



**СДЕЛАНО
В ЮГРЕ**

РЕГИОН
НОМЕРА –
ПЕРМСКИЙ КРАЙ

**НАЗАД В БУДУЩЕЕ:
НОВАЯ ЖИЗНЬ
КОРПОРАТИВНОГО
ТЕЛЕВЕЩАНИЯ**

ENG+RUS



ДМИТРИЙ АНДРОСОВ,

УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР ГРУППЫ КОМПАНИЙ WEBBOOSTER:

**«ЛЮБОЙ БИЗНЕС МОЖЕТ ПОЛУЧАТЬ БОЛЬШЕ
ОТ СВОИХ ТЕКУЩИХ DIGITAL-АКТИВНОСТЕЙ.**

**ПЛЮС СЕБЕСТОИМОСТЬ ТЕКУЩИХ
РЕЗУЛЬТАТОВ МОЖЕТ БЫТЬ ГОРАЗДО НИЖЕ».**



Корпоративное телевидение Богородского индустриального парка, совсем молодое, основано в марте 2019 года с большой помощью ТПП и известного журнала RBG в лице его директора талантливой Марии Суворовской. Это направление для Российского телевидения совсем новое и только набирает обороты. Мы рады, что имеем возможность участвовать в развитии этого направления с профессиональными партнёрами. Мы благодарны Марии за профессионализм и нестандартный подход к нашему общему делу. Надеемся на быстрое развитие нашего телевидения на территории не только индустриального парка, но и в Богородском округе, конечно, это возможно только с помощью таких целеустремленных, талантливых и влюблённых в свое дело, как Мария Суворовская и вся её большая команда.

**Генеральный директор
ООО «Парк Ногинск»
Карцов Олег Васильевич**



Благодарим ваш коллектив за успешный запуск и ведение проекта «Корпоративное телевидение» в Группе компаний «Специальные системы и технологии»!

Творческий подход, нацеленность на результат, готовность услышать клиента команды «Бизнес-Диалог Медиа» сделали возможным создание нового инструмента корпоративных коммуникаций в заданные сроки и на высоком профессиональном уровне.

Для запуска проекта в кратчайшее время вами была разработана концепция, предложены и оформлены заставки для рубрик. Съёмочная группа всегда оперативно реагировала на наши запросы, а монтаж материала выполнялся в соответствии с нашими пожеланиями.

От лица Группы компаний «Специальные системы и технологии» выражаем признательность за поддержку проекта и надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество!

**С уважением,
руководитель группы внешних
коммуникаций ГК «ССТ»
Евгения Жукова**



Искренне благодарим Марию Суворовскую и команду за сотрудничество!

Своевременная реакция на запросы, качество предоставляемой услуги, отзывчивость – отличительные черты клиентоориентированного подхода компании «Бизнес-Диалог Медиа».

Всесторонняя поддержка со стороны профессионалов своего дела является неотъемлемой частью внедрения такого важного инструмента внутренних коммуникаций, как корпоративное телевидение.

Надеемся на долгое плодотворное сотрудничество!

**Директор «Зенит Ритейл в России»
Елена Аладина**

Мы работаем с лучшими





КОРПОРАТИВНОЕ ТВ –

МОЩНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ
КОРПОРАТИВНОГО ДУХА И ЦЕЛОСТНОСТИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ
(ПРЕДПРИЯТИЯ)

ГРУППА «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА» С 2018 ГОДА
ЗАПУСТИЛА ОТДЕЛЬНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ – ПРОДАКШН,
ЗАНИМАЮЩЕЕСЯ ПРОИЗВОДСТВОМ КОРПОРАТИВНОГО ТВ



МЫ ДЕЛАЕМ КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА!

E-MAIL: MAIL@B-D-M.RU

ТЕЛ.: +7 (495) 730 55 50 ДОБ. 5700



Уважаемые коллеги и партнеры!

Вести бизнес в Пермском крае комфортно и выгодно компаниям любого масштаба. Десятки федеральных и международных предприятий, успешно работающих в нашем регионе, уже оценили промышленную мощь края, его ресурсную базу и транспортную доступность, природную уникальность и богатое культурное наследие.

Мы всегда были опорным краем державы и этот статус подтверждаем и сегодня. В Пермском крае производится 97% всех калийных удобрений в стране, треть оптического кабеля и пятая часть бумаги. Наши авиадвигатели поднимают в небо самолеты Президента России и еще тысячи бортов. В крае работают более 120 крупных предприятий, а это хорошая база для развития малых и средних компаний самых разных профилей.

Высокий уровень энергообеспеченности и свободные мощности делают наш регион привлекательной площадкой для развития любого производства. Успешному ведению бизнеса способствует и удобная транспортная логистика: в крае представлены все виды транспорта. В современном аэропорту сегодня действуют более 40 авианаправлений, отвечающих интересам бизнес-сообщества. Мы также привели в порядок дорожную сеть как внутри региона, так и дорожные связи с регионами-соседами. Реализуем ряд проектов по созданию технопарков для существующих и потенциальных инвесторов.

**Губернатор Пермского края
Максим Решетников**

Dear colleagues and partners!

Doing business in the Perm region is comfortable and beneficial for companies of any scale. Dozens of federal and international enterprises, successfully operating in our region, have already appreciated the industrial power of the region, its resource base and transport accessibility, natural uniqueness and rich cultural heritage.

We have always been a backbone region of our country, and we confirm this status today. 97% of all potash fertilizers in the country, a third of the optical cable and a fifth of the paper are produced in the Perm region. Our aircraft engines raise in the sky the planes of the President of Russia and thousands more airplanes. More than 120 large enterprises work in the region, and

this is a good basis for the development of small and medium-sized companies of various profiles.

The high level of energy supply and free capacity make our region an attractive platform for the development of any production. Convenient transport logistics also contributes to successful business: all types of transport are represented in the region. Today, at the modern airport, there are more than 40 airline routes serving the interests of the business community. We also put in order the road network: both within the region and the road links with the neighboring regions. We are implementing a number of projects to create technology parks for existing and potential investors.

**Governor of the Perm Region
Maxim Reshetnikov**

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

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

16+

Учредитель и издатель:

ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

при поддержке ТПП РФ

Редакционная группа:

Максим Фатеев, Вадим Винокуров,

Наталья Чернышова

Главный редактор:

Мария Сергеевна Суворовская

Редактор номера:

Анжелика Викторовна Неделько

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Владимировна Длугач

Дизайн/верстка: **Александр Лобов**

Корректор: **Мария Башкирова**

Перевод: **Мария Ключко**

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

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

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА»,

публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не

обязательно должно совпадать с мнением редакции.

Перепечатка материалов и их использование в любой

форме допускается только с разрешения редакции

издания «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Адрес редакции: **143966,**

Московская область,

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

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 № 48

Подписано в печать 28.06.2019 г.

Тираж: **30000**

Цена свободная.

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

Russian Business Guide

www.rbgmedia.ru

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

16+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

with the support of the CCI of Russia

Editing Group: **Maxim Fateev,**

Vadim Vinokurov, Natalia Chernyshova

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

Managing Editor: **Anzhelika Viktorovna Nedelko**

Deputy Marketing Director: **Irina Vladimirovna Dlugach**

Designer: **Alexandr Lobov**

Proofreader: **Maria Bashkirova**

Translation: **Maria Klyuchko**

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow, ul. Electrozavodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does not

necessarily coincide with the editorial opinion. Reprinting

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

the permission of the editorial office of the publication

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 № 48

Passed for printing on 28.06.2019 г.

Edition: **30000 copies**

Open price

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

ОФИЦИАЛЬНО OFFICIALLY

4

АЛЕКСЕЙ ЧИБИСОВ: «МЫ СТРЕМИМСЯ ПРЕДЛОЖИТЬ БИЗНЕСУ ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ»
ALEXEY CHIBISOV: «WE STRIVE TO OFFER READY SOLUTIONS FOR THE BUSINESS»

10

ПРЕЗИДЕНТ ПЕРМСКОЙ ТПП ОЛЕГ ЖДАНОВ: «ПОДДЕРЖИВАТЬ БИЗНЕС- ИНИЦИАТИВЫ, ИДУЩИЕ ОТ ЖИЗНИ»
OLEG ZHDANOV, PRESIDENT PERM CCI: «SUPPORT BUSINESS INITIATIVES ORIGINATED BY REAL LIFE»

ИНДЕКС УСПЕХА SUCCESS INDEX

16

«МЕТАФРАКС» – СТАБИЛЬНОСТЬ И ИННОВАЦИИ!
METAFRAX - STABILITY AND INNOVATION!

20

ПЕРМСКИЙ МУКОМОЛЬНЫЙ ЗАВОД: «МЫ НЕ УМЕЕМ ДЕЛАТЬ ПЛОХУЮ МУКУ»
PERM MILLING PLANT JSC: «WE DO NOT KNOW HOW TO PRODUCE BAD FLOUR»

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ COVER STORY

24

ЛЮБОЙ БИЗНЕС МОЖЕТ ПОЛУЧАТЬ БОЛЬШЕ ОТ СВОИХ ТЕКУЩИХ DIGITAL-АКТИВНОСТЕЙ. ПЛЮС СЕБЕСТОИМОСТЬ ТЕКУЩИХ РЕЗУЛЬТАТОВ МОЖЕТ БЫТЬ ГОРАЗДО НИЖЕ.
ANY BUSINESS CAN GET MORE FROM ITS CURRENT DIGITAL ACTIVITIES. PLUS, THE COST OF THE CURRENT RESULTS CAN BE MUCH LOWER.

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА IN THE FIRST PERSON

30

НАТАЛЬЯ КОМАРОВА, ГУБЕРНАТОР ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРА: ОБ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ, ПРИОРИТЕТАХ И СЕГОДНЯШНИХ РЕАЛИЯХ
NATALYA KOMAROVA, GOVERNOR OF KHANTY-MANSIYSK AUTONOMOUS OKRUG – UGRA: ON INVESTMENT POLICY, PRIORITIES AND TODAY'S REALITIES

СДЕЛАНО В ЮГРЕ MADE IN UGRA

36

БАТАРЕЙНЫЕ КАРТРИДЖИ MWD & LWD В РОССИИ
BATTERY CARTRIDGES MWD & LWD IN RUSSIA

38

СДЕЛАНО В ЮГРЕ: ДОМА НА КОЛЕСАХ ПОКОРЯЮТ СЕРДЦА ОХОТНИКОВ И ЛЮБИТЕЛЕЙ ОТДЫХА НА ПРИРОДЕ
MADE IN UGRA: MOBILE HOMES CONQUER THE HEARTS OF HUNTERS AND OUTDOOR ENTHUSIASTS

ПОДАРИ СЕБЕ ОТДЫХ GIVE YOURSELF A REST

40

РАСШИРЯЕМ ГОРИЗОНТЫ С «ЮГРАМЕГАТУР»
EXPANDING HORIZONS WITH UGRAMEGATUR

В СТАТУСЕ ПАРТНЁРОВ IN THE STATUS OF PARTNERS

42

«СДЕЛАНО В ШУНЬДЭ», ПРЕДСТАВЛЕНО В МОСКВЕ
«MADE IN SHUNDE», HAS OPENED UP IN MOSCOW

48

КОМПАНИЯ «ДЕФАЙНУМ»: ЭЛЕКТРИЧЕСКИЕ ЖГУТЫ И КАБЕЛЬНЫЕ СБОРКИ
DEFINUM: WIRE HARNESSSES AND CABLE ASSEMBLIES



АЛЕКСЕЙ ЧИБИСОВ: «МЫ СТРЕМИМСЯ ПРЕДЛОЖИТЬ БИЗНЕСУ ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ»

Пермский край располагает разнообразными природными ресурсами и мощным промышленным потенциалом. Именно благодаря значительной сырьевой базе здесь активно развиваются такие отрасли, как топливно-энергетический комплекс, нефтехимическая промышленность, машиностроение, лесная, пищевая промышленность. Регион также имеет очень удобное логистическое расположение, что делает его значимым транспортным узлом, обеспечивающим выход в Северную и Южную Европу. Благодаря удачному месту расположения, хорошей логистике и открытости правительства, Пермский край остается очень привлекательным для инвесторов, только за I квартал 2019 года в развитие экономики и социальной сферы Пермского края инвестировано почти 45,2 млрд рублей. О том, как сегодня развивается регион, какие механизмы использует для привлечения иностранных инвесторов, нам рассказал заместитель председателя правительства – министр промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края Алексей Валерьевич Чибисов.

– Какие факторы влияют на экономику Пермского края? В чем преимущества для инвесторов вашего региона?

– Экономика Пермского края, так же, как и экономика России в целом, зависит от внешних факторов, ключевыми из которых, помимо внешнеполитических ограничений, были и остаются цены на сырье. И здесь наша особенность состоит в том, что для экономики края, в дополнение к стоимости нефти и газа, важной является цена на калийные удобрения.

Еще один важный фактор, о котором нужно сказать, – работа крупных предприятий. Промышленный сектор продолжает развиваться, индекс производства стабильно положительный. Но в разных отраслях ситуация складывается по-разному. В ряде отраслей, в частности, в сфере высокотехнологичного машиностроения и производства химической продукции, мы удерживаем лидерство. Например, экспорт метанола из России в прошлом году составил 1,9 млн тонн. Более четверти этого объема – почти 500 тыс. тонн – экспортировал «Метафракс», головное предприятие которого расположено в Пермском крае. В сфере машиностроения у нас уже заработали программы по кооперации с крупнейшими корпорациями по заказам у наших предприятий, которые запускали в прошлом году. И это тоже движение вперед.

Если говорить о преимуществах для инвесторов, то Пермский край имеет развитую логистическую инфраструктуру. Она включает все виды транспорта. Это обеспечивает удобный выход на ключевые транспортные коридоры. Как следствие, дает быстрый и удобный доступ к рынку сбыта соседних регионов. Можно по-разному относиться к разного рода рейтингам, но по данным агентства «Эксперт РА», инвестиционный рейтинг региона определен как 2В (RaEx) – средний потенциал – умеренный риск.



Главное, что мы стараемся работать в тесной связи с отраслевыми экспертами и бизнесом, например, через региональный Совет по предпринимательству и улучшению инвестиционного климата.

Стремимся к созданию комфортных условий для ведения бизнеса, прежде всего в снижении фискальной и административной нагрузки. Если говорить предметно, то у нас установлены льготы для территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР). В результате ТОСЭР Чусовой по количеству резидентов занимает четвертое место среди 65 территорий с таким же статусом. Проекты, которые уже там реализуются предусматривают создание более 400 новых рабочих мест. Акцентирую внимание, что это совершенно новые рабочие места. И мы не останавливаемся, есть планы по дальнейшему развитию этой территории. В Чусовом есть большая промзона, которая с точки зрения инфраструктуры всем обеспечена и идет концентрация производств вокруг этой территории. Поэтому для всех, кто готов инвестировать, работать, создавать рабочие места, край готов предоставить под развитие производства земельные участки без торгов. Основной принцип – не ограничивать, а поддерживать.

Пермский край одним из первых стал внедрять механизм специнвестконтрактов (СПИКов). По СПИКах сегодня идет дискуссия, в том числе и на федеральном уровне. Есть ряд мнений о том, что предприятия «и так бы» инвестировали и финансировали. Но наша практика показывает, что так не бывает. Только наличие понятных правил игры на долгосрочный период, закрепленных законодательно, позволяет инвесторам спокойно работать. Сегодня в крае реализуются 9 проектов, которые предусматривают создание более 5 тысяч рабочих мест. Один из проектов связан с развитием компании «Метафракс» и строительством химического производства в Губахе. А это развитие как самого города, так и всей территории вокруг Кизеловского угольного бассейна, а мы понимаем, насколько нам нужно развитие, рабочие места и инфраструктура.

Вместе с тем, бизнес – понятие многогранное, поэтому к каждому инвестору мы стремимся обеспечить индивидуальный подход. В крае работает Агентство инвестиционного развития. Это своего рода «единое окно», которое помогает бизнесу с поиском инвестплощадок, свободных ниш, оказывает консультационную помощь, помогает сориентироваться в регионе.

Мы стремимся предложить бизнесу и готовые решения, в том числе индустриальные площадки и технопарки. Например, MORION DIGITAL – третий по



величине частный технопарк городского формата в России, находится именно в Перми. Для резидентов технопарков действуют сниженные налоговые ставки: 15,5% налог на прибыль и 1,1% налог на имущество. По данным экспертов CNews Analytics, по налоговым условиям, созданным для ИТ-компаний, мы входим в шестерку лучших регионов России. Мы готовы поддержать всех, кто нацелен на работу в регионе, на создание новых рабочих мест – это, наверное, ключевой принцип. Потому что в конечном итоге – это выполнение указов Президента, выполнение тех целей, которые поставлены по опережающему экономическому росту и созданию новых рабочих мест.

– Как привлекаете инвесторов в крупные проекты? Какие отрасли, сферы в Пермском крае нуждаются в привлечении инвестиций на данный момент?

– Если в сфере промышленности в крае реализуются многомиллиардные инвестиционные проекты, то развитие сферы досуга и развлечений отстает. Сегодня в Перми нет ни одного отеля уровня 5 звезд. Конгрессно-выставочные центры, гостиницы, аквапарки – все это находилось на уровне, который не соответствовал нашему потенциалу. Поэтому особое внимание в течении последних двух лет мы уделяем привлечению инвесторов в эти ключевые проекты. Есть уже первые результаты. Например, компания «Проспект» строит в Перми современный многофункциональный комплекс с отелем уровня 5 звезд и конгрессно-выставочным холлом. Самое главное, что мы получаем, – это не про-

сто отель, а понятный бренд, понятную звездность и поддерживаемый стандарт качества.

Причем развитие сферы досуга и развлечений мы видим не только в строительстве новых объектов, но и в реформативировании старых: именно поэтому такое внимание уделяется проекту культурного кластера – завода Шпагина. После реконструкции в это пространство переедут музеи, разместятся выставочные площадки и творческие пространства, что в свою очередь создает благоприятные условия для развития малого бизнеса: кафе, рестораны, мастерские – большой простор для развития малого бизнеса и креативного класса.

Регион открыт для инвестиций и в других сферах. Мы готовы предложить более 200 гектаров земли для индустриальных парков, более 50 гектаров для строительства ритейл-парков. Мы – один из самых лесных регионов России. 72% площади региона заняты лесом, а это около 12 млн гектаров, поэтому регион уже вошел в пилотный проект по развитию механизмов биржевой торговли лесом. Вместе с тем мы работаем над улучшением качества деловой среды и упрощением административных процедур. Это выгодно отличает Пермский край и дает хорошие конкурентные преимущества для ведения бизнеса.

– Иностранные инвесторы строят свой бизнес в Пермском крае? Какие страны в большей степени заинтересованы в инвестициях в крупные проекты?

– С моей точки зрения край интересен для иностранных инвесторов. Сегодня у нас зарегистрировано более 260 предпри-



ятий с участием иностранного капитала, в том числе крупнейшие международные игроки (Henkel, Metro, Leroy Merlin, Nestle, Knauф, Decathlon и ряд других). Пермские компании работают более чем со 150 странами, это и прямые инвестиции, экспортно-импортные операции. За 2018 год экспорт, кстати, увеличился до 5 млрд долларов.

При этом мы прекрасно осознаем, что потенциал выше, поэтому находимся в постоянном диалоге с зарубежными партнерами, ищем новые рынки, формируем совместные планы. Поскольку доступность прямых инвестиций несколько ограничена, то край ведет активную работу по самопрезентации и расширению деловых контактов. Поэтому здесь мы выбрали тактику участия в крупнейших отраслевых выставках и проведения бизнес-миссий в страны, с которыми видим перспекти-

– Ранее уже говорил о работе Агентства инвестиционного развития. По сути – это комплексная поддержка потенциальным инвесторам, которая предоставляется на безвозмездной основе по принципу «одного окна». Подбор площадок, мер поддержки, взаимодействие с инфраструктурными и сетевыми организациями, органами власти – все эти вопросы решаются через агентство и делают проще «вхождение» инвестора в регион.

В крае есть целый комплекс мер поддержки инвесторов, среди которых возможность получения статуса «приоритетный инвестиционный проект» и заключение специального инвестиционного контракта (СПИК). Эти инструменты дают возможность работать в крае на льготных и выгодных условиях. Напри-

– Что делается в крае для поддержки малого и среднего бизнеса? Какие отрасли сегодня преобладают в данных сферах?

– Поддержка малого и среднего бизнеса – тема важная. В целом за последние несколько лет численность занятых в сфере малого и среднего предпринимательства стабильная, в этом секторе занят каждый третий житель региона. Сегодня инфраструктура поддержки малого бизнеса весьма развита. Практически для каждой категории предпринимателей есть программы и инструменты поддержки. Есть мероприятия по поддержке и для новичков, которые только-только открывают свое дело. Есть для тех, кто встал на ноги и готов дальше развиваться. Есть поддержка молодежного предпринимательства. Есть поддержка инновационных продуктов, у нас проходит много конкурсов в крае, которые дают возможность получить грантовую поддержку.

И в то же время надо понимать, что основа нашего бизнеса – 35% те, кто занят в реальном секторе, и те, кто занят реальным производством. Поэтому мы встраиваем эти компании в кооперацию с крупными промышленными предприятиями. У нас есть центр субконтрактинга. В этом году открылся центр поддержки экспорта. И запущена программа «Экспортный акселератор», обучение по которой пройдут порядка 30 региональных компаний.

Мер поддержки очень много, предпринимателям важно правильно сориентироваться и ими воспользоваться. Для этого в крае уже работает центр «Мой бизнес». На базе центра сосредоточены все организации, образующие инфраструктуру поддержки малого и среднего предпринимательства. Это дает возможность предпринимателям получить любую услугу для бизнеса в формате «одного окна».

– Как вы оцениваете экономический, социальный и инвестиционный потенциал Пермского края в 2019 году?

– Потенциал достаточно серьезный. Но, пожалуй, самый ценный потенциал Пермского края – это люди, которые живут в Перми или любой другой территории края. Поэтому задача, которая стоит перед региональной властью сегодня, – работать над тем, чтобы каждый житель Прикамья мог получить хорошее образование, найти хорошую и достойно оплачиваемую работу, воспользоваться качественными медицинскими и социальными услугами. А его жители хотели бы остаться жить и работать в Пермском крае.

Из всего, о чем я сказал, складывается такое понятие, как «качество жизни», что, в свою очередь, безусловно, оказывает влияние на экономические показатели развития территории.



вы сотрудничества. Только за 2018 год в подобных бизнес-миссиях приняли участие порядка 300 предприятий региона. И мы видим интерес! Хорошую динамику инвестиционных отношений уже показывают страны Азиатско-Тихоокеанского региона, такие как Индия, ОАЭ, Япония, Китай.

Например, инвестор из Индии строит в Перми кампус для иностранных студентов. В рамках пермской бизнес-миссии в Китай установлены дружеские отношения с провинцией Цзянси, в частности, подписано соглашение о реализации совместного проекта «Русский дом». По итогам 2017 г. объем взаимного товарооборота между Пермским краем и Китаем составил почти 600 млн долларов. Это третий по обороту партнер Пермского края.

– Какие программы, которые сейчас действуют для успешного привлечения инвесторов в регион, вы можете обозначить? Есть ли какие-то преимущества и плюсы, которые может получить инвестор при работе в Пермском крае?

мер, статус «приоритетного проекта» позволяет подобрать необходимый земельный участок и получить его в аренду без проведения торгов по льготной арендной ставке (1 рубль за 1 га), получить налоговые льготы, поддерживающие становление и развитие бизнеса.

Пермский край является одним из лидеров по объему предоставляемых налоговых льгот. Для большинства отраслей нагрузка по налогу на прибыль в Пермском крае значительно ниже средней российской. Сниженные налоговые ставки действуют в сельском хозяйстве, охоте, рыболовстве, лесном хозяйстве. Сниженными налоговыми ставками могут пользоваться те налогоплательщики, кто реализует в крае приоритетные инвестиционные проекты, держатели региональных специнвестконтрактов, резиденты промышленных (промышленных) парков, технопарков в сфере высоких технологий, ТОСЭР. В ответ мы ждем от инвесторов вложений в новое производство, создание новых рабочих мест и налоговых поступлений.



The Perm Territory has various natural resources and a strong industrial potential. Precisely thanks to the raw material base, such industries as fuel and energy, petrochemical industry, mechanical engineering, timber industry and food manufacturing are actively developing here. In addition to that, the region is located very conveniently in terms of the logistics, which makes it a significant transportation hub providing the access to Northern and Southern Europe. Due to the convenient location, good logistics and openness of the government, the Perm Territory remains very attractive for investors: for Q1 2019 only, about 45.2 billion was invested in development of the economy and the social area of the Perm Territory. Deputy Chairman of the Government, Minister of Industry, Entrepreneurship and Trade of the Perm Territory Aleksei V. Chibisov told us how the region is developing nowadays, and what mechanisms are used for attracting foreign investors.

ALEXEY CHIBISOV:

"We strive to offer ready solutions for the business"



- What factors affect the economy of the Perm Territory? What are the advantages for investors in your region?

- The economy of the Perm Territory, like the economy of entire Russia, depends on external factors, the key ones of which, besides foreign policy restrictions, were and are prices to raw materials. Our distinctive feature is that the price to potassium fertilisers is important for the economy of the territory, in addition to the price to oil and gas.

Another important factor that is worth mentioning is functioning of major enterprises. The industrial sector keeps developing, and the industrial production index is consistently positive. Although, the practice differs in industries. In some industries, in particular, in high-tech mechanical engineering and chemical production, we maintain the leadership. E.g. export of methanol from Russia last year amounted to 1.9 million tons. Over one fourth of that volume, about 500 thousand tons, was exported by Metafrax, whose headquarter is located in the Perm Territory. As for mechanical engineering, we have already implemented programmes for cooperation with major corporations that place orders with our enterprises that we launched last year. And this is also the onward movement.



As for advantages for investors, the Perm Territory has a developed logistic infrastructure that covers all transport modes. That ensures a convenient access to key transport corridors, and provides a quick and convenient access to the sales market of neighbouring regions, consequently. One may treat various ratings differently but Expert RA assigned the investment rating 2B (RaEx) (medium potential, moderate risk) to the region.

The main thing is that we try to cooperate closely with industry experts and the business, for example, through the regional Council for Entrepreneurship and Improvement of the Investment Climate.

We strive to create comfortable business environment by decreasing the fiscal and administrative burden, in the first place. To be more precise, we have benefits for territories of advanced social and economic development (Advanced Development Territories). As a result of that, the Advanced Development Territory Chusovoi ranks fourth in terms of residents amongst 65 territories with the same status. The projects that are in progress there provide for over 400 new job positions. I would like to underline that these are absolutely new job positions. And we keep going, we have plans for the subsequent development of that territory. There is a large industrial area in Chusovoi with the entire necessary infrastructure, and the production facilities are being concentrated around that territory. The Perm Territory is prepared to provide land plots without any tendering process for industrial development for anybody who wants to invest, work and create new jobs. Our main principle is to support rather than restrict.

The Perm Territory was amongst the first to implement the mechanism of special investment contracts that is still discussed now, including the federal level. Some people think that enterprises would provide investments and financing even without special investment contracts but we see from

our practice that it never happens. Investors can work smoothly only when clear statutory rules of the game for a long-term period are in place. Today, 9 projects providing for creation of over 5,000 jobs are implemented in the region. Amongst them, there is the project for development of Metafrax and chemical production in Gubakha. That means development of the city and the entire territory around Kizelovsky coal basin, and we understand how much we need development, new jobs and infrastructure.

At the same time, the business has many aspects, therefore we try to use an individual approach to each investor. There is the Agency for Investment Development in the Perm Territory. This is a kind of "one-stop window" that helps the business to search for investment sites and get the direction in the regions and provides advices.

We also strive to offer ready solutions to the business, including industrial sites and tech parks. Amongst them, there is MORION DIGITAL in Perm, the third largest private tech park of an urban format in Russia. Residents of tech parks are levied with decreased tax rates: 15.5% profit tax and 1.1% property tax. According to figures provided by experts of CNews Analytics, we are amongst the six best Russian regions in terms of tax environment for IT companies. We are ready to support anybody who is targeted at working in the region and creating new jobs, this is a key principle. In the long run, this means accomplishment of presidential decrees and achievement of targets in the advanced economic growth and creation of new jobs.

– How do you attract investors in large-scale projects? What industries or areas need investments for the time being?

– While multi-billion investment projects are implemented in the production sector, the leisure and entertainment sector lags behind. There isn't any 5-star hotel in Perm nowadays. All existing congress and exhibition centres, hotels and aqua parks

were at the level below our potential. For that reason, we have been paying a special attention to attracting investors in these key projects for the last two years. There have been the first results already. For example, Prospekt company is constructing a contemporary multifunctional complex with a 5-star hotel and a congress and exhibition centre in Perm. The most important thing that we receive is not just a hotel, this is a clear brand, clear star-rating and sustained quality standard.

For us, development of the leisure and entertainment sector means not only construction of new facilities but also reformatting the old ones, therefore a special attention is paid to the project of a cultural cluster, Shpagin plant. After reconstruction, that area will be occupied by museums, exhibition areas and art spaces that, in its turn, creates favourable conditions for development of the small business: cafes, restaurants, workshops, there is a plenty of room for development of the small business and the creative community.

The region is opened for investment in other areas, too. We are offering over 200 ha of lands for industrial parks, and over 50 ha for construction of retail parks. We are one of the most forest-covered regions in Russia. 72%, or about 12 million ha, of the regional areas are covered with forests, therefore the region has already entered the pilot project for development of mechanisms for exchange trade of timber. At the same time, we are working on perfection of the business environment quality and simplification of administrative procedures. That provides the Perm Territory with obvious advantages and competitive strengths for the business.

– Are foreign investors making the business in the Perm Territory? What countries are interested to a greater extent in investments in large-scale projects?

– I believe that the Perm Territory is interesting for foreign investors. Up to the present, 260+ entities with foreign

capital were registered, including major international players (Henkel, Metro, Leroy Merlin, Nestle, Knauf, Decathlon, etc.). Perm companies work with 150+ countries in the area of direct investments, export and import transactions. The export increased up to US\$ 5 billion during 2018.

We understand exactly that the potential is higher, therefore we are having an ongoing dialogue with foreign partners, searching for new markets and forming joint plans. As the accessibility of investment is limited to some extent, the Perm Territory is actively involved in self-presentation and expansion of business contacts. We have chosen the tactics of taking part in the largest industry exhibitions and conducting business missions in countries with prospects for cooperation. Only for 2018, about 300 enterprises of the region took part in similar business missions. And we see the interest! Countries of the Asia Pacific Region, such as India, UAE, Japan, China, already demonstrate good dynamics of investment relations.

For example, an investor from India is constructing a campus for foreign students in Perm. Within the framework of the Perm business mission in China, friendly relations were set with the Jiangxi province, including signing the agreement on implementation of the joint project "Russian House". Based on the results of 2017, the mutual turnover between the Perm Territory and China reached almost US\$ 600 million. This is the third largest partner of the Perm Territory in terms of turnover.

- What programmes for successful attracting investors in the region you would like to designate? Are there any advantages and benefits for an investor for the work in the Perm Territory?

- I have spoken on the work of the Agency for Investment Development earlier. In essence, this is a complex support for

potential investors that is provided pursuant to the "one-stop window" principle. Such issues as choosing sites and support measures, interacting with infrastructural and network organisations and authorities are resolved through the agency and facilitate an investor's entry in the region.

There is a set of measures for investor support in the region, including the possibility to receive the "priority investment project" status and to conclude a special investment contract. These tools enable to work on preferential and profitable conditions in the region. E.g. the "priority project" status enables to choose a required land plot and take it on lease without any tendering process, at a preferential rent rate (RUB1 for 1 ha), and receive tax benefits supporting business development.

The Perm Territory is one of the leaders in the volume of tax benefits. For most industries, the tax burden on the profit in the Perm Territory is significantly lower than the average one in Russia. Decreased tax rates apply in agriculture, hunting, fishery, forestry. Taxpayers that implement priority investment projects in the region, holders of regional special investment contracts, residents of industrial parks, tech parks, Advanced Development Territories may be levied with decreased tax rates. In the response, we are waiting for investments in the new production, creation of new jobs and tax revenues from investors.

- What is done in the Perm Territory to support the small and medium business? What industries prevail now in these areas?

- Support of the small and medium and business is an important topic. In general, in the last few years, the number of employees in small and medium enterprises has been stable, each third resident of the region works in that sector. At the present, the small business support infrastructure is quite developed. There are support programmes and tools almost for each category of

entrepreneurs. There are measures to support startups, those who have already launched the business and are ready for development, and the youth entrepreneurship. There is also support of innovative products, and we have many contests that enable to be awarded a grant.

At the same time, it is important to have in mind that those who work in the real sector and real production make up 35% of the business, i.e. its core. For that, we integrate these companies in cooperation with major manufacturing enterprises. We have the subcontracting centre. The export support centre was opened this year. This year, the "Export Accelerator" programme was launched, and about 30 regional companies will be trained pursuant to that.

There is a lot of support measures: entrepreneurs need to get the direction and use them correctly. For that, "My Business" centre is operating in the Perm Territory. All organisations making up the infrastructure for support of small and medium entrepreneurship are concentrated on its base. That enables entrepreneurs to receive any service in the "one-stop window" format.

- How do you evaluate the economic, social and investment potential of the Perm Territory in 2019?

- The potential is quite large. However, people that live in Perm or any other area of the territory appear to be the most precious potential of the Perm Territory. The regional authorities have a task now to enable each resident of the Kama Region to receive a good education, find a good and well-paid job, be provided with medical and social services of a proper quality, and to support the wishes of its residents to live and work in the Perm Territory.

The "life quality" is formed from everything what I've said that, in its turn, affects economic indicators of the territory's development.



Торгово-промышленные палаты, созданные по всей стране, представляют интересы бизнеса, охватывая своей деятельностью все сферы предпринимательства и содействуя развитию экономики России. В ТПП аккумулируются и достижения бизнеса, и его проблемы.

О проблемах бизнеса Пермского края, работе и достижениях Пермской торгово-промышленной палаты мы побеседовали с её президентом Олегом Ждановым.



**24 мая 2019 года
в заседании
Совета Пермской
ТПП принял
участие
губернатор
Пермского
края Максим
Решетников**

Президент Пермской ТПП Олег Жданов: «ПОДДЕРЖИВАТЬ БИЗНЕС- ИНИЦИАТИВЫ, ИДУЩИЕ ОТ ЖИЗНИ»

– Олег Михайлович, как вы оценили деятельность Пермской ТПП в прошедшем году?

– Положительно! Наша торгово-промышленная палата объединяет 941 организацию, 72 из них вступили в палату в 2018 году, 33 – в этом году. Активно произошло возрождение проекта «Покупай пермское», а также перезагрузка деятельности наших комитетов с ориентацией на конкретные проблемы бизнеса. Решена часть задач, поставленных органами региональной власти, прежде всего касающихся доступности ведения бизнеса, в частности, сокращения сроков выдачи разрешения на производство земляных работ, присоединения к инженерным сетям.

– Каковы приоритеты вашей работы в текущем периоде?

– Основной круг задач остался практически тем же. Со второго полугодия 2018 года мы запустили проект «Всё, что важно для бизнеса». В его рамках предприниматели обмениваются своими лучшими практиками, компетенциями по тем или иным направлениям, таким, например, как ведение внешнеэкономической деятельности: опытные экспортёры делятся опытом с начинающими. Общаются и по таким вопросам, как изменения в системах управления охраны труда, пожарного мониторинга и т.д. Есть компании,

обладающие компетенциями и готовые ими делиться с другими участниками ТПП, параллельно продвигая и развивая свой бизнес. Здесь мы работаем и по инициативе тех, кто заинтересован в популяризации своего бизнеса, и тех, кто заинтересован в качественной и надёжной услуге. За прошлый год мы также наработали немалый опыт, связанный с привлечением средств из федерального Фонда развития промышленности. Причём получали эти средства в том числе и предприятия не первого эшелона, не из тех, что традиционно на слуху, а те, что и не задумывались раньше о том, чтобы воспользоваться подобной возможностью. Наша задача – расширять эти границы, помогать в организации маркетинговых исследований, подготовке финансовых моделей, бизнес-планов для задействования такого важного финансового инструмента, как ФРП.

Мы продолжаем активную работу с экспортоориентированными предприятиями, и здесь у нас также есть совместные задачи с региональной властью. Например, организуем бизнес для участия в традиционной Ганноверской выставке и других мероприятиях подобного масштаба. Продолжаем развивать компетенции и увеличивать объем консультаций по проведению и обучению для участия в госзакупках. В общем, важных задач на год достаточно!

– Видите ли вы изменения в структуре членов Пермской ТПП? Влияет ли на это спектр вопросов, которые обсуждаются в палате?

– Да, конечно! Но в Палату приходят, как правило, не новички. Редки ситуации, когда членом ТПП желает стать компания с малым стажем работы. Как правило, к нам приходят, когда уже наработаны какие-то компетенции и чувствуется необходимость в расширении бизнеса, межрегиональной интеграции, а фирма вышла на те рубежи, когда ей нужен другой масштаб взаимодействия с органами власти. Скажем, не так давно Палата пополнилась рядом предприятий, занимающихся перевозкой пассажиров в автобусном транспорте. Потребность в объединении испытывают частные медицинские и инновационные образовательные компании, охранные предприятия. Эти виды деятельности традиционно не были в передовиках, а сейчас они приходят к нам и играют активную роль в повседневной повестке палаты.

– На ваш взгляд, какие-то достижения ТПП уже повлияли на бизнес-климат края?

– Я, как президент Пермской ТПП, вхожу в состав и являюсь заместителем председателя Совета по предпринимательству и улучшению инвестиционного климата при губернаторе Пермского края. Руководите-

ли Палаты возглавляют ряд рабочих групп, в частности, я руковожу группой по подключению к электро-, водо-, газо-, теплотсетям. За год в этом направлении пройден достаточно большой путь. Целевые модели, заданные федеральным правительством по теплу и водоснабжению, выполнены на 100%, по газу – на 94%, по электрическим сетям – на 87%. В последних пунктах, конечно, есть куда двигаться, но в целом работу можно признать успешной.

Администрация Перми с нашей подачи кардинально пересмотрела сроки выдачи разрешений на проведение земляных работ, сократив их более чем в четыре раза!

Пермская ТПП принимала участие в разработке инвестиционного портала региона. Это серьёзные шаги.

Кроме этой плановой работы, мы активно включались в повестку, продиктованную жизнью. Ведь в реальности не всё идёт по нормативным документам и целевым моделям. В частности, в Перми проходит большая реформа пассажирских перевозок. Практически весь неэлектрический транспорт в городе сконцентрирован в руках частных предприятий. Они давно существуют на рынке и крепко стоят на ногах. Проходящие изменения начались исключительно в административном режиме. Вначале власти просто продиктовали свои условия. Но благодаря включению в этот процесс ТПП их позиция изменилась. Мы неоднократно проводили заседания рабочих групп, встречались с представителями департамента дорог и транспорта, с профильным министром, проводили обсуждения этой модели, озвучивая опасения, имеющиеся у перевозчиков, в том числе и на Совете по предпринимательству и улучшению инвестиционного климата при губернаторе. В результате состоялся серьёзный диалог, определились более чётко подходы к требованиям, в том числе по срокам торгов. Если раньше предполагались сроки от 3 до 5 лет, сейчас они увеличились до 7. В части требований к подвижному составу мы добились, чтобы его обновление происходило не одномоментно, а в процессе исполнения контракта. В общем, произошли большие изменения, так как стороны услышали друг друга.

Мы включились и в важное дело по регулированию размещения объектов рекламы, и здесь также есть серьёзные подвижки. В частности, установлены принципы, позволяющие расширять количество рекламных конструкций в городе при наличии потребности у бизнеса. Ещё актуальна тема объектов нестационарной торговли, и там мы боролись в основном с непомерными размерами штрафов. Конечно, такая торговля не красит город, но наказания за нарушения должны носить корректирующий, а не разорительный характер. Штрафы в первоначальных вариантах проекта достигали миллиона рублей, а это

запредельные суммы для малого бизнеса.

Частный предприниматель, что-то нарушивший, должен скорректировать свои действия, а не сдать свидетельство и прекратить работу!

Плюс мы продвигаем проект «Покупай пермское», это тоже определённая помощь бизнесу, в том числе и по его введению в федеральные торговые сети. Конечно, общемировых тенденций нам не изменить, но улучшения положения в каких-то локальных секторах мы совместными усилиями добились.

Мы участвуем в экспертном совете Регионального фонда развития промышленности Пермского края, оцениваем проекты, даем по ним свои заключения. Причём оцениваем критически, потому что понимаем: деньги заёмные, предприятиям надо будет их отдавать, и тут неуместны «розовые очки». На подобный шаг можно идти, если твоя продукция востребована и есть уверенность, что деньги будут возвращены.

Важна и работа по маркетингу, продвижению продукции как внутри страны, так и за пределами. Мы организуем международные и межрегиональные миссии, в том числе с региональным правительством, помогаем пермским предприятиям продвигать свою продукцию, находить новые рынки сбыта.

ПЕРМСКИЙ КРАЙ,
НЕОБЪЯТНЫЙ, БОГАТЫЙ,
УКРАШЕННЫЙ КОРОНОЙ
УРАЛЬСКИХ ГОР,
ОМЫВАЕМЫЙ ВОДАМИ
КАМЫ И ДРУГИХ МОГУЧИХ
СЕВЕРНЫХ РЕК, ЕЩЁ
В СРЕДНЕВЕКОВЬЕ
НАЗЫВАЛИ ПЕРМЬЮ
ВЕЛИКОЙ. И СЕГОДНЯ
ЭТО ВАЖНАЯ ЧАСТЬ
РОССИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ И В
ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПЛАНЕ.

– Расскажите, пожалуйста, о сотрудничестве Пермской торгово-промышленной палаты с градообразующими предприятиями.

– Градообразующих предприятий в крае вообще осталось очень мало. У нас есть территория опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) на базе городов Чусовой и Нытва. Например, одним из градообразующих предприятий как раз является Чусовской металлургический завод. Но в связи с упадком этого производства, повлекшего большое сокращение штатов, на площадке бывшего завода формируются новые производства, возникают компании, пусть и не столь масштабные. Мы продвигаем эту тему, возим туда предпринимателей, информируем о льготах, существующих в ТОСЭРах.

– В рамках трехстороннего соглашения между Санкт-Петербургской товарно-сырьевой биржей, правительством Пермского края и Пермской ТПП в регионе развиваются биржевые торги лесом. Как вы оцениваете эффективность реализации этого соглашения, и каковы его перспективы?

– Соглашение работает. В Перми прошла конференция по развитию биржевой торговли, где в качестве объекта торговли выступал не только лес, но и минеральные удобрения. Участие в ней приняли представители многих предприятий.

Благодаря участию в биржевой торговле предприятия лесной отрасли получили прямой выход на потенциальных покупателей, гарантию оплаты и справедливую цену за лес. В 2018 году через биржу было продано до 140 тысяч кубометров лесной продукции. И Пермский край по объёму биржевой торговли здесь на третьем месте в стране. Важно, что более 50 пермских предприятий включились в эту работу, а биржевая торговля позволяет вывести значительную часть лесозаготовок из тени.

– Не так давно в Пермской ТПП появился департамент развития предпринимательских инициатив. С какой целью он был создан, и как оцениваете его работу?

– Подразделение было создано для того, чтобы поддерживать предпринимательские инициативы, идущие от жизни. Я уже говорил о группе перевозчиков, представителях охранных структур, частного здравоохранения, инновационного образования, сюда же можно добавить группу предприятий лёгкой промышленности, занимающихся как продвижением модных брендов, так и пошивом одежды для школьников. Очень важно, что бизнесу есть куда прийти посоветоваться, где помогут структурировать предложения в адрес органов власти. Мы организуем встречи с представителями отраслевых

Пермская ТПП
 вовлекает
 региональные
 компании к участию в
 федеральных проектах.
 Свидетельство
 участника акции
 «100 проектов под
 патронатом Президента
 ТПП РФ» Олег Жданов
 вручил руководителю
 Пермского завода
 металлообра-
 тывающих центров

ПЕРМСКИЙ ЗАВОД
 МЕТАЛЛООБРАБАТЫВАЮЩИХ
 ЦЕНТРОВ



министерств, федеральных органов власти, работающих на территории Пермского края, выводя бизнес на прямой диалог либо даже на участие в госзакупках. Например, так происходит с охраняемыми компаниями. Вводятся изменения в схеме закупок, и мы отработываем с профильным бизнесом, как правильно перестроиться, обеспечив при этом комплексную безопасность, а не только исполнение бюджета и получение прибыли от этой деятельности.

– ТПП занимается «реинкарнацией» проекта «Покупай пермское». В какой стадии он сейчас находится, и что вы ожидаете от данного проекта?

– Сейчас в этом проекте уже около 220 участников. Одна из его целей в том, чтобы познакомить потребителя с продукцией пермских предприятий, которые, может, пока не на слуху, не так хорошо известны. Дело в том, что потребитель у нас долгое время был ориентирован в основном на импортную продукцию, а сейчас происходит некое возрождение на новом качественном уровне пермских производителей. Вторая цель – дать производителям посмотреть на себя глазами потребителя, понять, что надо изменить в своих подходах, чтобы твоя продукция была более востребована, и поднять планку. В проекте «Покупай пермское» предполагается три уровня участия: базовый (местные компании, работающие на рынке b2c), профессиональный (когда качество товаров, услуг подтверждены соответствующими документами); и третий уровень – уникальный «Пермский бренд»: продукция, которая сама продвигает Пермский край на российском и мировом уровне. Нельзя сказать, что у нас все идет гладко: социология показывает, что по ряду направлений пермский потребитель не очень лоялен к местным производителям. Но мы продолжаем работу в этом направлении, находя эффективные инструменты.

– Какие предприятия, на ваш взгляд, можно назвать брендами Пермского края? Ассоциируется ли регион с «Метафраксом» или «Пермскими моторами»?

– ПАО «Метафракс» – многопрофильная компания, и, хотя головное предприятие находится в Пермском крае, в России и за рубежом у компании есть представитель-

ства и дочерние компании. А химическую продукцию «Метафракса» никто, мне кажется, не ассоциирует с нашим регионом. Хотя это как раз градообразующее предприятие, не только выполняющее свою производственную программу, но и обеспечивающее большой объем занятости в параллельных сферах. И технические масла ЛУКОЙЛа, хоть и производятся у нас, вряд ли ассоциируются с пермской тематикой.

А вот «Пермские моторы» – это, конечно, бренд, но уровень его федеральный, и у нас нет регионального рынка этой продукции. Конечно, у нас есть такие бренды, как «Протон-ПМ», с 1958-го выпускающий ракетные двигатели. Но когда человек проходит опрос в магазине, скорее всего, ответы будут концентрироваться на уровне его потребительской корзины. И лидировать здесь могут небольшие предприятия, вызывающие уважение у местных покупателей: «Нытвенский маслозавод», кондитерская фабрика «Пермская», агрофирма «Труд».

Не все выводы, сделанные на первом этапе проекта, можно трактовать однозначно, потому что бренды надо растить. Например, недавно появился в Пермском крае такой бренд, как Promobot. Это автономные роботы для бизнеса, демонстрируемые на самых престижных международных выставках. Они уже работают в 26 странах. «ЭР-Телеком Холдинг» – провайдер Dom.ru, занимавшийся кабельным телевидением, а сейчас активно развивающийся в сфере интернета вещей. Разумеется, проще эксплуатировать имеющиеся бренды, чем помочь вырастить новый. Но такие примеры есть, и что радует, последние – из сферы высоких технологий.

– Какие меры для расширения экспорта продукции краевых предприятий предпринимает Пермская ТПП?

– Те компании, о которых я только что говорил, – участники наших выставок за рубежом. И мы стараемся помогать им на всех этапах, начиная с защиты прав интеллектуальной собственности, потому что понимаем – хорошая идея может быть тут же скопирована. Обучаем методикам презентаций, специально подготовленным для того или иного рынка, ведь для Китая, ОАЭ и Германии нужны совершенно

разные подходы. Помогаем взаимодействовать с таможенными органами в части оформления поставок, работы с транспортными компаниями, обеспечиваем контакты, что позволяет выбрать наиболее оптимальные пути и форматы. Разумеется, работаем совместно с Центром поддержки экспорта, и сделано уже немало. Наши участники получают льготы на выставочную деятельность, например, по сертификации продукции и другим направлениям.

– Региональный Центр поддержки экспорта был создан в 2017 году. На ваш взгляд, можно ли уже судить, насколько эта структура востребована?

– Несомненно, востребована, хотя ещё проходит период апробации, ищет способы работы.

– В бизнесе актуальна проблема квалифицированных кадров. При Пермской ТПП даже создано Пермское региональное агентство развития квалификаций. Расскажите, пожалуйста, как решается эта проблема в Пермском крае?

– Пермское региональное агентство развития квалификаций создано нами на паях с образовательными учреждениями. Основная его задача – независимая общественная аккредитация программ подготовки специалистов. На сегодня есть высшие и средние специальные учреждения образования, готовящие специалистов, но не очень понятно, чьи выпускники востребованы, а чьи нет. Мы привлекаем бизнес, то есть потенциальных работодателей, к оценке программ. В результате качество подготовки специалистов и вероятность их трудоустройства возрастает. За почти 4 года работы этого агентства уже прошло аккредитацию 36 программ, а это порядка 9 ежегодно. Мы считаем, что такая работа полезна, и репутация у агентства серьезная. Недавно аттестацию прошёл Березниковский техникум профессиональных технологий и РЭО им. Плеханова, сейчас на очереди Березниковский политехнический техникум. Активную роль в этой работе играют сотрудники кадровых служб работодателей. Вне этой программы, если бизнес и высказывают какие-то замечания, кто-то из педагогов их воспринимает, кто-то нет. А когда они воспринимаются через аккредитацию, то становятся, по сути, обязательными. Планируется, что в дальнейшем государственная аккредитация будет в обязательном порядке учитывать рекомендации аккредитации общественной. Конечно, далеко не все программы проходят такую процедуру, не все учебные заведения готовы раскрыться внешнему миру, стать клиентоориентированными. Но передовики это делают, и им не приходится об этом жалеть.

Беседовала Елена Александрова

The chambers of commerce and industry established over the whole country represent business interests, and their activity covers all spheres of entrepreneurship and facilitates the development of Russia's economy. CCI accumulates both business achievements and its problems. The business problems in the Perm Territory, the activities and achievements of the Perm Chamber of Commerce and Industry were the topics of our conversation with its President Oleg Zhdanov.

Oleg Zhdanov, President, Perm CCI (Chamber of Commerce and Industry):



“SUPPORT BUSINESS INITIATIVES ORIGINATED BY REAL LIFE”

– Oleg Mikhailovich, how have you assessed the Perm CCI's activity in the past year?

– Positively! Our chamber of commerce and industry combines 941 organisations. 72 of them entered into the chamber in 2018 and 33, this year. The revival of the «Buy Perm products!» Project was passing actively as well as the restart of the activity of our committees with orientation to particular business problems. Some problems stated by regional power authorities have been solved, first of all concerning the accessibility of business operations, in particular, reduction of the dates of issuance of a permission to produce earthworks, connect to utility networks.

– What are the priorities of your activity during the current period of time?

– The main circle of problems has remained virtually the same. Since the second half-year of 2018 we have launched the project: «Everything that is important for business». As part of this project, businessmen share their best practices, competences in certain disciplines such as carrying out foreign

economic activity: experienced exporters share their experience with beginners. They also communicate on such matters as changes in the OH&S (Occupational Health & Safety) management systems, fire monitoring, etc. There are companies having competences and being ready to share them with other CCI's participants, in parallel promoting and developing their own business. Here we work on initiative both of those who are interested in popularisation of their business and those who are interested in a high-quality and reliable service. Over the past year we have gained a sizeable experience related to the attraction of funds for the Federal Industrial Development Fund (IDF). In doing so, these funds were received, among others, by enterprises not being of the first echelon, which are not those that are conventionally sound familiar but are those that did not begin to think earlier about the use of such opportunity. Our problem is to expand these boundaries, help to organise marketing surveys, prepare financial models, business plans for involving such an important financial instrument as IDF.

We continue energetic activities with export-oriented enterprises, and here we also have joint tasks with the regional power authorities. For example, we arrange business for participation in the conventional Hannover Messe (Exhibition) and other events of comparable magnitude. We continue to develop competences and increase the scope of consultations on their conduction and training for participation in state procurement. In general, there are a great deal of important problems for the year!

– Do you see any changes in the structure of Perm CCI members? Does it depend upon the spectrum of questions that are discussed in the chamber?

– Yes, of course! But, as a rule, those that enter into the chamber are not novices. The situations are rare when a company with a little operating experience wishes to become a CCI member. Normally, the companies come to us when they have gained certain competences and feel the necessity to expand their business, achieve interregional

integration and the firm has reached the levels when it needs another scale of interaction with power authorities. Say, the chamber has recently increased its membership with a number of enterprises dealing with passenger carriages in bus transport. The demand for association is experienced by private medical and innovative educational companies, guard service companies. Conventionally these kinds of activity have not been at the leading front and now they come to us, play an active role in the routine operating agenda of the chamber.

– Are there, in your opinion, any CCI's achievements that have already influenced the business climate in the Territory?

– I am, as the Perm CCI President, a member and the deputy chairman of the Council for entrepreneurship and improvement of the investment climate at the Perm Territory's Governor. The Chamber's top managers head a number of working groups, in particular, I am the head of the group for connection to electrical, water, gas and heat supply networks. Over the year, a sufficiently long way has been passed in this direction. The target models specified by the federal government have been fulfilled at 100% as to heat and water supply, 94% as to gas supply, 87% as to electricity networks. In the latter issues, there is a room where we should move to but, on the whole, the activity can be recognised as successful.

The Perm Administration, at our instigation, has fundamentally reviewed the dates of issuance of permissions to produce earthworks, having reduced them more than fourfold!

The Perm CCI has taken part in development of the investment portal in the region. These are serious steps.

Apart from these planned activities, we have energetically joined in the agenda originated by real life. After all, in effect, everything does not always follow the regulatory documents and target models. In particular, a great reform of passenger carriages is passing in Perm. Virtually, all non-electrical vehicles in the city are concentrated in the hands of private enterprises. They have existed for a long time on the market and have both feet on the ground. The changes being performed began exclusively in the administrative regime. At the beginning, the authorities have simply dictated their terms and conditions. However, due to CCI's joining in this process, their attitude has changed. We repeatedly conducted working group meetings, met with representatives of the road and transport department, with the profiled minister, held discussions relating to this model, voicing the carrier apprehensions, in particular, at the gubernatorial Council for entrepreneurship and improvement of the investment climate. As a result, a serious dialogue took place, the approaches to requirements have been determined more clearly, including those regarding the dates of tenders. Whereas earlier the periods from 2 to 5 years were assumed, now they increased

THE PERM TERRITORY BEING IMMENSE, RICH, DECORATED BY THE CROWN OF THE URAL MOUNTAINS, BATHED BY THE WATERS OF THE KAMA RIVER AND OTHER POWERFUL NORTHERN RIVERS, WAS CALLED PERM THE GREAT AS LONG AGO AS IN THE MIDDLE AGES. AND TODAY IT IS AN IMPORTANT PART OF RUSSIA, IN PARTICULAR, ALSO IN ECONOMIC TERMS.

to 7 years. With regard to the requirements for rolling stock, we have achieved that its upgrading should be performed in the process of contract performance rather than simultaneously. In general, big changes have occurred as the parties heard each other.

We have joined in the important activities for regulation of advertising facility arrangement, and here there are also serious developments. In particular, the principles have been established allowing expanding the number of advertising structures in the city when there is demand with the business community. The topic of non-fixed trade facilities is still relevant, and we fought there, mainly, with unreasonable amounts of fines. Of course, such trade does not make the city, but punishments for violations should be of corrective rather than costly nature. The fines in the initial project versions reached one million roubles and such sums are beyond the limits for small business.

A private entrepreneur that committed an infringement should adjust its actions rather than return the certificate and terminate the working activity!

In addition, we promote the «Buy Perm products!» Project, it is a certain help to business, in particular, on its introduction into federal trade networks. Of course, we cannot change general world trends but using joint efforts we have managed to improve the situation in certain local sectors.

We take part in the expert council of the Regional industrial development fund of the Perm Territory, evaluate the projects, provide our final statements relating thereto. In doing so, we evaluate critically because we understand that the monetary funds are borrowed, the enterprises will have to pay them back, and no «rose-tinted

glasses» are appropriate here. One can follow such a step if your products are in demand and you are confident that the funds will be returned.

All marketing activities, product promotion, both inside the country and beyond its borders, are also important. We arrange international and interregional missions including those with the regional government, help Perm enterprises to promote their products, find new sales markets.

– Please tell about cooperation of the Perm Chamber of Commerce and Industry with town-forming enterprises.

– In general, very few enterprises remained in the Territory. We have a territory of proactive social and economic development (TPSED) based on the towns of Chusovoi and Nytva. For example, one of the town-forming enterprises is just Chusovskoi Metal Plant. However, due to a decline of this production facility, which entailed large reductions in personnel, new production facilities are being formed at the site of the former plant and companies appear, though not being such large-scale ones. We promote this topic, transport entrepreneurs there, inform about privileges existing in TPSEDs.

– As part of the trilateral agreement between the Saint-Petersburg International Mercantile Exchange, government of the Perm Territory and Perm CCI, trading of timber on exchanges are developing in the region. How do you evaluate effectiveness of the performance of this agreement and what are its prospects?

– The agreement is being performed effectively. An exchange trade development conference was held in Perm, where the subject of trade comprised not only timber but also mineral fertilisers. Representatives of many enterprises took part therein.

Thanks to participation in exchange trade, the timber industry enterprises obtained a direct access to potential buyers, guarantee of payment and a fair price for timber. In 2018 up to 140 thousand cubic metres of forestry products has been sold via the exchange. And here the Perm Territory ranks the third in the country as to the exchange trade volume. It is important that more than 50 Perm enterprises joined in these activities, and the exchange trade allows bringing in a considerable part of timber stockpiling from the cold.

– Recently an entrepreneurial initiative development department has appeared in the Perm CCI. To what purpose was it established and how do you evaluate its activities?

– The subdivision was established in order to support the entrepreneurial initiatives originated by real life. I have already told about the group of carriers, representatives of guard services companies, private healthcare and innovative education organisations, here we can add a group of light industry enterprises dealing both with promotion of fashionable brands and

tailoring for schoolchildren. It is very important that business should have an opportunity to go somewhere in order to ask for advice, where one can obtain help in structuring the proposals to be submitted to public authorities. We arrange meetings with representatives of industry branch ministries, federal public authorities operating in the Perm Territory, bringing business to a direct dialogue or even to participation in state procurement. For example, the same occurs with guard services companies. Changes are introduced in the procurement scheme, and we work over them with profiled business how to restructure correctly having ensured integrated safety rather than budget performance and gaining profit from this activity only.

– CCI is dealing with «reincarnation» of the «Buy Perm products!» Project. At what stage is it now, and what do you expect from this project?



– At present about 220 participants already take part in the project. One of its goals is to acquaint a consumer with products manufactured by Perm enterprises which may not sound familiar yet and are not well-known. The thing is that a consumer has been mainly oriented towards imported products during a long period of time and now a certain revival takes place at a new qualitative level of Perm manufacturers. The second goal is to provide manufacturers with an opportunity to look at themselves by consumer's eyes, understand what should be changed so that your products would be much more demanded and raise the bar. In the «Buy Perm products!» Project, the following three participation levels are assumed: basic level (local companies operating on the b2c market), professional level (when the quality of goods, services are proved by corresponding documents) and the third level – the unique «Perm brand»: products which promote the Perm Territory at the Russian and global levels. That is not to say that on our end everything is going on like clockwork: sociology shows that in several directions a Perm consumer is not very loyal to local manufacturers. However, we continue our activities in this direction finding effective tools.

– What enterprises, in your opinion, can be called the Perm Territory brands? Is the region associated with Metafrax or with Permskie motory (Perm engines)?

– Metafrax PJSC is a multi-business company and, though the leading enterprise is located in the Perm Territory, the company has representatives and subsidiary companies in Russia and abroad. And it appears that nobody associates Metafrax's chemical products with our region. Though it is just a town-forming enterprise which is not only implementing its production programme but also ensuring a large volume of employment in parallel spheres of activity. And LUKOIL's industrial oils, though being manufactured at our facilities, are unlikely associated with the Perm topics.

And, on the contrary, Permskie motory is, of course, a brand but its level is federal, and we have no regional market for these products.

Of course, we have such brands as Proton-PM, which has been manufacturing rocket engines since 1958. But when a customer is passing a poll in the store, it is quite likely that the answers will be concentrated at the level of his/her consumer basket. And here small enterprises gaining respect from local customers can become leaders. Nytva butter factory, Perm confectionery factory, Trud agricultural firm.

Not all conclusions made at the first stage of the project can be interpreted unambiguously because it is necessary to grow the brands. For example, such brand as Promobot has appeared recently in the Perm Territory. These are autonomous robots for business to be demonstrated at most prestigious international exhibitions. They are already being operated in 26 countries worldwide. ER-Telecom Holding is the provider of Dom.ru dealing with cable television and is now actively developing in the sphere of «Internet of Things». It goes without saying that it is much easier to operate the available brands than help in growing a new one. But such examples exist and, which is good news, the latter are from the High Tech sphere.

– What measures for expanding export of the products manufactured at Territory's enterprises are being taken by the Perm CCI?

– Those companies which I have just talked about are participants of our exhibitions abroad.

And we are trying to help them at all stages starting from the protection of intellectual property rights as we understand that a good idea can be copied right away. We perform training in presentation procedures specially prepared for a certain market because absolutely different approaches are needed for China, UAE and Germany. We help to interact with customs authorities concerning the execution of supplies, operations with transportation companies, provide contacts, which allows selecting optimum routes and formats. By all means, we are working with the Export support centre and much has already been done. Our participants enjoy benefits for exhibition activities, for example, relating to the certification of products and in other disciplines.

– The regional export support centre was established in 2017. In your opinion, is it possible to judge already as to how much this structure is in demand?

– Undoubtedly, it is in demand, though the probation period is still under way and it is looking for the ways of operation.

– A problem of qualified personnel is relevant in business. The Perm regional qualification development agency has already been established at the Perm CCI. Please tell us how this problem is solved in the Perm Territory.

– We established the Perm regional qualification development agency on a sharing basis with educational institutions. Its main objective is independent public accreditation of specialist training programmes. At present there are higher and secondary special institutions training specialists but it is not very clear whose graduates are in demand and whose are not. We attract business, i.e. potential employers, to the assessment of programmes. As a result, the quality of specialist training improves and the probability of their employment increases. For nearly 4 years of operation of this agency 36 programmes have passed accreditation, about 9 programmes per year. We believe that such activity is useful and the agency's reputation is serious. The Bereznikovsky professional technologies college and Plekhanov Russian economics university have recently passed attestation, now the Bereznikovsky polytechnic college is next in line. Employees of the employers' HR services play an essential role in these activities. Outside of this programme, if business tells any remarks, some of the teachers perceive them and some others do not. And when they are perceived via accreditation, then they become, in essence, obligatory. It is planned that in the future the state accreditation will obligatorily take into account the recommendations of public accreditation. Of course, by no means all programmes are passing such a procedure, not all the educational institutions are ready to become open to the outside world, become client-oriented. But the leaders do it, and they do not have to regret it.

The interview was conducted by Elena Aleksandrova



«МЕТАФРАКС» – стабильность и инновации!

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

«Метафракс» – лидер российского рынка метанола и его производных. Структура товарной продукции предприятия включает: формалин, пентаэритрит, уротропин, карбаминоформальдегидный концентрат, полиамид, формиат натрия. Продукты и сырье, произведенные ПАО «Метафракс», используются в производстве изоляционных материалов, дезинфицирующих и лекарственных средств, пластмасс, каучуков, красок, синтетических смол и клеев для производства ДВП, ДСП и фанеры, изоляционных материалов, уксусной кислоты, ДМЭ, МТБЭ, а также в органических синтезах.

За 25 лет со времени акционирования «Метафракс» прошел путь от монопродуктового завода до многопрофильной группы компаний с успешным опытом международного партнерства, обширной российской и зарубежной клиентской базой, прозрачной структурой бизнеса и эффективной системой управления. В совокупности с компетентным менеджментом это позволяет компании инвестировать в беспрецедентные по масштабу проекты.

Клиенты «Метафракса» – это более тысячи компаний в 60 странах мира. Успешность бизнеса ежегодно подтверждается положительной динамикой ключевых показателей. На сегодняшний день годовой оборот группы компаний «Метафракс» превышает 56 млрд рублей. Внедрение инноваций и ценность человеческого по-

тенциала – ключевые принципы развития бренда, соответствующего стандартам международного химического бизнеса.

ГОД ДОСТИЖЕНИЙ

В 2018 году ПАО «Метафракс» удалось увеличить выручку более чем на 6 млрд рублей до 25,8 млрд. Перевыполнение плановых показателей произошло практически по всей линейке товарной продукции. Особое внимание в 2018 году уделялось росту технико-экономических показателей, снижению себестоимости, техническому перевооружению действующих производств и сокращению энергопотребления на единицу выпускаемой продукции. Успешно выполнены задачи социального развития, кадровой политики и повышения промышленной безопасности.

Социальные расходы достигли 206 млн рублей. Компания уделяет особое внимание реализации социальных проектов, благотворительности и меценатству. За последние годы при непосредственном финансовом участии «Метафракса» проведена реконструкция главных улиц города Губахи и городского сквера Победы, возведены храм и мечеть, открылся филиал медицинского центра «Философия красоты и здоровья», построено несколько многоквартирных домов. В городских детсадах и школах регулярно проводится ремонт спортивных, актовых и концертных залов, оснащены оборудованием

компьютерные и химические классы.

В 2018 году «Метафракс» усовершенствовал кадровую политику, увеличилось количество постоянных сотрудников и персонала, нанятого по срочным договорам. За 2018 год компанией были проведены профориентационные встречи с учащимися и выпускниками школ и их родителями; для работников, молодежи, ветеранов и детей сотрудников проведено около 80 различных мероприятий; был организован отдых сотрудников и их детей на отечественных курортах. В рамках развития жилищной программы в минувшем году были сданы в эксплуатацию два 81-квартирных девятиэтажных дома.

Подводя итоги, 2018-й год был назван лучшим годом в истории предприятия, годом рекордов и устойчивого развития.

Ключевым событием 2018 года стало начало реализации крупнейшего инвестиционного проекта компании – строительство комплекса «Аммиак-карбамид-меламин» стоимостью более 950 млн евро. Проектная мощность завода позволит выпускать ежегодно до 575 тысяч тонн карбамида, 308 тысяч тонн аммиака и 40 тысяч тонн меламина. Значимость проекта АКМ подтверждена на государственном уровне – 15 февраля 2018 года в рамках Российского инвестиционного форума в Сочи в присутствии министра промышленности и торговли РФ Дениса Мантурова состоялось подписание трехстороннего специального инвестиционного контракта о строи-

тельстве промышленного комплекса по производству аммиака, карбамида и меламина (АКМ). Соглашение заключено между ПАО «Метафракс», Пермским краем и администрацией г. Губаха сроком на 10 лет. Официальный старт строительству был дан 2 марта 2018 года. Под строительство комплекса АКМ подготовлена площадка площадью более 20 гектаров. Пик строительно-монтажных работ придется уже на лето этого года.

Осенью 2018 года компания объявила о начале процедуры ребрендинга. Обновленный бренд группы «Метафракс» будет представлен в июле 2019 года, а полноценный запуск бренда намечен на осень 2019 года.

ВПЕРЕД, К НОВЫМ ВЕРШИНАМ!

Среди задач, поставленных перед руководителями структурных подразделений на 2019 год, особое место занимают сокращение издержек и повышение эффективности производства продукции. Необходимо выполнить установленные планы по количеству, ассортименту и качеству выпускаемой продукции при минимальных трудовых и материальных затратах и оптимальном использовании производственных мощностей. В числе приоритетных задач – использование в полном объеме бюджетных средств на выполнение мероприятий по повышению технико-экономических показателей работы своих производств, а также усиление контроля над соблюдением требований промышленной безопасности и производственной дисциплины в подразделениях компании.

Кроме этого, в начале 2019 года «Метафракс» объявил о начале реализации еще одного крупного инвестпроекта стоимостью более 5 млрд руб. Инвестиционный проект предполагает строительство установки по производству формальдегида мощностью 180 тыс. тонн в год и

установки параформа мощностью 30 тыс. тонн в год. В настоящее время параформ в России не производится. «Метафракс» станет единственным производителем этого продукта в стране.

Что касается благотворительных проектов, заявленных и уже реализованных в 2019 году, в марте в Перми при поддержке ПАО «Метафракс» прошёл Второй региональный этап Всемирных игр победителей – спортивный праздник для детей, победивших онкологические заболевания.

При поддержке «Метафракса» ежегодно проводится уникальный театральный ландшафтный фестиваль «Тайны горы Крестовой», этим летом он пройдет уже в 8-й раз.

В результате сотрудничества «Метафракса» с благотворительным фондом помощи детям «Дедморозим» в этом году будет запущен новый проект «Вернуть будущее». Совместные усилия будут сконцентрированы на реабилитации и поддержке сирот-инвалидов в детском доме-интернате поселка Рудничный.

В рамках поддержки одаренных детей будет учреждена именная стипендия «Метафракса» для талантливых старшеклассников города Губахи для прохождения стартапа академии Junior Сколково. Также в этом году при поддержке компании в рамках Всероссийской конференции «Юные Техники и Изобретатели» учреждена номинация «Юный химик».

«Метафракс» неизменно демонстрирует прогрессивную динамику финансово-операционных и социальных показателей и осуществляет эффективные инвестиции в технологии, производство, инфраструктуру и социальную сферу. Надежный партнер, профессиональный инвестор, ответственный производитель и налогоплательщик, меценат и благотворитель. Это гарант стабильности для акционеров, инвесторов, партнеров и сотрудников.



АКТИВЫ ГРУППЫ
«МЕТАФРАКС»
РАСПОЛОЖЕНЫ В
РОССИИ, ЕВРОПЕ
И ВОСТОЧНОЙ
АЗИИ С ГОЛОВНЫМ
ПРЕДПРИЯТИЕМ
В ГОРОДЕ ГУБАХА
ПЕРМСКОГО КРАЯ.
ХИМИЧЕСКИЙ ДИВИЗИОН
ВКЛЮЧАЕТ: ГОЛОВНОЕ
ПРЕДПРИЯТИЕ ПАО
«МЕТАФРАКС» (Г.
ГУБАХА, ПЕРМСКОГО
КРАЯ), ООО «МЕТАДИНЕА»
– ПРОИЗВОДСТВО
ФОРМАЛЬДЕГИДА И
СИНТЕТИЧЕСКИХ СМОЛ
(ПЕРМСКИЙ КРАЙ,
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ),
«МЕТАДИНЕА АВСТРИЯ»
– ПРОИЗВОДСТВО
ФОРМАЛЬДЕГИДА И
СИНТЕТИЧЕСКИХ СМОЛ
(АВСТРИЯ, КРЕМС),
АО «КАРБОЛИТ» –
ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ
ПАРК ТИПА BROWNFIELD
(МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ).
В СОСТАВЕ ГРУППЫ
ТРИ ТРЕЙДИНГОВЫХ
КОМПАНИИ,
РАСПОЛОЖЕННЫЕ В
РОССИИ, ШВЕЙЦАРИИ И
ЮЖНОЙ КОРЕЕ.



METAFRAX - stability and innovation!

FAST FACTS

Metafrax is the leader of the Russian market of methanol and its derivatives. The structure of the company's products includes: formalin, pentaerythritol, urotropin, urea-formaldehyde concentrate, polyamide, sodium formate. Products and raw materials produced by PJSC Metafrax are used in the manufacturing of insulation materials, disinfectants and medicines, plastics, rubbers, paints, synthetic resins and adhesives for the production of fiberboard, particleboard and plywood, insulation materials, acetic acid, DME, MTBE and also in organic syntheses.

In 25 years since the incorporation, Metafrax has worked its way from a single-product plant to a multidisciplinary group of companies with successful experience in international partnership, an extensive

Russian and foreign client base, a transparent business structure and an effective management system. All that in conjunction with the competent management allows the company to invest in unprecedented scaled projects.

Metafrax clients are more than a thousand companies in 60 countries of the world. Business success is annually confirmed by the positive dynamics of the key indicators. To date, the annual turnover of the Metafrax group of companies exceeds 56 billion rubles. Innovation and the value of human potential are the key principles of the development of the brand, which meets all the standards of the international chemical business.

YEAR OF ACHIEVEMENT

In 2018, Metafrax PJSC managed to

METAFRAX GROUP ASSETS ARE LOCATED IN RUSSIA, EUROPE AND EAST ASIA WITH A HEAD OFFICE IN THE GUBAKHA TOWN, PERM TERRITORY. THE CHEMICAL DIVISION INCLUDES: THE PARENT COMPANY PJSC METAFRAX (GUBAKHA, PERM TERRITORY), LLC METADYNEA - PRODUCTION OF FORMALDEHYDE AND SYNTHETIC RESINS (PERM TERRITORY, MOSCOW REGION), METADYNEA AUSTRIA - PRODUCTION OF FORMALDEHYDE AND SYNTHETIC RESINS (AUSTRIA, KREMS), JSC KARBOLIT - AN INDUSTRIAL PARK OF BROWNFIELD TYPE (MOSCOW REGION). THE GROUP INCLUDES THREE TRADING COMPANIES LOCATED IN RUSSIA, SWITZERLAND AND SOUTH KOREA.

increase revenue by more than 6 billion rubles to 25.8 billion rubles. Exceeding the planned indicators happened almost throughout the entire product line. Particular attention in 2018 was paid to the growth of technical and economic indicators, reduction of the costs, technical re-equipment of the existing industries and the reduction of energy consumption per unit of the output. The tasks on social development, personnel policy and improvement of industrial safety were successfully completed.

Social spending reached 206 million rubles. The company pays special attention to the implementation of social projects, charity and patronage. In recent years, with the direct financial participation of Metafrax, the reconstruction of the main streets of Gubakha and the Pobeda park was fulfilled, a temple and a mosque were erected, a branch of the medical center "Health and

Beauty Philosophy” was opened, and several apartment buildings were built. Kindergartens and schools, gyms, auditoria and concert halls of the city are regularly renovated, computer and chemical classes are equipped.

In 2018, Metafrax improved its personnel policy, and the number of permanent employees and fixed-term contracts personnel increased. In 2018, the company held career-guidance meetings with pupils and school leavers, and their parents. About 80 different events were held for employees, youth, veterans and children of the employees; the domestic resorts were organized for the rest of the staff and their children. As part of the development of the housing program, two 81-apartment nine-storey houses were commissioned last year.

To sum it up, the 2018th year has been recognized as the best year in the history of the company, a year of records and sustainable development.

The launch of the company’s largest investment project - the construction of the Ammonia-Urea-Melamine (AUM) complex

Perm region and the administration of the city of Gubakha for the period of 10 years. The official start of construction was planned on March 2, 2018. The area of more than 20 hectares was prepared for the construction of the AUM complex. The peak of construction and installation works accounts for the summer of this year.

In the fall of 2018, the company announced the start of the rebranding procedure. The updated brand of the Metafrax group will be presented in July 2019, and a full launch of the brand is scheduled for autumn 2019.

UP TO THE NEW HEIGHTS!

Tasks on reducing costs and improvement of the production efficiency occupy a special place among the tasks for 2019 assigned to the heads of structural subdivisions. It is necessary to fulfill the established plans for the quantity, assortment and quality on the manufactured products with minimum labor and material costs and optimal use of production capacity. Full utilization of budget funds for the implementation of

of this product in the country.

As for the charitable projects announced and already implemented in 2019, in Perm, with the support of Metafrax, the Second Regional Stage of the «World Winners’ Games» was held - a sports festival for children who had won cancer.

The unique annual theater landscape festival «Mystery of the Krestovaya Mountain» is held with the support of Metafrax; it will take place this summer for the 8th time.

This year a new project “Return the Future” will be launched as a result of the cooperation of Metafrax with the Dedmorozim children charity foundation. Joint efforts will be focused on the rehabilitation and support of orphans with disabilities in the Rudnichny village orphanage. The project is going to be implemented with the support of the beneficiary owner of PJSC Metafrax, Seyfeddin Rustamov.

As part of supporting gifted children, a Metafrax personal scholarship will be established for talented high school students



valued at more than 950 million euros was the key event of 2018. The design capacity of the plant is reported to allow producing up to 575 thousand tons of carbamide, 308 thousand tons of ammonia and 40 thousand tons of melamine annually. The importance of the AUM project was confirmed at the state level - on February 15, 2018, a Tripartite Special Investment Contract on the construction of an industrial complex for the production of ammonia, carbamide and melamine (AUM) was signed within the framework of the Russian Investment Forum in Sochi in the presence of the Minister of Industry and Trade of the Russian Federation, Denis Manturov. The agreement was concluded between PJSC Metafrax, the

measures aimed to improve the technical and economic performance of the industries and the tougher control over compliance with industrial safety requirements and production discipline in the company’s subdivisions are among the priorities.

Furthermore, in the beginning of 2019, Metafrax announced the launch of another major investment project valued at more than 5 billion rubles. The investment project involves the construction of a plant for the production of formaldehyde with a capacity of 180 thousand tons per year and the installation of paraform with a capacity of 30 thousand tons per year. Currently, paraformaldehyde is not produced in Russia. Metafrax will become the only manufacturer

of the Gubakha town to attend Startup Academy JUNIOR in Skolkovo. The Young Chemist nomination was established also this year within the framework of the All-Russian conference «Young Technicians and Inventors», with the support of the company.

Metafrax consistently demonstrates the progressive dynamics of financial-operational and social indicators and makes effective investments in technology, manufacturing, infrastructure and the social sphere. The reliable partner, the professional investor, the responsible producer and the taxpayer, the philanthropist and the philanthropist. Metafrax is a guarantor of stability for shareholders, investors, partners and employees.

Мука с берегов Камы издавна славится далеко за пределами самой Перми. АО «Пермский мукомольный завод» отгружает потребителям в месяц до 15 тысяч тонн этой самой мирной продукции, что составляет почти полтора процента от всей российской муки. Согласитесь, впечатляющая по масштабам отечественной зерноперерабатывающей промышленности цифра! О том, как живет крупнейшее предприятие отрасли, как совершенствуется оно свою продукцию и какие у него планы, рассказывает генеральный директор АО «Пермский мукомольный завод» **Сергей Окишев**.



– Сергей Анатольевич, злые языки говорят, что российское сельское хозяйство практически ежегодно сталкивается с одной из двух страшных проблем: одна из них зовётся «неурожай», вторая – «урожай высокий». И та и другая, пусть и разными путями, ведут к одному – к повышению цен на зерно, а в итоге – по цепочке – и на муку, и на всё то, что из неё выпекают. Вы, и как руководитель завода, и как член правления Российского Союза мукомольных и крупяных предприятий, наверняка находитесь в гуще событий и знаете ситуацию изнутри. Что происходит в отрасли?

– Каждый зерновой год имеет свои особенности и отличия. На формирование конъюнктуры рынка влияет много факторов, главный из которых – сколько зерна окажется по осени в «закромах Родины». Урожаи вот уже несколько лет подряд собираются весьма высокие. В



«МЫ НЕ УМЕЕМ ДЕЛАТЬ ПЛОХУЮ МУКУ»

2017 году был зафиксирован рекордный для России – 135 млн тонн зерновых. Это позволило нашей стране не только занять лидерские позиции в экспорте, но и обеспечить потребности зерноперерабатывающих предприятий, животноводов и птицеводов.

Осенью 2018-го было собрано 113,2 млн тонн. Согласитесь, серьёзное, порядка 17% снижение. Повлияло сокращение уборочных площадей и более низкая урожайность зерна в ряде регионов. Погодный фактор... Пшеницы, которую мы в основном и перерабатываем, было собрано 72,1 млн тонн против 86 млн тонн. Второй по значимости для нас культуры – ржи – было выращено и убрано тоже поменьше: 1,91 млн тонн против 2,4 млн годом ранее.

Поэтому на старте сезона возникли сложности с ценообразованием. Почти сразу с началом уборки зерна внутренний рынок демонстрировал цены несколько выше, чем ожидалось его участниками. К тому же есть проблема с логистикой: многие игроки рынка столкнулись с трудностями при поставке вагонов, росли тарифы на железнодорожные перевозки...

– Наверное, тоже погода виновата...

– Вторым по степени влияния я бы назвал фактор экспорта. Здесь тоже происходит много интересного. Очередной виток девальвации рубля в совокупности с резким ростом экспортного спроса стали причиной исторически рекордно высоких рублевых цен на пшеницу в южных портах страны. Стало выгодно грузить туда зерно даже из весьма отдалённых регионов, например, из Сибири.

Рост отгрузок зерна на экспорт из отдалённых регионов Сибири, Урала и Поволжья шёл всю осень, несмотря даже на временное отсутствие субсидий на пере-

возки на дальние расстояния. Это напрямую влияло на ценообразование в тех регионах, откуда в адрес нашего завода и шёл основной поток зерна пшеницы.

Бывают периоды, когда сельхозтоваропроизводители «берут паузу» и количество предложений по поставкам зерновых снижается. Снижаются и объёмы предлагаемых на продажу партий. Это увеличивает для нас, как переработчиков, издержки на каждую тонну закупаемого зерна. Основания у аграриев для таких выжиданий в продажах бывают разные: колебания курсов валют, существенный экспорт зерна, политика государства в части закупки зерна в государственный интервенционный фонд. Начавшийся активный экспорт зерна с ряда территорий Урала и Сибири тоже «подогревает» цены на закупаемое там зерно. Вносит свои коррективы в функционирование зернового рынка и принятая Хартия в сфере оборота сельскохозяйственной продукции.

И хотя сегодня в России зерна достаточно, вопрос в том, насколько оно хорошее. Ведь мы покупаем далеко не всё зерно, которое нам предлагают. Не зря же у нашей продукции, которая выходит под торговой маркой «Птица-Мельница», говорящий сам за себя слоган – «Качество ценится».

– Какова доля пермской муки на российском рынке? В каких регионах, покупая, например, хлеб или же муку для того, чтобы испечь блины, мы можем встретить ваш бренд?

– Мукомольный рынок страны очень конкурентный. В России огромное количество разных по мощности и производительности мельниц. Доля АО «Пермский мукомольный завод» составляет 1,5 процента. Цифра сухая, и гораз-

до важнее то, что стоит за ней. Мы входим в десятку крупнейших мельниц России. Наши производственные мощности, в отличие от многих зернопереработчиков, загружены фактически на 100 процентов. Завод поставляет муку не только в Прикамье, но и во многие регионы, расположенные по соседству: в Удмуртию, Башкирию, Кировскую и Свердловскую области. Говоря о продовольственной безопасности региона, скажу, что наш завод способен накормить весь Пермский край. За 64 года АО «Пермский мукомольный завод» выпустил 9 миллионов тонн высококачественной муки. Согласитесь, внушительная цифра!

– Качество пермской муки хорошо известно не только жителям края. Наверное, есть и уникальные потребители?

– Мы действительно дорожим доверием покупателей и, по сути, его здоровьем. В любом производстве есть свои тонкости. Наши технологи подбирают помольную партию для производства муки так, чтобы в ней максимально раскрылись её хлебопекарные свойства. Достигается это за счет смешения разных сортов пшеницы. К тому же мы уже заранее знаем, на каком поле она выращена и насколько соответствует нашему принципу покупать только экологически чистое зерно. В результате всё, что мы производим, соответствует международным стандартам.

Нашими многолетними партнерами являются известные международные компании: ООО «Сириал Партнерс Рус», ООО «Нестле Россия». Первые договоры с ними были подписаны 10 лет назад. С тех пор мы многому научились. В 2018 году мы подписали соглашение с ООО «Нестле Россия» о поставках продукции в филиалы, расположенные в городах Вологда и Вязники. Так мы достигаем поставленной перед собой амбициозной цели – максимально обеспечить пермской мукой потребности компании в российских филиалах.

Стремление осваивать новые профессиональные высоты приветствуется нашими акционерами. Недавно мы вышли на сложный контракт с ООО «Юнилевер Русь». Заказчику нужна была особая ферментированная мука. Для этого потребовалось много чего изучить, поэкспериментировать, поломать головы и технологом, и инженерной службе. И сейчас, после первых пилотных поставок, мы надеемся выйти уже на запланированные объемы поставок этого уникального продукта. Это такая наша «мирная победа», позволяющая думать о развитии этого направления дальше.

– У вашего предприятия много различных наград. Каждой можно гордиться, но все же какая из них для вас наиболее значима?

– Мы участвуем в конкурсах не ради награды. Хочется, чтобы наши люди чувствовали ответственность за продукт, который выпускают, и гордились результатами своего труда.

Год 2018-й стал одним из лучших в нашей истории. Благодаря слаженному труду коллектива завода были достигнуты значительные результаты в проектах, посвященных в первую очередь вопросам качества продукции.

Самым престижным для заводчан является сосуществование в отраслевых проектах, там, где на равных участвуют коллеги-профессионалы. Мы гордимся не просто участием, а победой в конкурсе, проводимом под эгидой Российского Союза мукомольных и крупяных предприятий «Лучшая мельница России–2017». Этой высшей отраслевой награды мы удостоены за внедрение в производство современного оборудования и за выработку высококачественной продукции.

Раз в два года Международной промышленной академией проводится масштабный Всероссийский смотр качества муки и крупы. В сентябре 2018 года пермская мука высшего сорта была удостоена Гран-при «За высокое качество продукции». Золотой медалью была награждена мука ржаная обдирная.

В октябре 2018 года Международной общественной организацией «Академия проблем качества» были утверждены итоги федерального этапа 21-го конкурса программы «100 лучших товаров России». АО «Пермский мукомольный завод» получило приз «Вкус качества» за продукцию «Мука хлебопекарная высший сорт» ТМ «Птица-Мельница» и почетный диплом «Золотая сотня». Мука сорта «Экстра» стала дипломантом программы.

Кстати, на любой конкурс мука берется с потока, с которого потом поступает в магазины и идет всем нашим многочисленным потребителям.

– То есть специально для конкурса вы её не «тренируете»? Не готовите в отдельной «ручной работы» мельнице?

– Дело в том, что мы и не сможем сделать муку специально для конкурса. Физически не сможем. Во-первых, потому что мы не умеем делать плохую муку. Во-вторых, это не позволит технологический процесс. У нас не ручная работа, в цехах завода работают механизмы, которые имеют очень большую производительность. Остановить их, чтобы сделать что-то «специально», невозможно.

– Сергей Анатольевич, одни технологии устаревают, другие рождаются, уходят в небытие целые профессии, а хлеб остаётся хлебом, мука – мукой. Её на принтере не напечатаешь. И всё-таки – если заглянуть в будущее...

– А пермские мукомолы только сегодняшним днем и не живут! Мы чувствуем ответственность за продовольственную безопасность Прикамья и несем эту ответственность с гордостью. У нас тесные контакты не только с поставщиками зерна, но и с краевым Минсельхозом, с администрацией города, с Пермской Торгово-промышленной палатой. Мы благодарны нашим акционерам, которые «чувствуют пульс» и понимают проблемы отрасли, вкладывают в предприятие не только средства, но и душу, и самое главное – видят перспективы его развития.





"WE DO NOT KNOW HOW TO PRODUCE BAD FLOUR"

The flour from the banks of the Kama has long been famous far beyond Perm itself. Perm Milling Plant JSC supplies up to 15 thousand tons of this most peaceful product to consumers per month, which is almost one and a half percent of all Russian flour. No doubt, this is an impressive figure in the scale of the domestic grain processing industry! Sergei Okishev, Director General of Perm Milling Plant JSC, tells how the largest enterprise in the industry operates, how it improves its products and what plans it has.

– Sergei Anatolyevich, evil tongues say that Russian agriculture almost every year faces one of two terrible problems: one of them is «bad crop», the second one is «high crop». Both of them, though in different ways, lead to the same: to the growth of the price of the grain, and as a result, in chain order, both of the flour and everything that is baked from it. You, being both the head of the plant and the member of the board of the Russian Union of milling and cereal enterprises, are surely in the thick of things and know the situation from the inside. What is happening in the industry?

– Each grain year has its own features and differences. The formation of market conditions is influenced by many factors, the main of which is how much grain will be in «the bins of the Motherland» in autumn. Harvests for several years running have been very high. In 2017, a record crop for Russia has been registered – 135 million tons of grain. This allowed our country not only to take a leading position in exports, but also to meet the demands of grain processing enterprises, livestock breeders and poultry farmers.



In the autumn of 2018, 113.2 million tons have been collected. Surely, it is a serious drop, about 17%. It is due to decreased harvesting areas and lowered grain crop yields in a number of regions. The weather factor... Wheat, which we mainly process, has been collected in the amount of 72.1 million tons against 86 million tons. The second most important crop for us – rye – has been also grown and collected in less amount, too: 1.91 million tons against 2.4 million a year earlier.

Therefore, at the start of the season the difficulties with pricing have occurred.

Almost immediately after the start of grain harvesting, the domestic market demonstrated the prices somewhat higher than ones expected by its participants. In addition, there is a problem with logistics: many market players faced difficulties with the supply of railcars, tariffs for rail transportation were growing...

– Probably, the weather is also guilty...

– I would call the export factor as the second one by the influence. Many interesting things happen here too. The next round of the rouble devaluation, together with a sharp increase of export demand, has caused historical records of high rouble prices for wheat in the southern ports of the country. It became profitable to ship grain there even from very remote regions, for example, from Siberia.

The growth of grain shipments for export from remote regions of Siberia, the Urals and the Volga region has been continuing throughout the autumn, despite the temporary absence of subsidies for long-distance transportation. This directly impacted the pricing in those regions,

from where the main flow of wheat went to our plant.

There are periods when agricultural producers «take a break» and the amount of proposals for the grain supply is dropped. The volumes of batches offered for sale are also decreased. This increases for us, processors, the cost per ton of grain purchased. Grounds for farmers for such waiting strategy in sales are various: currency fluctuations, significant grain exports, government policy regarding the procurement of the grain for the state intervention fund. The active export of grain that has begun from a number of territories in the Urals and Siberia also «warms up» the prices of the grain purchased there. The approved Charter in the sphere of the turnover of agricultural products also makes its own adjustments to the functioning of the grain market.

And although today there is enough grain in Russia, the issue is how good and qualitative it is. Indeed, we buy nowise all the grain that we are offered. Not for nothing our product, which is manufactured under the trade mark «Bird-Mill», has a slogan that speaks for itself – «Quality is the first value.»

– What is the share of the Perm flour in the Russian market? In which regions, when buying, for example, bread or flour for baking the pancakes, can we meet your brand?

– The milling market of our country is very competitive. In Russia, there is a huge number of mills of different capacity and productivity. The share of the Perm Milling Plant JSC is 1.5 percent. The figure is dry, and much more important is what stands behind it. We are among the ten largest mills in Russia. Our production facilities, unlike many grain processors, are actually 100 percent loaded. The plant supplies the flour not only to the Kama Region, but also to many neighbouring regions: in Udmurtia, Bashkortostan, Kirov and Sverdlovsk regions. With regard to the food security of the region, I can say that our plant is capable of feeding the entire Perm Territory. For 64 years, the «Perm Milling Plant» JSC has produced 9 million tons of high-grade flour. Really, it is an impressive figure!

– The quality of the Perm flour is well known not only to residents of the region. Perhaps there are unique consumers?

– We really value the trust of customers and, in fact, their health. Any production process has its own features. Our technologists select a milling blend for producing the flour so that its baking properties are maximally revealed in it. This is achieved due to mixing different varieties of wheat. In addition, we already know in advance what field it is grown in and how much it conforms to our principle to buy only environmentally friendly grain. As a result, everything we produce meets international standards.

Our long-term partners are well-known international companies: Cereal Partners Rus LLC, Nestle Russia LLC. The first contracts with them were signed 10 years ago. Since then, we have learned a lot. In 2018, we signed an agreement with Nestle Russia LLC for the supply of products to branches located in the cities of Vologda and Vyazniki. This is how we achieve the ambitious goal we have set ourselves – to satisfy as much as possible with the Perm flour the company needs in its Russian branches.

The commitment to handle new professional challenges is welcomed by our shareholders. Recently, we organised a difficult contract with Unilever Rus LLC. The customer needed a special fermented flour. For this goal, it took a lot of things to study, experiment, puzzle for the technologists, and the engineering service. And now, after the first pilot supplies, we hope to reach the planned volumes of supply of this unique product. This is our «peaceful victory» that allows us to think about the development of this trend further.

– Your company has got many various awards. Each of them can be proud of, but still which one is the most important for you?

– We participate in competitions not for awards. We want our people to feel responsible for the product they produce and to be proud of the results of their work.

The year 2018 was one of the best in our history. Due to the well-coordinated activities of the plant team, significant results have been achieved in the projects devoted primarily to the product quality issues.

The most prestigious for the employees is the competition in industry projects, where professional colleagues participate as equals. We are proud not only of participation, but of a victory in the competition held under the auspices of the Russian Union of flour-grinding and cereal enterprises «The Best Mill of Russia-2017». We were awarded this highest industry award for introducing modern equipment into production and for producing high-quality products.

Every two years, the International Industrial Academy holds a large-scale All-Russian review of the quality of flour and cereals. In September 2018, the Perm flour

of the highest grade was awarded the Grand Prix «For high quality products.» The peeled rye flour was awarded a gold medal.

In October 2018, the International Public Organisation «Academy of Quality Problems» has approved the results of the federal phase of the 21st competition within the programme «100 best goods of Russia». «Perm Milling Plant» JSC has been awarded with the prize «Taste of Quality» for the products «Baking flour of the highest grade TM» Poultry Mill «and the honorary diploma «Golden Hundred». The flour of the variety «Extra» became the winner of the programme.

By the way, flour is taken from any flow to any competition, from which it is then supplied to stores and to all of our many consumers.

– That is, you do not «train» it especially for the competition? You do not cook in a separate «handmade» mill?

– The fact is that we will not be able to make flour specifically for the competition. We simply will not. Firstly, because we do not know how to make bad quality flour. Secondly, the process will not allow doing this. There is no manual work; there are very high-performance mechanisms in the workshops of the plant. It's impossible to stop them to do something «deliberately».

– Sergei Anatolyevich, some technologies become obsolete, others are born, entire professions go into oblivion, and bread remains bread, flour – flour. You can't print it on a printer. And yet – if we look into the future...

– And the Perm millers do not live for today only! We feel our responsibility for the food security of the Kama region and bear this responsibility with pride. We have close contacts not only with grain suppliers, but also with the regional Ministry of Agriculture, with the City Administration, with the Perm Chamber of Commerce and Industry. We are grateful to our shareholders who «feel the pulse» and understand the problems of the industry. They invest in the company not only funds, but also the soul, and what is the most important – they see the prospects for its development.



Успешность любого бизнеса в современном мире напрямую зависит от эффективности его работы в «цифре». Мир поменялся и очень сильно ускорился, в тренде постоянное обучение, готовность потреблять и анализировать большое количество информации, быстро тестировать гипотезы и делать правильные выводы. Если первые лица и менеджеры к этому не способны – участь организаций, которыми они управляют, печальна. О том, как меняется рынок и требования клиентов к digital-маркетингу, с какими самыми частыми проблемами сталкивается бизнес в «цифре», как их идентифицировать и трансформировать в потенциальные точки роста, мы сегодня говорим с управляющим партнером группы компаний **WebBooster** и нескольких web-сервисов по маркетинг-аналитике **Дмитрием Андросовым**. До интернет-маркетинга он успешно работал в офлайн-бизнесах, имеет степени MBA по стратегическому менеджменту и маркетингу.



**ЛЮБОЙ БИЗНЕС МОЖЕТ
ПОЛУЧАТЬ БОЛЬШЕ ОТ СВОИХ
ТЕКУЩИХ DIGITAL-АКТИВНОСТЕЙ.
ПЛЮС СЕБЕСТОИМОСТЬ ТЕКУЩИХ
РЕЗУЛЬТАТОВ МОЖЕТ БЫТЬ ГОРАЗДО НИЖЕ.**

– Дмитрий, рады встрече! Данный номер журнала выходит накануне выставки «Иннопром», как мы понимаем, это мероприятие для вас целевое?

– Благодарю, что пригласили на интервью накануне «Иннопрома». Эта выставка для нас целевая, промышленный и производственный маркетинг – одна из наших ключевых компетенций.

– Расскажите, пожалуйста, об основных направлениях бизнеса, продуктах и конкурентных преимуществах. И как вы вообще пришли в «цифру»?

– Одна из наших ключевых компетенций – повышение эффективности digital-маркетинга в промышленных бизнесах, инженерии, строительстве, B2B и т.д. Мы работаем с многими крупными отечественными и зарубежными компаниями по комплексному интернет-маркетингу, помогаем эффективно привлекать новых клиентов, удерживать и развивать текущих, оптимизировать бизнес-процессы, повышать управляемость и прозрачность, выстраивать системы бизнес- и web-аналитики, управленческие дашборды и т.д.

Большинство digital-подрядчиков не любят работать с промышленными клиентами, инженерией, оборудованием и т.д. – это глубокая специфика, и необходимо разбираться в бизнесе, продукте и целевых аудиториях заказчика. Гораздо проще работать с потребительскими товарами и услугами.

В промышленности, инжиниринге и стройке у нас однозначное преимущество, т.к. я до digital долгое время работал на стороне реального бизнеса. В «цифру» я пришел из офлайна – работал в производстве, управлял дистрибуторским бизнесом (комплектующие для инженерных систем) и провел его через кризис 2008 года, прошел школу бизнес-девелопмента в крупном глобальном ритейлере.

Клиенты из перечисленных отраслей для нас одни из приоритетных, мы досконально разбираемся в их бизнесе, ЦА, продуктах и бизнес-процессах. С момента начала работы мы реализовали более 700 проектов по разработке и реализации digital-стратегий, цифровой трансформации, привлечению новых клиентов и системам лояльности в данных сегментах. В процессе сотрудничества мы внимательно анализируем, как работают успешные западные компании, которым мы поставляем продукты по интернет-маркетингу и аналитике, перенимаем опыт, подходы и инструментарий, тестируем успешные практики на других клиентах. Это дает нам большие возможности для сбора отраслевых кейсов, тестирования инструментов и подходов на других заказчиках. Сейчас мы уже пользуемся плодами эффекта опыта, продолжаем расширять компетенции и обучать нашу внутреннюю систему знаний.

– С какими проблемами чаще всего сталкиваются компании при работе с digital-маркетингом? Где возникают основные потери и что можно делать лучше?

– Любой бизнес может получать больше от своих текущих digital-активностей. Плюс себестоимость текущих результатов может быть гораздо ниже. Digital в большинстве отраслей растет, на растущих сегментах ошибки и недоработки видны не так явно, как на взрослых и на стагнирующих. Все хотят роста, но мало кто считает эффективность, использует полноценную сквозную аналитику, комплексный анализ конкурентов.

Тезисно – самые частые проблемы, они же точки роста:

Констатация вместо управления – текущие результаты и система не оцифрованы, маркетинг-микс есть, работы ведутся, бюджет тратится, но какой результат и из чего он складывается – непонятно. Подавляющее большинство еще не использует сквозную аналитику и регулярный CRM-маркетинг, многие маркетологи не могут даже разметить и настроить счетчики статистики.

Слабая формализация целей или огульное планирование только на основе амбиций топ-менеджмента, без оцифровки данных. Также ошибкой является делегирование выставления целей внешним подрядчикам.

Отсутствие актуальной digital-стратегии. Сегментация, таргетинг, позиционирование для ЦА в «цифре», самый быстрый и дешевый путь из точки А в точку В. По практике – большинство компаний на этом этапе даже не проводят комплексную аналитику активностей и результатов работы конкурентов, предпочитая делать свои ошибки и оплачивать их из своего бюджета.

Неэффективный маркетинг-микс – начиная от нерелевантных для отрасли и бизнеса инструментов и заканчивая слабой аналитикой.

Отсутствие формализованных планов, бизнес-процессов и требуемых скиллов у внутренних и внешних подрядчиков.

Нет комплексных систем контроля, мониторинга, дашбордирования и алармации по ключевым KPIs. Не только топ-менеджеры, но даже операционные исполнители не могут в режиме онлайн контролировать и управлять основными KPIs. Кто-то ведет статистику в экселе, кто-то путает использование стандартного функционала CRM с управленческими дашбордами.

Если вы обнаружили в бизнесе хотя бы 2 пункта из перечисленных выше, значит в вашем digital есть проблемы.

Фактически это элементы классической маркетинг-модели SOSTAC. Мне представилась уникальная возможность работать в офлайне и в онлайн, это два разных мира. Классический офлайн гораздо старше и опытнее, но он медленный и консервативный. Онлайн – быстрый, прогрессивный, глобальный, но он редко использует опыт,

инструментарий и кейсы офлайна. Классические инструменты менеджмента и маркетинга только начинают полноценно оцифровываться и использоваться (BSC и т.д.).

– Если компания в своей работе видит перечисленные проблемы – как их разрешить или хотя бы оперативно минимизировать? Есть какие-то универсальные рекомендации?

– В рамках одного интервью на данный вопрос ответить невозможно, у каждой компании и кейса своя специфика.

Все перечисленные пункты ведут к нерегулярным и неуправляемым результатам, снижению эффективности и повышению себестоимости.

Первое – необходимо оцифровать текущую систему и маркетинг-микс, настроить счетчики и системы статистики, понять, что обеспечивает результат, детализировать маркетинговые воронки, их стадии и все KPIs. Если система оцифрована – ей можно управлять, в противном случае мы только констатируем полученный результат.

Далее необходимо формализовать цели. Ошибочно считать, что за вас это должен сделать внешний подрядчик.

Если вы не имеете актуализированной digital-стратегии – необходимо ее хотя бы минимально формализовать. Не обязательно сразу составлять систему сбалансированных показателей (BSC), но описание ЦА, позиционирование и конкурентная аналитика должны присутствовать. Если мы не понимаем поведение пользователей в Сети, то для достижения плановых KPIs мы тратим больше ресурсов на продвижение и продажи, снижаем цены и т.д. То есть за недоработки в стратегическом маркетинге мы расплачиваемся бюджетами операционного маркетинга. В нашей практике, если у заказчика нет digital-стратегии и он не готов ее разрабатывать, – мы перед стартом составляем ее сами в кратком формате за наш счет (документ называется «стратегический digital-базис»). Без него работать бессмысленно и корректнее от проекта просто отказаться.

Далее, на основе статистики и конкурентной аналитики, выстроить несколько математических моделей и вариантов маркетинг-микса для достижения целей. Почти всегда работает правило Парето – 20% инструментов обеспечивают 80% результатов, в выборе составляющих маркетинг-микса всегда помогает корректная аналитика конкурентов.

Качество инструментов и процессов контроля – важнейшая составляющая в достижении и оптимизации целевых показателей. Как управленец, я хочу знать в режиме онлайн статусы по всем основным KPIs в формате план – факт – отклонение. Для этого в нашем личном кабинете реализованы настраиваемые управленческие дашборды, в них агрегируются все основные данные с внешних источников (счетчики статистики,

рекламные системы и т.д.) и с внутренних систем (производство, customers service и т.д.), работает система алармации, и по компании ежедневно рассылается статистический репорт с ключевыми KPIs для каждого отдела. Параллельно реализована и постоянно обучается система предиктивной клиентской аналитики. Это не значит, что вам необходимо иметь такой же инструментарий, но основные управленческие дашборды и отчетность должны присутствовать.

Последнее – постоянно ищите новые точки роста, оптимизации структуры себестоимости, улучшения УТП, инсайты в анализе конкурентов и т.д. Даже если все показатели в плане. Будьте проактивны и не ждите кризиса. Этот подход я сформировал благодаря опыту работы в ритейле и в низкомаржинальных конкурентных отраслях в кризис 2008 года, он пока меня ни разу не подводил.

В 2007 году рынок развивался и даже не задумывался о том, что время оголтелого роста может закончиться. Необходимости в оптимизации и экспериментах с каналами и инструментами для повышения ROI не было, т.к. большинство счастливых участников рынка ROI просто не считали. Рынок рос, все считали себя успешными предпринимателями и с оптимизмом строили планы на будущее, причин для поиска возможностей повышения эффективности бизнеса не было.

– Как изменились ожидания и требования клиентов к digital-маркетингу и подрядчикам в последние годы? Что будет меняться в ближайшие несколько лет? Какие важные тренды видите в развитии рынка?

– Заказчик становится более информированным, зрелым и требовательным к качеству digital-продуктов и отраслевым компетенциям подрядчиков. Это естественный цикл жизни любого рынка: отсутствие сегментации и отраслевых требований на начальной стадии (когда спрос превышает предложение), далее – выравнивание предложения, повышение знаний и требовательности к продукту, маркетингу и специализации.

Из-за этого мы видим миграцию многих digital-поставщиков первой волны (в основном в education и инфобизнес), которые привыкли работать на хайпе, с низкими знаниями и требованиями заказчиков, высокой маржинальностью и низкой эффективностью собственных бизнес-процессов. Те, кто остаются в рынке, конкурируют или ценой или своими компетенциями и дифференциацией. Концептуально у digital-подрядчиков останутся два подхода – «корпоративный» (основательная отраслевая специализация) и «поверхностный» (фриланс, сервисы). Кто окажется посередине – со временем станет бесполезным для рынка, т.к. будет обладать компетенциями фриланса и себестоимостью «корпоратов».

Рынок будет постоянно повышать требо-

вания к специалистам и руководителям в digital, неумение «питонить» или комплексно разметить Analytics станут расцениваться как профнепригодность. Для того чтобы понимать конъюнктуру рынка и тренды, уже сейчас необходимо постоянно учиться и регулярно потреблять большое количество контента, делать быстрые выводы и тестировать на практике. Справедливо, что «раньше крупная рыба поедала мелкую, сейчас быстрая рыба ест медленную».

– Поделитесь планами развития – какие цели на ближайшее время? Есть какие-то новые интересные проекты, которые находятся в разработке или недавно запустили?

– Всеми планами, разумеется, поделиться не смогу, но часть интересной информации раскрою.

В данный момент я управляющий партнер и соучредитель нескольких агентств по комплексному digital-маркетингу, мы производим широкий спектр цифровых маркетинговых продуктов, сотрудничаем с крупными глобальными компаниями. Также мы разработали несколько интеллектуальных сервисов по маркетингу и digital-аналитике, конкурентному анализу, контролю и дашбордированию. Это умные продукты, которые пока доступны только для наших клиентов. Такого уровня аналитику на российском рынке еще никто не делает. Данные сервисы мы изначально разрабатывали для внутреннего использования, т.к. функционал доступных рыночных инструментов нас не устраивал, далее открыли их для клиентов, постоянно их дорабатываем и расширяем.

Также сейчас в разработке сервис по оцифровке, контролю и повышению эффективности сотрудников маркетинга, продаж и бизнес-девелопмента. Сотрудник оцифровывается в системе на входе, руководитель видит профиль с сильными и слабыми сторонами, а также показатели прогресса.

Большинство компаний, которые работали и развивались только в digital, ленивые – рынок растет, спрос есть, оптимизироваться и разрабатывать что-то новое нет смысла. Мы же постоянно инвестируем, тестируем и разрабатываем новые инструменты по аналитике и оптимизации, предлагаем их клиентам. Плюс у нас нет лишних затрат, мы научились максимально «сушить» бизнес-процессы и оптимизировать структуру себестоимости при обеспечении нужного качества продукта. Массовой рыночной потребности в этом пока нет – рынок растет, и спрос на качественные и умные digital-продукты превышает предложение, но тренд на оптимизацию уже виден, после 2014 года заказчики начали искать возможности повышения эффективности маркетинга, продаж и снижения костов. Мы этот тренд очень приветствуем и к нему готовы.

– Если говорить о глобальных трендах и нашем месте в мировой «цифре» сегодня и в перспективе – что у нас есть сейчас, на что рассчитывать и в какую сторону двигаться?

– Наша страна имеет огромный качественный человеческий ресурс, у нас все еще сильная IT и инженерная школа, я наблюдаю несколько сильных поколений коммерсантов и маркетологов, но системно ни сами бизнесы, ни страна в совокупности не получают максимального экономического эффекта от использования этого ресурса. В результате часто вижу грустные примеры, когда квалифицированные продуктологи и талантливые предприниматели уезжают работать за границу, участвуют в создании сильных продуктов, и Россия для них в итоге является одним из рынков сбыта. Причем в большинстве не приоритетным. Это вместо продакшена здесь и импорта вовне.

У нас есть возможность сравнивать наши digital-компетенции и продукты с западными коллегами, т.к. мы много с кем работаем. Интересно, что в большинстве мы сильнее европейцев по скиллам и знаниям, но сильно уступаем с точки зрения эффективности труда. Я в этом вижу большие возможности для роста.

Я также являюсь членом ассоциации независимых директоров в сфере корпоративного управления и цифровой экономики «ДиректНет», задачи которой аккумуляция экспертизы, разработка методологий и содействие в поиске и подготовке директоров по цифровым технологиям (CDO) и директоров по цифровой трансформации (CDTO). Деятельность ассоциации направлена на повышение конкурентоспособности и эффективности предприятий и госинститутов с помощью digital-технологий и цифровых продуктов.

Мир с точки зрения цифровой экономики уже глобальный. Если мы хотим в рамках бизнес-сообщества и страны быть конкурентоспособными и производить сильные digital-продукты для глобальных потребителей, мы должны не замыкаться на себя, а быть более открытыми, общаться и изучать опыт иностранных коллег, ездить на глобальные конференции и выставки, делать сильные продукты и продавать их на экспорт, постоянно много учиться и повышать эффективность труда.

Старая модель обучения, когда «одна жизнь – одна специальность», уже не работает, в тренде постоянный апскилл и повышение квалификации, готовность потреблять большое количество контента, извлекать суть, быстро тестировать и делать выводы. Мир поменялся и очень сильно ускорился, мы обязаны этому соответствовать. Если первые лица и менеджеры к этому не способны – участь организаций, которыми они управляют, печальна. Рынок – сущность динамическая, вчерашний успех не гарантирует лидерство сегодня, и здоровая бизнес-система – она как здоровый человек – сухая, поджарая, сильная и быстрая.

ANY BUSINESS COULD BENEFIT MORE BY ITS CURRENT DIGITAL ACTIVITIES.

WHAT IS MORE, THE ONGOING RESULTS
COST CAN BE CONSIDERABLY LESS.



The modern world business is a success if it works efficiently in "digital". The world has changed a lot and the tempo of life has considerably sped up. Lifelong learning, willingness to consume and analyze much information, ability to be a quick thinker and to draw the proper conclusions are in the trend. If business leaders and managers are not capable of this – the fate of the organizations that they manage is sad.

We spoke to Dmitry Androsov, managing partner of the WebBooster group of companies and several web services on marketing analytics. We discussed market changes and consumer's demands to the digital marketing, the most frequent "digital" problems of business and ways to identify them and transform into potential growth points. Before internet marketing he successfully worked in offline business and has MBA degrees on Strategic management and Marketing.

– *Dmitry, we are glad to meet you! This issue is planned to be published on the eve of Innoprom exhibition. As far as we understand, this event is targeted for you, isn't it?*

Thank you for the invitation to the interview on the eve of Innoprom exhibition. This exhibition is targeted for us, industrial and production marketing is one of our core competencies.

– *Tell us more about the main business areas, products and competitive advantages. And how did you come in the "digital" industry?*

One of our core competencies is improving the effectiveness of digital marketing in industrial businesses, engineering, construction, B2B, etc. We work with many large domestic and foreign companies on complex Internet marketing, we help to attract new customers, retain and develop the existing ones, optimize business processes, improve governance and transparency, build business and web analytics systems, management dashboards and etc.

Most digital contractors do not like to work with industrial customers, engineering, equipment and etc. – this is a profound specificity and it is necessary to understand the customer's business, product and target audiences. It is much easier to work with consumer goods and services.

We have a definite advantage in industry, engineering and construction, because I have been working for a long time in the real business before I came to "digital". I came to the digital sphere from offline - I worked in production, managed the distribution business (components for engineering systems) and led it through the crisis of 2008, had finished the school of business development in a large global retailer.

Clients of these industries are a priority for us, we have much knowledge on their business, target audience, products and business processes. Since the start of work, we have implemented more than 700 projects on the development and fulfillment of digital strategies, digital transformation, attracting new customers and loyalty systems in these segments. In the cooperation process, we carefully analyze the ways to conduct the business of successful western companies, to whom we supply Internet marketing and analytics products, adopt their experience, approaches and tools and test successful practices on other clients. This gives us great opportunities to collect cases and to test tools and approaches on other customers. We already can enjoy the benefits of the experience, continue to expand the competence and train our internal system of knowledge.

– *What problems are the most frequent for the companies when working with digital marketing? Where do the major losses occur and what can be done better?*

– Any business could benefit more by its current digital activities. What is more, the ongoing results cost can be considerably less. In the most part of branches digital is growing. Errors and flaws are not as significant in growing segments of business, as in mature and stagnant ones. Everyone wants growth, but very few consider efficiency, use full-fledged end-to-end analytics and comprehensive analysis of competitors.

In fact, the most frequent problems are also growth points:

The statement instead of management – the current results and the system are not digitized, marketing mix is used, works are ongoing, the budget is being used, but it's unclear what is the result and what is it formed of. The overwhelming majority still does not use end-to-end analytics and regular CRM marketing; many marketing managers cannot even put and adjust statistics counters.

Weak formalization of objectives or unsubstantiated planning grounded only on the basis of the ambitions of top management, without data digitization. To delegate the setting goals to outside contractors is also a mistake.

Lack of relevant digital strategy. Segmentation, targeting, digital positioning for target audience is the fastest and cheapest way from point A to point B. In practice – most companies at this stage do not even conduct a comprehensive analysis of the activities and results of competitors, preferring to make their own mistakes and pay for them from their budget.

Ineffective marketing mix – beginning from with irrelevant tools for the business and industry and ending with weak analytics.

Lack of formalized action plans, business processes and required skills from internal and external contractors.

There are no complex control systems, monitoring, dashboarding and alarms on key KPIs. Not only top managers, but even operational executives cannot monitor and manage major KPIs online. Someone keeps statistics in Excel, someone confuses the use of standard CRM functionality with management dashboards.

If at least 2 points out of the above 6 are true for your business, then your digital marketing mix has problems.

In fact, these are elements of the classic SOSTAC marketing model. I had a unique opportunity to work offline and online both, these are two different worlds. Classic offline is much mature and more experienced, but it is slower and conservative. Online is

faster, progressive and global, but it rarely uses offline experience, tools and case studies. Classic management and marketing tools are just starting to be fully digitized and used (BSC, etc.).

– *If a company notices the listed problems in its work - how can it solve them, or at least minimize them efficiently? Are there any universal recommendations?*

– It is impossible to answer this question within one interview, each company and case has its own specifics.

All of the points above lead to irregular and uncontrollable results, reduced efficiency and prime costs increase.

The first thing to be done is to digitize the current system and the marketing mix, to set up counters and statistics systems, to understand what provides the result, to detail the marketing funnels, their stages and all the KPIs. If the system is digitized – it can be controlled, otherwise we only state the result obtained.

Next, you need to formalize objectives. It is a mistake to consider that an outsourcer should do this for you.

If you do not have an updated digital strategy, you must at least formalize it minimally. It is not necessary to create a balanced scorecard (BSC) immediately, but a description of the target audience, positioning and competitive analytics must be done. If we do not understand the behavior of users on the Web, then in order to achieve planned KPIs, we spend more resources on promotion and sales, we reduce prices, and so on. That is, we pay for the shortcomings in strategic marketing with the budgets of operational marketing. In our practice, if the customer does not have a digital strategy and he or she is not ready to develop it, we make up the program in a short form at our expense (the document is called a "strategic digital basis"). It is meaninglessly to work without it. Otherwise you would rather reject the project.

Further, basing on statistics and competitive analytics, you'd better build several mathematical models and marketing mix options to achieve goals. The Pareto rule works almost always – 20% of tools provide 80% of the results, and correct analytics of competitors always helps in choosing the components of the marketing mix.

Tools and control processes quality is an essential component in achieving and optimizing target KPIs. As a manager, I want to know online statuses for all major KPIs in plan-fact-deviation format. To do this, custom management dashboards are implemented in our personal account, they aggregate all the basic data from external sources (statistics counters, advertising systems, etc.) and from internal systems

(production, customer service, etc.), the alarm system is operating and a statistical report on the company with key KPIs for each department is sent every day. In parallel, the predictive client analytics system is implemented and constantly trained. This does not mean that you need to have the same tools, but basic management dashboards and reports should be present.

And in conclusion we would recommend you to look for new growth points constantly, optimize cost structure, improve offers, insights in competitor analysis, etc. Even if all the indicators are up to the plan. Be proactive and don't wait for a crisis. I formed this approach thanks to my experience in retail and low-margin competitive industries in time of the crisis of 2008; and since then it has never failed me.

In 2007 the market developed and nobody even thought that the time of runaway growth could end up. There was no need to optimize and experiment with channels and tools to increase ROI, as most of the happy participants of the market did not calculate ROI. The market grew, everyone considered themselves to be successful entrepreneurs and were optimistic about making plans for the future; there were no reasons to look for opportunities to improve business efficiency.

- How customer expectations and demands to digital marketing and contractors have changed in recent years? What is going to change in the next few years? What important trends do you see in market development?

- The customer becomes more informed, mature and demanding on the quality of digital products and the contractors' sectoral competencies. This is the natural life cycle of any market: the absence of segmentation and sectoral requirements at the initial stage (when demand exceeds supply), then - alignment of supply, increasing knowledge and demands on the product, marketing and specialization.

As the result, we see the migration of many digital providers of the first wave (mainly in education and info business), who are used to working "on hype", with low knowledge and requirements of customers, high margins and low efficiency of their own business processes. Those who remain in the market compete either by price or by their competences and differentiation. Conceptually, digital contractors have two approaches - "corporate" (solid sectoral specialization) and "light-touch" (freelance services). Those who are in the middle are going eventually to become useless for the market, due to the competence of freelance and the cost of "corporates".

The market constantly increases the

requirements for specialists and managers in digital, so the inability "to python" or to tag Analytics will be regarded as underqualification. In order to understand the market conditions and trends, continued learning and regular consumption of large amount of content, quick conclusions and practice are necessary already now. It is true that: "In the new world, it is not the big fish which eats the small fish, it's the fast fish which eats the slow fish."

- What are your development plans? What are your goals for the near future? Are there any new interesting projects which are elaborated now or recently will be launched?

- Of course, I cannot share all the plans, but still I'll reveal some interesting information.

At the moment, I am the managing partner and co-founder of several integrated digital marketing agencies, we produce a wide range of digital marketing products, and we cooperate with large global companies. We also developed several intellectual services for marketing and digital analytics, competitive analysis, control and dashboarding. These are smart products that are currently available only for our clients. No one does analytics of such level on the Russian market yet. Initially we developed these services for internal use, because the functionality of the available market tools did not suit us, then we opened them to customers, we continually improve and expand them.

The service for digitization, control and increase of the staff efficiency in marketing, sales and business development employees is developing now. The employee is digitized in the system at the entrance, the manager sees the profile with his or her strengths and weaknesses, as well as his or her indicators of progress.

Most companies that worked and developed only in digital are lazy - the market is growing, the demand exists, and they see no sense in optimizing and developing something new. What is remarkable of us, we constantly invest, test and develop new tools for analytics and optimization and offer them to clients. In addition, we have no extra costs, we have learned how to "dry out" business processes as much as possible and optimize the prime cost structure while ensuring the right quality of the product. There is no massive market demand for this yet - the market is growing and the demand for high-quality and smart digital products exceeds supply, but the optimization trend can already be noticed, after 2014 customers began to look for ways to increase the efficiency of marketing, sales and way to reduce the costs. We welcome this trend and we are

ready for it.

- If we talk about global trends and our place in the global "digital" today and in the future - what do we have now, what to expect and which way to go?

- Our country has a huge high-quality human resource, we still have the strong IT and engineering school, I know several strong generations of businessmen and marketing managers, but systematically neither the businesses nor the country get the maximum economic effect from using this resource. Due to that, I often see sad examples when qualified experts and talented entrepreneurs leave to work abroad, participating in the creation of strong products and Russia as a result is one of the sales markets for them. And in total it is not a priority one. All this is instead of producing here and importing abroad.

We have the opportunity to compare our digital competencies and products with our Western colleagues, as we cooperate with many companies. The most interesting thing is that we are stronger than Europeans in terms of skills and knowledge, but we are far behind in terms of labor efficiency. I see a great opportunity for growth in it.

I'm also a member of DirectNet, an association of independent directors in corporate governance and the digital economy, the task of which is to accumulate expertise, to develop methodologies and to assist in finding and training of digital directors (CDO) and digital transformation directors (CDTO). The activities of the association are aimed at improving the competitiveness and efficiency of enterprises and state institutions through digital technologies and digital products.

The world in terms of the digital economy is already global. If we want to be competitive and produce strong digital products for global consumers within the business community and the Country, we should not stay locked up in ourselves, we should be more open, communicate and study the experience of foreign colleagues, visit global conferences and exhibitions, make strong products and sell them for export, we should continually learn a lot and improve labor efficiency.

The old scenario "one job for life" no longer works, the trend is constant upskill and advanced training, the willingness to consume more content, to extract the essence, to test quickly and to make conclusions. The world has changed dramatically and greatly accelerated, we must comply with this. If business leaders and managers are not capable of this - the fate of the organizations that they manage is sad. The market is a dynamic entity, yesterday success does not guarantee leadership today, and a healthy business system is like a healthy person - it is lean, strong and fast.



Наталья Комарова, губернатор Ханты-Мансийского автономного округа – Югры: ОБ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ, ПРИОРИТЕТАХ И СЕГОДНЯШНИХ РЕАЛИЯХ

В России найдется немного женщин, кому по силам возглавлять регион. Принято считать, что это сугубо мужская работа. Наталья Комарова – удачное исключение из правил, она на сегодня единственный в России губернатор–женщина. Согласитесь, нести ответственность и руководить автономным округом с полутора миллионным населением не каждой женщине по силам. А вот Наталья Владимировна с этим не только прекрасно справляется, но и по всем основополагающим показателям Ханты-Мансийский автономный округ – Югра в устойчивых лидерах России.

СПРАВКА:

В настоящее время Югра является основным нефтегазоносным регионом России и одним из крупнейших нефтедобывающих регионов мира, относится к регионам-донорам России и лидирует по ряду основных экономических показателей. 3 место по объему инвестиций в основной капитал; 2 место по объему промышленного производства, по поступлению налогов в бюджетную систему России; 1 место по добыче нефти, по производству электроэнергии.

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ЮГРЫ В 2019 ГОДУ

– Наталья Владимировна, как вы оцениваете инвестиционную политику в регионе? Какие проекты для вас приоритетны?

– Инвестиционная политика правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры – часть государственной политики Российской Федерации по улучшению бизнес-климата страны.

Сформированная в автономном округе система государственного сопровождения инвестиционной деятельности позволила включить Югру в группу регионов-лидеров Национального рейтинга состояния инвестиционного климата. По итогам 2018 года Югра вошла в топ-20 регионов и заняла 17 место в рейтинге. Приоритеты развития экономики Югры определены инвестиционной стратегией.

Один из главных инвестиционных приоритетов нефтегазодобывающей промышленности – развитие научного полигона «Баженовский», поиск и апробация инновационных технологий добычи нефти из трудноизвлекаемых запасов. В нефтегазоперерабатывающей и нефтегазохимической отрасли – развитие нефтегазохимического промышленного кластера, проекты участников будут направлены на создание новых технологий нефтегазопереработки и увеличение добавленной стоимости выпускаемой продукции.

Большое значение придаем вкладыванию инвестиций в лесопромышленный, агропромышленный комплексы, инвестиционным приоритетом диверсификации экономики может стать развитие и локализация на территории Югры обрабатывающих производств, создание современной промышленной инфраструктуры в виде индустриальных, промышленных и технологических парков, строительство объектов для размещения и переработки отходов производства и потребления, реализация инвестиционных проектов, предусматривающих сооружение и реконструкцию автомобильных дорог, мо-



дернизацию жилищно-коммунальной инфраструктуры на основе концессионных соглашений.

Объем инвестиций в основной капитал по полному кругу предприятий за счет всех источников финансирования за 2018 год составил 922,1 млрд рублей и занимает третье место среди регионов России.

В апреле на Российской неделе ГЧП был подведен рейтинг регионов по уровню развития государственно-частного партнерства, где Югра заняла с 1 по 6 место наряду с Москвой, Санкт-Петербургом, Московской, Самарской областями и Республикой Башкортостан (2017 год – 18 место).

АДРЕСНАЯ РАБОТА С ИНВЕСТОРАМИ

– Основа устойчивого развития региона – адресная работа с инвесторами – принцип вашей работы. Какие подходы в работе с ними используете в вашем регионе?

– В Югре создана мощная инфраструктура поддержки инвестиционной деятельности и предпринимательства, направленная непосредственно на рабо-

ту с инвесторами: «Технопарк высоких технологий», Фонд поддержки предпринимательства, Фонд «Югорская региональная микрокредитная компания», Фонд «Центр координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства», Фонд развития Югры, который является специализированной организацией по привлечению инвестиций и работе с инвесторами.

В округе сформирована комплексная система государственной поддержки инвестиционной деятельности, в которой определены механизмы концессионных соглашений, государственно-частного партнерства для развития социальной сферы, транспортной инфраструктуры, комплексного развития территорий, экологии.

Инвесторам предоставляются налоговые льготы, субсидии по проектам и земельные участки без конкурса, они также могут рассчитывать на гарантийную поддержку и специальный инвестиционный контракт. В округе функционирует специализированный интернет-портал об инвестиционной деятельности на четырех языках <http://investugra.ru/>

Внедренные в автономном округе элементы системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) позволяют выстраивать эффективный отдельный канал связи между инвесторами и руководством автономного округа по сопровождению проектов.

Для сопровождения инвестиционных проектов как регионального, так и муниципального уровня, на базе инвестиционного портала Югры функционирует специализированная информационная система «Помощь инвестору», призванная обеспечить сопровождение этих проектов по принципу «одно окно».





Все поступающие на сопровождение проекты вносятся в систему.

Таким образом, в процесс сопровождения проектов включаются все участники: региональные органы власти, институты развития, органы местного самоуправления, инвесторы.

ЮГРА – САМОДОСТАТОЧНЫЙ ДОНОР ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА

В Югре добывается более 47% российской нефти. Отраслевая структура валового регионального продукта (ВРП) округа стабильна, а вклад добычи природных ископаемых в данный показатель составляет порядка 60%. По итогам 2018 года 90% налогов и сборов, собранных на территории автономного округа, направлены в федеральный бюджет, что составило 26% совокупных налоговых доходов федерального бюджета за указанный период. Югра занимает третье место среди российских регионов по уровню ВРП на душу населения. Уровень безработицы в Югре существенно ниже среднероссийского показателя.

Для экономики региона характерна высокая степень самодостаточности бюджета. С 2016 по 2019 год доля налоговых и неналоговых доходов в среднем составит 97% совокупных доходов (без учета субвенций). Доля обязательных расходов (по методологии АКРА) в 2018 году составила 76% и, по прогнозам, к концу 2019 года снизится до 75%. В 2018 году сочетание высокой цены на нефть и низкого курса национальной валюты, не наблюдавшееся в предыдущие годы, привело к тому, что рублевая стоимость нефти находилась на высоком уровне. В результате в прошлом году поступления по налогу

на прибыль в бюджет автономного округа существенно возросли – до 121 млрд рублей с 45 млрд рублей в 2017 году, что позволило исполнить бюджет с профицитом в 37 млрд рублей (14% ННД региона).

О МАЛОМ И СРЕДНЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

– Малый и средний бизнес Югры – один из самых быстрорастущих сегментов региональной экономики. Какие меры поддержки этого сектора вы считаете наиболее эффективными?

– Работа всех структур в развитии бизнеса в автономном округе подтверждает эффективность мер оказываемой поддержки.

Так, в 2018 году получателями различных видов поддержки стали 71 627 субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП), что больше 2017 года на 3,8%, из них: финансовой – 1 841 субъект МСП, что больше значения 2017 года на 29,2%; имущественной – 76 субъектов; образовательной – 9 483; информационно-консультационной – 41 184 МСП, что больше значения 2017 года на 2,2%. Это позволило в 2018 году создать 2 403 рабочих места.

Среди мер поддержки – региональный проект по расширению доступа субъектов МСП к льготному финансированию, он предусматривает более 20 мер финансовой поддержки, эта работа проводится в рамках подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» государственной программы «Развитие экономического потенциала». Это совместная комплексная деятельность как Фонда поддержки предпринимательства Югры

и Фонда «Югорская региональная микрокредитная компания», так и органов местного самоуправления муниципальных образований при помощи софинансирования из бюджета округа.

Среди основных изменений по мерам финансовой поддержки – предоставление компенсации банковской процентной ставки по кредитам банков Фондом поддержки предпринимательства Югры дополнительной категории субъектов МСП. Особое внимание в отношении финансовых льгот и поддержки мы уделяем организациям, осуществляющим деятельность в социальной сфере, относящимся в особой категории, что немаловажно и актуально для начинающих предпринимателей.

– Каков эффект от созданных институтов по содействию развитию бизнеса и привлечению инвестиций?

– Хочу подчеркнуть, что в создании фондов поддержки есть огромный смысл. В доказательство этого могу привести пример финансовой поддержки Фонда «Югорская региональная микрокредитная компания» за предыдущие годы. Так, рост объема портфеля микрозаймов Фонда за 2 года составил 42%, 671 374 тыс. рублей в 2018 году против 474 087 тыс. рублей в 2016 году. Прогнозное увеличение в 2019 году составит 9% относительно показателя 2018 года. Среднее ежегодное увеличение объема оказанной поддержки Фонда составляет 12%. Показатели эффективности мер финансовой поддержки, предоставляемые Фондом поддержки предпринимательства Югры, тоже свидетельствуют об этом.

О СТРАТЕГИЯХ РАЗВИТИЯ

– Наталья Владимировна, каковы основные направления стратегии развития региона до 2030 года?

– Цель стратегии социально-экономического развития Югры – повышение качества жизни населения автономного округа в результате формирования новой модели экономики, основанной на инновациях и глобальной конкурентоспособности, более эффективном использовании ресурсов и резервов производительности труда, ведь все развитие экономики региона направлено на благо людей.





Natalya Komarova,

Governor of Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Ugra:

ON INVESTMENT POLICY, PRIORITIES AND TODAY'S REALITIES

In Russia, there are few women who can lead a region. It is believed that this is a purely male work. Natalya Komarova is a successful exception to the rule; today she is the only female governor in Russia. You must admit that not every woman can bear responsibility and manage the Autonomous Okrug with a population of 1.5 million people. But Mrs Komarova not only deals with this perfectly, but Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Ugra is among leaders of Russia according to all fundamental indicators.

REFERENCE:

Nowadays, Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Ugra (Ugra) is the main oil and gas bearing region of Russia and one of the largest oil-producing regions of the world. It belongs to the donor regions of Russia and leads in a number of key economic indicators. It occupies 3rd place: in terms of investment in fixed assets; 2nd place: in terms of industrial production, receipt of taxes in the budget system of Russia; 1st place: in terms of oil production, production of electricity.

INVESTMENT PRIORITIES OF UGRA IN 2019

– *Mrs Komarova, what is the investment policy in the region? What are your priority projects?*

– The investment policy of the Government of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Ugra is part of the state policy of the Russian Federation to improve the country's business climate.

The system of state support for investment activity formed in the region allowed Ugra to be included in the group of regions-leaders of the National Rating of the Investment Climate. At the end of 2018, Ugra entered the top 20 regions and ranked 17th in the ranking. The priorities of the development of the Ugra economy are determined by the investment strategy of Ugra.

One of the main investment priorities of the oil and gas industry is the development of the Bazhenovsky scientific test site, the search and testing of innovative technologies for extracting oil from hard-to-recover reserves. In the oil and gas processing and petrochemical industry it is the development of the petrochemical industry cluster, the participants' projects will be aimed at creating new technologies for oil and gas processing and increasing the value added of the products.

We attach great importance to investing in the timber industry, the agro-industrial complex, the development and localization of the processing industries in the Yugra territory can become an investment priority for diversifying the economy. Also we focus on the creation of a modern industrial infrastructure in the form of industrial and technological parks, construction of facilities for disposal and processing of industrial



and consumer waste, implementation of investment projects involving construction and reconstruction of roads, modernization of housing and communal infrastructure based on concession agreements.

The volume of investment in fixed assets in the full range of enterprises from all sources of financing for 2018 amounted to 922.1 billion rubles and ranks third among the regions of Russia.

There is a rating of regions by the level of development of public-private partnership. In April, within the frame work of the Russian week of PPP, the rating of regions in terms of the development of public-private partnership was presented, where Ugra ranked from 1st to 6th place along with Moscow, St. Petersburg, Moscow and Samara regions and the Republic of Bashkortostan (2017 – 18th).

TARGETED WORK WITH INVESTORS

– *The basis of the region's sustainable development – targeted work with investors is the principle of your work. What approaches in working with them do you use in your region?*

– A powerful infrastructure to support investment activities and entrepreneurship, aimed directly at working with investors, has been created in Ugra: Technopark of High Technologies, Entrepreneurship Support Fund, Ugra Regional Microcredit Company Foundation, Center for the Coordination of Support of Export-Oriented Small and Medium Entrepreneurship Foundation, Ugra Development Fund, which is a specialized organization for attracting investments and working with investors.



A comprehensive system of state support for investment activities has been formed in the region. It defines the mechanisms of concession agreements, public-private partnerships for the development of the social sphere, transport infrastructure, integrated development of territories, ecology.

Investors are provided with tax breaks, project subsidies and land plots without competition, they can also count on warranty support and a special investment contract. The region has a specialized Internet portal on investment activity in four languages <http://investugra.ru/about/>.

The elements of a customer relationship management system (CRM) implemented in the autonomous region allow building an effective separate communication channel between investors and the autonomous region bodies for project support.

A specialized information system Assistance to Investor is functioning on the basis of the Investment Portal of Yugra to support investment projects at both regional and municipal levels. It is designed to provide support for these projects on the principle of "one window".

All incoming projects are entered into the system.

Thus, all participants are included in the project support process: regional authorities, development institutions, local governments, and investors.

UGRA IS A SELF-SUFFICIENT DONOR OF THE FEDERAL BUDGET

– More than 47% of Russian oil is produced in Yugra. The sectoral structure of the gross regional product (GRP) of the district is stable, and the contribution of the extraction of natural resources to this indicator is about 60%. At the end of 2018, 90% of taxes and fees collected on the territory of the autonomous region came into the federal budget, which amounted to 26% of the total tax revenues of the federal budget for the specified period. Yugra ranks third among Russian regions in terms of GRP per capita. The unemployment rate in Ugra is significantly lower than the average Russian indicator.

The economy of the region is characterized by a high degree of budget self-sufficiency. From 2016 to 2019, the share of tax and non-tax revenues will average 97% of total revenues (excluding subventions). The share of mandatory expenses (according to the ACRA methodology) was 76% in 2018 and, according to forecasts, will decrease to 75% by the end of 2019. In 2018, the combination of high oil prices and low national currencies, which was not observed in previous years, led to the fact that the ruble value of oil was high. As a result, last year income tax revenues to the budget of the Autonomous Okrug increased significantly – up to 121

billion rubles from 45 billion rubles in 2017, which made it possible to execute the budget with a surplus of 37 billion rubles (14% of EPT of the Region).

ON SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

– *Ugra's small and medium business is one of the most fast-growing segments of the regional economy. What measures of support for this sector do you consider most effective?*

– The work of all bodies in the development of business in the region confirms the effectiveness of the support measures provided.

Thus, in 2018, 71,627 small and medium-sized enterprises (SMEs) received various types of support, which is 3.8% more than in 2017: financial – 1,841 SMEs, which is 29.2%

loans by the Ugra Entrepreneurship Support Fund to an additional category of SMEs. We pay special attention to financial benefits and support to organizations operating in the social sphere in a special category, which is important and relevant for start-up entrepreneurs.

– *What is the effect of the established institutions to promote business development and attract investment?*

– I want to emphasize that there is a huge sense in creating support funds. To prove this, I can give an example of the financial support of the Ugra Regional Microcredit Company Fund for previous years. Thus, the growth of the Fund's microloans portfolio over 2 years amounted to 42%, it is 671,374 thousand rubles in 2018 against 474,087 thousand rubles in 2016. The forecast growth in 2019 will be 9% to the figure of 2018.



more than in 2017; property – 76 subjects; educational – 9,483; information and consulting services – 41,184 SMEs, which is 2.2% more than in 2017. This allowed creating 2,403 jobs in 2018.

A regional project to expand the access of SMEs to concessional financing, which provides for more than 20 measures of financial support, is among the support measures. This work is carried out within the framework of the subprogram "Development of Small and Medium Enterprises" of the state program "Development of Economic Potential". This is a joint integrated activity of both the Ugra Entrepreneurship Support Fund and the Ugra Regional Microcredit Company Fund, and the local government bodies of municipalities with the help of co-financing from the regional budget.

Among the main changes in the measures of financial support is the provision of compensation of bank interest rates on bank

The average annual increase in the amount of support provided by the Fund is 12%. Indicators of the effectiveness of financial support measures provided by the Ugra Entrepreneurship Support Fund also testify to this.

ON DEVELOPMENT STRATEGIES

– *Mrs Komarova, what are the main points of the Regional Development Strategy until 2030?*

– The goal of the Social and Economic Development Strategy of Ugra is to improve the quality of life of the population of the autonomous region as a result of the formation of a new economic model based on innovation and global competitiveness, more efficient use of resources and labor productivity reserves, because the entire development of the regional economy is for the benefit of people.

Компания «ЭКОХИТ» в 2008 году организовала производство батарейных картриджей на основе элементов питания Engineered Power (Канада) для телеметрических систем MWD & LWD в России. Конструкции батарейных картриджей аккредитованы для работы при температуре 165°С и используются в оборудовании при горизонтальном бурении нефте- и газовых скважин.

Батарейные картриджи MWD & LWD в России

Компания «ЭКОХИТ» работает по техзаданию заказчика, также обеспечивая поставку оборудования и техническую поддержку. Имея отлаженную систему менеджмента качества и многократно проверенную технологию производства, предприятие предлагает продукцию, отвечающую мировым стандартам.

Диагностический чип, которым оснащены батарейные картриджи, позволяет проанализировать фактические условия эксплуатации и целесообразность дальнейшего применения. Упаковка для батарейных картриджей соответствует всем международным правилам транспортировки.

Батарейные картриджи, производимые предприятием в г. Мегион, пользуются высоким спросом у потребителя, так как являются равными по качеству европейским аналогам, но при этом за счет комплектующих их цена даже с учётом доставки заметно ниже европейских.

Для устойчивого и перспективного развития на российском и международном рынке менеджмент компании «ЭКОХИТ» в 2015 году в рамках исполнения расширенной ответственности производителей в области экологической безопасности создал компанию «ТЕХНОХИТ». Ее главная



Леонид Нестеров,
генеральный директор ООО «ЭКОХИТ»



задача – сбор и транспортировка использованных батарейных картриджей от заказчиков компании «ЭКОХИТ» и сторонних производителей аналогичных батарейных картриджей. Ранее рынок услуг не предлагал современного решения переработки использованных элементов питания и батарейных картриджей для телеметрических систем.

«ТЕХНОХИТ» сегодня осуществляет лицензированный вид деятельности с применением запатентованной технологии, которая позволяет после переработки использованных элементов питания и батарейных картриджей получить сразу несколько полезных продуктов.

Для безопасного обращения с новыми элементами питания и батарейными картриджами при производстве, эксплуатации и их дальнейшей переработке в 2018 году был разработан и внедрен электронный журнал инструктажей. Он не только подтверждает высокую квалификацию сотрудников, но и максимально минимизирует травматизм.

В 2019 году заказчикам компании «ЭКОХИТ» будет предложен онлайн сервис, который сможет фиксировать жизненные циклы батарейного картриджа с момента производства до переработки. Данный онлайн-сервис поможет улучшить прослеживаемость и решит проблемы несвоевременного списания батарейного картриджа.

Компания «ЭКОХИТ» может стать вашим надежным поставщиком батарейных картриджей для телеметрических систем MWD & LWD. При совместном взаимодействии и производственных аудитах ISO 9001:2015 мы сможем произвести батарейный картридж сочетания «цена – качество»!



BATTERY CARTRIDGES MWD & LWD IN RUSSIA

In 2008, EKOHIT organized the production of battery cartridges based on Engineered Power batteries (Canada) for MWD/LWD telemetry systems in Russia. Battery cartridge designs are accredited for operation at a temperature of 165 °C and are used in equipment for horizontal drilling of gas and oil wells.

The company EKOHIT works according to the technical specifications of the customer, also providing equipment supply and technical support. Having a streamlined quality management system and repeatedly proven production technology, the company offers products that meet international standards. The diagnostic chip with which the battery cartridges are equipped allows analyzing the actual operating conditions and further application. The package for battery cartridges complies with all international transport regulations.

Battery cartridges manufactured by the company in Megion are in high demand among consumers, as they are equal in quality to European counterparts, but at the same time, due to the components, their price, even taking into account delivery, is significantly lower than the price of European ones.

In 2015, for sustainable and promising development in the Russian and international markets, the management of EKOHIT, as part of the execution of the expanded responsibility of manufacturers in the field of environmental safety, created TEHNOHIT. Its main task is collection and transportation of used battery cartridges from EKOHIT customers and third-party manufacturers of similar battery cartridges. Previously the market for services did not offer a modern solution for recycling used batteries and battery cartridges for telemetry systems.

Today TECHNOHIT carries out a licensed type of activity using a proprietary technology that allows it to obtain several useful products after processing used batteries and battery cartridges.

For the safe service of new batteries and battery cartridges during production, operation, and during their further processing, in 2018, an electronic journal of briefings was developed and implemented. It not only confirms the high qualification of employees, but also minimizes the rate of accidents.

In 2019, an online service will be offered to EKOHIT customers that will record the life cycles of the battery cartridge from production to processing. This online service will help to improve traceability and solve the problems of late retirement of the battery cartridge.

EKOHIT can become your reliable supplier of battery cartridges for MWD/LWD telemetry systems. With joint cooperation and production audits of ISO 9001:2015, we will be able to produce a price-quality battery cartridge!



СДЕЛАНО В ЮГРЕ:

дома на колесах покоряют сердца охотников и любителей отдыха на природе

Удобный, практичный, надежный и относительно недорогой – вот основные характеристики транспорта для путешественников и охотников, выпуском которого занимается индивидуальный предприниматель Леонид Николаевич Власов. С 2012 года ИП Власов работает над созданием автодомов по индивидуальным заказам клиентов со всей России. Что отличает его продукцию от зарубежных аналогов, какие преимущества дает автодом в путешествии и насколько он популярен в народе, рассказывает сам индивидуальный предприниматель Власов.



– Леонид Николаевич, с чего все началось? И каковы успехи на сегодняшний день?

– Начиналось с создания первого «подобия» автодома на базе полноприводного «ГАЗ-Соболь». На тот момент строительство таких машин было совершенно неизведанной для нас темой, а сам автодом был создан для личного пользования. Выезды с ночевками на рыбалку или охоту в отдаленные уголья навели меня на мысль о создании автомобиля, в котором в зимнее время можно полноценно спать, лежа на кровати в тепле, а не сидя на сиденьях без отопления. «ГАЗ-Соболь» дал нам определенный опыт, мы увидели его недостатки как автодома и как внедорожного автомобиля и поняли, как избежать их в следующих разработках. Пошел процесс качественного усовершенствования, который с каждым следующим проектом давал все лучшие результаты.

На сегодня наши автодома укомплектованы фирменным европейским оборудованием: в них есть кухонный блок, бойлер горячей воды, душевая/туалетная комната, кондиционеры, холодильники и прочие составляющие. По сути, каждый наш автодом – небольшая квартира-студия со всем необходимым для проживания в любых климатических условиях при полном отсутствии цивилизации под боком (все, что от нее нужно, – запас топлива и газа). А забраться так далеко позволяет наличие полного привода и практически полная автономность автодома. При этом конечная стоимость нашей продукции в два раза ниже европейских аналогов, представленных на рынке России. А ее качество и надежность их превосходит.

– Можете рассказать подробнее, что делается для достижения таких результатов?

– При создании кунга (унифицированного герметизированного кузова) мы применяем технологию сварного металлического каркаса, а также другие разработки, улучшающие прочность конструкции, но оставляющие ей легкость и мобильность.

Также мы разработали и изготовили несколько проектов кемпер-прицепов для легкового автомобиля, в которых могут комфортно путешествовать три или четыре человека и перевозиться мототехника (например,

снегоходы или квадроциклы). Аналогов таким прицепах в России нет.

– Ваша работа унифицирована или каждый заказ требует отдельных решений? Насколько автодома востребованы?

– Мы производим свои изделия по индивидуальным заказам, учитывая все пожелания заказчиков. На изготовление одного автодома требуется от 3 до 6 месяцев, поскольку каждый проект отличается от предыдущего по многим параметрам, и мы постоянно ищем пути их улучшения.

В России востребованность автодомов высокая, но внутреннему автотуризму не дает развиваться плохая инфраструктура автокемпингов по обслуживанию автодомов. Тем не менее, наши автодома катаются по Читинской, Астраханской, Тюменской области, по Пермскому краю, поскольку не так требовательны к наличию специально обустроенных для них мест. Потенциальные заказчики звонят со всех регионов России, например, в апреле мы сдали проект в Саратов. В нем пять полноценных спальных мест, кухонный блок с горячей и холодной водой, душ, туалет, холодильник, кондиционер – в общем, все для комфортного путешествия при температурах от -35 до +40 градусов Цельсия.

Несмотря на высокий спрос и интерес к нашей продукции – а мы ее показывали на выставках в Москве, Ханты-Мансийске, Тюмени, Екатеринбурге и везде получали дипломы и восторженные отзывы – многие еще не понимают, что путешествия и ночевки в автодоме дают совершенно другой уровень отдыха. Иметь дом, в котором можно оказаться в любой точке страны и при этом иметь весь набор благ цивилизации, – это потрясающе. Чтобы это прочувствовать, нужно попробовать.

– Есть ли поддержка от региона? Какие планы строите?

– В ознаменование наших достижений мы получили почетный знак «Сделано в Югре». Но на самом деле, вопрос все еще открыт – что мы можем сделать и что мы уже даем своему региону. Мы стараемся рассчитывать только на свои силы, и я надеюсь, что наши комфортные автодома, путешествующие по всей стране, создают положительный имидж Сургуту.

А планы у нас простые – после сдачи текущего проекта приступить к созданию следующего.



MADE IN UGRA:

mobile homes conquer the hearts of hunters and outdoor enthusiasts

Convenient, practical, reliable and relatively inexpensive - these are the main characteristics of transport for travelers and hunters, which is produced by an individual entrepreneur, Leonid Nikolaevich Vlasov. Since 2012 Vlasov has been working on the creation of customised mobile homes from all over Russia. What distinguishes his products from foreign ones, what advantages a motorhome gives on a trip and how popular it is among people - to all these questions Vlasov answers himself.



-Leonid Nikolaevich, how did it all begin? And what are today's successes?

- It began with the creation of the first «similarity» of mobile home on the basis of all-wheel drive «GAZ-Sobol.» At that time, the construction of such vehicles was completely unknown to us, and the motorhome itself was created for personal use. Overnight fishing or hunting trips to distant lands led me to the idea of creating a car, in which you can sleep in winter lying abask on the bed rather than sitting on the seats without heating. GAZ-Sobol gave us a certain experience, we saw its shortcomings as a motorhome and as an off-road car and understood how to avoid them in the following designs. The process of qualitative improvement began, which gave better and better results with every next project.

Today, our mobile homes are equipped with branded European equipment: they have a kitchen unit, a hot water boiler, a shower/toilet, air conditioners, refrigerators and other components. In fact, each of our autohouses is a small studio apartment with everything you need to live in any climatic conditions with no civilization at hand (all

you need is a supply of fuel and gas). And getting so far allows the presence of all-wheel drive and almost complete autonomy of motorhomes. At the same time, the final cost of our products is two times lower than the cost of European analogues present on the Russian market. And its quality and reliability surpasses them.

- Can you tell in more detail what is being done to achieve such results?

- When creating a canopy (unified encapsulated body), we apply the technology of welded metal frame as well as other developments improving structural strength, but leaving it light and mobile. We also developed and produced several projects of camper-trailers for an automobile. In these trailers three or four people can comfortably travel and two-wheeled motor vehicles can be transported (for example, snowmobiles or quadrunners). There are no analogues of such trailers in Russia.

- Is your work unified or does each order require separate solutions? To what extent are auto homes in demand?

- We make our products customised taking into account all the wishes of clients. It takes from 3 to 6 months to manufacture one motorhome, since each project differs from the previous one in many ways and we are constantly in search of ways to improve them.

In Russia the demand for motorhomes is high, but poor infrastructure of autocamping for servicing motorhomes does not allow the internal autotourism to develop. However, our mobile homes ride around Chita, Astrakhan and Tyumen regions, the Perm Territory, because they are not so demanding for the presence of specially equipped places. Potential customers call from all regions of Russia, for example, in April we delivered the project to Saratov. It has five full sleeping accommodations, a kitchen unit with hot and cold water, a shower, a toilet, a refrigerator, air conditioning - in general, everything necessary for a comfortable journey at temperatures from -35 to +40 degrees Celsius.

Despite high demand and interest in our products - and we showed them at exhibitions in Moscow, Khanty-Mansiysk, Tyumen, Yekaterinburg and received diplomas and enthusiastic feedback everywhere - many people still do not understand that traveling and spending nights in a mobile home give a completely different level of rest. Having a house, in which you can get anywhere in the country and at the same time have the full range of benefits of civilization is amazing. To feel this, you need to try it.

- Is there any support from the region? What are your plans?

- In commemoration of our achievements we received a badge of honour "Made in Ugra". But in reality the question is still open - what we can do and what we are already giving to our region. We try to be on our own and I hope that our comfortable mobile homes traveling throughout the country create a positive image of Surgut.

And the plans we have are simple - to proceed to the creation of the next project after the completion of the current one.





РАСШИРЯЕМ ГОРИЗОНТЫ С «ЮГРАМЕГАТУР»

Главные вопросы, которые возникают при планировании любого путешествия, – как интересно провести время и какой туристической компании доверить свой отдых. Правильно сделанный выбор всегда определяет успех предстоящего отпуска. Туристическое агентство «ЮграМегаТур» работает уже 7 лет. За это время компания сумела зарекомендовать себя как надежный помощник в организации интересного и незабываемого отдыха. Индивидуальный подход имеет в компании статус приоритета, а спектр услуг настолько широк и разнообразен, что интересный вариант отдыха найдется для каждого.

ЮГРА – КОЛОРИТНОЕ МЕСТО ДЛЯ ОТДЫХА

Компания работает в богатом на достопримечательности и удивительно гостеприимном регионе. Он имеет богатую историю и уникальную природу. Семейный туризм, этнографические направления, зимний и летний виды экстремального отдыха – все это готов предложить автономный округ своим гостям. Именно поэтому его официальный слоган звучит так: «Увидеть Югру – влюбиться в Россию!»

«ЮграМегаТур» специализируется на организации отдыха именно на территории своего региона. Компания предлагает незабываемые экскурсионные туры по крупнейшим городам, пешеходные прогулки, культурно-познавательные программы, билеты на значимые мероприятия и многое другое. Также фирма обеспечивает услуги гидов-переводчиков, транспортное обслуживание, сопровождение мероприятий фотографами и другие дополнительные услуги. Клиенты могут выбрать туристские маршруты и программы на любой вкус: корпоративные, культурно-познавательные, спортивно-оздоровительные, детские и прочие.

ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Загадочные ритуалы и яркие праздники народов ханты и манси, уникальная природа, исторические места – все это делает отдых особенно интересным. Необычные программы в сфере этнографического туризма позволят путешественникам погрузиться в невероятную атмосферу культуры и быта коренных народов Севера. Проживание в уютных домиках на живописных берегах реки Иртыш, дегустация национальной кухни, сбор дикоросов – грибов, ягод, шишек, посещение стойбищ, русской бани и, конечно же, охота и рыбалка.

Помимо этого, компания «ЮграМегаТур» дает возможность погрузиться в этническую среду коренных народов Севера,

ЭКСТРЕМАЛАМ БУДЕТ ИНТЕРЕСНО

Главная цель компании – показать мир по-новому и в самых ярких красках. «ЮграМегаТур» предлагает интересные программы и любителям экстремального отдыха. Желающие провести активный отпуск в Югре могут отправиться на Приполярный Урал Березовского района. Маршрут пролегает через Зейские озера, водопады, кварцевые месторождения, реки и горы. Желающие могут посмотреть самые живописные места с высоты птичьего полета, пролетев весь путь на вертолете. Такой отдых не оставит равнодушным ни одного участника экспедиций.

Это лишь малая часть тех туристических программ, которые может предложить гостям и жителям округа «ЮграМегаТур».

В 2018 ГОДУ «ЮГРАМЕГАТУР» В ПЯТЫЙ РАЗ ПОЛУЧИЛ ДИПЛОМ ПОБЕДИТЕЛЯ ОКРУЖНОГО КОНКУРСА «ЛИДЕРЫ ТУРИНДУСТРИИ ЮГРЫ» В НОМИНАЦИИ «ЛУЧШИЙ ТУРОПЕРАТОР ПО ВНУТРЕННЕМУ И ВЪЕЗДНОМУ ТУРИЗМУ» И СТАЛ ОБЛАДАТЕЛЕМ ТОВАРНОГО ЗНАКА «СДЕЛАНО В ЮГРЕ!» – MADE IN UGRA!



посетив семейно-родовое этностойбище семьи Кантеровых, расположенное на территории Сургутского района.

Особой популярностью у туристов и горожан пользуются обзорные экскурсии «Ханты-Мансийск – столица Югры», «Вечерние огни Ханты-Мансийска», «Как погладить мамонтенка?», «Путешествие в резиденцию остяцкого князька Самара», экскурсионно-развлекательная программа «Посвящение в аборигены», экскурсия с осмотром основных спортивных объектов «О, спорт, ты – мир!», экскурсия с посещением музея-заповедника под открытым небом «Торум Маа» с обязательной дегустацией хантыйской кухни, пешеходная экскурсия «Зеленокудрых Ханты-Мансийск» и многие другие.

Компания готова удивить своих клиентов широким спектром туристических услуг, среди которых и уникальные варианты выездного туризма: сафари-туры, Спра-путешествия, свадебные туры, бизнес-туры и, конечно же, путешествия в любую точку земного шара. Куда бы вы ни пожелали отправиться, любая мечта осуществима вместе с нами.

**ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ
ОКРУГ – ЮГРА, Г. ХАНТЫ-МАНСИЙСК,
УЛ. ЭНГЕЛЬСА, Д. 45,
ГОСТИНИЦА «ОЛИМПИЙСКАЯ»,
ТК «ЮГРАМЕГАТУР»,
ТЕЛ./ФАКС (3467) 312-555
E-MAIL.: UGRAMEGATUR@MAIL.RU
HTTP://UGRAMEGATUR.RU/**

EXPANDING HORIZONS WITH UGRAMEGATUR

The main questions that arise when planning any trip – what activity to choose to spend time with pleasure and what travel company to choose to entrust your holidays. The right choice always determines the success of the upcoming vacation. Travel agency UgraMegaTur has been operating for 7 years. During this time, the company has managed to position itself as a reliable assistant in organizing an interesting and unforgettable vacation. The individual approach is a priority for the company. The range of services is so wide and varied that everyone can find an interesting recreational option.



UGRA IS A COLORFUL PLACE TO RELAX

The company is located in a very hospitable region full of landmarks. It has a rich history and unique nature. Family tourism, ethnographic directions, winter and summer kinds of extreme recreation - the autonomous region is ready to offer all this to its guests. That is why its official slogan is: "To see Ugra is to fall in love with Russia!"

UgraMegaTur specializes in organizing recreation on the territory of its region. The

company offers unforgettable sightseeing tours around the largest cities, walking tours, cultural and educational programs, tickets to the important events and much more. The company also provides guide services, transport services, event photo support and other additional services. Customers can choose tourist routes and programs for all tastes: corporate, cultural, educational, sports, children's and other kinds of programs.

IN 2018, UGRAMEGATUR RECEIVED A DIPLOMA OF WINNER IN THE DISTRICT COMPETITION "LEADERS OF THE UGRA TRAVEL INDUSTRY" IN THE NOMINATION "THE BEST TOUR OPERATOR IN DOMESTIC AND INBOUND TOURISM" AND WON THE TRADEMARK "MADE IN UGRA!" FOR THE FIFTH TIME.

ETHNOGRAPHIC TOURISM

Mysterious rituals and bright holidays of the Khanty and Mansi peoples, the unique nature, historical places - all this makes the rest especially interesting. Unusual programs in the field of ethnographic tourism allow travelers to immerse themselves into an incredible atmosphere of culture and life of the indigenous peoples of the North. Living in cozy houses on the picturesque banks of the Irtysh River, tasting national cuisine, picking up wild plants - mushrooms, berries and cones, visiting nomad camps, Russian bath and, of course, hunting and fishing.

In addition, the company UgraMegaTur provides an opportunity to dive into the ethnic environment of the indigenous peoples of the North, visiting the family ethnical camp of the Kanterovs family, located in the Surgut district.

Sightseeing tours "Khanty-Mansiysk is the capital of Ugra", "Evening lights of Khanty-Mansiysk", "How to stroke a mammoth baby?", "Journey to the residence of Prince Ostyak Samara", excursion and entertainment program "Dedication to aborigines", the "Oh, sport, you are the world!" excursion with a tour around the main sporting facilities, tour with a visit of the open-air museum-reserve "Torum Maa" with obligatory tasting of Khanty cuisine, walking tour "Green-curled Khanty-Mansiysk" and many others are especially popular among tourists and citizens.

THRILL-SEEKERS WILL BE INTERESTED

The main goal of the company is to show the world in a new way and in the brightest colors. UgraMegaTur offers interesting programs for fans of extreme recreation. Those who wish to spend an active holiday in Ugra can go to the Subpolar Ural of the Berezovsky region. The route passes through Zeyskie lakes, waterfalls, quartz mines, rivers and mountains. Those who wish can see the most picturesque places from a bird's eye view, flying all the way by helicopter. Such a rest will not remain indifferent any member of the expedition.

And this is only a small part of the tourist programs that UgraMegaTur offers to the guests and residents of the district. The company is ready to surprise its clients with a wide range of travel services, including unique outbound tourism options: safari tours, Spa-tours, wedding tours, business tours and, of course, travels to any part of the globe. Wherever you wish to go, any dream is possible with us.

**KHANTY-MANSI AUTONOMOUS
OKRUG - UGRA, KHANTY-MANSIYSK,
ENGELSA STREET ,45,
HOTEL «OLYMPIYSKAYA»,
TK «UGRAMEGATUR»,
TEL. / FAX (3467) 312-555
E-MAIL : UGRAMEGATUR@MAIL.RU
HTTP://UGRAMEGATUR.RU**



«СДЕЛАНО В ШУНЬДЭ», ПРЕДСТАВЛЕНО В МОСКВЕ

В столичном торговом центре «Армада» состоялось торжественное открытие первого за границами Китая выставочного центра товаров, производимых в районе Шуньдэ. На вопросы нашего корреспондента отвечает секретарь районного комитета Коммунистической партии Китая Шуньдэ, член постоянного комитета города Фошань Го Вэньхай.

– Про район Шуньдэ говорят, что он – «открытый всему миру». Теперь он открыт и для россиян, причём для этого им не обязательно ехать в Китай, а достаточно посетить «Экспо Шуньдэ» в торговом центре «Армада». С одной стороны, это, конечно, немного обидно – хотелось бы всё-таки в Китай... Но с другой стороны – из Москвы с покупками возвращаться и проще, и легче, и быстрее. А в Поднебесную лучше съездить не за товарами, а за впечатлениями. И всё-таки – что представляет собой «Экспо Шуньдэ»? Что там можно увидеть и что – купить?

– После воплощения в жизнь политики реформ и открытости, Китай сделал настоящий прорыв в области развития. Бренд «Сделано в Шуньдэ» хорошо известен как в Китае, так и за рубежом. Благодаря своей экономической мощи он завоевывает первое место в топ-100 районов страны в течение семи лет подряд. Однако до сих пор продукция Шуньдэ в основном предназначена для OEM-производителей международных брендов, многие крупные производители провинции и их продукция не известны обычным потреби-

телям. Чтобы укрепить международную репутацию бренда «Сделано в Шуньдэ», правительство района Шуньдэ постановило создать первый в России выставочный центр «Экспо Шуньдэ», в котором будут представлены бытовая техника, мебель, освещение, строительные материалы, скобяные изделия и лакокрасочные покрытия, произведенные в Шуньдэ. Все это будет интегрировано в интерьер обычной квартиры, что позволит отлично продемонстрировать всю продукцию. Мы хотим, чтобы люди узнали о продукции Шуньдэ, смогли сами все увидеть и потрогать. Эта выставка поможет простимулировать предприятия Шуньдэ вести торговую деятельность с Россией, тем самым улучшая экономические и торговые обмены между Китаем и Россией.

– Теперь давайте перенесёмся – хотя бы мысленно – в Китай. Несколько вопросов о районе Шуньдэ: мы представляем карту, а вы расскажете, где этот район расположен и чем знаменит...

– Шуньдэ расположен в центральной части дельты реки Чжуцзян, в 127 километрах от Гонконга и в 80 километрах от Макао, и является важной частью столич-

ного района Гуанчжоу, а также региона «Большого залива» (провинция Гуандун-Гонконг-Макао). Общая площадь района составляет 806 квадратных километров, в нем 10 улиц. В Шуньдэ появился ряд компаний, известных в Китае и на международной арене, это такие предприятия как MIDEA, GALANZ, COUNTRY GARDEN и др. Шуньдэ также является родиной знаменитого киноактера Брюса Ли.

– Признаемся, что наш журнал больше интересуется географией не физической, а экономической, поэтому перейдём к вопросам, связанным с бизнесом: какие производимые в районе Шуньдэ товары наиболее значимы для его экономики и – для потребителей? Как на территории Китая, так и за его пределами. И в первую очередь, конечно же – для потенциальных и уже «действующих» потребителей в России.

– Как уже упоминалось выше, это бытовая техника, освещение, строительные материалы и оборудование, а также лакокрасочные покрытия – все это важные отрасли промышленности района Шуньдэ. Каждый человек так или иначе связан с этими предметами.

Производство Шуньдэ может обеспечить более качественную продукцию по приемлемой цене, что является наилучшим способом удовлетворения потребностей каждого потребителя.

– Отдельный вопрос – мебель. Всё-таки «Армада», где открылся «Экспо Шуньдэ» это в первую очередь мебельный центр. Можно ли, глядя из его окон, повторить слова Петра Первого (в изложении Пушкина): «Отсель грозить мы будем шведу!...» Придётся ли «наконец конец» «гегемонии» ИКЕА на российском мебельном рынке? Ведь район Шуньдэ называют «Мебельной столицей Китая»...

– Мебельное производство Шуньдэ является целостным, район представляет собой крупнейший в мире рынок мебели. В Шуньдэ располагается более 5000 компаний, занимающихся производством мебели, район получил звание «Китайского центра по производству мебели» и «Китайской столицы мебели и лакокрасочных покрытий».

Производство Шуньдэ охватывает широкий ассортимент мебельной продукции, включая домашнюю, кухонную, офисную мебель, мебель для гостиниц и т.д., в том числе мебель, сделанную из дерева, металла, камня, пластика. Шуньдэ также занимается производством мягкой мебели и всех видов ткани для ее обив-

ки. Шуньдэ уже является самым большим в мире оптовым рынком мебели.

ИКЕА является мебельным торговым предприятием, причем многие товары закупаются в Шуньдэ. Это оказывает большое влияние на взаимовыгодное сотрудничество с мебельными предприятиями Шуньдэ.

– Поговорим о брендах. Считается, что в Китае выпускают свою продукцию все мировые, глобальные торговые марки. Что даже на английских костюмах, если присмотреться, можно найти надпись «made in China». То же самое можно повторить и в отношении бытовой техники, компьютерной и т.д., и т.п. А какими собственными брендами славится район Шуньдэ? А если пока ещё и не славится, то это всего лишь – вопрос времени...

– Как уже упоминалось выше, Шуньдэ начал стремительно развиваться после начала политики реформ и открытости. Обычно, чтобы перейти от OEM-производства к созданию собственного бренда, компании испытывают постоянные трудности. Но на международном рынке наши компании продают продукцию собственных брендов так же хорошо. Midea, Galanz и др. являются лидирующими производителями бытовой техники Шуньдэ. Для того чтобы активно осваивать российский

рынок, эти компании открывают филиалы в России и продают продукцию под собственным брендом.

– Несмотря на периодически вспыхивающие «торговые войны», цифры, отражающие торговый оборот Китая с другими странами постоянно растут. А как с Россией? Какое место, какую долю в этих цифрах занимает наша страна?

– У Китая и России всегда были тесные торговые связи. В 2018 году, в связи с 70-летием установления дипломатических отношений между Китаем и Россией, объем двусторонней торговли между Китаем и Россией превысил 100 миллиардов долларов США. Таким образом Россия заняла первое место среди 10 ведущих торговых партнеров Китая. В том же году объем экспорта продукции Шуньдэ стремительно возрос: экспорт в Россию составил 2,86 млрд юаней, увеличившись на 11,8%. Основной продукцией Шуньдэ, поставляемой в Россию, является бытовая техника, мебель, спортивные товары и т.д. Основные товары, импортируемые из России, это – алмазы, мороженая рыба и пиломатериалы. Продукция обеих стран является взаимодополняющей. По мере дальнейшего укрепления отношений между двумя странами, экономические и торговые связи так же будут становиться более тесными.





"MADE IN SHUNDE", HAS OPENED UP IN MOSCOW



The opening ceremony of the first exhibition center outside China borders of products manufactured in Shunde District, took place at the Armada shopping center in Moscow. The questions of our correspondent are answered by the Standing Committee Member Secretary of the Shunde District Committee of CPC, Foshan, Guo Wenhai.

– When we speak about Shunde District, we say – “open to the whole world”. Now it is open for the Russians too and moreover there is no need to go to China because one can visit Shunde Expo in the shopping mall Armada. On the one hand it is a little bit frustrating – anyone is happy to visit China... But on the other hand it is more comfortable to go shopping in Moscow, it is easier and quicker. You are better to visit the Heavenly Empire hunting impressions but not goods. But anyway – what is Shunde Expo? What we can see and buy there?

– After the fulfillment of the reform and opening up policy, China broke through in the development field. “Made in Shunde” brand is well-known both in China and overseas. Due to its economic power it has been winning the first place in the top 100 districts of the country for seven years in a row. But till the current moment Shunde products has been mainly intended to OEM (original equipment manufacturers) for the international brands. And many large-scale Shunde producers, still not known for average consumers. So that to enforce international reputation of the brand “Made in Shunde”, government of Shunde district has set a goal to create the first in Russia exhibition center “Shunde

Expo”, where home electrical appliances, furniture, lighting and electrical accessories, constructional materials, hardware, paint coatings, produced in Shunde will be represented. The center shows the products mention above which produced by Shunde, and displays the products and effects as a whole.

We would like people to see our production, to give them an opportunity to look at it and to touch it. This center will help to stimulate the Shunde enterprises to maintain trading activity with Russia and to improve economic and trading exchange between China and Russia.

– Now let’s imagine (at least in our thoughts) that we are in China. I’ll ask few questions about Shunde: let’s think about the map and you will tell us where this district is located and what it is famous for...

– Shunde is located in the central part of Pearl River Delta (ZhūjiāngSānjiāozhōuChéngshìquān) in 127 kilometers from Hong Kong and 80 kilometers from Macao and it is an important part of the capital district Guangzhou and Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area. Total area of Shunde district is 806



square kilometers, it contains 10 streets. Many famous domestic and international enterprises have emerged in Shunde, such as MIDEA, GALANZ, COUNTRY GARDEN etc. Bruce Lee, a famous film star, is also a local relative of our Shunde nationality

– We should note, that our magazine is interested more in economic geography than in physiography and we would like to touch business questions: which goods produced in Shunde District are the most significant for its economy and consumers both on Chinese area and outside the country? And first of all for prospective and already “active” consumers in Russia.

– As we mentioned before, the home electronic appliances, furniture, lighting and electrical accessories, constructional materials, hardware, paint coatings – there are all the important industries of Shunde, all of which are closely related to each of us. Shunde products can provide goods of the high-quality with an affordable price. And this is the best way to meet the needs of every consumer

– One more question is furniture. First of all, “Armada” – the place where Shunde Expo has opened – is a furniture center. Furniture is a separate matter. “Armada” where Shunde Expo is opened is first of

all furniture center. Can one say, when looking through its windows, recite the words of Peter the Great (in Pushkin’s interpretation), “From here we shall now counter Sweden!..”

Is something going “finally to put an end” to IKEA “hegemony» on the Russian market? As we know, Shunde District is called “Furniture capital of China”....

– Shunde owns the complete industry chain of furniture, and becoming the largest global furniture purchase market.

There are more than 5000 furniture manufacturers in Shunde, and award the reputations of “China major town of manufactures furniture” and “The capital of furniture materials in China” Shunde is known as the largest global furniture purchasing market and has a very wide



range of products such as: civil furniture, kitchen furniture, office furniture, hotel furniture, all types of wooden furniture, metal furniture, stone furniture, upholstered furniture, fabric furniture, and plastic furniture.

The high quality and diversity of Shunde furniture will provide more choices for the Russian people.

– Let’s talk about brands. It is believed that all the large, global brands manufacture in China. It is believed that even on English costumes, if you look closely, you can find the inscription “made in China”. The same can be said with respect to household appliances, computers and etc. And what kind of own brands the Shunde District is famous for? And if it’s not yet famous, then it’s just a matter of time ...

– Shunde has developed rapidly since the reform and opening up. Enterprises experienced difficulties from OEM production to own brand building. But in the international market, our enterprises just start to sell products with their own brand sales. Midea and Galanz are the leading manufacturers of Shunde home appliances manufacturers in order to explore the Russian market actively, Midea and Galanz have establish branches in Russia, and to sell their products with own brands.

– Despite periodically flashing “trade wars”, the figures, reflecting China’s trade with other countries, are constantly growing. And what about Russia? What place, what share of these figures has the country?

– All the time, Russia and China have had close commercial ties. In 2018, at the 70th anniversary of the establishment of the diplomatic relations between Russia and China, the volume of bilateral trade



between Russia and China exceeded 100 billion US dollars, The growth rate ranks first among China’s top 10 trading partners.

Sino-Russian trade is mainly concentrated in energy and heavy industry, while Shunde and Russia are mainly focus in light industrial products trade, which is a useful supplement to Sino-Russian trade.

In 2018, the volume of Shunde products exported to Russian rapidly increased rapidly: export to Russia amounted to 2.86 billion yuan, an increase of 11.8%. The main products of Shunde supplied to Russia are home electrical appliances, furniture, sports goods, etc. The main goods imported from Russia are diamonds, frozen fish and lumber.. With the further strengthening of bilateral relations, the economic and commercial ties will also become closer.



Компания «Дефайнум»: ЭЛЕКТРИЧЕСКИЕ ЖГУТЫ И КАБЕЛЬНЫЕ СБОРКИ

Вопрос импортозамещения и развития высокотехнологичных производств в России в последние годы находится в центре внимания. Наряду с позитивными сдвигами в машиностроении и ряде других отраслей можно наблюдать хорошую динамику и в производстве менее заметных, но не менее значимых и сложных в изготовлении элементов. Например, электрических жгутов и кабелей. Среди выпускающих этот вид продукции компаний можно выделить ООО «Дефайнум», выпускающее продукцию под маркой Definum™. О достижениях фирмы рассказывает ее исполнительный директор Пётр Веревченко.

– Пётр Александрович, расскажите кратко о продукции компании. Где она востребована, кто ваши основные заказчики?

– ООО «Дефайнум» было основано в 2008 году и специализируется на контрактном производстве электрических жгутов и кабельных сборок. На сегодняшний день мы производим продукцию для более чем 600 компаний самого разного масштаба: от небольших стартапов до транснациональных корпораций. География наших поставок – вся территория России, а учитывая географию отгрузок продукции, в составе которой применяются наши изделия, мы в опосредованной форме охватываем и глобальный рынок. Портфель заказов компании ежедневно пополняется новыми проектами, к нам обращаются все новые и новые клиенты.

Продукция «Дефайнум» широко применяется при изготовлении и эксплуатации средств связи, управления и навигации, в промышленной автоматике, на наземном, воздушном и водном транспорте. Не обойтись без нее при производстве бытовой, компьютерной, банковской и кассовой техники, терминалов самообслуживания, систем учета и контроля, а также при сборке осветительных приборов, робототехники и многих других изделий.

Сложность изделий варьирует от простейших заготовок до сложнейших сборок с тысячами элементов и точек подключения. Тиражи – от опытных образцов и уникальных изделий до массового производства сериями в сотни тысяч изделий.

От качества нашей продукции зависит работоспособность сложнейших приборов и механизмов, зачастую эксплуатируемых в самых суровых условиях, в том числе и там, где от бесперебойности работы зависят жизни людей, и мы, осознавая свою ответственность, прилагаем все усилия, чтобы наши изделия соответствовали высочайшим требованиям и стандартам.

– Что вы можете выделить как главные достижения компании? Чем она

привлекает покупателей и за счет чего уверенно держится среди конкурентов?

– Изначально самым важным было высокое качество продукции, и стратегия компании строилась именно на этом аспекте, а также на скорости запуска производства и компетентности сотрудников в своем деле. Мы большое внимание уделяем полноценному информированию клиентов о материалах для производства, методах проектирования изделий, ведем консультативную поддержку заказчиков на всех этапах жизненного цикла продукции, от идеи до серийного производства.

Мы гордимся тем, что сроки поставки у нас четко соблюдаются, производство запускается оперативно, качество продукции неизменно высокое, а также прозрачностью ведения дел и нашей информационной поддержкой. Для большинства клиентов перечисленное является определяющими факторами, на которых и строится наше многолетнее сотрудничество.

– Какие планы строите на будущее? Собираетесь ли расширяться?

– Компания постоянно изучает и анализирует лучшие отраслевые практики и технологии, текущие и перспективные потребности заказчиков как уже состоявшихся, так и потенциальных. На основе собираемой информации мы формируем длинный список возможностей для роста и развития. Далее каждое из возможных направлений развития оценивается с точки зрения имеющихся и необходимых для реализации дополнительных ресурсов, а также потенциальных доходов от нововведений. При наступлении оптимального для запуска продукта или услуги момента мы уже имеем все необходимое. Некоторое время назад компания поставила своей целью выход на международный рынок и сейчас планомерно движется к цели.

ООО «Дефайнум», +7 (495)766-17-98
sales@definum.ru
<http://www.definum.ru>



DEFINUM: WIRE HARNESSSES AND CABLE ASSEMBLIES

The issue of import substitution and the development of high-tech industries in Russia in recent years is in the spotlight. Along with positive changes in mechanical engineering and a number of other industries, one can observe positive dynamics in the production of less noticeable, but no less significant and difficult elements, for example, wire harnesses and cables. Definum LLC is among the companies producing this type of products. It manufactures products under the Definum™ brand. Its executive director Peter Verevchenko speaks about achievements of the company.

– Mr. Verevchenko, tell us briefly about the company's products. Where is it in demand, and who are your main customers?

– Definum LLC was founded in 2008 and specializes in the contract manufacturing of wire harnesses and cable assemblies. Today, we manufacture products for more than 600 companies of various sizes: from small start-ups to multinational corporations. The geography of our deliveries is the whole territory of Russia, and taking into account the geography of product shipments, in which our products are used, we also indirectly cover the global market. The company's order book is updated with new projects daily; more and more new customers are turning to us.

Definum products are widely used in the manufacture and operation of communication, control and navigation systems, in industrial automation, on land, air and water transport. They are also indispensable in the production of household, computer, banking and cash equipment, self-service terminals, accounting systems and control, as well as the assembly of lighting fixtures, robotics and many other products.

The complexity of products varies from

the simplest blanks to the most complex assemblies with thousands of elements and connection points. Volume – from prototypes and unique products to mass production in batches of hundreds of thousands of products.

The performance of the most complex instruments and mechanisms, often operated in the harshest conditions depends on our products, including where people's lives depend on the continuity of work, and we, realizing our responsibility, make every effort to ensure that our products meet the highest requirements and standards.

– What can you highlight as the main achievements of the company? How does it attract clients and what helps it to steadily keep among competitors?

– Initially, the most important was the high quality of products, and the company's strategy was based on this aspect, as well as on the speed of production start-up and the competence of employees in their work. We pay great attention to informing customers about the materials for production, product design methods, and we provide advisory support to customers at all stages

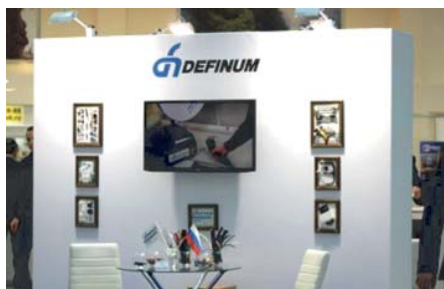
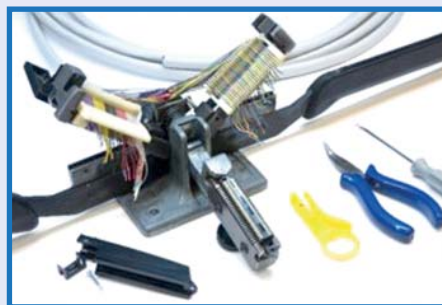
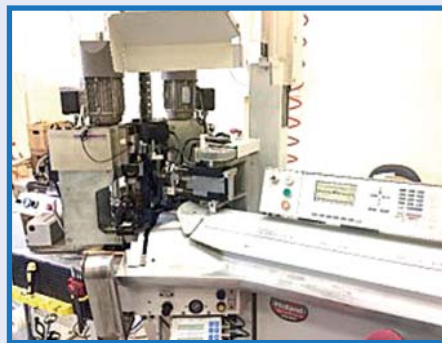
of the product life cycle, from idea to mass production.

We are proud that our delivery times are strictly observed, production starts quickly, product quality is consistently high, as well as the transparency of business management and our information support. For the majority of clients, the above are the determining factors on which our long-term cooperation is built.

– What are your plans for the future? Are you going to expand?

– The company constantly studies and analyzes the best industry practices and technologies, current and future needs of customers, both current and potential. Based on the information collected, we form a long list of opportunities for growth and development. Further, each of the possible directions of development is evaluated in terms of available and additional resources necessary for the realization, as well as potential revenues from innovations. Upon the occurrence of the optimal moment for launching a product or service, we already have everything we need. Some time ago, the company set the goal to enter the international market and is now systematically moving to it.

Definum LLC +7 (495)766-17-98
sales@definum.ru
<http://www.definum.ru>





INNOPROM



Discover
the potential

8–11 июля 2019, Екатеринбург
МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО»

ИННОПРОМ

МЕЖДУНАРОДНАЯ
ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

СТРАНА-ПАРТНЕР:

ТУРЕЦКАЯ РЕСПУБЛИКА

ТЕМА:

ЦИФРОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО: ИНТЕГРИРОВАННЫЕ РЕШЕНИЯ



ИННОПРОМ.
МЕТАЛЛООБРАБОТКА



ИНДУСТРИАЛЬНАЯ
АВТОМАТИЗАЦИЯ



АДДИТИВНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ



МАШИНОСТРОЕНИЕ
И ПРОИЗВОДСТВО
КОМПОНЕНТОВ



ТЕХНОЛОГИИ
ДЛЯ ЭНЕРГЕТИКИ

- 600 индустриальных компаний-экспонентов
- 46 000 уникальных посетителей из 107 стран мира
- более 160 деловых мероприятий

Организатор



Оператор



#ИННОПРОМ2019

реклама

Телефон горячей линии: **8-800-700-82-31**

www.innoprom.com