа до готового автомобиля. Компания, как представитель транспортной отрасли, может похвастаться безупречным уровнем производства и эффективностью процес-

са контроля качества. Выдающиеся мощности, расположенные на 160 000 кв. м производственных площадей, формируют основу для уникальных по качеству, высокотехнологичных продуктов. Тесная интеграция производственных участков играет решающую роль в обеспечении оптимальной динамики производства. Все участки взаимосвязаны, но каждый из них имеет собственный участок работы со своими особенностями.

География производств ГК Faymonville широка. Будучи одним из крупнейших производственных участков в группе компаний, Люксембург стал центром технологии и развития. Бельгия является домом для центра автоматизации, робототехники и механической обработки. Польша – главный объект для MAX Trailer и основной поставщик шасси для транспортных средств. Участок производства в Италии специализируется на самоходных машинах, в то время как локальная сборка автомобилей базируется в России.

Взгляд на группу компаний Faymonville:

- независимая семейная компания;
- более 1100 сотрудников;
- портфолио бренда включает в себя транспортные решения для перевозки грузов от 15 до 15 000 тонн и даже за этими пределами;
- пять производственных участков в Люксембурге, Бельгии, Польше, Италии и России с производственной площадью около 160 000 м²;
- производственная мощность – 3000 транспортных единиц в год;
- 245 миллионов евро – объём продаж в 2020 году;
- экспортные поставки в более чем 125 стран.

Группа компаний Faymonville: «Мы являемся экспертом для особых клиентов!»





Павел Яковлев,
генеральный директор
АЗ «УРАЛ»:

«ОСНОВНОЕ —
ЭТО ПРОДВИЖЕНИЕ
РОССИЙСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ
НА РЫНОК ЮАР»

В мае этого года генеральный директор автомобильного завода «УРАЛ» Павел Яковлев был назначен на должность председателя Делового совета Россия – ЮАР. Не так давно миасский бизнесмен дал интервью телеканалу TV BRICS, в котором рассказал о текущей ситуации и перспективах сотрудничества между ЮАР и Россией, а также поделился планами, которые собирается реализовать в новой должности.

– Павел Александрович, было ли ваше назначение на должность председателя Делового совета Россия – ЮАР неожиданным?

– Назначение было скорее ожидаемым, потому что Южно-Африканская Республика входит в перечень стран, где нам интересно развивать бизнес, а деловой совет – одна из возможностей для этого, и не только для АЗ «УРАЛ», но и для многих российских предприятий.

– Чем вы собираетесь заняться в новой должности в первую очередь?

– В первую очередь хочется заняться продвижением российских предприятий на рынке ЮАР. Деловой совет – это всё-таки неформальный орган, некий клуб для общения представителей деловых кругов России и ЮАР. Существует ещё официальный орган – межправительственная комиссия. Моя основная задача заключается в объединении усилий российских компаний для более тесного общения в рамках их продвижения в сфере сотрудничества с ЮАР. Если учесть тот факт, что вот уже почти два года, находясь в условиях пандемии, мы общаемся с представителями Южно-Африканской Республики дистанционно, хочется в ближайший год организовать визит расширенной делегации деловых кругов России в ЮАР и пообщаться лично.

– А на каких площадках, помимо дистанционного формата, вы ещё общаетесь? Где происходят общение, заключение договоров?

– На сегодняшний день это Торгово-промышленная палата РФ и межправительственная комиссия. Деловой совет – некая третья площадка, на которой проходит сотрудничество ЮАР и России. Взаимодействие происходит больше в неформальном формате. Но хочется отметить, что часто неформальные отношения приводят к достаточно серьёзным формальным контактам.

– В 2019 году в Сочи состоялся российско-африканский саммит. К сожалению, в прошлом году его не было. Присутствовали ли вы на этом саммите?

– К сожалению, поприсутствовать лично мне не удалось, но от автозавода «УРАЛ» там был представитель. Насколько знаю, это была достаточно серьёзная встреча, на которой присутствовали президенты около двух десятков африканских стран, председатели правительств. Общение происходило и в деловых кругах. Участие в саммите принимали представители более двадцати южноафриканских компаний, наши российские бизнесмены, между которыми уже налажены деловые связи и которые только ищут пути развития сотрудничества. Как я уже отметил, хочется организовать подобное мероприятие в следующем году на

территории ЮАР, потому что пандемия в настоящее время очень влияет на бизнес-процессы, ограничивая общение дистанционным форматом.

– Вы являетесь руководителем крупного завода. Как руководство предприятия помогает или планирует помочь вам в работе делового совета?

– В настоящее время автомобильный завод «УРАЛ» в Африке имеет очень хороший бренд и репутацию, в том числе в ЮАР и соседних странах: в Намибии, Зимбабве. «Урал» – известная машина, которая работает в странах Африки на протяжении уже более 60 лет, и здесь, я считаю, авторитет завода может положительно сказаться на моём личном авторитете. «Урал» – это проверенный автомобиль для бездорожья. На Африканском континенте очень много неосвоенных мест. К тому же с Южной Африкой у автозавода «УРАЛ» существует соглашение: создана компания по работе над совместным проектом в этой африканской стране. Пока, к сожалению, не так широко, как хотелось бы, но тем не менее автомобили «Урал» известны в том числе и в ЮАР. Поэтому надеюсь, что имидж «УРАЛа» сыграет свою роль в формировании моего личного имиджа в Южной-Африканской Республике.

– Как вы оцениваете сегодняшние отношения России и ЮАР? К чему мы стремимся, чего ожидаем от этих взаимоотношений?

– Я бы сказал так: сейчас существует много недоработок. Я считаю, что с Южной Африкой мы можем работать по достаточно большому кругу вопросов. Потому что, во-первых, ЮАР сегодня – это самая технологически продвинутая страна в Африке, по крайней мере по части машиностроения и горнорудного бизнеса. Там функционируют достаточно серьёзные и, я бы даже сказал, продвинутые компании. Чего не хватает? Не хватает, наверное, совместных проектов России и ЮАР, совместных предприятий. Будем работать в этом направлении и стараться увеличивать их количество.

– Насколько охотно российские бизнесмены вкладываются, инвестируют в проекты ЮАР?

– Конечно, любое вложение средств несёт в себе определённые риски. Ведь когда вкладываешь деньги, хочешь не потерять, а заработать. И что касается инвестирования в бизнес-проекты ЮАР, здесь, я считаю, существуют скорее политические риски, нежели рыночные. Наверное, риски вложений, связанных с Африкой, как раз стоят на первом месте. Но тем не менее существует положительный опыт. Например, автозавод «УРАЛ» имеет там совместное предприятие. Мы вложили туда средства и хотим вкладывать и дальше. Тот же Трансмашхолдинг и ещё несколько крупных российских компаний тоже инвестировали в этот регион средства и готовы продолжить эту работу. Поэтому моя задача, как руководителя делового совета, – найти бизнесменов со стороны ЮАР, которым россияне поверят и будут готовы вложиться в совместные проекты. Причём это должны быть не чиновники, а именно бизнесмены, которые смогут сохранить и приумножить российский капитал. Надеюсь, что количество совместных предприятий на территории ЮАР в ближайшие 4-5 лет увеличится.

– Как в ЮАР развивается сельскохозяйственная промышленность? Какие товары Россия в настоящее время получает из ЮАР?

– ЮАР сегодня является основным поставщиком цитрусовых. Также поставляет нам продукты вино-





деля. А ещё – редкоземельный металл или продукты горной промышленности, часть продуктов электроники. И конечно, алмазы, которыми ЮАР славится на весь мир, не только ювелирные, но и технического назначения. А вот будет ли из России в ЮАР экспорт сельхозпродуктов – не готов сказать. Но то сельское хозяйство, которое развито в ЮАР, будет развиваться и дальше, в том числе и в интересах потребителей из России.

– А как вы считаете, в каких российских товарах заинтересована ЮАР?

– Надеюсь, это всё-таки продукты машиностроения. Потому что, как бы то ни было, Россия и Советский Союз всегда славились своими машиностроительными предприятиями. Это станкостроение, нефтебуровое машиностроение, автомобильное и другие его отрасли. И в этих сферах мы можем предложить ЮАР достаточно много интересных продуктов. Например, тот же Трансмашхолдинг работает в области железнодорожного машиностроения и имеет совместное предприятие на территории ЮАР. Далее: это технологии горнодобывающей отрасли. Затем – производство минеральных удобрений, отрасль, которая сильно развита в России и очень востребована в Африке, потому что фактически там нет производства удобрений. Сегодня многие российские производители поставляют удобрения в африканские страны, в том числе в ЮАР. В этих отраслях сотрудничество уже ведётся и, надеюсь, будет развиваться и дальше.

– На ваш взгляд, на какие африканские регионы стоит обратить внимание российским инвесторам, если они всё-таки захотят продвигать там свой бизнес?

– Быстро развивающаяся страна сейчас – Ангола. Плюс традиционно – Египет. Завод «УРАЛ» работал с Египтом, и могу сказать, что там есть неплохая образовательная площадка по части сферы машиностроения в Каирском университете. Также это Эфиопия, Зимбабве, которая очень хочет развиваться и позаимствовать опыт ЮАР.

– Россия и ЮАР имеют давнюю историю сотрудничества. Во второй половине XX столетия советские инженеры, учёные принимали участие в реализации огромного количества крупных проектов: от строительства электростанций до запуска нефтеперерабатывающих заводов. Какую помощь Африка сейчас ждёт от России?

– Технически ЮАР сегодня достаточно подкована. И больше они ждут всё-таки финансовую помощь, то есть вложений капитала. ЮАР – достаточно большая страна с населением численностью 84 миллиона человек. Но при этом там достаточно высокий уровень безработицы, и, конечно же, южноафриканцы ждут именно инвестиций, вложений в какие-то производства, потому что рабочей силы там очень много. У них довольно богатый опыт работы с Советским Союзом и Россией, а последние 20-25 лет было небольшое затишье, поэтому ЮАР ждёт возобновления тесного сотрудничества.



– А какие перспективы взаимоотношений России и ЮАР есть в культурной сфере?

– Я бы лучше сказал о перспективах в сфере образования. Одна из моих идей заключается в том, чтобы развивать сотрудничество государств в сфере образования и подготовки иностранных специалистов на базе региональных вузов России. Не московских, а именно региональных. У нас в той же Челябинской области есть, например, достаточно сильный Южно-Уральский государственный университет. Наш завод ведёт тесное сотрудничество с ним, потому что в основном здесь готовят профильных специалистов, в которых мы нуждаемся. И сегодня здесь иностранных абитуриентов не более 1%. Можно попробовать поработать в этом направлении. Но конечно же, будет нужна поддержка со стороны государства, потому что сегодня по большей части образование финансируют те страны, откуда приезжают студенты. Работу по расширению взаимодействия в этой сфере, наверное, надо вести совместно с нашим министерством образования и с Министерством образования ЮАР.

Здесь Россия может предложить ЮАР достаточно выгодное сотрудничество. Но это уже стратегия. Специалист, выученный в России, на российских технологиях, неважно – атомная сфера, энергетика или технологии машиностроения, за годы обучения привыкнет к российским технологиям и механизмам, и когда он поедет к себе на родину и начнёт делать карьеру там, будет с благодарностью помнить это. Поэтому сотрудничество в этом направлении будет неким стратегическим ходом.

– Если обобщить вышесказанное, по какой траектории развития могут, по вашему мнению, пойти отношения между Россией и ЮАР?

– БРИКС – это пять быстроразвивающихся стран, в которые входит как Россия, так и ЮАР. Но если говорить объективно, то Китай в этой пятёрке, наверное, обгоняет всех остальных. Поэтому нам с ЮАР надо как минимум постараться не отставать от него и смотреть в сторону реализации совместных проектов. Потому что вместе работать всегда лучше, чем в одиночку. Считаю, что именно эта мотивация для нас и для наших коллег из ЮАР должна сыграть решающую роль. Китай за 25 лет проделал огромный путь. Почему бы и нам не объединиться и не последовать его примеру? Эту тему мы тоже будем обсуждать в процессе нашего взаимодействия.

– ЮАР находится в БРИКС уже на протяжении 10 лет. Как вы можете охарактеризовать отношения этой страны с государствами и членами «Большой пятёрки»?

– Считаю, что отношения со всеми странами складываются достаточно ровно. Но объективно Китай в этой пятёрке сейчас лидер, что признаёт и мировое сообщество. Отношения у него с остальными членами государствами относительно равные. Поэтому я думаю, что от включения ЮАР в этот неформальный союз, наверное, больше выиграло, чем проиграло. Ну а прошлые годы были скорее авансом для ЮАР, потому что, если говорить про Африку, это самая передовая африканская страна. Потому для ЮАР это, конечно, плюс. Будем работать и посмотрим, что будет дальше. Со своей стороны, я постараюсь сделать всё от меня зависящее, чтобы существующие проекты России и ЮАР имели успех и появились больше новых в будущем.

Интервью подготовлено по материалам телеканала TV BRICS





МАШИНА БУДУЩЕГО

«Автотор» займётся производством электромобилей

В мире стремительно растёт число электромобилей. В 2020 году было зарегистрировано более 3 млн новых электрокаров, а, по данным Международного энергетического агентства, к концу десятилетия их будет как минимум 145 млн. В России этот вид транспорта пока является редкостью. Однако по мере восстановления экономики после пандемии в нашей стране ускоряется развитие перспективных направлений производства транспорта будущего. В ближайшем будущем российские производители планируют освоить выпуск электромобилей. Один из пионеров выпуска «машин будущего» – калининградский «Автотор», крупнейшее предприятие Калининградской области. Компания запускает проект локализованного производства электромобилей и компонентов к ним, в том числе с перспективами выхода на экспорт.



Основатель
«Автотора»
Владимир
Щербаков

РАСШИРЯЯ ПРОИЗВОДСТВО

Не менее 10% в общем объёме производимых в России транспортных средств к 2030 году должен составить электротранспорт. Такая цель поставлена в Концепции по развитию производства и использования электрического автомобильного транспорта в Российской Федерации на период до 2030 года, утверждённой Правительством РФ. Тем же распоряжением утверждена «дорожная карта» по развитию производства и использования электрического автотранспорта до 2024 года. К концу 2024 года планируется выпустить не менее 25 000 электромобилей и запустить в работу 9400 зарядных станций.

Недавно о новых проектах и масштабных планах по развитию производства автомобилей с двигателями на альтернативном топливе заявил один из крупнейших автопроизводителей России «Автотор». Новые инвестпроекты предприятия реализуются в рамках специального инвестиционного контракта (СПИК), подписанного компанией с Минпромторгом РФ и правительством Калининградской области. «Автотор» стал первым российским автоконцерном, который намерен внести электрокары в свой СПИК. Планируется также организация производства автокомпонентов для собственного производства автомобилей и поставок на предприятия автопрома в другие регионы России, а в перспективе и на экспорт. По дополнительному соглашению к СПИК компания создаёт семь заводов, включая завод по производству электромобилей, не менее шести заводов по выпуску автокомпонентов, инженеринговый и учебный центр, инженерную компанию.

К реализации этих планов привлечены Московский политехнический университет и Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта.

На производственной площадке площадью более 18 гектаров будет образован целый кластер по производству электро-

мобилей и автокомпонентов. В обозримом будущем здесь будут функционировать завод тяговых аккумуляторов, инверторов и зарядных устройств, завод электропроводки, систем на основе технологий «ЭРА-ГЛОНАСС», завод амортизаторов и деталей шасси, завод сидений, а также заводы цветного литья и пластика. Общая площадь производственных зданий – 34 тыс. квадратных метров.

Два корпуса будущей производственной площадки находятся в стадии завершения, ещё для трёх подготовлены фундаменты.

В план развития включены проведение комплекса исследовательских работ, проектирование, разработка, создание, испытания, сертификация, подготовка и освоение производства моделей легковых автомобилей категории М1, широкой гаммы модификаций электромобилей, включая электромобили для инвалидов, развозные и специальные. При этом «Автотор» станет первой российской компанией, которая будет выпускать автомобили для людей с ограниченными возможностями. Разрабатывать транспорт будут при участии потенциальных пользователей. Модели предполагают максимальное открытие дверей для удобства посадки и высадки.

Председатель
Совета
директоров
ООО «АВТОТОР
Холдинг»
Валерий
Горбунов



ОТ ДВУХСОТ И ДАЛЬШЕ

«В 2023 году мы должны выпустить опытную партию электромобилей – 200 штук, для этого надо пройти сертификацию типа транспортного средства, что даст возможность по наращиванию производства на будущий период. В 2024 году планируем начать серийное производство в объёмах, которые будут определены рынком», – заявил глава совета директоров «Автотора» Валерий Горбунов.

На данный момент, по прогнозам компании, к 2024 году выпуск электромобилей

на заводе может быть увеличен до одной тысячи.

Начнётся производство «зелёных» машин с двух моделей на единой платформе. «Это позволяет унифицировать производство комплектующих. Запас хода у этой модели – 180 км. Но мы сегодня работаем над конструкторскими и технологическими изменениями, которые позволят выпускать модернизированную версию этой модели, в том числе с газовым и электрическим двигателями, и увеличить запас хода до 400 км», – пояснил Валерий Горбунов. Продемонстрировать первый автомобиль на заводе планируют уже во второй половине 2022 года.

Предполагается, что электрокары, выпущенные в «Автоторе», будут стоить не дороже 1,5 млн рублей, но всё будет зависеть от объёма производства и других факторов, включая условия поставки компонентов.

Пока неизвестно, под какой маркой будут выпускаться новые автомобили. «Можем сказать пока только, что речь не идёт о бренде «Автотор». Нераскрученный бренд имеет мало прогнозируемые перспективы и требует огромных инвестиций. С другой стороны, если мы, сотрудничая с партнёрами в рамках контрактного производства, выпустим на рынок автомобиль под собственной маркой, то станем потенциальными конкурентами нашим же партнёрам», – заявил Валерий Горбунов.

Не исключено, что электромобили, выпущенные в «Автоторе», выйдут в мир под брендами действующих партнёров.



ВЛАДИМИР ЩЕРБАКОВ:

«ЕСЛИ ПРОИЗВОДИТСЯ РОССИЙСКИЙ ЭЛЕКТРОАВТОМОБИЛЬ, ТО ОЧЕНЬ РИСКОВАННО ИЗГОТАВЛИВАТЬ И ЭКСПЛУАТИРОВАТЬ ЕГО БЕЗ ЛОКАЛИЗАЦИИ ГЛАВНЫХ ЧАСТЕЙ. ПОТОМУ ЧТО ВЧЕРА, КОГДА ВСТУПАЛИ В ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ КООПЕРАЦИЮ, БЫЛИ С ЯПОНИЕЙ, ЮЖНОЙ КОРЕЕЙ, ЕС И АМЕРИКОЙ В ОДНИХ ОТНОШЕНИЯХ, СЕГОДНЯ – В ДРУГИХ, А ЗАВТРА МОЖЕМ БЫТЬ СОВСЕМ В ИНЫХ. ЯРКИЙ ПРИМЕР – СУДОВЫЕ ДВИГАТЕЛИ, ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ ТУРБИНЫ, САМОЛЁТ М21, МНОГОСЛОЙНЫЕ ПЛАТЫ, ЭЛЕКТРОНИКА ВЫСОКИХ ПАРАМЕТРОВ. К ВЕЛИКОМУ СОЖАЛЕНИЮ, СПИСОК МОЖНО ПРОДОЛЖИТЬ. А КТО МОЖЕТ УТВЕРЖДАТЬ, ЧТО С КИТАЕМ НЕ МОЖЕТ ПРОИЗОЙТИ ТО ЖЕ САМОЕ И НАМ НЕ БУДУТ ДИКТОВАТЬ КВОТЫ НА ПОСТАВКИ, РЕГУЛИРУЯ ОБЪЁМЫ НАШЕГО ПРОИЗВОДСТВА И ЦЕНЫ, ОБЕСПЕЧИВАЯ ЭТИМ КОНТРОЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАШЕЙ ПРОДУКЦИИ? ПОЭТОМУ ПРАВИТЕЛЬСТВО ПРАВИЛЬНО ГОВОРИТ: «НУЖНА ВЫСОКАЯ ЛОКАЛИЗАЦИЯ».





ФАКТЫ И ЦИФРЫ

«АВТОТОР» – ОДИН ИЗ КРУПНЕЙШИХ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ РОССИИ, ПЕРВЫМ В СТРАНЕ НАЧАВШИЙ ВЫПУСК АВТОМОБИЛЕЙ ИНОСТРАННЫХ МАРОК, ВЕДЁТ СВОЮ ИСТОРИЮ С НОЯБРЯ 1994 ГОДА. ЗА ГОДЫ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯМИ «АВТОТОР» БЫЛО ПРОИЗВЕДЕНО БОЛЕЕ **220** МОДЕЛЕЙ АВТОМОБИЛЕЙ ИНОСТРАННЫХ БРЕНДОВ. В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ВЫПУСКАЮТСЯ ЛЕГКОВЫЕ АВТОМОБИЛИ ИЗВЕСТНЫХ МИРОВЫХ БРЕНДОВ – BMW, KIA, HYUNDAI, А ТАКЖЕ КОММЕРЧЕСКИЕ АВТОМОБИЛИ HYUNDAI. «АВТОТОР» ЯВЛЯЕТСЯ СИСТЕМООБРАЗУЮЩИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ. НА ЕГО ДОЛЮ ПРИХОДИТСЯ ПОЧТИ ПОЛОВИНА ВСЕЙ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ ОБЛАСТИ И БОЛЕЕ **50%** ОТ ОБЪЁМА ТОВАРОВ, ПРОИЗВЕДЁННЫХ В ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕГИОНА. В 2020 ГОДУ ОБЪЁМ ПРОДУКЦИИ ЗАВОДА СОСТАВИЛ **295** МИЛЛИАРДОВ РУБЛЕЙ. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ РАССЧИТАНЫ НА ВЫПУСК **250 000** АВТОМОБИЛЕЙ В ГОД. «АВТОТОР» – ЭТО СВЫШЕ **30 000** РАБОЧИХ МЕСТ С УЧЁТОМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЗАНЯТОСТИ НА СМЕЖНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ. А ТАКЖЕ – **9%** В ОБЪЁМЕ ПРОИЗВЕДЁННЫХ И ПРОДАННЫХ НА ТЕРРИТОРИИ РФ АВТОМОБИЛЕЙ. БОЛЕЕ **2 500 000** АВТОМОБИЛЕЙ ПРОИЗВЕДЕНО НА ПРЕДПРИЯТИИ С НАЧАЛА ЕГО РАБОТЫ.



В компании рассматривают такой вариант как наиболее перспективный. «Рынок воспринимает популярный мировой бренд совсем иначе, чем новый, неизвестный. У них есть своя развитая дилерская сеть, необходимая для продвижения продукции марки, и т. д.», – пояснил Валерий Горбунов.

В компании дают взвешенные прогнозы по объёмам производства электромобилей. По предварительным оценкам, всего в 2024 году может быть продано 5-6 тыс. электромобилей. «Какую долю займём мы – зависит от потребителей. Сейчас дилеры работают по предзаказам, и это даёт нам возможность планировать производство. Мы создаём мощности под 5 тыс. электрокаров в год. Это разные модели. В 2024 году, когда мы будем готовиться к запуску опытно-промышленного производства, будет формироваться конкретный производственный план под реальные потребности рынка. Тогда мы сможем чётко планировать объём производства. Сейчас очень много факторов, которые не позволяют всё распланировать», – отметил Валерий Горбунов.

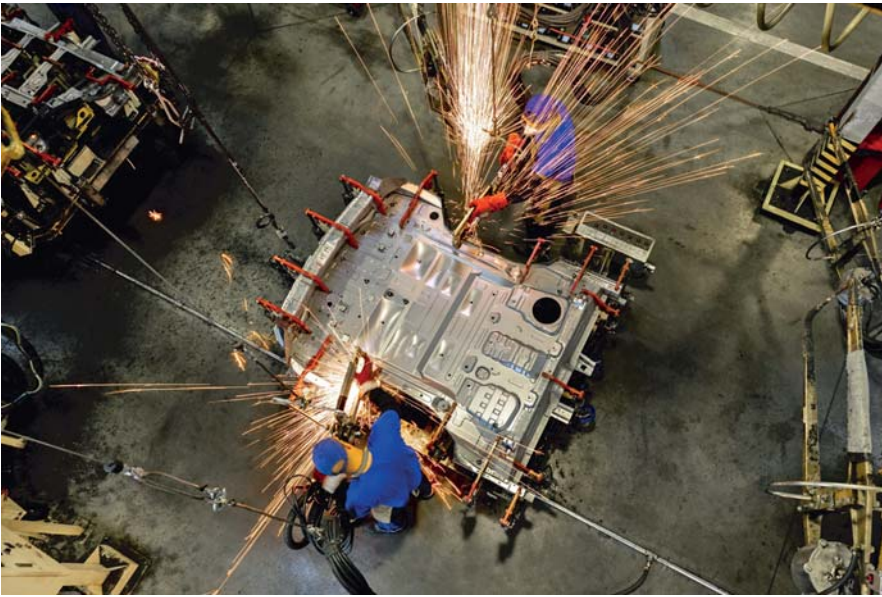
Среди тех факторов, которые не позволяют на данный момент уверенно прогнозировать объёмы, в компании «Автотор» называют отсутствие современных тяговых электродвигателей, надёжных ёмких аккумуляторов, надёжных и высокоэффективных батарей для легковых и коммерческих автомобилей при характерном для нашей страны диапазоне температур и климатических условий.

В компании полагают, что создание собственной оригинальной конструкции электромобилей – не самый перспективный путь для скорейшего развития производства этого вида транспорта в России. «Думаю, что этим путём нам и не стоит идти. При производстве и проектировании современного автомобиля используется 15-20 тыс. патентов и большое количество ноу-хау, 20-25 тыс. деталей и узлов и свыше 1000 различных материалов. Решение «быть владельцем интеллектуальной собственности» стоит не одну сотню миллионов долларов», – подчеркнул в одном из своих недавних интервью основатель «Автотора» Владимир Щербаков.

Поэтому путь, по которому идёт сегодня «Автотор», – подготовка к производству нового, глубоко локализованного электромобиля, но совместно с традиционными партнёрами. «К 2023 году мы подготовим автомобиль с большой долей локализации. Это будет не электродвигатель Kia, не батарея Kia, она должна быть российской. Ведём с несколькими производителями разговор об изготовлении электробатарей как с точки зрения того, что они принесут сборку батарей в Россию, так и с точки зрения организации совместного производства».

В декабре 2021 года «Автотор» заключил соглашение о сотрудничестве с отраслевым интегратором Росатома по системам накопления энергии ООО «РЭНЕРА» (входит в топливную компанию Росатома «ТВЭЛ») в целях создания на территории Российской Федерации производства автомобилей различного класса на электрической тяге и компонентов к ним, в том числе электри-





ческой батареи. Соглашение подразумевает применение продукции «РЭНЕРА» в электромобилях, которые планируется выпускать на производстве «Автотор».

Компания «РЭНЕРА» в 2021 году стала совладельцем южнокорейской компании EnerTech International, Inc. – производителя литийионных аккумуляторных ячеек и систем накопления энергии различной ёмкости. Подписанное сторонами соглашение включает решение о создании в России производства литийионных ячеек и систем накопления энергии, мощность которого составит не менее 3 ГВт·ч. Строительство «российской гигафабрики» будет завершено в городе Немане Калининградской области к 2025 году. Литийионные аккумуляторные батареи RENERA найдут применение как в транспортном секторе, так и в стационарных системах хранения энергии.

«Мы уверены, что партнёрство с «Автотором» станет важным этапом в развитии отечественного автопрома: импортозамещение может стать стимулом для широкого распространения электрического транспорта и, в свою очередь, также соответствует утверждённой концепции электротранспорта в России до 2030 года», – отметил Александр Камашев, генеральный директор ООО «РЭНЕРА».

«Доступность применения локализованной аккумуляторной батареи является одним из решающих факторов для развития производства электромобилей в рамках инвестиционного проекта «Автотора» и ускоренного внедрения электромобилей в России в целом, – подчеркнул генеральный директор ООО «Автотор Холдинг» Александр Сорокин. – Аккумулятор вместе с системой управления составляет до 20% стоимости электромобиля, это наиболее инвестиционно ёмкая составляющая, имеющая определяющее значение для экономической эффективности проектов по выпуску электромобилей. Подписанное сегодня

соглашение отражает наше стремление объединить усилия для создания высоколокализованной и конкурентоспособной продукции российского производства».

Литийионные аккумуляторные батареи на сегодняшний день являются наиболее современной и востребованной технологией накопления энергии. В силу своих особенностей – компактность, мощность, длительный срок эксплуатации – они получили массовое применение при производстве электротранспорта.

Покупателей отечественных электромобилей в России будут поддерживать. Предполагается, что с 2023 года покупатели произведённых в РФ электрокаров смогут получить скидку до 25%. После того как в «Автоторе» начнут производство электромобилей, власти Калининградской области также планируют запустить механизм стимулирующих мер для ускоренного перехода на использование «зелёного» транспорта.

Подготовила Александра Убоженко



ВЛАДИМИР ЩЕРБАКОВ:

«ЧТО КАСАЕТСЯ СОБСТВЕННЫХ РАЗРАБОТОК, МЫ ВИДИМ СВОЮ ЗАДАЧУ, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, В ТОМ, ЧТОБЫ ГЛУБОКО АДАПТИРОВАТЬ ЛЮБУЮ КОНСТРУКЦИЮ, КОТОРАЯ БУДЕТ ВЗЯТА ЗА ОСНОВУ. МАЛО КТО ЗНАЕТ, НО В 1999 ГОДУ ПРИ ПОСТАНОВКЕ НА ПРОИЗВОДСТВО В «АВТОТОР» BMW 5-Й СЕРИИ, КОТОРАЯ ШЛА ПЕРВОЙ ПО ОЧЕРЕДИ, В КОНСТРУКЦИЮ БЫЛО С НАШИМ УЧАСТИЕМ И ПО НАШИМ РЕКОМЕНДАЦИЯМ ВНЕСЕНО БОЛЕЕ 30 КОНСТРУКТОРСКИХ И ОКОЛО 20 ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ. КРОМЕ ТОГО, НУЖНО ДОБИТЬСЯ ГЛУБОКОЙ ЛОКАЛИЗАЦИИ НЕ ТОЛЬКО КОНСТРУКЦИИ, НО И КОМПОНЕНТОВ В РОССИИ. ЦЕЛЬ – ВЫЙТИ ПРИМЕРНО НА 75% ЛОКАЛИЗАЦИИ».

ЛЕСНЫЕ МАРШРУТЫ:

компания «ИСТК» инвестирует в продвижение техники Komatsu для российского лесного бизнеса



В этом году легендарный японский производитель индустриальной техники компания Komatsu отмечает свой вековой юбилей. Ещё в пятидесятых годах XX века техника Komatsu начала поставляться в Советский Союз: мощные бульдозеры, трубоукладчики, карьерные экскаваторы и другие машины, которые позволяли решать самые масштабные задачи на всесоюзных стройках Сибири и Дальнего Востока. Сегодня единственным 100% российским дистрибьютором ООО «Комацу СНГ» и крупнейшей по объёму продаж в России является компания «ИСТК», которая в этом году тоже отмечает круглую дату – 20 лет работы на рынке. За эти годы была проделана огромная работа. Компания «ИСТК» поставила своим клиентам более десяти тысяч единиц дорожно-строительной, горной техники и подъёмно-транспортного оборудования, имеет развитую филиальную сеть, контракты с ведущими отраслевыми компаниями, является участником крупнейших проектов федерального значения. В 2020 году компания получила статус официального дистрибьютора по лесозаготовительной технике Komatsu. И всего за год с небольшим добилась значительных успехов в области поставок техники для российского лесного бизнеса. О том, как сегодня идёт работа по развитию этого направления, рассказывает генеральный директор компании «ИСТК» Олег Степанов.

– Олег Анатольевич, за 20 лет появились и ушли с рынка многие компании. В чём секрет устойчивости бизнеса?

– Действительно, наша компания во многом уникальна. В России не так много организаций, которые прошли столь длительный путь – и прошли его успешно. За 20 лет компания кратно увеличилась в размерах, мы неоднократно преодолевали сложные кризисные периоды. Но есть несколько факторов, которые позволили нам преодолеть все трудности с высоко поднятой головой. В первую очередь – это команда, которую отличает высокий уровень профессионализма и приверженности к своему делу. Другим важным фактором выступает техника Komatsu, в качестве которой мы уверены. Компания Komatsu за вековую историю проделала огромный путь: от небольшой фирмы до мирового лидера рынка, ежегодно возглавляющего первые строчки рейтингов продаж. В России техника Komatsu традиционно пользуется большим спросом, и мы можем предложить нашим партнёрам самый широкий её выбор: экскаваторы, бульдозеры, вилочные погрузчики, карьерные самосвалы, горную и лесозаготовительную технику.

Таким образом, мы обеспечиваем нашим партнёрам возможность работать с одним поставщиком для решения самых разнообразных задач, что очень ценно, так как повышает эффективность их бизнеса.

Наши клиенты знают, что техника Komatsu отличается передовой производительностью и надёжностью. А ИСТК может предложить идеально выстроенную систему обслуживания даже в самых труднодоступных регионах, таких как Арктика, Восточная Сибирь и Дальний Восток.

– В 2021 году на базе Ярославского филиала был открыт новый технический центр. Что входит в его задачи?



– В новом техническом центре основной упор сделан на работу с лесозаготовителями. В 2020 году компания «ИСТК» получила статус официального дистрибьютора по лесозаготовительной технике Komatsu. Лесные машины Komatsu высоко котируются на мировом рынке и в некоторых странах занимают до 20% рынка. В России же доля японского производителя на лесном рынке была на момент нашего прихода гораздо ниже.

За время нашего долгосрочного сотрудничества с Komatsu мы уже решили масштабные задачи, такие как поставка и сопровождение техники для крупных нефтегазовых проектов со сложной инфраструктурой, среди которых: строительство трубопровода Восточная Сибирь – Тихий океан и газопровода «Северный поток». Участие в таких проектах требует особой гибкости и подхода, скорости, готовности инвестировать в создание местной инфраструктуры и т. п.

Такая же ситуация сложилась и с лесозаготовительной техникой. Перед нами стоит масштабная задача: довести долю рынка и присутствие бренда Komatsu на рынке лесозаготовительной техники до общемирового уровня и сделать это в очень сжатые сроки. То, что наши конкуренты делали десятилетиями, мы должны достичь за несколько лет на всей территории нашего присутствия: в Центральном, Северо-Западном, Северо-Кавказском федеральных округах, в Пермском крае, Кировской и Нижегородской областях.

Одним из стратегически важных шагов на пути к достижению этой задачи, стало строительство крупнейшего в европейской части технического центра, направленного на работу с лесозаготовительной техникой. Он появился на площади в 5 га, в непосредственной близости от завода Komatsu в Ярославле.

Помимо комплекса офисных и сервисно-производственных зданий, складов запасных частей, там имеются площадки для хранения техники и тренировочного полигона, на базе центра начинает формироваться промышленно-образовательный кластер для отечественного ЛПК, аналогов которому у бренда нет не только в России, но, возможно, и в Европе. Ещё одной гордостью филиала является уникальное для российской лесной отрасли производство гусеничных экскаваторов с элементами защиты для устройства лесных дорог; машин, оснащённых мульчерным оборудованием; бульдозеров с лесной защитой и так далее. Оборудование является полностью сертифицированным и проходит все необходимые испытания.

Раньше подобная техника производилась на заводе «Комацу Мэнюфэкчуринг Рус» в Ярославле. Теперь здесь осуществляется только подготовительный этап, а непосредственно сборка, установка навесного

оборудования и кастомизация машин под запросы заказчиков выполняются на производственной площадке ИСТК. Решения, которые разрабатываются для лесозаготовителей, продуманы на несколько шагов вперёд. Анализ потребностей партнёров, накопленных при обратной связи с клиентами, превращается в революционные инновации. В результате предприниматели-лесозаготовители могут вести свой бизнес более прибыльно.

– За счёт чего удалось так быстро достичь результатов?

– В основе успеха всегда заложены очень простые составляющие: энергичная и настроенная на успех команда, грамотно выстроенная инфраструктура и сервис. Для того чтобы быстро развиваться, невозможно ограничиться только поставкой машин. Наша стратегия – всегда быть рядом с клиентом. Если мы выходим с лесозаготовительной техникой в регион, то в этом регионе автоматически появляются наш сервис, склад запасных частей, станции техобслуживания, организуется взаимодействие с операторами машин. Мы достаточно быстро развернули сервисную сеть во всех регионах своего присутствия. Лесной бизнес очень чувствителен к простоям, поэтому сервисная поддержка – это колоссальная работа, которая ведётся круглосуточно, для того чтобы наши партнёры могли использовать все преимущества работы с Komatsu и ИСТК. Глобально это всё приводит к снижению издержек и повышению производительности лесозаготовительных комплексов, что сказывается на снижении себестоимости заготавливаемого материала и повышает рентабельность.



– И как сегодня в ИСТК организована работа выездного сервиса лесной техники?

– Особенность лесозаготовительной техники в том, что она работает в местах, удалённых от дорог, иногда в условиях полного бездорожья, но даже в таких условиях клиент не должен ждать, когда прибудет сервисная служба: реагирование должно происходить максимально быстро. Как говорит один из наших клиентов: «Каждый незаготовленный сегодня куб древесины уже невозможно заготовить завтра!» В парке нашей сервисной выездной службы – несколько десятков передвижных сервисных мастерских на базе машин повышенной проходимости. Сервисные экипажи также укомплектованы механиками с большим опытом и высокой квалификацией, имеющими с собой комплект оборудования для решения любой задачи. Мы не

допускаем ситуаций, когда у механика из-за отсутствия необходимых инструментов или комплектующих появляется необходимость выезжать повторно.

Благодаря наличию спутниковых систем мониторинга, устанавливаемых на машины клиентов, есть возможность получать с помощью мобильного телефона в онлайн-режиме данные о состоянии машины. Наша сервисная команда может полностью контролировать состояние машин на труднодоступных объектах и в любую секунду обеспечить обратную связь с операторами для дистанционной настройки эффективной работы каждой единицы техники.

Ещё одним ключевым решением, позволившим кардинально изменить ситуацию со снабжением запчастями наших дилеров и клиентов, стала система поставки – шаттл-трак. Два раза в неделю с



центрального склада в Москве курсирует машина с заказами по трём лесным маршрутам: до Архангельска, Петрозаводска и Сыктывкара.

– Почему для развития лесного направления был выбран именно Ярославль – не самый лесной российский регион?

– На Ярославль выбор для развития лесного направления пал неслучайно. Первые шаги в лесной бизнес мы начали делать ещё в 2013 году. За это время были наработаны необходимые компетенции – мы хорошо знаем, какие требования предъявляет лесозаготовитель к поставщику техники.

Во-вторых, Ярославская область – удобный логистический хаб, который расположен в непосредственной близости от крупных лесозаготовительных территорий страны: Вологодской, Кировской, Костромской, Архангельской областей, республик Карелия и Коми, а также Пермского края.

Столичные склады, откуда зачастую поступают техника, оборудование, запасные части для машин, находятся в непосредственной близости. И если необходимо отгрузить запчасти в три часа ночи, то это будет сделано.

Ну и конечно, непосредственная близость с российским заводом, где реализован полный производственный цикл. Всё вместе это образует мощный кластер для отечественного ЛПК.

– Сегодня в штате филиала «Ярославль» уже более 100 человек, из них в лесном сегменте – более 70, и планируется привлечь ещё больше специалистов. А где брать кадры?



– Вопрос компетентных кадров ключевой. Часто основная проблема лесозаготовителя не в том, чтобы купить технику, а в том, чтобы найти квалифицированных специалистов. Обучению специалистов мы всегда уделяли много внимания, а сегодня расширяем это направление: планируем на базе нашего филиала открыть крупный учебный центр, который будет готовить кадры, в том числе и для лесной отрасли. Учебный центр будет действовать в сотрудничестве с профильными учебными заведениями, мы хотим построить обучение таким образом, чтобы была возможность получать не только теоретические, но и практические знания, так что операторы и механики будут учиться использовать все возможности лесозаготовительной и другой техники Komatsu.

– В августе в Архангельской области прошёл чемпионат «Лесоруб XXI века», в котором компания «ИСТК» принимала участие. Какие у вас впечатления от участия?

– Самые позитивные! Мы впервые стали участником такого мероприятия. «Лесоруб XXI века» – это симбиоз маркетинга, бизнес-события и соревнований, объединённых на одной площадке. На выставке мы представили весь спектр техники Komatsu для ЛПК, провели презентацию машин, пообщались с действующими и потенциальными партнёрами. Особое внимание мы уделили подготовке команд – и это принесло свои плоды. Первое участие – и сразу призовое место на соревнованиях операторов форвардеров! Оператор нашего партнёра на Komatsu 875 занял второе место. Это безусловный успех, но нам, однозначно, есть, куда расти. Мы пришли на рынок лесозаготовительной техники всерьёз и надолго.



**Подготовила
Александра Убоженко**

Ольга
Селезнева,
РАСТО:

«Нас вынуждают
взять
образование
в свои руки»

*«ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ
ДОЛЖНО СТАТЬ ЧАСТНЫМ,
ТАК КАК ГОСУДАРСТВЕННАЯ
СИСТЕМА ПОДГОТОВКИ
КАДРОВ НЕ МОЖЕТ
УДОВЛЕТВОРИТЬ НАШИ
ПОТРЕБНОСТИ», –
ГОВОРIT ОЛЬГА
СЕЛЕЗНЕВА, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ
РЕГИОНАЛЬНОЙ
АССОЦИАЦИИ СТАНЦИЙ
ТЕХНИЧЕСКОГО
ОБСЛУЖИВАНИЯ (РАСТО).*



– Автосервисам самим придётся готовить кадры и создавать учебные центры. Ведь у государственной системы образования нет мотивации выпускать на рынок труда востребованных специалистов. Нет и адекватной шкалы оценки работы колледжей и вузов. Выпускники есть – и ладно. А куда они потом пойдут работать и чему научились, по большому счёту, никого не волнует.

Конверсия выпускников технических колледжей в профессию «механик» составляет всего 2% из 2800 молодых специалистов, которых ежегодно выпускают Москва и область.

Получается, что налоги заплачены, бюджетные средства израсходованы, а специалистов нет.

– Есть ли выход из сложившейся ситуации?

– Выход есть. Нам придётся создать альтернативную образовательную систему для авторемонтной отрасли, иначе мы потеряем свой бизнес из-за того, что с современными автомобилями некому будет работать.

Мы уже видим, как некоторые члены РАСТО закрывают высокотехнологичные направления бизнеса – восстановительный ремонт двигателей и коробок передач, оставляя только шиномонтаж, элементарное техобслуживание и торговлю ходовыми запчастями.

Почему это происходит? Потому что найти хороших специалистов сложно, а готовить новых – долго и дорого.

– А как же программа РАСТО по кадровому партнёрству с государственной системой образования? Неужели она не работает?

– Программа кадрового партнёрства с колледжами важна, но только как один из элементов образовательной стратегии РАСТО.

Дело в том, что успешна она только там, где руководитель сервисной станции «тянет» на себе студентов. Ходит в колледж, контролирует программы обучения, мотивирует и выбирает студентов, ведёт их к себе на производство.

Например, в техническом центре «ВОЛИН», которым я руковожу, мы выстроили такую работу и с удовольствием трудоустроиваем талантливых выпускников. Но мы в них вкладываемся, платим стипендии,

предоставляем практику. Фактически обучаем их у себя на производстве, а не в колледже. Это отдельный вид деятельности, который не каждому под силу.

– Неужели в колледжах не заинтересованы в развитии такого партнёрства?

– Я не случайно начала с мотивации. Для колледжа заказчиком образовательных услуг является государство, которое и оценивает успешность выполненной работы.

Руководству большинства учебных заведений проще готовить механиков по безнадёжно устаревшим, но утверждённым программам. И его можно понять: люди получают зарплаты именно за соблюдение утверждённых программ. Кто для них бизнесмен с его автосервисом?

Разумеется, в образовательной среде есть энтузиасты, на которых мы опираемся и с которыми дружим. Но, к сожалению, создать поточную систему подготовки кадров таким способом невозможно.

– Значит, надежды на государственную систему образования нет?

– Пока государство не будет заинтересовано в трудоустройстве специалистов, которых оно обучает за бюджетные деньги, надежды мало. Мы сами идём в колледжи, уговариваем интегрировать образовательные модули РАСТО в программы обучения, учим студентов у себя в мастерских. Для отрасли в целом это неэффективно.





Только крупные технические центры, такие как «ВОЛИН», могут позволить себе тратить время и деньги на коммуникацию с колледжами, отбор студентов и их подготовку, содержание технических тренеров, учебную литературу и инструменты. Но мастерские поменьше не потянут таких расходов – вот в чём беда.

Сотрудничество с государством принесёт плоды только тогда, когда оценка успешности работы всей образовательной системы начнёт базироваться на том, сколько выпускников было трудоустроено по специальности.

Вот тогда руководство колледжей будет заинтересовано в трудоустройстве студентов. Тогда и маленькие сервисы станут важны. А пока – только энтузиазм отдельных людей, который работает слишком локально.

– Как и когда вы начнёте создавать новую образовательную систему?

– На самом деле мы не начинаем, а продолжаем её создание. Первым шагом была программа кадрового партнёрства с колледжами государственной системы образования.

Внутри ассоциации мы разработали актуальные требования к автомеханикам, создали список работ, которые должен уметь выполнять специалист, разработали критерии оценки и диагностики его навыков. Под список компетенций были созданы современные образовательные модули.

Мы привлекли к работе технических тренеров международных компаний, производящих автокомпоненты и сервисное оборудование. «Обкатали» программу в ряде колледжей Московской области и уже принимаем на работу выпускников.

Далее запустили «Школу практиков РАСТО», в которой преподают лучшие специалисты авторемонтной отрасли. Мы начали готовить студентов и повышать квалификацию работающих механиков.

Пройдя этот путь, мы точно знаем, как готовить специалистов высокого уровня. У нас есть всё, чтобы продолжить расти в этом направлении. Осталось только открыть учебный центр, который будет построен в следующем году.

– Можете рассказать подробнее про этот учебный центр?

– Летом мы откроем всероссийский образовательно-выставочный центр «ВОЛИН». Он станет учебной базой Ассоциации РАСТО.

Центр будет состоять из двух выставочных корпусов и трёх конференц-залов – некий мини-крокус для авторемонтной отрасли. Отдельный корпус будет иметь аудитории и автосервис на семь постов: от механического до постов электрики и кузовного цеха с собственной зоной подготовки. Каждый пост будет закреплён за брендом-партнёром (ведущим мировым производителем автокомпонентов или сервисного оборудования).

Здесь мы будем обучать студентов, проводить курсы повышения квалификации для сервисных специалистов, переобучать людей на новые специальности по авторемонтному делу. Одним из направлений деятельности центра станет создание всероссийского кадрового резерва РАСТО.

– А кто будет преподавать в новом образовательном центре?

– Так как мы сотрудничаем с мировыми производителями автокомпонентов, гаражного и сервисного оборудования, то будем приглашать их технических тренеров. Ведь именно они имеют доступ к самым передовым оригинальным технологиям. Это важно, так как устройство автомобилей становится всё сложнее.

Кроме того, РАСТО – это сообщество опытных мастеров и руководителей предприятий сервисного обслуживания, которые также готовы делиться накопленным опытом.

Лучшее оборудование, лучшие специалисты, самые востребованные и актуальные программы подготовки... Фактически мы создаём первый в стране учебный центр наподобие лучших мировых аналогов. Только он будет заточен не под одну автомобильную марку или один-единственный бренд запчастей, а комплексно объединит лидеров рынка авторемонта в единую образовательную среду.

– С профессионалами всё понятно, они сами заинтересованы в обучении. А как вы планируете привлекать студентов?

– Мы продолжим сотрудничать с колледжами, а также начнём приглашать на платное обучение абитуриентов. Важно, что самые достойные смогут учиться бесплатно, получая гранты от РАСТО или автосервисов, которые впоследствии примут выпускников на работу.

Большое внимание будет уделяться и профориентации. Мы сами пойдём в школы, чтобы рассказывать о нашем деле, приглашать детей на экскурсии, вовлекать в профессию, очаровывать ей.

– Запуск учебного центра станет завершающим этапом образовательной стратегии РАСТО?

– Скорее началом нового пути! Мы планируем готовить не только механиков, но и мастеров-приёмщиков, менеджеров торго-

вого зала, подборщиков запчастей, специалистов кол-центров и даже управляющих автосервиса. Спрос на таких специалистов велик, в том числе и в дилерском сегменте, но системно их никто не готовит. А в дальнейшем мы начнём обучать и другим рабочим специальностям, не связанным с авторемонтной отраслью.

– Не планируете ли вы конкурировать с государством в сфере образования?

– В недалёкой перспективе мы планируем сотрудничать с государством – готовить востребованных специалистов за бюджетные деньги. А отчитываться об эффективности образовательной деятельности – трудоустройством выпускников, а не их количеством.

Сегодня мы постараемся обеспечить устойчивость бизнеса членов ассоциации. Напомню, что до революции и в советское время существовала эффективная система подготовки кадров: людей обучали под

конкретные задачи конкретной отрасли, даже конкретного завода.

К сожалению, сегодня государственная система образования потеряла связь с реальностью. Многие специалисты выпускаются в никуда, либо их знания не соответствуют требованиям рынка. Увы, но для нас действующая система почти бесполезна, поэтому мы создаём свою.

От этого выиграют все: и потребитель, и авторемонтный бизнес, и конкретные люди, которые получат хорошую работу. И конечно же, выиграет государство: оно получит налоги от работников, вышедших из тени гаражных кооперативов. В итоге наш опыт пригодится и для модернизации отечественной системы образования.

Так что – никакой конкуренции, только обоюдовыгодное сотрудничество, с высокой мотивацией каждой из сторон.

Материал подготовил Иван Лапырин



КАРТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТНОЙ И ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ ЖУРНАЛА:
83 администрации губернаторов РФ;
88 региональных торгово-промышленных палат;
36 корпораций развития регионов;
Торгово-промышленная палата РФ;
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 Израила

- 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)

Посольства и торгпредства:

- 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

DIALOG

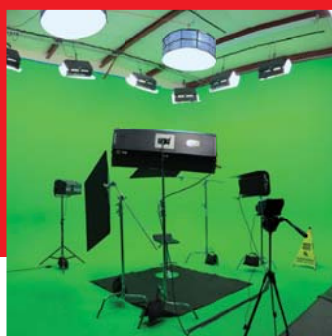
P R O D U C T I O N

DIALOG PRODUCTION: КАЧЕСТВЕННЫЙ ВИДЕОКОНТЕНТ ДЛЯ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ВАШЕГО БИЗНЕСА

ИМИДЖЕВЫЕ, КОРПОРАТИВНЫЕ, ВИРУСНЫЕ, ДОКУМЕНТАЛЬНЫЕ ФИЛЬМЫ И РОЛИКИ

МЫ СОЗДАЁМ КАЧЕСТВЕННОЕ ВИДЕО

ДЛЯ ЛЮБЫХ БИЗНЕС-ЦЕЛЕЙ И БЮДЖЕТОВ



МЫ ДЕЛАЕМ

ВСЕ ВИДЫ ВИДЕО –
ОТ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО
ФИЛЬМА ДО
ИГРОВОГО РОЛИКА

НАС ОТЛИЧАЕТ

СКОРОСТЬ,
ДОСТУПНОСТЬ,
АВТОРИТЕТ

МЫ ЛЮБИМ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ
ПОДХОД
И СВЕЖИЕ ИДЕИ

МЫ ОТВЕЧАЕМ

ЗА РЕЗУЛЬТАТ
НАШЕЙ РАБОТЫ

BDM business
DIALOG
MEDIA

Контакты:

Московская область, г. Наро-Фоминск, пл. Свободы, д. 10, 2 этаж

Телефон: +7 495 730-5550 (доб. 5700)

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



Сеть бургерных
TESLA BURGER

БУРГЕРЫ

ИЗ НАТУРАЛЬНЫХ
ИНГРЕДИЕНТОВ
ПО ДОСТУПНЫМ
ЦЕНАМ

Франшиза:
teslaburgerfranch.ru
Телефон: 88003000688
Сайт: teslaburger.ru
instagram: teslaburgers