

Бизнес Диалог

business dialog media

медиа

№ 4 август 2024

ТЕРРИТОРИИ НОМЕРА:

ГОРОДСКОЙ ОКРУГ
КОЛОМНА

ГОРОДСКОЙ ОКРУГ
ВОСКРЕСЕНСК

как способ

БИЗНЕС

познания
мира

A portrait of Yuri Elashkin, a middle-aged man with brown hair and blue eyes, wearing a dark blue suit jacket over a white shirt. He is looking directly at the camera with a serious expression. His arms are crossed.

**Юрий
Елашкин:**

«ОБРАДУЙСЯ ТОМУ, ЧТО ДЕЛАЕШЬ,
И ЛЮДИ ОБРАДУЮТСЯ ТЕБЕ И ТОМУ,
ЧТО ТЫ СДЕЛАЛ ДЛЯ НИХ,
ДЛЯ СВОЕЙ СТРАНЫ»



BOGORODSKY INDUSTRIAL PARK

ТОЧКА РОСТА ПЕРСПЕКТИВНОГО БУДУЩЕГО

КОНТАКТЫ

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

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

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

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

Бизнес-Диалог Медиа

www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса

«БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»: РАЗГОВОР О БИЗНЕСЕ И ДЛЯ БИЗНЕСА 16+

Учредитель и издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа»

Председатель редакционной коллегии: Вадим Винокуров

Главный редактор: Мария Суворовская

Редактор номера: Елена Александрова

Корреспонденты: Анна Добрынина, Дарья Бакарина, Екатерина Иванова, Вячеслав Колесников.

Дирекция развития и PR: Наталья Фастова, Ольга Иванова

Заместитель директора по коммерческим вопросам: Ирина Длугач

Дизайн/вёрстка: Елена Кислицына

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР».

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

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не обязательно должно совпадать с мнением редакции. Перепечатка материалов и их использование в любой форме допускается только с разрешения редакции журнала «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

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 года.

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

Подписано в печать 10.08.2024 г., тираж – 15000 экземпляров. Цена свободная

Использованы фотографии: medvestnik.ru, mosreg.ru, norehovo.ru, bez-korony.ru, vk.com > sportivnikvartal

Представительское распространение: администрация губернатора Московской области, правительство Московской области, Московская областная дума, Торгово-промышленная палата Российской Федерации, территориальные Торгово-промышленные палаты Московской области, администрации муниципальных образований Московской области, индустриальные парки и особые экономические зоны Московской области, свыше 30 отелей и загородных клубов Московской области, бизнес-сообщество Московской области.

Нас можно увидеть:

Стойки в Московской областной думе,
в Торгово-промышленной палате РФ,
в Доме правительства Московской области,
в загородных отелях и клубах Московской области.

Подробнее об услугах «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА» смотрите по адресу:
<http://www.rbgmedia.ru/>

Тарифы на оказание рекламных услуг в журнале:

Размещение на первой обложке +			
1 полоса внутри журнала	72 000 рублей	6 полос внутри журнала	от 470 000 рублей.
2 полосы (1 разворот)	140 000 рублей	2-я полоса обложки	70 500 рублей
4 полосы (2 разворота)	210 000 рублей	3-я полоса обложки	66 500 рублей
6 полос (3 разворота)	280 000 рублей.	4-я полоса обложки	79 500 рублей.

«Бизнес-Диалог Медиа» выступал информационным партнёром:

Областной форум «Я – гражданин Подмосковья», Международный агропромышленный молочный форум, Международный аграрный форум «Овощкульт», финал Национального чемпионата «WorldSkillsRussia», Всероссийская премия «Благое дело», Первый Франко-Российский бизнес-форум, бизнес-форум «Атланты», Российско-Казахский инвестиционный форум, Российско-Азиатский международный бизнес-форум, форум «Энергоэффективное Подмосковье».

«Бизнес-Диалог Медиа» на своих страницах предлагает обзоры деловых новостей и трендов современного бизнеса, рейтинги, интервью, новости экономической и финансовой жизни Московской области, статьи о практических аспектах предпринимательства, управленческих технологиях, календарь деловых событий, коллекцию идей из разных отраслей для желающих заняться новым бизнесом или развить существующий. «Бизнес-Диалог Медиа» продвигает товары и услуги отечественных компаний, фирм и предприятий. Редакция приглашает читателей к информационному взаимодействию, а представителей бизнеса – к взаимовыгодному сотрудничеству.

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ РЕДАКЦИИ Russian Business Guide

КОМИТЕТ ПО ЖКХ

Наталья Викторовна Абросимова –
генеральный директор Ассоциации ЖКХ МО



КОМИТЕТ ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ

Эксперт-консультант номера: Стива Аралов, компания «Пимс»

КОМИТЕТ ПО ESG

Наталья Борисовна Починок – управляющий партнёр Digital ESG компании IBS, председатель Комиссии по социальной политике Общественной палаты РФ

ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА МЯКОТНИКОВА –

директор «СИБУРА» по климатическим инициативам и углеродному регулированию

КОМИТЕТ ПО ТУРИЗМУ

Этнографический парк-музей «ЭТНОМИР»

КОМИТЕТ ПО ИНДУСТРИАЛЬНЫМ ПАРКАМ

Олег Васильевич Карцов –
генеральный директор компании «Парк Ногинск»



КОМИТЕТ ПО ЛОГИСТИКЕ

Компания «Точные Поставки»

КОМИТЕТ ПО НАЛОГАМ И ФИНАНСОВОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ БИЗНЕСА

Антон Александрович Левдонский –
старший менеджер по финансовому консультированию ГК «Мариллион»



КОМИТЕТ ПО АПК

Анастасия Геннадьевна Романовская –
руководитель отдела маркетинга и экспорта компании «Листерра»



КОМИТЕТ ПО АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Мария Александровна Федотова

КОМИТЕТ ПО ДОРОЖНОМУ СТРОИТЕЛЬСТВУ

Андрей Тимурович Соколов, компания «Асфальт-Качество»

СОДЕРЖАНИЕ

АЛЕКСАНДР ГРЕЧИЩЕВ:

- 4 «ЗАДАЧА У НАС, ПО БОЛЬШОМУ СЧЁТУ, ОДНА: СДЕЛАТЬ ВСЁ, ЧТОБЫ ПОЗИТИВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ КОСНУЛИСЬ КАЖДОЙ СФЕРЫ ЖИЗНИ ОКРУГА»
-

МАКСИМ ШИЛОВ:

- 10 «ЕСЛИ ПРЕДСТАВИТЬ, ЧТО МЫ ВСЕЙ СТРАНОЙ СЕЙЧАС СТРОИМ СВОЙ УЮТНЫЙ, БЕЗОПАСНЫЙ И ИЗОБИЛЬНЫЙ ДОМ, ТО СВЯЗУЮЩИЙ КОМПОНЕНТ СТРОИТЕЛЬНОГО РАСТВОРА – ОПЫТ И РЕПУТАЦИЯ ЧЛЕНОВ ТПП, КОТОРЫЕ ЯВЛЯЮТСЯ САМЫМ ТВЁРДЫМ КАПИТАЛОМ НА ВСЕ ВРЕМЕНА»
-

- 16 **КОЛОМНА КУПЕЧЕСКАЯ: ОТ СЕРЬЁЗНОГО ДО ЗАБАВНОГО**
-

ЮРИЙ ЕЛАШКИН:

- 20 «ОБРАДУЙСЯ ТОМУ, ЧТО ДЕЛАЕШЬ, И ЛЮДИ ОБРАДУЮТСЯ ТЕБЕ И ТОМУ, ЧТО ТЫ СДЕЛАЛ ДЛЯ НИХ, ДЛЯ СВОЕЙ СТРАНЫ»
-

- 26 **ФОРУМ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ «КРЕАТИВТЕРРА» В КОЛОМНЕ**
-

- 30 **КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА – ЗАЛОГ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА ТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**
-

ГОСТИНИЦА «КОЛОМНА»:

- 34 С ЛЮБОВЬЮ К ГОСТЯМ ГОРОДА И РОДНОЙ КОЛОМНЕ
-

МУЗЕЙ «ДУШИСТЫЯ РАДОСТИ»:

- 38 ЗДЕСЬ ЖИВУТ АРОМАТЫ ПРОШЛОГО...
-

ИРИНА ГЛАДЫРЕВА, «ПРАКТИКА 1С»:

- 40 «НАШ ОПЫТ ПОЗВОЛЯЕТ СОЗДАВАТЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ КАЖДОГО КЛИЕНТА, УЧИТЫВАЯ ЕГО ПОТРЕБНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕСА»
-

- 44 **НОВОСТИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ВОСКРЕСЕНСК**
-

«ТРАНСКЕМИКЛ-ЭКСПРЕСС»:

- 46 «ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ОПТИМАЛЬНЫЙ СЕРВИС ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЙ РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИЕЙ»
-

- 50 **ЮМИ: УЛЫБКИ С ЛЮБОВЬЮ**
-

ЮЛИЯ ШТЕТИНГЕР:

- 54 «СОЦИУМ УТОНУЛ В ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ, А ЧЕЛОВЕКУ НУЖЕН ЖИВОЙ ЧЕЛОВЕК»
-

РЕСТОРАНЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ В МОСКВЕ, КУДА ХОЧЕТСЯ ВОЗВРАЩАТЬСЯ

Дни рождения, свадьбы, выпускные, презентации брендов или open-air корпоративы – любой важный повод заслуживает грандиозного воплощения и тщательной подготовки. Для того чтобы мероприятие удалось, необходимо выбирать проверенные места. Делимся с вами самыми атмосферными и интересными площадками для проведения особенных вечеров в Москве.

РЕСТОРАНЫ-ЯХТЫ «ЧАЙКА» И «ЛАСТОЧКА»

Команда Yacht Event предлагает восемь банкетных залов и семь VIP-кабинетов на воде с панорамным видом на места, ставшие визитными карточками города. Организация мероприятия «под ключ», бесплатная парковка с сервисом valet parking, средиземноморская кухня, а главное, возможность забронировать корабль полностью с прогулкой по Москве-реке – это лишь часть преимуществ для проведения мероприятия в атмосфере высоких стандартов яхтенного сервиса.

<https://www.yacht-event.ru/>

+7 (495) 765-11-01

«Чайка»: Краснопресненская набережная, 12А.

«Ласточка»: Лужнецкая набережная, причал Лужники. Южный.



РЕСТОРАН «ВЕСНА» НА НОВОЙ РИГЕ

Для тех, кто предпочитает скрыться от городской суеты и перенестись в атмосферу лёгкости и беззаботности, рекомендуем обратить внимание на ресторан Vesna на Новой Риге. Лучшее место для семейных торжеств предлагает сразу несколько локаций для частных и корпоративных мероприятий: это основной зал со специальной детской зоной и зелёная летняя веранда до 100 гостей с мягкими шезлонгами, качелями и плетёными креслами.

<https://vesna-event.ru/>

+7 (495) 280-38-98

Московская область, Центральная улица, 33к1.



РЕСТОРАН TOUCH CHEF'S PLACE & BAR

Если вы желаете по-настоящему удивить гостей, остановите свой выбор на ресторане Touch Chef's Place & Bar с тремя банкетными залами от 8 до 60 гостей. Бренд-шеф Никита Кузьменко создаёт здесь новую русскую кухню и воплощает философию «прикосновения» в персонализированных сетях. Дополнить яркие и необычные сочетания можно авторскими коктейлями.

<https://event.touchgroup.ru/>

+7 (495) 782-77-57

Садовническая наб., 7.



РЕСТОРАН-ОСОБНЯК UNICA И ДВА СЕКРЕТНЫХ БАРА SEGRETO

Двухэтажный особняк расположился в уютном сквере Благовещенского переулка и предлагает гостям три банкетных зала в разной стилистике. В локации на Патриарших объединилась атмосфера светского салона, камерного бара с диско-шаром и итальянского ресторана с белыми скатертями – настоящий баланс классики и современности. В праздничном меню представлены блюда итальянской кухни, лучшие экспонаты обширной винной карты и нетривиальные коктейли на любой вкус.

<https://unica-segreto.ru/>

+7 (909) 949-50-85

Благовещенский пер., 10, стр. 2.

РЕСТОРАН MADY & MADISON EVENT HALL

Визитная карточка района метро «Динамо» Madison Event Hall перенесит гостей в эпоху ар-деко, где можно насладиться необычными сочетаниями Европы и Азии и коктейльной картой американской классики 40-х годов прошлого столетия. В основном зале на 150 человек есть всё необходимое для мероприятия: сцена, техническое оснащение, акробатические подвесы для воздушных гимнастов. Для частных вечеринок в жаркий сезон выбирают летнюю веранду до 70 гостей.

<https://madybanquet.ru/>

+7 (495) 262-06-06

Ленинградский проспект, 31а, стр. 1.





АЛЕКСАНДР ГРЕЧИЩЕВ: **«Задача у нас, по большому счёту, одна: сделать всё, чтобы позитивные изменения коснулись каждой сферы жизни округа»**

Если послушать песни о Коломне, в них она предстаёт как «тихий и маленький город с древним своим Кремлём». Ещё там упоминаются трамвайные звонки, чайки над Окою, гудки теплоходов – очень лиричная картина. И в ней есть своя правда: Коломна – действительно чудесное место, атмосферное, овеянное древней историей, да и природа здесь редкостная по красоте. Но вместе с тем городской округ Коломна – динамично развивающаяся территория со множеством современных производств и насыщенной деловой жизнью, а ещё место, где люди живут и ежедневно решают какие-то свои бытовые проблемы... Посмотреть на Коломну с самых разных ракурсов нам помогла беседа с главой одноимённого городского округа Александром Гречищевым.

– Александр Владимирович, чтобы достичь результатов в любом деле, надо чётко видеть цель. Какие цели и задачи вы перед собой поставили, придя на должность главы городского округа Коломна?

– Задача у нас, по большому счёту, одна: сделать всё, чтобы позитивные изменения коснулись каждой сферы жизни округа, а жители ощутили это лично. А для этого необходим ежедневный труд руководителей всех уровней, директоров предприятий, депутатского корпуса, общественников, волонтёров, просто жителей – всех вместе! Мы вместе прилагаем усилия для воплощения общих планов.

– Какие планы по улучшению городской среды и качества жизни жителей города вы и ваша команда ставили перед собой в 2023 году? Все ли из них удалось осуществить? А возможно, жизнь подсказала реализацию каких-то проектов, которые не планировались сильно заранее?

– Проведено благоустройство сквера на улице Пионерской: новое общественное пространство обустроено на месте многолетнего долгостроя. После проведённых работ эта территория стала новой точкой притяжения: здесь установлены павильон для развития предприятий питания, качели с навесом, спортивная площадка, столы для настольного тенниса, теневые навесы с шахматными столами. Обновлена сеть пешеходных дорожек. В феврале этого года скверу присвоили имя почётного гражданина Московской области Василия Ивановича Конотопа, который в 1950-е годы возглавлял Коломенский районный комитет Коммунистической партии.

Завершается благоустройство Парка Мира – центрального парка города. Концепцией предусмотрена реконструкция исторических элементов: входных арок, фонтана, танцевальной площадки и сцены. На всей территории обновим дорожки, системы освещения, установим камеры видеонаблюдения и парковую мебель: скамейки, перголы, теневые навесы, урны. Вблизи функциональных зон будут высажены кустарники и деревья.

Проводится благоустройство зоны отдыха на берегу реки Коломенки – это двухлетний проект. Реконструкция пляжа включает в себя зонирование территории, увеличение площади песчаной зоны и расширение волейбольной площадки. Будут сделаны удобный пешеходный спуск с моста, озеленение пространства, а также организована парковка для автомобилей отдыхающих.

Ещё один проект – капитальный ремонт стадиона «Авангард». Ремонтные работы затронули не только внешнюю составляющую стадиона, но и все инженерные сети, необходимые для функционирования объекта, работы по благоустройству, замену ограждения территории, покрытия



футбольного поля, волейбольных площадок, ремонт внутренних помещений и обеих трибун, легкоатлетического ядра. «Авангард» является основной площадкой спортшколы олимпийского резерва, здесь культивируют пять видов спорта: лёгкую атлетику, теннис, тяжёлую атлетику, баскетбол и бокс. В этом году открываем стадион.

В 2023 году распахнули двери новое здание школы № 21 по ул. Кутузова на 525 мест и пристройка к гимназии № 2 на 300 мест. Они построены по президентскому проекту «Образование» и при поддержке губернатора Московской области А. Ю. Воробьёва.

– Российская экономика который год переживает эпоху серьёзных вызовов. Какую поддержку оказывает администрация Коломны представителям бизнеса? Сотрудничаете ли в этом с местной ТПП?

– Представители бизнеса могут рассчитывать на всестороннюю поддержку.

В муниципалитете действует муниципальная программа «Предпринимательство», в рамках которой в 2023 году финансовую поддержку получили три субъекта МСП. Общая сумма составила два миллиона рублей.

Наиболее востребованные формы поддержки – инфраструктурная и консультационная. Предприниматели могут взять в аренду объекты муниципального имущества.

В округе успешно работают учреждения поддержки МСП: Союз «Коломенская торгово-промышленная палата», коворкинг-центры, где можно получить консультации по всем вопросам.

Сотрудничество с ТПП идёт по различным направлениям. Один из последних совместных проектов – мероприятие ко

Дню российского предпринимательства, которое прошло 22 мая в арт-квартале «Патефонка». Помимо чествования лучших представителей бизнес-сообщества, в рамках этого мероприятия была проведена ярмарка вакансий для студентов колледжа «Коломна». Это учреждение является ведущим в округе по подготовке квалифицированных специалистов по рабочим профессиям. Свои предложения по трудоустройству будущим выпускникам представили 32 предприятия округа.

– Каким образом стимулируете импортозамещение? Многие ли коломенские предприятия включились в этот процесс?

– Мы много внимания уделяем поддержке бизнеса, инвестиционным проектам, программам импортозамещения, локализации производств на нашей территории.



Свои
предложения по
трудоустройству
будущим
выпускникам
представили
32
предприятия
округа.

Почти **300**
предприятий
нашего округа
успешно
занимается
импорто-
замещением
различных
товаров.

Объём отгруженных товаров собственного производства крупными и средними организациями по промышленным видам деятельности в 2023 году составил 193 млрд руб., это на 84 миллиарда больше 2022 года.

В текущем и прогнозном периодах увеличение объёма промышленного производства планируется за счёт выполнения госзаказа на ведущих предприятиях муниципалитета: АО «Коломенский завод» и АО «НПК «КБМ». Ждут запуска новые производственные цеха ООО «Лаб Индастриз» (ООО «Хенкель Рус»). Хорошие показатели у действующих производств, таких как АО «РСК», ООО «Стар-Натурдарм», ООО «Броен». Рост планируем и за счёт модернизации объектов инженерной инфраструктуры и подключения новых объектов строительства к инженерной инфраструктуре (МУП «Тепло Коломны», ПАО «Россети Московский регион», АО «Мособлгаз» – филиал «Юго-Восток»).

Сейчас важно не зависеть от поставок из-за рубежа, а делать своё. И почти 300 предприятий нашего округа успешно занимается импортозамещением различных товаров.

Большой федеральный проект в этом направлении реализуется на Коломенском заводе – это генераторы различных размеров и назначений. Их серийное производство не только позволит заместить то, что попало под санкции, но также даст толчок к расширению собственного производства.

– Коломна – один из древнейших городов Подмосковья, с ней связано созвездие имён видных деятелей российской истории: от Дмитрия Донского и Ивана Грозного до Петра Первого и Екатерины Великой. Как развивается туристический бизнес и как администрация помогает этому развитию? Каковы успехи и планы в этой сфере? Что, на ваш взгляд, надо сделать, чтобы этот процесс шёл интенсивнее?

– Городской округ Коломна является флагманом развития туризма в Московской области. Коломна – единственный муниципалитет в Подмосковье, где доля туризма в экономике составляет 8%.

Основным видом туризма является культурно-познавательный, и доминантой турбренда дестинации является, конечно же, ансамбль Коломенского кремля. Более 500 объектов культурного наследия, более 60 храмов и четыре действующих монастыря – драгоценная историческая и культурная основа развития как познавательного, так и паломнического туризма.

В городском округе 45 музеев и объектов показа, из них только шесть муниципальных, остальные – частная инициатива. Признанными лидерами являются музей-заповедник «Коломенский кремль», Музейная фабрика пастилы, музей «Калачная», Музей коломенской пастилы, музей-мануфактура «Душистая радости», пряничная арт-станция «10 Зайцев».

Достижения наших предприятий в сфере туризма ежегодно отмечаются различными наградами. Одна из последних и





По прогнозу, к
2026 году прирост
инвестиций
в основной
капитал составит

38,5%
к уровню
2023 года.



значимых – национальная премия имени Д. Лихачёва в области музейного дела. Её получил центр познавательного туризма «Коломенский посад» с проектом «Дом Сурановых».

– Из Тулы принято в качестве сувениров увозить самовары и пряники, из Сергиева Посада – иконописные изображения св. Сергия, из Мышкина – изображения мыши, а из Коломны? Какая продукция ассоциируется с вашим городом?

– Без сомнения, сладкий герб Коломны – это коломенская пастила, которой насчитывается более 60 видов. Традиционное лакомство до сих пор делают по старинным рецептам XVII века без добавления красителей, консервантов и загустителей. Сейчас коломенская пастила претендует на статус национального блюда России: она стала номинантом престижной туристической премии издания Russian Traveler. Итоги голосования подведут в ноябре.

Помимо пастил, прекрасным сувениром станут калач и другие ремесленные хлеба, мыло и аксессуары, конфеты по рецептам XIX века, сыродавленные масла, керамика, стоялые мёды и пряники, яблочные сидры. Многих заинтересуют одежда и аксессуары коломенских модельеров и модных домов.

– Какие перспективы развития округа в сферах промышленности, инвестирова-

ния, развития бизнеса вы видите? Какие новости на этом фронте? Как бы вы охарактеризовали деловой и инвестиционный климат в округе?

– Привлечение инвестиций в экономику городского округа Коломна – одна из важнейших стратегических задач округа. Рост инвестиций напрямую влияет не только на увеличение налоговых поступлений в бюджет, создание новых рабочих мест, но и на качество жизни населения. Объём инвестиций в 2023 году составил 29,9 млрд руб., что на 52,4% выше уровня 2022 года.

По прогнозу, к 2026 году прирост инвестиций в основной капитал составит 38,5% к уровню 2023 года.

В последние годы в структуре инвестиций наметился переход в оборотный капитал к техническому перевооружению предприятий, что даёт возможность роста промышленной продукции на ближайшие годы при достижении полной загрузки обновлённых производственных мощностей.

– С какими вопросами жители города обращаются за помощью чаще всего? Какие темы остаются самыми актуальными?

– Для оперативного взаимодействия и понимания ситуации на местах мы находимся в постоянном контакте со старостами сёл и деревень, старшими по домам, активистами, общественниками.

Проводим встречи, на которых обсуждаем волнующие людей вопросы. Испол-

зуем различные форматы: это обходы территории, контроль проведения работ на объектах, проверка общественных пространств, выездные администрации.

В топе запросов наших жителей – дороги, благоустройство, медицина. Этим сферам уделяем повышенное внимание.

Все запросы и пожелания жителей находят отражение в программах развития городского округа. Мы получаем поддержку в этой сфере от губернатора и правительства региона.

– Что интересного произошло в 2024 году и что планируете в этом году осуществить?

– Ежегодно Коломна начинает год, принимая огромное количество гостей в новогодние и рождественские праздники. 2024 год не стал исключением. В рамках программы губернатора Московской области А. Ю. Воробьёва на площади Советской работал бесплатный каток с искусственным льдом, который пользовался большой популярностью. За три месяца его посетило более 52 тыс. человек. Жителям каток запомнился благодаря не только атмосферным сеансам катания, но и двум масштабным событиям: 14 января здесь был представлен ледовый спектакль Татьяны Навки и Петра Чернышёва «Байки русской балалайки», а 20 января на площадку вышли звёзды отечественного хоккея, которые встретились с местной любительской сборной.

Недавно в городе Озёры прошёл VI Всероссийский фестиваль спаржи – 2024. Он собрал более семи тысяч гостей, которые стали свидетелями приготовления рекордной порции крем-супа из спаржи.

Жителям запоминаются не только яркие события, но и перемены в округе, которые делают жизнь комфортнее. Два таких проекта мы завершаем в этом году: это реконструкция значимых для коломенцев объектов – Парка Мира и стадиона «Авангард». Отдых всей семьёй и занятия спортом станут ещё удобнее для жителей.

– Какой вы видите Коломну лет через 20?

– Динамичным городом с сохранёнными историческими местами, симбиозом старины и современности. Вырастут новые кварталы, который свяжет между собой трамвай – ещё один символ Коломны, который в прошлом году отпраздновал 75-летний юбилей.

Увеличится количество предприятий, которые будут вносить свой значимый вклад в могущество России. Станет больше зелёных зон и мест для отдыха во всех микрорайонах. Наш округ по-прежнему будет комфортным для жителей и гостей.

Пользуясь случаем, приглашаю читателей журнала посетить древнюю Коломну, увидеть природные красоты окрестностей города Озёры.



МАКСИМ ШИЛОВ: «Если представить, что мы всей страной сейчас строим свой прекрасный дом, то связующий компонент строительного раствора – опыт и репутация членов ТПП»



Коломна – один из древнейших городов Подмосковья, основанный, согласно последним исследованиям, в 1110–1140-х годах на слиянии трёх рек: Оки, Москвы-реки и Коломенки. Но письменно населённый пункт под этим названием впервые упоминается в Лаврентьевской летописи под 1177 годом – как пограничный пост Рязанского княжества. Много бед город пережил от нашествий монголо-татар, «государевых опричников», поляков, от восстаний и эпидемий, но каждый раз возрождался и креп. Была в истории Коломны и такая удивительная страница: в 1433 году она более чем на два года фактически стала столицей Руси, так как сюда переехал из Москвы со всем окружением Василий II Тёмный. То было время феодальных войн, и князь Юрий Звенигородский изгнал из столичного города законного наследника престола Василия II и его мать Софью Витовтовну, отдав им в удел вторую по значимости в Московском княжестве Коломну. Многие московские бояре, духовенство и жители столицы, сочувствующие великому князю, вслед за ним последовали в Коломну, административно-хозяйственный и духовный центр переместился сюда...

В XVI веке через Коломну прошёл Астраханский путь (в дальнейшем – Большая Астраханская улица, сегодня – Октябрьской революции). С этого времени Коломна стала купеческой, начали формироваться торговые площади. А предпринимательская Коломна ещё в XVII веке славилась своими солодовенными заводами; был у коломенских купцов и водный транспорт, на котором они возили в крупные города хлеб, рыбу, воск, скот, мёд, пеньку, шерсть, кожи.

Славилась не только торговыми, но и промышленными традициями: в XVIII веке здесь уже действовали бумажно-ткацкие и шёлковые фабрики. А со второй половины XIX века Коломна стала крупным центром тяжёлой промышленности благодаря коломенскому чугунолитейному заводу.

Сегодня Коломна – крупный промышленный центр и транспортный узел, речной порт. О том, как сегодня коломенский бизнес развивает богатые местные предпринимательские традиции, и о многом другом нам рассказал президент Союза «Коломенская торгово-промышленная палата» Максим Шилов.

– **Максим Алексеевич, Коломенская ТПП была создана в январе 2004 года. Значит, она разменяла третье десятилетие, что для ТПП в нашей стране очень солидно. Как существование и работа палаты сказались на развитии бизнеса в городе и районе? Какие этапы развития прошла сама палата?**

– В 2004 году, когда была образована наша палата, города и районы были ещё разделены административно. Городами руководили мэры. В Коломне это был Валерий Шувалов. Валерий Иванович и был инициатором организации городского отделения ТПП, куда вошли для начала 13 уважаемых людей, лично знакомых мэру, каждый из которых занимался в Коломне бизнесом своего направления. Тогда это было похоже на закрытый клуб, попасть в который было престижно, но почти невозможно. Хотя были и такие примеры: человек приезжал в город, своим трудом и умом добивался веса и положения и попадал в этот «клуб избранных». Следующую пятилетку палату возглавлял Сергей Туболев, руководитель крупной компании «Колнаг», производящей сельхозтехнику. С Сергеем Семёновичем мы по сей день сохраняем самые добрые отношения. В те пять лет Коломенская ТПП наработала серьёзные компетенции в экспертизе, многие предприятия города, в том числе крупнейшие, обращались за этими услугами в палату, и это был основной источник её дохода. При этом она успешно проработала коммуникации между бизнесом и городскими властями и до сих пор является ведущим бизнес-объединением в городе. ТПП в Коломне знают все и хорошо к ней относятся, так как уже на момент создания Валерий Шувалов задал объединению высокую планку. После Сергея Туболева – семь лет назад – палату возглавил Игорь Суханов, но руководил недолго, наверное, год с небольшим. Сначала палата располагалась на улице Шилова, в одном здании с местным радио, но при Суханове из этого морально устаревшего помещения переехала в здание МФЦ в центре города, где и сегодня находится. В одном здании размещены ТПП, МФЦ и центр «Мой бизнес», то есть все услуги бизнес может получить в одном месте.

А шесть лет назад палату возглавил я. В тот момент она, как и все остальные ТПП, имела неплохие доходы от экспертизы. Но ситуация кардинально поменялась три года назад, когда федеральная ТПП решила навести порядок в вопросах экспертизы и сертификации, так как налицо были злоупотребления на местах, и в результате экспертным заключениям ТПП переставали доверять зарубежные партнёры. Подмосковье и Краснодарский край стали пилотными регионами в этом проекте, и Московская областная палата забрала себе эти функции. Соответственно, ушли и доходы, и для муниципальных

палат настали очень сложные времена. В принципе, мы всегда понимали, что нужно развивать собственные доходы через разнообразные услуги для бизнеса, но не умели этого делать: доходы от экспертизы демотивировали в развитии этой темы. По прошествии двух лет можно сказать, что мы нащупали свою нишу и понимаем, каким образом можно быть полезными для бизнес-сообщества.

Бизнес к нам приходит со своими идеями и потребностями, мы собираем «дорожную карту» реализации проекта с учётом программ финансирования от органов власти и пожеланий от муниципальных, региональных властей. Предлагаем вот такой клиентский сервис для реализации бизнес-идей, сопровождаем его и вместе с Центром содействия строительству будем доводить проекты до конца. В этом наша польза и для бизнеса, и для власти. Наша задача – воплощение идеи в кратчайший срок, чтобы она максимально быстро «приземлилась», создав рабочие места и начав приносить налоги.

Подходя к финалу ответа на этот вопрос, подчеркну, все эти 20 лет палата в экономической жизни города и округа участвует весьма активно: где-то как просветитель, где-то – словом, где-то – делом. Мы понимаем роль и место палаты как коммуникатора, просветителя и друга в реализации и сопровождении социально-экономических бизнес-идей предпринимательского сообщества в целом и каждого предпринимателя в частности.

– **Не так давно вы были переизбраны на должность председателя Коломенской ТПП на второй срок. Какие цели вы перед собой ставите на этом посту? Какой итог своей деятельности на нём сочтёте удовлетворительным?**

– Нам предстоит создание проектного офиса на территории Коломенского округа. Мы при поддержке администрации хотим сделать сопровождение социально-экономических проектов бесплатным для бизнеса, оплачивать это за счёт бюджета. Мы заручились обещанием главы в том, что создание и содержание этого офиса будут мерой муниципальной поддержки бизнеса. Для бюджета наша работа по одному инвестиционному проекту будет обходиться в 100 тыс. рублей (при планируемом помещении до 1000 кв. метров). В неё войдут разработка «дорожной карты», согласования различными ведомствами, определение источников финансирования, мер поддержки, короткого и максимально выгодного пути по линии ресурсоснабжающих организаций. Если инвестиционный проект предполагает помещение свыше 1000 кв. м, тогда стоимость нашей работы будет 200 тыс. рублей.

За пять лет многое может измениться, но итоги первого года работы, до конца

Коломенская ТПП сегодня:

127 членов
из сфер B2C, B2B
и B2G.

2025-го, я сочту удовлетворительными, если мы сможем вместе с коллегами из органов власти и бизнеса разработать и воплотить в жизнь не менее 150 таких инвестиционных проектов.

Мы, как палата, помогаем при реализации государственных задач по развитию экономики, поставленных президентом страны. Но мы действуем и в интересах бизнеса. И тут надо учитывать, что бизнес – это большое количество маленьких – относительно государства – предприятий, и им сложно выстраивать отношения с властью на равных. А при помощи палаты можно лоббировать интересы даже самых небольших компаний. В Коломне, кстати, 9 тыс. субъектов предпринимательской деятельности. Из них 220 – это крупный бизнес, остальные – это микро-, малый и средний бизнес. Поэтому я сочту удов-

Максим Шилов:

«Мы понимаем роль и место палаты как коммуникатора, просветителя и друга в реализации и сопровождении социально-экономических бизнес-идей предпринимательского сообщества в целом и каждого предпринимателя в частности».



летворительным итог, при котором палата сможет быть единым окном по всем вопросам для бизнеса, бизнес будет чувствовать себя комфортно и защищённо, понимая, что он с государством думает и действует синхронно.

Мы своей деятельностью облегчаем жизнь и чиновникам, потому что тысячам предпринимателей, у которых в течение года могут быть какие-то запросы, не нужно рассказывать одно и то же, достаточно рассказать в палате один раз, и дальше она будет экстраполировать эти знания, навыки, компетенции в бизнес-среду. У нас есть телеграм-канал «Коломенская ТПП», на котором можно посмотреть мероприятия, проходящие у нас либо при нашей поддержке, и получить много полезной информации.

Было бы здорово, если бы доходы от налогов малого и среднего предпринимательства оставались на местах, в муниципалитетах. Пуская на всех отраслей, но каких-то наиболее чувствительных к вниманию органов местной власти, таких как туризм, сельское хозяйство, услуги, торговля. Когда налоги от них будут пополнять муниципальные программы, мы сможем эффективнее коммуницировать и достигать общих целей с органами муниципальной власти. В горизонте пятилетки, я считаю, будет правильно организовать несколько муниципальных ОЭЗ, которые будут создавать выгодные условия для развития кластеров в ключевых и креативных отраслях. И налоги от этих отраслей будут оставаться в местном бюджете, и, соответственно, власть будет создавать условия для реализации самых смелых бизнес-идей на территории Коломны, потому что это будет ей экономически выгодно, так как в итоге способствует созданию высокооплачиваемых рабочих мест и улучшению жизни горожан. И от появления идеи до её воплощения должно проходить от нескольких дней до года,



пока ещё «есть порох в пороховницах» и актуальность не ушла. Потому что сейчас часто бывает: пока всё согласовали, либо на воплощение денег не осталось, либо насущная необходимость пропала. Для достижения результата в этом вопросе нужно вместе с коллегами из власти и из бизнеса суметь работать одной командой. Вот если это удастся воплотить, тогда я буду удовлетворён пятилеткой.

– Сколько членов на сегодня насчитывает палата? Представителей какого рода бизнеса среди них больше: крупного, среднего, мелкого?

– Сегодня Коломенская ТПП насчитывает 127 членов. Представителей крупного бизнеса у нас очень немного, если не сказать, совсем нет. Крупным бизнесом сегодня очень здорово занимаются органы региональной и федеральной власти, это позволяет ему привлекать меры государственной поддержки и решать свои задачи на государственном уровне. Роль

муниципальной палаты здесь совсем небольшая. Весь крупный бизнес знает, что мы есть и к нам можно обращаться, но обращается редко. А вот малый и средний бизнес является основой нашей палаты. Средний бизнес присутствует, мы помогаем ему укрупняться и чувствуем его вовлечённость в нашу повестку через участие в наших мероприятиях, реакцию на наши обращения. Когда к нам приходят руководители среднего бизнеса, представителям микро- и малого бизнеса интереснее участвовать в мероприятиях, потому что эти люди представляют компании, перешедшие за миллиардный годовой оборот, и у них есть чему поучиться, и есть возможность предложить свои услуги, создать кооперацию со «старшим братом» по бизнесу.

– Какие сферы представляют ваши члены? Своеобразие древнего города, активно посещаемого туристами, наверное, накладывает отпечаток на их состав?



Какие из компаний города можно назвать «лицом Коломны»? Чью продукцию увозят на память чаще всего туристы?

– Средний бизнес в основном представляет промышленность, производство и сельское хозяйство. Мелкий – также сельское хозяйство, услуги, различные мини-производства, торговлю. Но не все самые яркие члены предпринимательского сообщества являются членами ТПП. Кто-то решает все свои вопросы сам, потому что так привык. Наши члены – те представители бизнеса, которые интересуются развитием своих компаний. В большей степени это представители B2C (бизнеса для потребителя), но есть и B2B (бизнеса для бизнеса), и B2G (бизнеса для государства). Такие яркие бренды, на которые приходится 90% всего турпотока Коломны, как «Коломенский калач» и «Коломенская пастила», чья продукция в основном уезжает от нас с туристами, не являются членами КТПП, например. Сейчас появились ещё и «Коломенский пряник», и «Коломенские зайцы», и эклеры у нас в «Добром Торт» такие, каких, мне кажется, больше нигде в мире нет, потрясающе вкусные. Ещё у нас есть бани на крыше SkySpa, которые по всему миру сейчас расходятся, они же и беседки для HoReCa очень классные делают. Или, например, компания, занимающаяся производством автодомов, «Автокемппро». Автодома и площадки для кемпингов в Коломне создают от разработки и проектирования до производства законченного изделия, причём полностью, на 100%, из российских комплектующих. Есть у нас локомотивное производство: компания «Коломзавод» выпускает дизельные паровозы для всей страны. Недавно на воду спустили корабль, который произведён в Коломне: от производителя АО «Порт Коломна». Он попал в реестр Минпромторга как проект со 100%-ным импортозамещением, исключительно из российских материалов. Коломне очень повезло с людьми: в некоторых субъектах федерации нет половины того, что есть у нас в городе. Коломенские предприниматели умеют не только развивать свои собственные производства, но и коллаборироваться, находят в себе силы и энтузиазм для того, чтобы решать ещё и общегородские крупные задачи. Поэтому проектов, продуктов много, и их было бы больше, если бы муниципалитет, повторюсь, получал налоги от малого бизнеса и имел возможность создавать ОЭЗ.

– Какие услуги ТПП оказывает сегодня бизнесу? Какие из них пользуются наибольшим спросом в Коломне?

– Например, информационные: рассказываем о том, что вообще происходит в законодательстве, в деловой жизни, в округе и регионе. Мы реализовали проект «Путеводитель по бизнесу Московской

области» (ПБМО.РФ). Это средство массовой информации, которое зарегистрировано на Коломенскую ТПП. Организуем, проводим круглые столы, форумы, разъясняем, сводим людей, адресуем, организуем встречи с чиновниками. Сейчас «прикручиваем» к этому коммуникационному ресурсу ещё и искусственный интеллект, чтобы он компании знакомил между собой в зависимости от интересов и информировал о новостях и проводимых мероприятиях по отраслевому признаку. Я уже говорил о создании проектного офиса, вот

– А как бы вы оценили инвестиционный потенциал вашего округа? Что нужно сделать, чтобы регион стал привлекательнее для инвестиций?

– Потенциал у Коломны огромный. А чтобы округ стал ещё привлекательнее для инвестиций, нужно убирать барьеры. Как это сделать? Например, с помощью того же проектного офиса, который в идеале должен быть создан на базе палаты. Всё общение с чиновниками палата берёт на себя, бизнес получает бесплатный план социально-экономического разви-



с помощью него будем выявлять новые возможности и перспективы компаний, и от трафика предпринимателей в проектный офис будет выявляться всё больше потребностей бизнеса, и от этого у нас будет расширяться список услуг.

– Какой вы видите миссию ТПП сегодня?

– Если представить, что мы всей страной сейчас строим свой дом, в котором уютно и безопасно, тепло и изобильно, то государство – это прочный фундамент, на котором возводятся стены из востребованных материалов. Тогда государственные меры поддержки и развития экономики и предпринимательства – технологичные строительные блоки, из которых мы возводим стены, а система торгово-промышленных палат – прочный раствор, состоящий из понимания механизмов принятия решений в институтах власти и во всех сегментах бизнеса, а также большого количества коммуникаций между ними. А связующий компонент этого раствора – опыт и репутация членов палаты, которые являются, пожалуй, самым твёрдым капиталом во все времена.

При использовании такой технологии в строительстве нашего «дома-России» фасад здания получится привлекательным, функциональным и надёжным.

тия. Может обратиться за сопровождением в палату, чтобы не одному двигаться по «дорожной карте», а иметь лифт, рычаг и помощника в лице палаты. Чтобы этот проект реализовался, необходим будет Центр содействия строительству. Тогда будет возможность развития недооценённых и недоразвитых пока направлений экономики, налоги от которых тоже пополняли бы бюджет муниципалитета.

Надо упомянуть, что в 2025 году мы будем отмечать 500-летие Коломенского кремля, который, кстати, проектировали и возводили те же мастера, что и Московский. А ещё через год отметим 645 лет с того дня, когда Дмитрий Донской собрал разрозненные на тот момент русские войска в Коломне, на Девичьем поле, а затем выдвинулся на Куликово поле, где произошло Мамаево побоище, освободившее Русь от монголо-татарского ига. И наконец, в 2027 году городу Коломне исполнится 850 лет. Таким образом, у нас грядут три юбилея подряд, а это означает повышенный интерес со стороны туристов. Действующая инфраструктура уже перегружена, нужны новые качественные средства размещения, питания, сервисы для детей и активного отдыха. Это всё могут быстро и качественно создать предприятия МСП. Но здесь нужно внимание федерального центра, в том числе и по налоговой ре-

Среди членов Коломенской ТПП – такие яркие и популярные у туристов бренды, как «Коломенский калач», «Коломенская пастила» и др., определяющие «лицо города».

форме, чтобы стать в ней пилотным муниципалитетом. Такая реформа была бы очень выгодной для всех малых городов. Мы готовы быть пилотом, чувствуем в себе силы и потенциал для того, чтобы доказать делом и цифрами, насколько это будет благотворно для местной экономики и удовлетворённости граждан.

– Трудности, связанные с санкциями, ошутимо ударили по многим сферам экономики. В результате для очень многих мелких и средних компаний и даже крупных предприятий какое-то время речь шла скорее не о развитии, а о выживании. Но сегодня «дно кризиса» уже позади, ситуация выровнялась? Какова обстановка в вашем округе, словно олицетворяющем российскую провинцию? Какие особенности ситуации именно у вас? Какие видны тенденции? Есть ли отрадные моменты?

– Ну, сначала наблюдался всплеск интереса к логистике, но быстро сошёл на нет, потом то же произошло с финансовой логистикой, сейчас и эти сложности вроде бы закончились. На фоне перемен мы видим интерес китайского бизнеса к нашему



округу, недавно в город приезжал целый автобус китайских предпринимателей, которые хотят локализовать здесь свои производства разных видов: стройматериалов, промышленных изделий, узловую сборку. Мы подписали соглашение о взаимодействии в этом направлении. И эти 25 китайских коллег, по-видимому, остались полностью удовлетворены тем потенциалом, который Коломна предложила. А это означает создание новых рабочих мест, налоги, новые знания, технологии, компетенции. Но самые быстрые экономические эффекты при реализации инвестиционных проектов способен дать именно местный бизнес: предприниматели, которые давно живут и работают в Московском регионе, родились здесь, лучше других видят свободные ниши и возможности для развития, они способны быстро принимать решения и брать ответственность за качество реализации. Палата может и должна быть главным коммуникатором и проводником бизнес-инициатив, с одной стороны, и проводником в решении государственных задач – с другой. Просто нужно наделить палату достаточными правами и обязанностями через муниципальный инвестиционный стандарт от Минэкономразвития.

Роль палаты, как сетевого горизонтального бизнес-объединения, увеличивается.

Особенно при «развороте на Восток», когда возрастает роль личности и репутации, которую, как известно, за деньги не купишь.

– Реализуют ли ваши члены в округе государственную политику импортозамещения? Приведите конкретные примеры.

– Реализуют, конечно. Например, есть у нас предприятие «Коломенский опытно-механический завод», оно делает полностью импортозамещённую кабину машинистов электричек и поездов. На коломенской «Патефонке» производят 100% импортозамещённые автодома на платформе ГАЗа и УАЗа. Но это лишь немногие из имеющихся примеров.

– Любая торгово-промышленная палата является частью глобальной системы ТПП и может пользоваться возможностями, предоставляемыми ею для того, чтобы помочь местным компаниям выйти на мировые рынки и полнее использовать внутренние. Как вы пользуетесь этими возможностями и какие конкретные результаты это принесло, скажем, за последний месяц? Какими достижениями за прошедший год особенно гордитесь?

– Мы гордимся тем, что в прошлом году реализовали проект «Путеводитель по бизнесу Московской области», провели

девять отраслевых форумов по разным направлениям с участием бизнеса, представителей правительства и муниципальной власти. Выяснили, что нужны постоянные системные коммуникации, поэтому создали медиа, которое перманентно находится во взаимодействии и интерактивной связи с каждым из предпринимателей. И что научились пользоваться искусственным интеллектом в наших информационных ресурсах, что поможет предпринимателям узнавать о тех или иных мероприятиях по отраслевому принципу, знакомить компании, потенциально интересные друг другу.

Для того чтобы стать ещё более полезным институтом развития экономики через предпринимательство, а также через экспорт товаров и услуг, нам нужен грамотный и работающий «муниципальный инвестиционный стандарт», который упорядочит цикл реализации инвестиционных проектов на местах и определит роль ТПП в этих процессах. У нас есть хорошие наработки, которыми мы готовы поделиться с Минэкономразвития. А также необходима налоговая реформа, которая позволит оставлять налоги от МСП в муниципальном бюджете и мотивировать тем самым развитие малого и среднего бизнеса на местах.

Беседовала Елена Александрова

КОЛОМНА КУПЕЧЕСКАЯ: от серьёзного до забавного



Купцы за чаепитием. Коломна, фото нач. XX века

Коломна – древний город, который с давних времён славился своими ремесленными и торговыми традициями, притягивая гостей со всей России трудолюбием и мастерством местных умельцев. В этом выпуске «Бизнес-Диалога» мы расскажем читателям об уникальном явлении: предпринимателях и успешных людях Коломны XVIII-XIX веков. Коломенское купечество – совершенно особенное явление, связанное с местной спецификой: географическим положением города, занятиями жителей, местными традициями.

Русская классическая литература оставила весьма оригинальный образ купца: «Сапоги гармошкой, объёмный живот, поперёк которого тянется золотая цепь, волосы скобой, хитрый взгляд с прищуром – торгаша и самодура». Реальность во многих случаях сильно различалась с литературой и уж, во всяком случае, была богаче и разнообразнее...

Русский купец значительно отличался от западного торговца тем, что не только занимался торговлей, но и часто был ещё и промышленником, владельцем судов, маклером, кредитором, управленцем в городском магистрате и, что немаловажно, меценатом и благотворителем.

Коломну с XVII в. и до второй половины XIX в. можно по праву назвать купеческим городом. Трудно переоценить вклад купеческого сословия в его развитие. Многочисленные церкви, развитие мануфактур и фабрик, торговля, благотворительность, содержание учебных заведений для немощных – всё это связано именно с деятельностью коломенского купечества. Торгуя, основывая предприятия, участвуя в управлении городом, купцы формиро-

вали Коломну, её облик, архитектуру, материальное и нематериальное наследие, которое живёт и способствует развитию Коломны до сих пор.

Храм, построенный в Коломне на средства именитых купцов, которые вели торговлю за пределами Московии и назывались на Руси «гостями», получил наименование Никола Гостиный. Располагая солидными средствами, гости торговой сотни решили возвести каменный храм неподалёку от резиденции великого князя и кафедрального собора в Коломенском кремле. Коломенские купцы были не только богатыми, но и весьма влиятельными людьми, и наличие их духовного центра, освящённого в честь Николая Чудотворца, покровителя путешественников, свидетельствует об их авторитете. В те времена путешествия были занятием опасным, и купцы усердно молились Святителю Николаю о защите и покровительстве чудотворца в дальней дороге.

Коломенские купцы добились разрешения от властей начинать богослужение в храме на час раньше, чем в остальных – в 5 утра, – чтобы закончить моле-

ние на час раньше и успеть открыть свои торговые ряды и лавки с товарами, пока все остальные горожане ещё на службе в других храмах. Возвращаясь со служб, местные жители заглядывали в торговые ряды, и благочестивые купцы успевали и Богу помолиться, и прибыль от торговли не упустить.

Никита Петрович Гиляров-Платонов так вспоминал об этой особенности храма: «...в старые времена <...> ранние обедни даже вообще запрещались, и одна из коломенских церквей (Николы в кремле) обязана, сказывали мне, самим сооружением этому правилу: в виде привилегии, специально для того сооружённому храму дозволены были обедни ранее указанного часа»¹. Невольно вспоминается пословица: «Кто рано встаёт, тому и Бог подаёт!»

Во что в те времена, предполагавшие строгое сословное разделение, в том числе и в платье, одевались купцы? В основном это был чёрный сюртук, косоворотка, жилет, который украшался часовой цепочкой из золота или серебра, и широкие порты – шаровары, которые заправлялись в сапоги. Сапоги имели множество складок. Считалось, чем больше складок, тем шикарнее, и для особого «шику» под кожу вшивали верёвку. Ещё славились сапоги со скрипом, и, чтобы громче скрипело, под подошву вшивали пеньку или насыпали песку.

Жили богатые купцы преимущественно в Коломенском кремле, тогда как торговые лавки их располагались в посадской части города. Купец – органическая часть знаменитого коломенского торгового дела.

Следует отметить: купеческие семьи, как правило, были многодетными. Коломенские купчихи отличались пышной полнотой, и их мужья гордились этим качеством своих белокожих супругов. Жёны преимущественно сидели дома, занимались хозяйством, растили детей. Для купцов был особенно важен наследник по мужской линии, который бы продолжал торговое дело отца. Жили семейными кланами достаточно замкнуто. Авторитет старших, особенно отца, был непререкаемым, домашние к нему обращались на «вы». Все важные житейские события решались только по родительскому благословению. Учить детей предпочитали дома: те, кто богаче, приглашали учителей и гувернёров; те, кто победнее, обучали сами.

Как коломенское купечество проводило досуг? Одним из основных развлечений торгового люда была игра в шашки в трактирах на пиво. В семидесятых годах XIX века в Коломне в большой моде были кулачные бои. Выдающиеся кулачные бойцы щедро поощрялись любителями своеобразного спорта – богатыми коломенскими купцами, которые на эту забаву денег не жалели. Купцы нередко привозили и свои семьи полюбоваться кулачными боями.

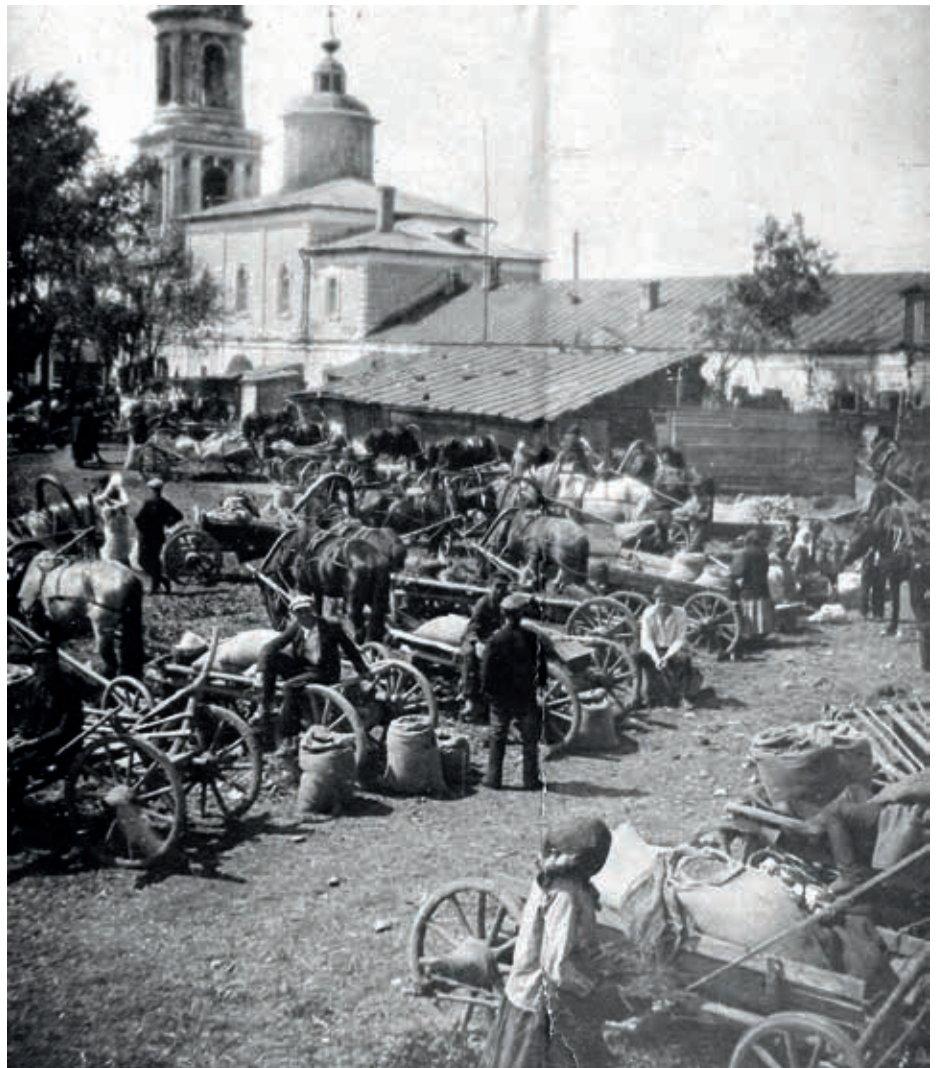
Купеческое сословие – особая социальная группа, обладающая закреплёнными в обычае или законе и передаваемыми по наследству правами и обязанностями². Каждый человек чётко классифицировался по своей сословной принадлежности, и сразу было понятно, какими правами и обязанностями он обладает, на какой ступени социальной иерархии находится.

Особенностью купеческого сословия было то, что принадлежность к нему зависела от размера капитала. Человеку было необходимо «объявить» наличие у него определённого капитала. В зависимости от его размера он «причислялся» к той или иной купеческой гильдии. Купцы выбирались в городское самоуправление по имущественному принципу – «кто более объявит капитала, тому даётся место перед тем, кто объявит менее». В результате должности городских глав занимали преимущественно богатые и именитые граждане. Само городское купечество состояло из трёх гильдий, разделённых имущественным цензом: 1-я гильдия – 10 тыс. рублей и более; 2-я гильдия – 1-10 тыс. рублей; 3-я гильдия – 500-1000 рублей. За гильдейское свидетельство следовало уплатить пошлину в казну – 1% с объявленного капитала.

Многие дела в Коломне вершили купцы-«отцы города». В Коломне численность купеческого сословия на 1747 г. насчитывала 1955 душ мужского пола. В 1767 году купцов первой гильдии с капиталом от 10 до 50 тыс. рублей записано было³ 340 человек, второй гильдии – 60 человек. Коломенские купцы в первую очередь записывались в основном в Московское или Санкт-Петербургское купечество, а также в Рязанское⁴.

Коломна пересекалась множеством торговых путей, самый крупный из которых – сухопутный Астраханский тракт. Через Астрахань и Коломну везли товары из Персии и Китая в Москву и Санкт-Петербург. Здесь находился один из перевалочных пунктов общероссийской торговли со странами Востока. Местное купечество поддерживало тесные связи с купцами из Москвы, Воронежа, Рязани, Таганрога, Астрахани и других городов.

Торговая площадь («бабий рынок») Коломенского посада. Фото нач. XX века





Купец Коломенский с женой. Коломна, фото нач. XX века. Фотография Бортняева

Торговля в Коломне традиционно имела направленность на внешний и внутренний рынок, включающий в себя внутригородскую, уездную и внутрироссийскую торговлю. Основными статьями были купка и транзит хлеба, соли, рыбы и скота.

На рубеже XVII-XVIII вв. наиболее тесно Коломна была связана с Москвой, обеспечивая её товарами – в основном из Астрахани и южных окраин России. Барки и коломенки с хлебом из Орла, а также с солью из Нижнего Новгорода, с железом из Сибири шли в основном транзитом мимо Коломны и останавливались лишь для покупки продуктов для «рабочих людей».

В районе Свибловой и Бобрёвской башен находилась городская пристань. Здесь стояли на якоре суда, специально предназначенные для царя, «с диванами, каютами и комнатками», с большим количеством окон.

Таким образом, интенсивное движение и остановки в районе Коломны посольских и царских миссий, торговых купеческих караванов способствовали поддержанию городских мостов и пристаней в рабочем состоянии, что, в свою очередь, выгодно сказывалось на экономической отдаче речных путей.

В XVIII в. крупнейшими торговыми центрами России были Москва, Ярославль, Нижний Новгород, Вологда, Архангельск, Казань, Астрахань, Смоленск. Коломна следовала сразу же за ними, начиная второй десяток городов с самой развитой торговлей. Во всероссийском масштабе она являлась значимым торговым центром «второй очереди». Это положение город удерживал на протяжении всего XVIII в.

Во второй половине XVIII в. ведущей в оптовой торговле Коломны становилась гуртовая – при сохранении положительной динамики хлебной, соляной и рыбной. Наравне с Москвой, которая по-прежнему оставалась ведущим торговым партнёром, всё более прочные связи налаживаются с Санкт-Петербургом, южными городами и городами Урала.

В 1775 году вышел манифест Екатерины Великой о свободе предпринимательства. В России учреждались три гильдии с сословными льготами. Самыми престижными являлись первые две гильдии, дававшие право на ведение внутренней оптовой и розничной торговли, на устройство заводов и фабрик. Купцы первой гильдии получали возможность торговать и за границей, иметь морские суда. Кроме того, вместе с купцами второй гильдии они освобождались от телесного наказания, казённых служб; а также купцы первой гильдии могли «ездить по городу в карете парою», а второй – «в коляске парою». Купцам третьей гильдии разрешалось вести мелочную торговлю, содержать трактиры, герберги (трактирные дома), бани, постоялые двory, «производить рукоделия, иметь и содержать малые речные суда».

Примечательно, что в Московской губернии именитые купцы были зафиксированы только в Коломне. Торговые связи начинались с деловых контактов и заканчивались, как правило, установлением родственных отношений. К началу XIX века одни и те же купеческие фамилии можно было встретить во всех названных городах. Целые купеческие династии тесно переплелись с прошлым Коломны. Мещаниновы, Тупицыны, Шевлягины, Левины, Ложечниковы, Шараповы, Кисловы – эти фамилии золотыми буквами вписаны в историю Коломны.

«У купечества, торгующего в лавках, стоят товары из Петербурга, из Москвы и из других городов: шёлковые разные материи, сукна, выбойки, китайки, кумачи и прочее мелочное; хрустальная и фарфоровая посуда, сахар, овощи, мёд, воск, свечи, железный разный поделок и хмель... В погребах продаются виноградные вина»⁵ – так описывал купеческую деятельность Коломны середины XVIII века московский губернатор Ф. А. Остерман.

Бурный рост купеческого сословия объяснялся расширением сфер торговли и появлением первых мануфактур: купцы смело вкладывали капиталы в производство без ущерба для торговли. Коломна в XVIII – первой половине XIX века характеризуется рассветом мануфактурного производства, центральную роль в котором играет купечество.

В 1807 году купцам разрешалось открывать крупные торговые объединения – товарищества; для оптовых торговцев учреждалось звание «Первостатейный

купец», имевшее дополнительные привилегии, в частности право приезжать к царскому двору, быть записанным в «бархатную книгу знатных купеческих родов»; купцам первой гильдии дозволялось ездить «в карете парою и четвернёю» и т. д.

В 1824 году закон расширил личные привилегии крупных предпринимателей, в основном тех, кто имел статус купца первой гильдии. «Вообще, купечество 1-й гильдии составляет особый класс почётных людей в государстве», – отмечалось в положении. Купцы-первогильдейцы, если они состояли в этой гильдии подряд 12 лет, имели право ходатайствовать о принятии своих детей на гражданскую службу наравне с обер-офицерскими детьми, могли просить об определении детей «в разные училищные заведения и университеты». По закону первогильдейское купечество имело право на награждение орденами «по особенно важным заслугам», право носить губернский мундир и т. д.

В соответствии с нормативными документами купеческий статус в России не наследовался. В случае необъявления капитала купец либо зачислялся в мещанское общество, либо переходил в прежнее сословие (например, в крестьянское) и терял гильдейские привилегии.

По положениям 1863 и 1865 гг. купцы первой гильдии получали право оптовой торговли и торговли за границей, могли содержать конторы, склады и амбары, вести уездную розничную торговлю русскими и иностранными товарами, владеть фабриками, заводами, ремесленными заведениями, участвовать повсеместно в подрядах, поставках и откупах без денежных ограничений и т. д.

Купцам второй гильдии разрешалось осуществлять уездную розничную торговлю отечественными и иностранными товарами из лавок и магазинов, владеть фабриками, заводами и ремесленными заведениями, участвовать в подрядах, поставках и откупах «на сумму не свыше 15 000 рублей каждый».

Устоявшийся веками в Коломне порядок, в том числе и сословный, вторгались и «новшества цивилизации» в виде проложенной в 1862 г. через уезд железной дороги Москва – Саратов, что решающим образом повлияло на развитие города и жизнь горожан. Прямые железнодорожные перевозки скота и хлеба лишили купцов устойчивых доходов. В такой ситуации достаток многих купеческих семей оказался подорванным, и их доля среди городского населения стала стремительно сокращаться.

Если на 1861 г. в Коломне насчитывалось 2357 (16,73%) купцов, то по ведомости 1870 г. их учтено только 1735 (9,22%). В последующие годы тенденция к понижению численности сохранялась: на 1897 г. их было 473 чел. (2%), а к 1914 г. осталось только 347 (1,1%). Всего за полвека чис-

ленность коломенского купечества сократилась в семь раз.

Русские промышленники и купцы всегда дорожили своей репутацией. В 1881 году в Петербурге вышла в свет книга «Необходимые правила для купцов, банкиров, комиссионеров и вообще для каждого человека, занимающегося каким-либо делом»⁶. Её автор И. Е. Зегимель кратко сформулировал нормы чести русского предпринимателя, выработанные многими поколениями отечественных коммерсантов.

- Деловые качества. Здравый рассудок, быстрое соображение, твёрдость характера в исполнении всех дел. Каждый порядочный человек может выработать эти качества непоколебимой решимостью и силой воли.

- Любезность и вежливость. Часто слушается выслушивать незаслуженные дерзости; чрезвычайно важно не потерять самообладания и отнестись к подобным случаям с полным тактом и хладнокровием.

- Наблюдайте за порядком во всех, даже малейших, ваших делах. Назначьте всякой вещи своё место. Это чрезвычайно важное условие для каждого делового человека.

- Дорожите копеейкой, как дорожите рублём.

- Работайте сами. Не полагайтесь на своих помощников. То, что вы можете сделать сами, не давайте делать другим. Если необходимо что-то делать другим, то, по крайней мере, наблюдайте за ними.

- Держите всегда данное слово. Лучше не обещайте, если не уверены в том, что вы в состоянии исполнить обещанное; но раз давши слово, вы должны его помнить и свято исполнять.

- Если хотите делать большие дела, не жалейте денег на частые публикации о них в самых распространённых газетах.

- Не гонитесь за делом, обещающим большие барыши, но сопряжённым с риском. Лучше занимайтесь такими предметами, которые дают хоть малую, но верную пользу.

- Относитесь к своему делу с полным усердием, чем бы вы ни занимались.

- Будьте строго разборчивы в выборе помощников в вашем деле.

- Держитесь спокойно и хладнокровно в спорах о делах – как с покупателями, так и с продавцами.

- Соблюдайте экономию в ваших личных расходах, лучше живите ниже ваших средств, чем выше.



Ул. Комсомольская (бывш. Репинская), фото нач. XX века



Купеческая семья. Коломна, фото нач. XX века.
Фотография Бортняева

В результате реформы в следующем, 1899 году, российское купеческое сословие сократилось наполовину. Безусловно, это был серьёзный удар по купеческой корпорации, которая с развитием капитализма, особенно после буржуазных реформ 1860-1870-х гг., постепенно теряла свои позиции, уступая место более многочисленному и жесткой к конкурентам в новых условиях слою населения – буржуазии.

Обращаясь к торговле в Коломне в конце XIX – начале XX в., следует отметить, что высокими оборотами отличалась

мучная и хлебная торговля, где годовые обороты отдельных лиц достигали 80-100 тыс. руб. Среди владельцев мучных лавок можно выделить купца 2-й гильдии И. П. Кочергина (годовой оборот – 87 тыс. руб.), мещан Н. П. Афанасьева (80 тыс. руб.), В. А. Быкова (69 тыс. руб.), А. М. Ломтева (40 тыс. руб.) и А. С. Морковкина (35 тыс. руб.). Успешной была хлебная торговля в лавках купчихи Л. И. Заевой (50 тыс. руб.), купца 2-й гильдии В. И. Быкова (35 тыс. руб.) и мещанина И. И. Голубина (70 тыс. руб.). При хлебопекарне А. С. Нестерова существовал хлебобулочный магазин его сына С. А. Нестерова с оборотом 30 тыс. руб. На Спасской улице находилось торговое заведение мещанина А. Л. Вдовиной (15 тыс. руб.), предлагавшее печёный хлеб, а на Владимирской улице можно было приобрести калачи крестьян А. П. Митина и Е. Ф. Пенькова.

Рамки старого купечества стали тесными для нового торгово-промышленного класса: из купеческого «яйца» вылупился буржуазный «цыплёнок», а сословная «скорлупа» осталась не у дел, хотя и существовала до октября 1917 года, сохранив чисто формальное значение.

Внимательно всматриваясь в лица некоторых представителей современной деловой жизни, периодически появляющиеся в СМИ и на страницах газет, замечаешь: иногда в лице современного бизнесмена нет-нет да и мелькнёт что-то этакое русско-купеческое...

*Михаил Воробьев, коломенский краевед,
директор АНО «Коломенский центр культурно-просветительского туризма
«Коломенский Арбат»*

1. Гиляров-Платонов Н. П. Из пережитого: Автобиографические воспоминания. Т. 1-2. / Н. П. Гиляров-Платонов. СПб., 2009.

2. История Отечества. Энциклопедический словарь. М.: Издательство: Большая Российская энциклопедия, 1999 // <https://interpretive.ru/termin/soslovie.html>

3. Сборник императорского Русского исторического общества. Т. 93 СПб., 1894. С. 135-139.

4. Ломако Е. Л., Соза Л. Н. Коломенское купечество второй половины XVIII – начала XX в.: эволюция предпринимательской деятельности // Торговля, купечество и таможенное дело в России в XVI-XIX вв.: сб. материалов Третьей междунар. науч. конф. Коломна, 2015. С. 169-177.

5. Рычаловский Е. Е. Переписка академика Г. Ф. Миллера и Ф. А. Остермана 60-80-х годов XVIII в.: некоторые черты отношений учёного и государственного деятеля. М., ГИИМ, 1997.

6. Зегимель Н. Е. Необходимые правила для купцов, банкиров, комиссионеров и вообще для каждого человека, занимающегося каким-либо делом. СПб., 1881 г.

7. Соза Л. Н. Переформенная Коломна. Коломна, 2012.



ЮРИЙ ЕЛАШКИН: «Обрадуйся тому, что делаешь, и люди обрадуются тебе и тому, что ты сделал для них, для своей страны»

Побывала я на днях в одном удивительном офисе... Вообще, нашего брата-журналиста удивить трудно: профессия такая. Но – удалось! Начнём с того, что находится он в таком месте чудном, с которым у многих связаны самые радостные детские воспоминания: в пяти шагах от одного из входов в Московский зоопарк, на улице Зоологической. Потом: шла я в офис преуспевающей IT-компании, и бывала я раньше в подобных – обычно там строго и скучно, как в банке... Но как только переступила порог, стереотипы со звоном обрушились: тут со стен смотрели картины современных художников – и хороших, надо сказать, художников; там – граффити, дальше – таинственные многоуровневые переходы, разноцветные отпечатки множества ладоней на штукатурке, под высоченным потолком качаются китайские фонарики... А вот комната, напоминающая кают-компанию, где несколько сотрудников оживлённо беседуют о чём-то за пиццей, а у их ног вальяжно расхаживают два огромных мейн-куна – серый и рыжий... На стене в кабинете гендиректора, на голом бетоне, красуются пропеллер наподобие аэропланного (потом оказалось – судовой винт) и картина в наивном жанре из жизни барона Мюнхгаузена. И его же статуэтка на столе, кажется, каслинское литьё: «самый правдивый человек на свете» взлетает верхом на ядре... Что-то новое и совершенно неожиданное за каждым поворотом! Словом, обстановка классического креативного лофта, на первый взгляд, какая-то совсем не «айтишная». Впрочем, и «самый главный человек» тут, владелец компании «Бизнес Связь Холдинг» Юрий Елашкин – человек неординарный.

– Юрий Николаевич, мы постоянно берём интервью у руководителей разного рода групп компаний. Часто это очень пассионарные люди, но компании под их руководством, как правило, занимают смежными отраслями. А ваш случай так и тянет охарактеризовать русской поговоркой: «И швец, и жнец, и на дуде игрец...» Вы одновременно руководите несколькими IT-компаниями с серьёзным оборотом и географией покрытия, производством автомобилей и оборудования для кемпингов и «Патефонкой» – известной арт-зоной в Коломне, креативным кластером из сферы культуры и искусства... Как это всё уместилось в одной судьбе? Что из чего пристекало?

– Ну, основная компания, в офисе которой мы сейчас находимся, «Бизнес Связь Холдинг» имеет непосредственное отношение к моей профессии: я окончил Новосибирский электротехнический институт связи (ныне – НТУСИ). На изломе 90-х гг. всё рухнуло, мы окунулись в рыночную систему, и надо было как-то жить, найти себя. Я и решил создать компанию по своему профилю, причём она получилась многоуровневой: и спутниковая связь, и оптоволоконная, и международная... Системы, действовавшие в СССР, развалились, возникли лакуны, и их надо было чем-то заполнять. Вот, собственно, этим мы и занялись. А жизнь меняется – соответственно, меняются и направления деятельности. В начале 90-х гг. кто всерьёз думал об IT? Но «Бизнес Связь Холдинг» сумел сориентироваться и довольно успешно и в этой области.

Я с 1985 года работал в Минсвязи СССР и отвечал во время визитов Горбачёва за рубеж за организацию телевизионных передач из разных стран через спутниковую мобильную станцию «Визит» в СССР. Там и познакомился с международной «тусовкой» подобных специалистов.

В июле 1991-го ко мне обратился зам-председателя Гостелерадио СССР: ожидался визит Джорджа Буша-старшего в СССР, он попросил организовать пул для международных ТВ-компаний по освещению этого визита. К тому времени у меня была уже компания БСХ. Компания – громко сказано: нас было человек 5-6, но мы это сделали! На энтузиазме, на частных автомобилях, 70 км кабеля проложили... Все последующие визиты президентов США –

Джорджа Буша-старшего в 1993-м, Билла Клинтона, Джорджа Буша-младшего, Барака Обамы – организовывали мы: в части предоставления связи для объединённого пресс-центра и дальнейшей передачи через спутники связи за рубеж.

Знаете, что предлагаю? Пусть о том, чем сегодня занимается «Бизнес Связь Холдинг», расскажет генеральный директор компании: он в курсе неких подробностей, в которые я, как учредитель, не всегда вникаю.

– А как давно вы пристрастились к автопутешествиям? Как и когда у вас появился первый автодом? Сейчас вы пользуетесь чем-то подобным? Куда в последний раз выбирались таким способом?

– Да вот буквально вчера ночью вернулся из Костромы. Путешествовал я всегда, как говорится, весь мир восемь раз объехал. В том числе и на машине. А потом решил купить автодом. Я и раньше их видел, но тут пришла мысль: «А не купить ли мне такой?» Поехал в Германию и в самом большом дилерском центре подобрал три варианта. Для принятия окончательного решения я привёл жену, и оказалось, что она выбрала лучший автодом по соотношению «цена – качество». Но потом его надо было привезти, растаможить, я на такие «дебри» нарвался и понял, что он будет мне стоить в два раза дороже, чем в Германии. Ну и думаю: почему бы компанию не сделать, чтобы возила в Россию автодома? Это был 2008 год.

Если ты продаёшь сложную технику, её надо обслуживать, дооборудовать по просьбе клиентов. И мы начали осваивать тюнинг и сервис. А потом приходили клиенты и говорили: «А вот у нас есть машина, можете нам сделать автодомом?» И так мы дооборудовались до того, что стали изготавливать индивидуальные автодома, вот такое «ателье по пошиву». Оно до сих пор работает в Москве. А тут случился 2014 год, рубль здорово упал. И оказалось, что в России делать автодома дешевле, чем везти из Германии. Начали делать свои сериями, под брендом «Автокемпер», но сервис и производство плохо уживаются. Пришлось искать площадку под производство. И тут приехал случайно в Коломну и влюбился в этот город! Сначала там кемпинг построил. Дело было для России

Генеральный директор компании «Бизнес Связь Холдинг» Андрей Хохлов:
«Наша компания создана в 1991-м как телекоммуникационная. Изначально занималась связью в тех сферах, что тогда существовали. Технологии с тех пор шагнули далеко вперёд, связь со временем видоизменялась, и компания динамично менялась. «Бизнес-связь» – один из первых и сейчас, наверное, единственный оператор Москвы, а может, и России, оставшийся в первоначальном виде. Остальные сливались, продавались, уходили с рынка. А БСХ – уникальный проект, который пережил уже три-пять интеграций. Не с точки зрения штата, который, конечно, расширился, но что интересно: костяк остался прежним! Некоторые из наших сотрудников обеспечивали связь ещё при взятии Белого дома в 1991-м, организовывали трансляцию в практически «боевых» условиях. Потом им приходилось несколько раз перековываться под новые технологии и принципиально иные задачи. Юрий Николаевич делает упор на то, что главный ресурс компании – люди, и сотрудникам работать здесь не только интересно, но душевно и комфортно. Здесь у нас, если использовать молодёжный сленг, классно! К восьми утра нас здесь уже ждут свежие круассаны и кофе, и день чудно начинается. А вечером музицируют, ещё что-то такое делают творческое: уходить часто не хочется...»



совершенно новое, все спрашивали: «Что такое кемпинг?» Это сейчас их по стране сотни.

Когда я пришёл в Коломну и сделал кемпинг, уже вплотную стоял вопрос площадки для производства. Я довольно долго искал, потом меня пригласили на разорённую фабрику: «Можешь арендовать здесь цех». Здание принадлежало акционерам, и на тот момент это уже были просто голые стены. Мне посоветовали приобрести немного акций, 10-15%. И вот, будучи акционером, я подумал: как-то неприлично в центре города иметь развалины! Начал потихоньку здания восстанавливать. Другие акционеры меня не поняли: зачем деньги тратить, когда акционеры должны их получать! Пришлось выкупить всю фабрику, вот так я и стал «патефонщиком».

– «Патефонка» – уютное такое название, но я нигде не нашла объяснения, почему место так называется?

– Купец Архип Бабаев основал в Коломне шёлкокрутильную фабрику ещё в 1828 году. Дело пошло хорошо, и со временем эти шелка не только поставлялись русскому двору, но и даже Папе Римскому. Потом эта фабрика из рук в руки переходила, меняла профили. Перед войной там делали патефоны, и это были самые лучшие патефоны в СССР. Даже есть песня такая военных лет: «Занесло судьбою в

третий батальон старенький коломенский усталый патефон...», Леонид Утёсов пел. Последним производством на фабрике был «Текстильмаш», производство оборудования для текстильной промышленности. Известно, что космонавт Валентина Терешкова в юности работала на текстильном комбинате, занималась тем, что связывала порвавшие нити. А вот на «Текстильмаше» это делали роботы: связывали нити. Эти изделия продавали в 40 стран мира. И даже на одном этом роботе фабрика бы выжила, но... Потеряли компетенции, производства закрылись – и всё.

Но местные жители, конечно, помнили историю этой фабрики, и про патефоны в том числе. И вот слышу, какие-то незнакомцы меж собой говорят: «Ты куда

**«Патефонка»
постепенно стала
модным местом,
в том числе у
молодёжи.**

сейчас?» – «Да на Патефонку!». Вот так случайно и родилось это тёплое название.

В итоге я получил разбитые кирпичные стены, с рухнувшими, постоянно рвущимися сетями. Ну, это всё преодолимо. Началось производство автодомов, успешно пошло: продавали 90-95% продукции в Германию, за валюту. Заняли какую-то нишу, делали маленькие автодома на базе «Нивы» и «Лады Гранта». Немецкие егеря полюбили их.

Надо сказать, что производством автодомов у нас руководит Иван Николаевич Левшич, удивительно талантливый и многогранный человек. Он же является конструктором, дизайнером и разработчиком технологического оборудования автодомов.

– Как раз хотела спросить: а у нас-то в России спрос есть? У нас ведь традиции такой нет, это надо ещё додуматься русскому человеку – купить автодом...

– Чуть попозже об этом. Ну, у нас всё покупали, перспективы сумасшедшие... И тут случился февраль 2022-го, и надо было «переобуться в воздухе». И это получилось! Разработали маленький жилой прицеп – с пониманием того, что нужен бюджетный, у народа не так много денег. Этот прицеп пошёл. Побольше сделали, тоже пошёл. Собственно, это очень востребовано, у нас сейчас всё до конца года распродано.



Но дело в том, что в этом производстве много технологических заморочек. Например, нам перестали поставлять агрегаты. А автодом – это скопище специализированных агрегатов: автономная вода, электричество, газ, отопление, вентиляция, кухня. Без отопителя, окон, дверей автодом не выпустишь. А вот окно в автодоме: что, казалось бы, такого? А там порядка 30 деталей. И вот эти ручечки все надо отлить. Стёкла мы покупаем, а всё остальное де-

лаем сами. Китай что-то замещает, но там и качество не то, и с логистикой сложно.

В Европе, Америке как всё устроено? Я практически все заводы объездил: там у них конвейер и модель разработанная. Допустим, в январе тебе надо поставить столько-то таких-то агрегатов. Рабочий берёт какую-то деталь и прикручивает к другой, и конвейер идёт. Всё, больше это производство ничем не занимается. А Иван Николаевич «от корней травы» разработал агрегаты, их производство, технологии сборки автодомов. А для изготовления каждой детали нужно своё оборудование, станки... И вот мы сейчас не можем дальше развиваться, потому что очень широкий спектр деятельности, надо сужать. Ищем партнёров.

– А почему возникла собственно «Патефонка» – как явление, как культурный кластер? Ну, приглянулась вам брошенная фабрика, привели в порядок стены, заняли часть производством. Часть свободна, можно было – теоретически – ещё пять производств туда поместить. Почему возник именно творческий кластер?

– Во-первых, само место подсказало: исторический центр, недалеко от Кремля. И тут возникает некая ответственность: если взялся, делай по-человечески!

Кроме того, я всегда очень любил лофт-пространства и облазил их где только можно: в Москве, Петербурге, Лондоне,

У Коломны большие творческие традиции. Есть ведь такие «места силы», которые притягивают к себе творческую интеллигенцию, ну, как Таруса? Ну вот: Коломна – такое место.

не беспокойтесь, мы сами всё сделаем!» Относятся как к своему. Есть какая-то невидимая граница: сначала ты тащишь, потеешь, деньги тратишь, и вроде ничего не получается. А потом вдруг само идёт! Но для меня это абсолютно не бизнес-проект.

– Сколько там квадратных метров? Все ли они сейчас уже освоены? Это одно здание или целый комплекс?

– Около 25 тыс. кв. метров, комплекс зданий на двух площадках. Ещё через дорогу огромная котельная, Шухов делал, там шуховские котлы стояли. Её мы толком ещё не освоили, это просто ошеломительное здание, как храм, потолки 20 метров. Ну, потихоньку, по частям оживляем.

– А как вы подбирали на «Патефонку» людей, которые сегодня наполняют их?

– Это как лес после пожара: всё выгорело, пепел, тлен, и вдруг что-то появляется живое – жучки из-под пепла вылупляются, ростки проклёвываются, смотришь, и место уже не узнать... Первыми пришли в чистом виде маргиналы. А уже вторыми, как ни странно, – молодые женщины, у одной ребёнок грудной, а от них такая энергия невероятная, мужики отдыхают! Они свой бизнес лепят, что-то делают, даже не очень понятно что, но у них получается!

Пошли концерты, выставки. Как и, собственно, любой лофт, «Патефонка» на 50% – аренда, но мы стараемся подби-

Амстердаме. Мне нравилось бывать там, какая-то особая творческая энергия.

А что такое лофт в современном прочтении? Это место, где собираются творческие люди, и им надо дать ощущение, что это их пространство. И если получается эта доверительная атмосфера, дальше лофт сам себя строит. Первое время это была тяжёлая история и очень дорогая. А сейчас уже сложился коллектив, люди приходят: «А давайте ещё вот это устроим? Да вы

рать креативных людей и коллективы. А те, кто у нас собрался, у кого своё дело, они отработали смену и пошли к соседу. У них дружба, они что-то там делают вместе, придумывают какие-то выставки, показы мод. Там два больших цеха по 700 метров, универсальное выставочное пространство для концертов, вернисажей, конференций.

Организацией всех творческих процессов на «Патефонке» занимается удивительный человек, арт-директор Елена Пашкина. Она создаёт выставку за выставкой, событие за событием, так что у нас календаря не хватает.

Город и область у нас также организуют мероприятия.

Сейчас мы делаем большую торговую галерею 200 метров длиной, там будут бутички под различные интересы: женские, мужские, детские. Собственно, это автодома подсказали: всё надо делать под людей. И то, что мы делаем, мы делаем для жителей Коломны, не для туристов. Да, город хороший, туда едут, но туристы – это выходные, праздники, а горожане каждый день там.

– Возвращаясь к «Автокемперу»: в этом году на «Патефонке» прошла уже 13-я выставка Caravanex, которую вы организуете.

– Первая выставка автодомов была в 2009 году в парке «Сокольники». Потом у меня появились «Автокемпер» и производство. Сперва тоже выставлялся в Сокольниках, потом решил организовать выставку в Коломне. Сначала к нам не очень хотели идти: я же конкурент. А мы взяли и открыли все технологии: приходите, смотрите – бесплатно. В Москве поставить автодом на выставку – от 100 тыс. рублей. Мы на трёх первых выставках брали по 500 руб. за место, себе в убыток. Зато собрали всё сообщество, проводим конференцию производителей по технологическим вопросам. Потому что и у конкурентов есть какие-то общие задачи, которые могут решить только государственные органы: сертификационные, разрешительные. И на конференции эти вопросы ставятся, приглашаются специалисты из МВД, из сертификации, и всё решается.

– А много у вас конкурентов в России? И как вы себе представляете российский автодом?

– Уже за сотню. Причём я не беру гаражный бизнес, делающий автодома штучные. География производства – вся страна: от Калининграда до Владивостока. Мы в самом начале пути, и места на рынке всем хватит.

Спасибо санкциям: в привычные места за границу на отдых люди уехать не могут. На самолётах по стране особенно не летаешь: стоимость; поезда по рельсам



ходят. Машины у всех есть, но в дальний путь, да с семьёй, неудобно.

А автодом – некая свобода. Он должен быть безопасным, эргономичным, эстетичным. Почему эстетичным? Потому что «авто-дом». Автомобиля там одна пятая, четыре пятых – дома. У мужчины есть шасси, он рулит. А у женщины – дом, и у детишек в нём – свои интересы. Автодом позволяет каждому заниматься тем, что ему нравится, и при этом находиться всем вместе – это главная и общая ценность, которой мы дорожим. Есть у нас такое требование: чтобы ребёнок мог по полу босиком ходить зимой. В европейских автодомах это невозможно, они холодные, да там и погода другая. Вот почему я считаю: мы должны делать своё! С учётом лучшего опыта, но своё. Это те самые общие ценности: сначала у нас их отбивали, а сейчас мы их по крупицам собираем.

– Да, давайте перейдём к теме кемпингов: вы занимаетесь производством и эксплуатацией?

– Да, и оборудованием. Мы все знаем, что такое жить в гостинице, даже если к друзьям по номерам ходишь. А в кемпинге все высыпает на улицу, дети тут же знакомятся, а через них и родители. Неприятное общение с тем, кто пригласил-

ся: вместе шашлыки пожарили, погуляли, впечатлениями обменялись. На детской площадке обязательно присмотрит какой-то родитель, чтоб маленьких не обидели. Некая собранность. Мы потеряли пионерские лагеря, но приобрели кемпинги. В кемпинге не нужны ни охрана, ни штат большой, каждый отвечает за себя. Можно нанять аниматоров, когда родителям надо от детей отдохнуть. Ты приехал на машине – пожалуйста, на велосипеде – ок, пришёл пешком – палатку дадут. В общем, много позитивных факторов.

Вот и с первыми автодомами: мы сначала просто сняли кальку с европейских, скомпилировали средний европейский и сделали неплохо, но у нас их не хотели покупать: у европейцев – бренд – мы «вообще никто». Пришлось продавать с дисконтом 30%, всю прибыль теряли. И поняли, что надо делать не кальку, а для себя, для своих. И мы сделали автодом на базе УАЗ «Патриот». У нас страна такая: на Кавказе, Алтае, Байкале и много ещё где только УАЗы проходят. Получается, шасси известное, рессоры от КАМАЗа, фонари от «Газели», колёса от «Жигулей»; и где бы ты ни ехал и что бы ни сломалось – тебе легко починят всё, в отличие от западных экзотов. Я за аутентичность. Вот слово «караван»: караваны по Руси ходили тысячи лет – из Китая, Монголии. А караван-са-

рай – тот же кемпинг. Позже появились постоянные дворы, почтовые станции – это тоже кемпинги. То есть неважно, на каком технологическом уровне, но это всё у нас было.

– С домами для кемпингов понятно: вы их разрабатываете, производите, продаёте. А как это с кемпингами? Вы их ставите по России и вы их хозяева?

– Невозможно заниматься всем сразу. Когда я начал заниматься караванингом, понял, что это спектр в 360 градусов: продажа, сервис, переоборудование, прокат, производство домов и оборудования, строительство кемпингов, обслуживание – пальцев не хватает. Пришлось от многого отказаться. Сейчас мы себя позиционируем как производителей. Скорее, это можно назвать заводом для заводов. Делаем столько автодомов, сколько можем, а технологию поставляем всем. То же касается и кемпингов. Кемпинги мы тоже делаем, но не сетевые, они и так сейчас как грибы растут, их на сегодняшний день уже около 400 по России. И допустим, ты делаешь кемпинг – постоянный двор: оглянись вокруг, на историю, что здесь и как было. Потому что люди едут за эмоциями, а не за спальными местами. Вот у нас кемпинг на берегу Коломенки, у городского пляжа, 300 метров до Кремля. Название, естественно, «Кемпинг у Кремля». Там тебе всё: Кремль, музеи, храмы; и тут же река, пляж.

По домам: сначала мы делали кальку с европейцев и американцев, потом поняли, что надо на своё ориентироваться по размеру, отоплению, электричеству, и после шести реинкарнаций нашли оптимальный российский вариант.

– В одном из интервью вы упомянули, что ваша жена Ольга – творческий человек и во всём этом творчестве, которое вокруг «Патефонки», активно участвует. Это можно назвать семейным бизнесом?

– Отчасти. Она помогала создавать бренд компании и продолжает активно интересоваться её развитием. Но прежде всего – она пишет музыку, стихи и песни, исполняет их на разных площадках. Что-то из этого делает и на «Патефонке». Ольга ещё и писатель, книги пишет, и у неё фестиваль свой, посвящённый возрождению дачных театров, – Таганьковский фестиваль. Записи спектаклей есть в Сети. В них, кстати, в качестве актёров сотрудники БСХ активно участвуют. В прошлом году ставили спектакль по «Алисе в Стране чудес», там Герцогиню генеральный директор Андрей Хохлов играл.

– Вашему сыну 17 лет, он не смотрит в сторону бизнеса?

– Пока нет, он только что окончил школу на одни пятёрки, с золотой медалью, и выбрал в Бауманском факультет фундаментальной науки и прикладной математики.

– Какой вы видите собственную миссию, жизненную задачу?

– Вообще, высокие слова – это не моё. Когда Союз распался, была задача – выжить с помощью того, что я умел. И вот это дело живёт, и я сейчас уже довольно мало времени ему уделяю. Пошли какие-то интересы. И вот моё наблюдение: когда ты идёшь за деньгами, тебе не нравятся люди, обстоятельства, но ты пытаешься что-то там склеить – это очень тяжело. А когда я занялся автодомами, я стал словно маль-

**РЫНОК
АВТОДОМОВ
СЕГОДНЯ
РАСТЁТ
НА 40% В ГОД,
ОЧЕНЬ БОЛЬШАЯ
ВОСТРЕБОВАННОСТЬ.**

чик, играющий в машинки.

«Патефонка» – тоже счастье, это когда рабочий день закончился, а тебе не хочется уходить.

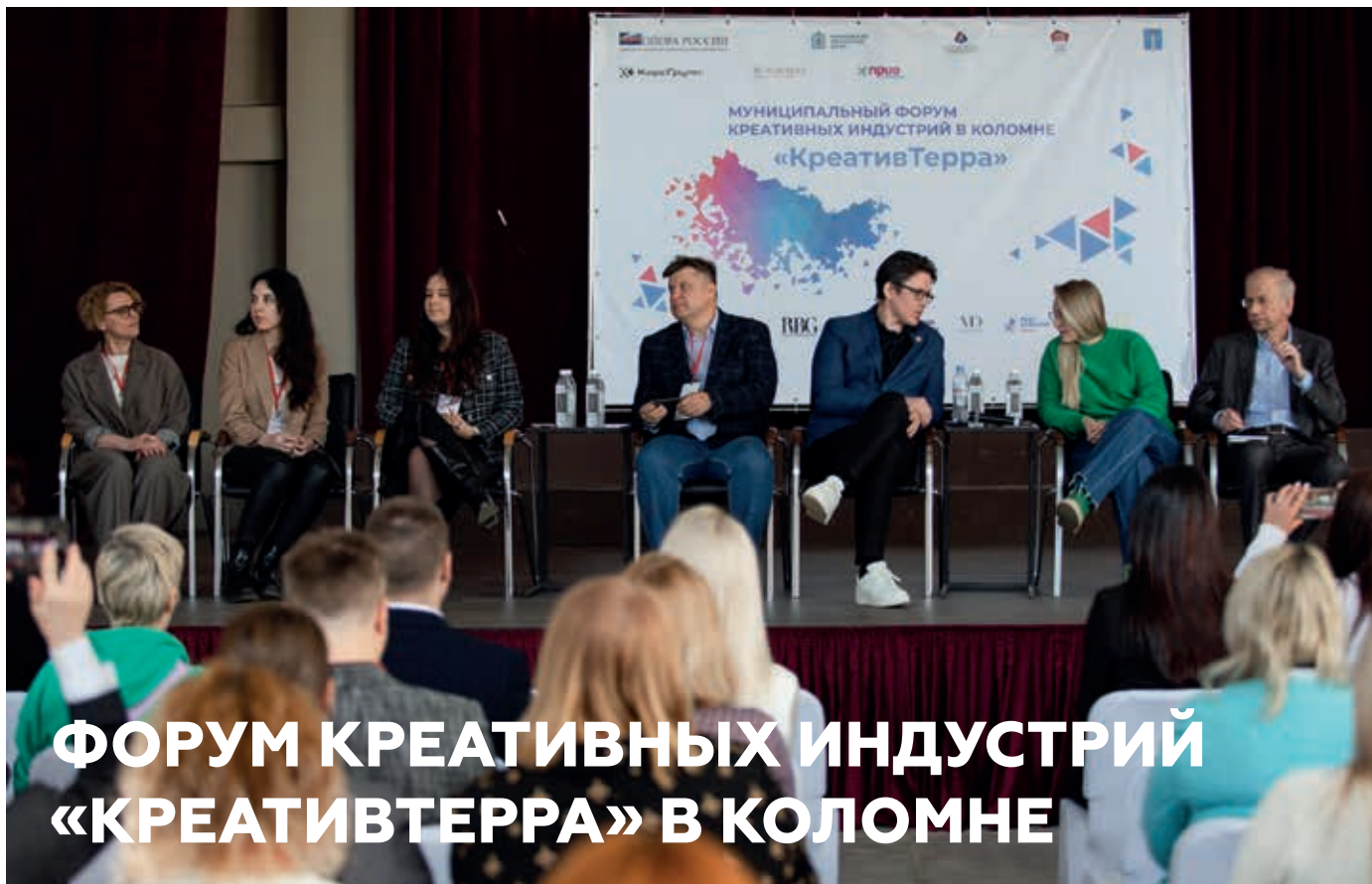
Я считаю, самый большой вред нам нанесли, когда убедили, что деньги – главное, просто сбили прицел. Деньги – инструмент.

Надеюсь, наша страна прошла уже тот Рубикон, когда многие вынуждены были заботиться только о хлебе да крыше над головой, и мы можем шире посмотреть. Вот, допустим, недавно – сплошь и рядом – целые состояния вывозились: строились виллы в Италии, на худой конец – покупались квартиры в Риге. Вся энергия уходила за рубеж, ругали своё, смотрели туда. И вот наступило честное время!

Самое сложное – не заработать деньги, а вложить. До революции как жили серьёзные люди, купцы: никто не считал их состояний, это было неважно, престиж в обществе определялся меценатством. Что ты сделал: построил больницу, школу, храм, театр? А сейчас, допустим, в той же Коломне полно разбитых зданий. Вложи туда душу, возроди, и оно тебя будет греть. Не так важно, что это будет – детсад, гостиница или что-то ещё, но это будет твоё, и ты сделаешь вклад в свою страну.

У нас уникальная страна: история, люди, творчество. Обрадуйся тому, что делаешь, и тебе обрадуются люди, тебе и тому, что ты сделал для них, для своей страны. Тогда и деньги придут, и признание. Наверное, время для этого настало!





ФОРУМ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ «КРЕАТИВТЕРРА» В КОЛОМНЕ

В коломенском арт-квартале «Патефонка» прошёл муниципальный форум креативных индустрий «КреативТерра», посвящённый поиску нестандартных решений для развития креативных проектов и целых территорий.

Цель форума – привлечь внимание к актуальным вопросам развития территории через индивидуальные предпринимательские проекты креативных индустрий и соединения их с единым культурным кодом и турпотокотом территории.

Более 100 творческих предпринимателей различных направлений, эксперты, представители Московской областной Думы, Министерства культуры и туризма Московской области, Министерства инвестиций, промышленности и науки Московской области, администрации городского округа Коломна собрались, чтобы обсудить актуальные вопросы трансформации предпринимательских проектов креативной сферы в соответствии с тре-

бованиями времени, особенностями развития региона, его культурных кодов и экономической и социальной обстановки, а также в соответствии с тенденциями и туристической привлекательностью территории.

Ирина Патрикеева,
модератор, инициатор и идейный вдохновитель форума, председатель Комитета по развитию креативных индустрий Московского областного отделения «Опоры России»:

«Креативные индустрии – эта та сфера, которая ещё не до конца понятна и ясна

как предпринимательскому сообществу, так и вообще многим участникам рынка. Должна быть проведена большая работа по просвещению и популяризации этого направления. Очень часто предприниматели, начиная свои проекты в креативных индустриях, довольствуются только теми проектами, которые у них есть, при этом не используют технологии, методики и инструменты, которые уже наработаны. Это различные маркетинговые инструменты, в том числе промышленного дизайна, и другие. В целом сегодняшняя задача – запустить процесс перезагрузки проектов креативной сферы, чтобы предприниматели нашли для себя возможности, как это сделать. Коломна – особое туристическое место в Подмосковье, где можно уже применять те или иные приёмы.

Используя исторический, культурный, природный потенциал региона, внедряя успешные бизнес-методики, осознавая стратегическое видение, мы можем создать единое поле узнаваемого подмосковного бренда предпринимательских креативных проектов, что позволит создать спрос на подмосковный креативный продукт, а значит, увеличить количество рабочих мест и усилить экономику региона».

Линара Самединова,
председатель Комитета Московской областной Думы по образованию, культуре, науке, туризму, спорту и молодёжной политике:





«Сейчас ведётся работа в рамках утверждённой в 2021 году Концепции развития творческих (креативных) индустрий до 2030 г. Рабочей группой прорабатывается региональный законопроект о развитии креативных (творческих) индустрий, проводятся исследовательские работы, которые покажут объёмы реальной экономики данной сферы в Подмосковье».

Владислав Корочкин,
вице-президент НП «Опора», председатель Московского областного отделения «Опоры России» и заместитель председателя Общественной палаты Российской Федерации по экономике и трудовым отношениям:

«Для того чтобы двигаться по пути поддержки креативных индустрий, необходимо определиться с понятием самого креатива, чтобы существенно выделить этот сектор относительно креативных отделов других бизнесов. Если мы хотим реального роста малого и среднего предпринимательства в этой сфере, понадобятся прямые инвестиции государства в бизнес».

Приветствовала всех участников форума депутат Московской областной Думы Екатерина Лобышева. В пленарной дискуссии форума принял участие генеральный директор Федерации креативных индустрий Игорь Намаконов. Спикер рассказал о перспективных направлениях развития креативной экономики России в среднесрочном периоде и дал рекомендации по развитию креативных индустрий Московской области с её территориальными и смысловыми особенностями.

Главный инспектор отдела развития отдельных видов туризма Управления по развитию туризма и народных худо-

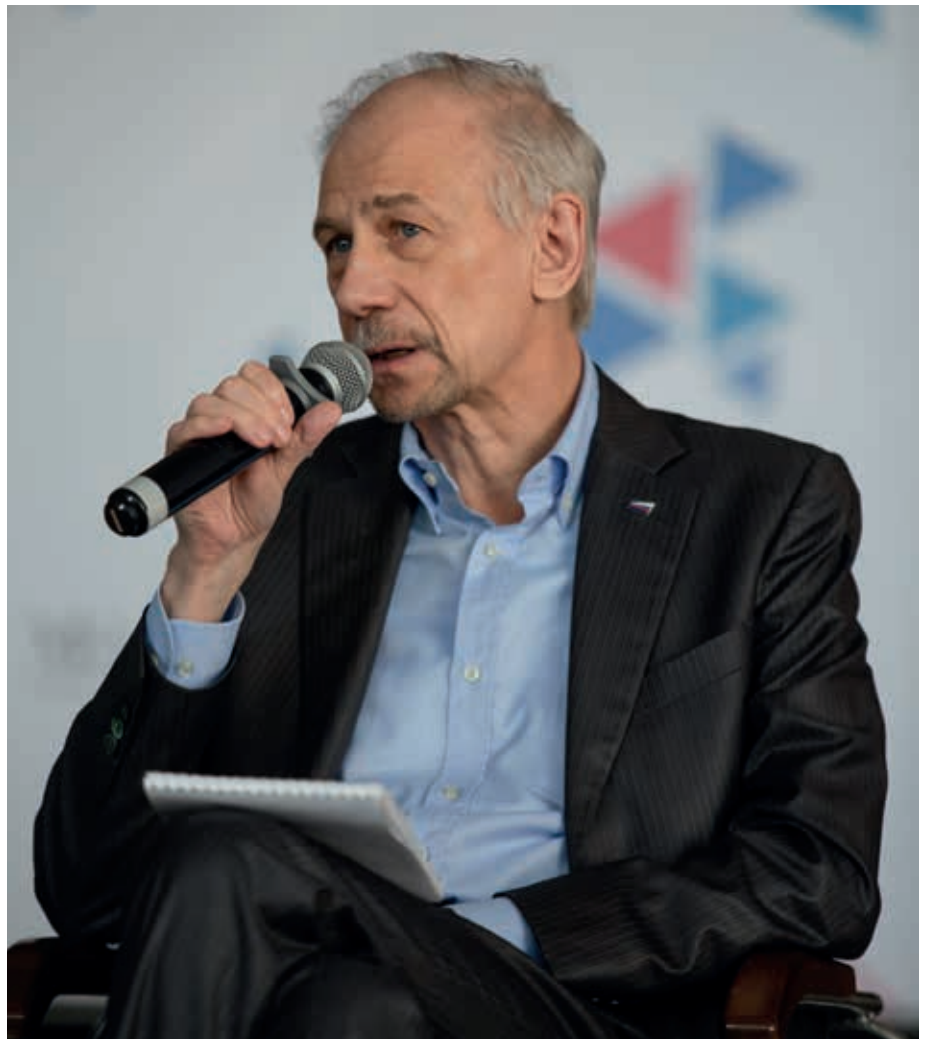
жественных промыслов Министерства культуры и туризма Московской области Наталия Замковая рассказала о возможностях для предпринимателей системы культурных кодов, показала инвестиционную привлекательность креативных проектов на основе объектов культурного наследия, подготовленных к внедрению.

Также о своей межрегиональной работе по внедрению наследия в предпринимательские проекты поведал куратор центра социальных инноваций в сфере культуры «Библиотека наследия» Андрей Лисицкий.

Екатерина Звонкова,
руководитель проектов центра «Мой бизнес» Министерства инвестиций, промышленности и науки Московской области:

«Текущий, 2024 год объявлен годом креативных индустрий. Мы всячески поддерживаем подобные мероприятия. Я презентую здесь проект «100% Подмосковье», который направлен на поддержку оригинальных брендов, товаров и услуг Московской области. Раскрою всем собравшимся возможности региональной программы. Хочется, чтобы креативные индустрии развивались и были максимально полезными».

На форуме предприниматели креативной сферы – от дизайнерской одежды, украшений, ремесленнических мастерских и арт-объектов до фестивалей, музыкальных проектов, медиа и творческого образования – обсудили, как создавать





развивать это направление. В сфере образования, к примеру, всё начинается с творчества наших детей. Поэтому хочется пожелать всем, чтобы не боялись развиваться и идти вперёд – к своей цели».

Московской области и при активном участии Коломенского отделения «Опоры России».

Генеральным партнёром форума выступил «Exeed Центр Корс Коломна».

Организатором форума выступило Московское областное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» по инициативе Комитета по развитию креативных индустрий и при поддержке Комитета по образованию, культуре, науке, туризму, спорту и молодёжной политике Московской областной Думы, Министерства инвестиций, промышленности и науки Московской области, Министерства культуры и туризма

Александр Каравасилиади,
председатель Коломенского отделения «Опоры России»:

«Для нас важно, что такой большой форум проводится на Коломенской земле. И наша задача – чтобы предприниматели максимально узнали об особенностях этого понятия, объяснить, какая поддержка уже оказывается, и способствовать продвижению творческих людей и их проектов. Ведь понятие «креативные индустрии» включает в себя огромный

конкурентоспособный креативный продукт, интересный для жителей и посетителей города, как формировать дополнительную ценность, вовлекая в свою активность различные слои населения. А также, что делать, чтобы вдохнуть новую жизнь в свои проекты и способствовать развитию территории.

Денис Бикбаев,
член правления «Опоры России»:

«Такие мероприятия очень важны, потому что сейчас пишется два закона, федеральный и региональный, по креативным индустриям. Представители власти определяют, что же такое креативные индустрии. На самом деле это направление возникло очень давно. Государство решило поддержать креативный кластер, и сегодня мы говорим о том, как





пласт всевозможных направлений, без которых сегодня просто не обойтись».

Ирина Сазоненкова,
заместитель начальника отдела развития туризма, музейно-библиотечной деятельности Управления по культуре и туризму администрации г. о. Коломна:

«Для Коломны очень важно развитие в сфере туризма. И мы чётко осознаём, что без новых проектов нам будет сложно развиваться и выходить на новые уровни. Глобальная задача для нас – создание новых креативных проектов, которые перераспределят турпотоки из исторического центра в другие части муниципалитета. Чем больше творчества, тем больше на территории нашего округа будет появляться проектов, которые будут привлекательны для туристов. Ведь к нам едут за эмоциями, и мы с удовольствием сделаем всё возможное, чтобы

впечатления от посещения нашего гостеприимного города остались только положительными!»

Участники Форума креативных индустрий отметили практическую пользу каждого доклада спикеров как дискуссии, так и второй части форума, а также необычные проекты выставочной зоны. Для решения конкретных вопросов предпринимателей была предусмотрена экспертная гостиная, где бизнес-трекеры делились пошаговым планом необходимых изменений для роста бизнеса.

Подводя итог мероприятия, можно смело сказать, что форум позволил участникам увидеть перспективы развития своих креативных проектов, осмыслить возможности дальнейшего сотрудничества бизнеса и власти и понять свою роль в развитии территорий.

Подготовила Екатерина Иванова





КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА – ЗАЛОГ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА ТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Компания АДЛ – ведущий разработчик и производитель оборудования для инженерных систем ЖКХ, ВКХ, газовой, нефтехимической и других отраслей промышленности. Основные направления деятельности АДЛ – трубопроводная арматура, насосное и электрооборудование, а также контрольно-измерительные приборы и автоматика.

Компания была основана в 1994 году, став одним из первых предприятий на российском рынке, внедряющих современное оборудование для объектов строительства.

30 ЛЕТ НЕПРЕРЫВНОГО РАЗВИТИЯ, А ТАКЖЕ КОНСТРУКТИВНЫЙ ДИАЛОГ С КОНЕЧНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ СДЕЛАЛИ ПРОДУКЦИЮ АДЛ ШИРОКО ИЗВЕСТНОЙ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ОБОРУДОВАНИЯ. СЕГОДНЯ АДЛ ПРОИЗВОДИТ БОЛЕЕ 1 000 000 ЕДИНИЦ ИНЖЕНЕРНОГО ОБОРУДОВАНИЯ В ГОД: ЗАПОРНО-РЕГУЛИРУЮЩАЯ АРМАТУРА, НАСОСНЫЕ УСТАНОВКИ, БЛОЧНЫЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ТЕПЛОВЫЕ ПУНКТЫ – ЛИШЬ НЕМНОГАЯ ЧАСТЬ АССОРТИМЕНТА, ВЫПУСКАЕМОГО ПОД БРЕНДОМ «СДЕЛАНО В АДЛ».



С момента открытия первого офиса в планы компании входило создание собственного производства качественного оборудования с использованием новейших технологий. Результатом стал запуск в 2002 году завода в посёлке Радужном Коломенского района Московской области, где были запущены первые продукты собственного производства. В 2009 году начал работу отдельный цех с полным циклом производства стальных шаровых кранов «Бивал». Завод работает уже более 20 лет, постоянно расширяя линейку и производственные площади; недавно, в 2022 году, была открыта 3-я производственная очередь, а уже к концу 2024-го планируется открытие 4-й. Но главное – это культура современного производства качественной продукции, она остаётся неизменной на протяжении всего этого времени.

ЗАКУПКА СЫРЬЯ

Ввиду широкого ассортимента продукции закупку сырья и комплектующих для производства АДЛ производит целый штат сотрудников. Каждый из них занимается своим направлением, являясь профессионалом в своей сфере. Такой подход исключает ошибки в случае масштабных закупок и позволяет осуществлять чёткий контроль процесса на каждом этапе, учитывая все нюансы серийного производства и индивидуальных проектов.

Закупки сырья производятся преимущественно у российских поставщиков. Перед запуском в работу проводится проверка материалов на качество и соот-

ветствие стандартам путём химического анализа и проведения ряда тестов. Для дальнейшей работы отбираются только материалы, прошедшие все этапы входного контроля.

ОБРАБОТКА И ИЗГОТОВЛЕНИЕ КОМПЛЕКТУЮЩИХ

На данном этапе производятся нарезка трубы, обжим патрубков для последующего изготовления шаровых кранов. Для обработки металлоизделий, изготовления комплектующих завод укомплектован парком современных станков с числовым программным управлением (ЧПУ). Благодаря наличию технопарка современных ЧПУ значительно снижаются временные затраты на одновременную металлообработку большого объёма продукции – с соблюдением при этом высокого качества выходных изделий.

Работы на станках осуществляются высококвалифицированными специалистами. По специальным чертежам, разработанным технологами компании, производятся обработка корпусов, изготовление штоков шаровых кранов «Бивал» и дисковых поворотных затворов «Гранвэл» и «Стейнвал».

Изготовленные детали доводятся до финального сборочного вида. Осуществляется проверка на соответствие чертежам, точности геометрических размеров, качеству первичной обработки металла. Далее изделия сортируются и, в зависимости от вида конечного изделия (арматуры), могут быть отправлены на дополнительную обработку: покраску либо антикоррозийную обработку.





СБОРКА ГОТОВЫХ ИЗДЕЛИЙ

На этапе сборки изделие обретает знакомый вид и свою функциональность. Осуществляется автоматическая приварка фланцев и патрубков. Сварка – один из наиболее ответственных технологических процессов производства газовых шаровых кранов. При выпуске стальных шаровых кранов «Бивал» используются высокоточные европейские сварочные аппараты-роботы, практически не требующие участия оператора. Технология сварки и персонал аттестованы в Национальном агентстве контроля сварки (НАКС). Каждый кран проходит строгий контроль качества сварных швов, в том числе неразрушающий контроль в собственной аттестованной лаборатории технического контроля. На сварных соедине-

ниях кранов – с наружной стороны – проставляются индивидуальные клейма, позволяющие установить фамилию сварщика.

Завод АДЛ располагает несколькими участками сборки готовых изделий, которые обслуживают специалисты соответствующего профиля:

- участок сборки шаровых кранов «Бивал», где происходит подготовка к выпуску 65 видов исполнения кранов и электроизолирующих вставок;
- участок сборки дисковых поворотных затворов «Гранвэл» для жидких и газообразных сред;
- участок сборки трубопроводной арматуры задвижек с обрезиненным клином «Гранар», дисковых поворотных затворов «Стейнвал», предохранительных клапанов «Прегран» и др.;

- участок сборки насосных установок, где осуществляется монтаж насосных станций «Гранфлоу», установок поддержания давления «Гранлвел» и блочных индивидуальных тепловых пунктов «Гранбтп».

После сборки производится контроль функциональности изделия, соответствия монтажных размеров, а также строительной длины.

ИСПЫТАНИЕ

Фактическая функциональность оборудования должна быть проверена и соответствовать условиям эксплуатации, обозначенным в паспорте изделия. Поэтому каждое изделие производства АДЛ проходит приёмо-сдаточные испытания, включающие в себя визуально-измерительный контроль основных показателей, гидравлические и пневматические тесты на прочность, плотность и герметичность, а также обязательный неразрушающий контроль корпуса и сварных соединений.

Испытательные стенды АДЛ позволяют проводить гидравлические испытания трубопроводной арматуры давлением среды до 100 бар, пневматические испытания – до 40 бар. Подобные испытания позволяют осуществлять отбраковку уже готовых изделий, выпуская в серию только надёжное оборудование, качество которого подтверждено гарантийными обязательствами компании.

ПОКРАСКА, МАРКИРОВКА

Покраска готовых изделий осуществляется в специальных малярных цехах завода АДЛ. Во избежание возникновения коррозии в технологическом процессе добавляются специальные присадки – ингибиторы коррозии. Красочное покрытие арматуры устойчиво к любым температурным условиям, противостоит возникновению царапин и сколов, также обеспечивает безупречный внешний вид изделия.

Для нанесения защитного покрытия карбофлекс на шаровые краны для подземной прокладки используется специальный аппарат. Маркировка продукции осуществляется в соответствии с техническими требованиями к оборудованию: лазерной маркировкой корпуса, при помощи металлических шильдов либо термостойких материалов.

РОССИЙСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

АДЛ – отечественная компания, которая входит в реестр системообразующих предприятий России, деятельность которых является критически важной для обеспечения экономики нашей страны и реализации государственной программы импортозамещения России. Деятельность предприятия направлена на

развитие именно отечественного рынка инженерного оборудования. Практически ежегодно завод осуществляет запуск производства новых линеек оборудования АДЛ. Сегодня компания предлагает своим партнёрам 24 бренда оборудования собственного производства, не уступающего по характеристикам ведущим мировым аналогам. Доказательством тому служит внушительный перечень промышленных объектов в нашей стране, укомплектованных оборудованием АДЛ. Более того, АДЛ – одно из немногих предприятий, продукция которого ценится и за пределами России. Компания осуществила уже несколько поставок в дружественные страны и продолжает развивать направление экспорта.

Постоянно расширяя ассортимент производимой продукции, компания реализует не только серийные позиции. АДЛ также разрабатывает индивидуальные решения под конкретные задачи проекта. Оборудование производства АДЛ установлено и успешно функционирует на газовых объектах всей страны. Дисковые поворотные затворы «Гранвэл» стоят в газорегуляторных шкафных пунктах, стальные шаровые краны «Бивал» – на



газораспределительных объектах, блочные индивидуальные тепловые пункты – в местах добычи нефти и газа. Это далеко не полный перечень оборудования АДЛ, обеспечивающего исправную работу инженерных систем. Высокое доверие со

стороны эксплуатирующих организаций обусловлено превосходным качеством продукции, которое достигается в первую очередь за счёт отлаженной работы завода АДЛ на всех этапах производственного цикла.





ГОСТИНИЦА «КОЛОМНА»: С ЛЮБОВЬЮ К ГОСТЯМ ГОРОДА И РОДНОЙ КОЛОМНЕ

Не так давно интернет облетела подборка образов городов в виде людей, нарисованных нейросетью. Коломна в этом ряду представлена грозной, хотя и прекрасной воительницей в затейливо украшенных латах и с пикой в руках. Правда, с короной на голове и на фоне куполов, но всё равно приветливым этого персонажа не назовёшь. Видимо, на создателей образа (да, рисует нейросеть, но созданные ею варианты отбирает всё равно человек) оказали влияние год основания – 1177 г., древний Кремль (оборонительное военное, как ни крути, сооружение) и полная коллизий многовековая история. Но, видимо, эти самые создатели никогда не были в современной Коломне: она необыкновенно уютна, хлебосольна и всегда рада гостям. Положим, вы решили убедиться в этом лично? Но одного дня для осмотра всех достопримечательностей вряд ли хватит. Где же остановиться в таком случае? Прекрасный вариант предлагает гостям города Татьяна Быкова, заместитель директора гостиницы «Коломна».

– Татьяна Александровна, мы у вас в гостинице были от Союза журналистов несколько лет назад, но, кажется, здесь реконструкция прошла? Разница огромная: стало гораздо уютнее. Всё располагает к отдыху и наслаждению атмосферой вашего замечательного города! Расскажите, что сегодня представляет собой гостиница?

– Спасибо за добрые слова! По поводу реновации: она проходит у нас уже 20 лет, в несколько этапов. Первый, самый масштабный этап был завершён в 2007 году. И далее мы каждый год проводим работы в этом направлении. Мы прекрасно понимаем, что нам есть над чем работать – хотя бы потому, что наше здание 1986 года постройки. Формально «Коломна» – гостиница класса «три звезды». Это золотая середина, добротный отель, который, с одной стороны, обеспечивает постояльцам необходимый комфорт, а с другой – это то, что могут себе позволить большинство гостей города. В нашей гостинице есть номера и стандартные, и повышенной комфортности, всего семь разных категорий. Гости, привыкшие к комфорту четырёх-, пятизвёздочного отеля, могут выбрать номера категории люкс. В этих номерах есть набор услуг, к которым такие путешественники привыкли.

При прохождении классификации эксперты, занимающиеся аккредитацией го-

станиц, регулярно предлагают нам пойти на повышение категории, но мы не считаем это необходимым. Это осознанный выбор.

– Сейчас россияне действительно много путешествует по России, а Коломна всегда так гостеприимна, она готова удивлять. В чём ваша уникальность?

– Гостинично-ресторанный комплекс «Коломна» позиционирует себя как «гостиница для широкого круга людей», и про «уникальность» поэтому не слишком корректно говорить. Наша задача, наверное, – не удивлять, а обеспечивать необходимый комфорт на достойном уровне.

Но свои достижения и интересные особенности у нас есть.

Гостиница «Коломна» признана «Лучшей гостиницей Подмосковья» в своей категории в 2021 году по итогам регионального конкурса на приз губернатора Московской области.

И наши гости или партнёры после проведения мероприятий зачастую присылают нам благодарственные письма. У нас есть такая не доска, а целая «Витрина почёта», где все эти грамоты выставлены. Мы ею очень гордимся, потому что каждое такое письмо связано с определённым периодом нашей работы и реальными людьми, что у нас останавливались и которых мы были рады принимать и заботиться о том, чтобы им было комфортно и уютно.

У нас самый большой номерной фонд в городе: 150 номеров, 15 этажей.

Жилые этажи располагаются с 4-го по 15-й, и из окон номеров открывается прекрасный вид на Коломенский кремль, купеческий посад, дали Москвы-реки, современную Коломну.

У нас есть обычные номера, первой категории; и есть – для больших семей и для взыскательных клиентов.

Ещё одна и действительно уникальная особенность: общественные зоны (ресепшен, лифтовые холлы, коридоры) и номера повышенной комфортности украшены картинами коломенских (но и не только) художников, причём многие работы с видами именно Коломны. У нас есть категория гостей, приезжающих в город с деловыми целями – например, на наши знаменитые предприятия, – и они из-за занятости не всегда успевают посмотреть древнюю Коломну, которой скоро исполняется 850 лет. И они могут составить своё представление о ней благодаря этим картинам.

Коллекция собиралась много лет, она очень ценна для нас. Многие картины были созданы в середине XX века. В нашей коллекции много произведений художников-земляков. Например, у нас на ресепшене висит картина Михаила Абакумова. Михаил Абакумов, ушедший из жизни в 2010 году, – с одной стороны, коломенский художник, а с другой – это мастер, которого коллеги оценивают как

одного из самых выдающихся пейзажистов XX века. Он – народный художник России, почётный гражданин нашего города, член-корреспондент Российской академии художеств. На 9-м этаже у нас и в номерах, и в коридорах представлены картины Андрея Мещанова, тоже очень интересного и самобытного коломенского художника. В одном из лифтовых холлов висит картина заслуженного художника РСФСР Геннадия Сорогина, тоже почётного гражданина Коломны, с изображением базарного дня на Житной площади.

А ещё немногие, даже столичные, гостиницы могут позволить себе собственную прачечную. Мы стираем своё бельё сами и гордимся его чистотой, очень тщательно следим за этим и контролируем вопрос.

Когда бываем на встречах профессионального сообщества, коллеги часто говорят о том, что «собственная прачечная – это нерентабельно, это вообще нереально» и «нельзя себе позволить такую роскошь». Большинство отелей куда-то постельное бельё возят для стирки. Мы за качество стирки своего белья отвечаем сами.

– Чем ещё может запомниться гостям Коломны ваша гостиница?

– Мы дарим нашим гостям маленький комплимент – пряник, изготовленный в собственной кондитерской.





любые замечания, пожелания принимаем с благодарностью. Мы прекрасно понимаем: есть к чему стремиться, над чем работать, и это бесконечный процесс.

– Вы предлагаете гостям «шведские» завтраки. Такая услуга не во всех гостиницах есть...

– Да, для удобства наших гостей мы предлагаем завтраки «шведский стол», включённые в стоимость проживания. Это достаточно простой набор продуктов, традиционный, но при этом довольно разнообразный. Взять для примера хотя бы блюда из яиц: кто-то любит омлет, кто-то – глазунью, кто-то – варёные яйца. И каждый на таком завтраке получает то, что предпочитает.

Конечно, это не всё, что можно попробовать на нашем завтраке «шведский стол». Там вас ждут:

- ароматный зерновой кофе;
- хрустящие круассаны и ещё несколько видов выпечки;
- каши;
- творог и сметана из хозяйства Коломенского района;
- сырные и колбасные нарезки, гарниры, сардельки/сосиски;
- овощи – отварные, консервированные, свежие;
- фрукты;
- блинчики/сырники/оладьи, разные джемы, хлопья, йогурты.

Также у нас можно пообедать и поужинать: в будни – по меню бизнес-ланча, а по меню «а-ля карт» – в будни и выходные.

В центральном зале ресторана у нас имеется стена-трансформер: в зависимости от ситуации на какие-то большие

Также для наших гостей в выходные мы периодически предоставляем бесплатные экскурсии по Коломне (в частности, по территории Кремля, например) – вот такая у нас есть хорошая традиция. Принимая самых разных гостей, мы постоянно слышим от них одни и те же вопросы и понимаем, что все хотят посмотреть чаще всего одни и те же знаковые места. И чтобы выразить признательность гостям за то, что они выбрали нас, мы ввели эти бесплатные экскурсии. Ещё наши гости могут заказать экскурсионные и туристические программы непосредственно в гостинице – от компании-партнёра «Коломенская верста», молодой, но уже достаточно заметной турфирмы, выигравшей много региональных конкурсов. Заказать можно как типовые экскурсии, так и индивидуальную программу знакомства с местными достопримечательностями.

И если говорить о конкурентных преимуществах, наши гости в отзывах очень часто отмечают, например, чистоту номеров и белья. Казалось бы, это «азбука». Но авторитетные представители нашей отрасли считают: «Гостиничное дело – очень простое: надо всего лишь, чтобы всё было нормально – «чисто, тепло». Но тем не менее не всем и не везде удаётся это на практике реализовать. Наша задача – чтобы каждый гость получил весь этот «набор по формуле комфорта». Здание у нас большое, высотное, и мы всегда держим резервные номера, чтобы, предположим, если у кого-то, не дай бог, потечёт батарея или начнёт шуметь унитаз, гостей можно было оперативно переселить. Но это, конечно, нестандартная ситуация. А когда всё нормально, стабильно, добротно, чаще всего гости это воспринимают как должное. И это правильно, наша задача – работать без сбоев, поэтому

мероприятия – например, на Новый год – она открывается, и получается огромный зал, примерно на 240 человек. Когда стена собрана, всё выглядит как просторная зона для завтрака постояльцев и второй зал, он используется по разным назначениям. Гостиница может принять одновременно много гостей, около 330 человек; как правило, они завтракают с 6:30 до 10 часов. Но если это участники одного мероприятия, то график у всех одинаковый, и спускаются они на завтрак примерно в одно время. В таком случае завтрак накрывается сразу в двух залах.

Всего у нас есть семь залов разной вместимости (от 10 до 240 человек) для деловых и торжественных мероприятий.

Есть залы, расположенные достаточно высоко, на 11-12 этажах, с панорамным остеклением и видом на город. Есть залы на 2-м, на 1-м этаже.

– Какие ещё услуги гостиница может предложить постояльцам?

– Мы организуем мероприятия, участники которых могут проводить семинары и конференции, не покидая гостинично-ресторанного комплекса, так как у нас есть залы и оборудование для встреч самых разнообразных форматов.

В здании находится два салона красоты. Как я говорила, у нас собственная прачечная, куда гости могут сдать свои личные вещи в стирку.

Работает бильярдный клуб. В кафе на 110 посадочных мест по пятницам и субботам играет живая музыка. Есть там игровой лабиринт для детей.

У гостиницы бесплатная парковка за шлагбаумом с видеонаблюдением.

Наши гости, если, например, плохая погода, могут, не выходя из гостиницы, здесь и пообедать, поужинать. Хотя мы им искренне советуем по возможности больше посмотреть разных мест в городе: Кремль, атмосферные улочки купеческого посада, монастыри и потрясающие интерактивные музеи с театрализованными представлениями.

– Бывает, что в вашей большой гостинице всё же нет мест? Может быть, их надо бронировать заранее?

– Действительно, и это я говорю не в рамках какого-то там маркетингового хода, довольно часто бывает, что мест нет. Поэтому лучше позаботиться об этом заранее. И, обращаясь к нашим потенциальным гостям, хотела бы попросить, если они хотят побывать в Коломне и вдруг видят, что не могут забронировать номер, спокойно отнестись к ситуации и попробовать рассмотреть другие даты. Я десять лет работала экскурсоводом по Коломне, и мне всегда казалось обидным, что люди стремятся приехать к нам или поехать куда-либо именно на праздники: Масленицу, Новый год, майские, в самую суету. А возможность насладиться городом, его почувствовать как раз, наверное, лучше всего достигается тогда, когда можно спокойно, тихо погулять, когда улицы не перегружены. По моему мнению, не стоит пытаться встроиться в «топовые» даты: в этом случае и в ресторане на завтраке приятно быть не одним из трёхсот, а уникальным гостем. Да и бродить по улицам приятнее, комфортнее, и в музеях вам уделят больше внимания.

Мы являемся всесезонным отелем. В будние дни у нас много гостей, приезжа-

ющих в Коломну с деловыми целями, так как в городе эффективно работает множество предприятий. А в выходные дни мы рады принимать туристов, которые хотят познакомиться с Коломной исторической и атмосферной. Коломна хороша в любой сезон. Нелишне отметить, что наша гостиница расположена рядом со всеми главными достопримечательностями города.

– Есть ли у вас система скидок для постоянных гостей?

– Постоянных гостей мы любим, ценим, и для них, конечно, есть скидки. Но сейчас мы задумались по поводу того, чтобы внедрить у себя систему лояльности по отношению к постоянным гостям, более обширную по сравнению с той, что действует сейчас.

– Раз мы перешли к планам, давайте о них поподробнее?

– Мы сегодня находимся на неплохом уровне, который хочется поддерживать и удерживать. Планируем продолжать реновацию. Конечно, нам есть к чему стремиться; и нам хотелось бы, чтобы гостей у нас было ещё больше. Последние года четыре количество гостей растёт. Люди больше стали ездить по России, чем раньше. Но раз россияне обратили внимание на внутренний туризм, наша задача – этих гостей заинтересовать и удержать, хорошо приняв. Чтобы их тянуло к нам вернуться. Хотелось бы, чтобы, делая выбор между историческими городами, которые стоит посетить, россияне выбирали Коломну и одноимённую гостиницу. И мы готовы сделать всё от нас зависящее, чтобы это было так!





– Музей «Душистая радости» предлагает гостям города Коломны множество интересных тематических экскурсионных программ. Из каких источников вы черпаете вдохновение и идеи для написания сценариев? Расскажите, пожалуйста, подробнее о сезонных экскурсиях музея.

– Для нас история России конца XIX – начала XX веков – настоящая кладовая идей. Сам проект подразумевает постоянный поиск достоверной информации, исследование традиций, обычаев и наследия предков. Сведения мы находим в дореволюционных журналах, архивах, художественной литературе авторов того времени.

К каждому новому сезону готовим особые экскурсионные программы, наполненные редкими фактами и интересными историями. Например, к новогодним праздникам в музее «Душистая радости» мы подготовили экскурсию «Рождество в торговой лавке», сюжет которой разворачивается в стенах наших залов, украшенных в дореволюционном стиле встречи Нового года. В рамках программы, помимо информационной составляющей, также предложен мастер-класс по созданию ёлочного украшения.

Летом в музее проходит программа, ставшая любимой у посетителей: «Тайный разговор на языке цветов». Она рассказывает о бальных традициях, давнем развлечении публики – салонной игре «Флирт цветов», о помандерах и изящных букетах «тусси-мусси». На данной экскурсии каждый гость сможет на глазах у всех тайно поговорить с другим человеком на языке цветов. Это очень интересно! Также после завершения программы её участники получают от нас не-

ЗДЕСЬ ЖИВУТ АРОМАТЫ ПРОШЛОГО...

МУЗЕЙ «ДУШИСТЫЯ РАДОСТИ» – ОБ ИСТОРИИ МЫЛОВАРЕНИЯ И ПАРФЮМЕРИИ РОССИИ

Театрализованные экскурсии, редкие парфюмерные экспонаты, натуральные мыла, приятные мелочи для дам и господ, а главное, атмосфера изящной эпохи модерн в дореволюционной России – всё это можно встретить в исторической части города Коломны, где в одном из старинных домов расположен уникальный музей «Душистая радости». Его основательницы Марина Волкова и Наталья Бакушина приглашают читателей Russian Business Guide познакомиться с их уникальным проектом и получить удовольствие не только от пребывания в музее, но и от посещения одного из интереснейших туристических мест Подмосковья.



большие сувениры – собственноручно упакованные куски натурального мыла. О других сезонных экскурсиях нашего музея читатели RBG могут узнать на сайте: <https://d-radosti.ru/>.

– Где вы находите предметы старины для своего музея? Кто помогает вам в вопросах оснащения выставок и выбора антиквариата?

– Старинные предметы приходится искать на аукционах и блошиных рынках, а также на просторах интернета. Однажды произошёл интересный случай: я увидела объявление с фотографией двух старинных кусков мыла дореволюционных российских производителей Ралле и Брокера. Приехала на встречу с продавцом и поинтересовалась, откуда у него эти артефакты, а он признался, что нашёл их аккуратно лежащими около... уличных мусорных контейнеров! Бывает и такое!

В экспозиции нашего музея представлена особая группа старинных парфюмерных флаконов: их мы нашли в земле, когда производилась реставрация здания нашего музея (1830 года постройки). По вопросам оценки и датирования экспонатов стараемся обращаться к специалистам в разные государственные музеи: например, такие как ГИМ. Во время реконструкции здания музея нам помогала Ольга Бурлакова – архитектор-реставратор с огромным опытом работы.



– Какие из экспонатов музея на сегодняшний день привлекают к себе внимание посетителей больше всего?

– Сложно ответить на этот вопрос. У нас много разных и интересных старинных предметов. Кто-то не может оторвать глаз от винтовой чугунной лестницы или от изразцовой печи, а кому-то больше интересны флакончики с этикетками и коробочки... Но есть, пожалуй, действительно редкие предметы: например, несколько невскрытых флаконов духов

товарищества «Брокер и Ко», более 40 кусков дореволюционного мыла в обёртках от производителей царской России. Это настоящие музейные ценности!

– Поделитесь информацией о вашей будущей экскурсионной программе, посвящённой бане. Из каких предметов будет состоять экспозиция?

– Банные традиции в России достаточно давние, и так как наш музей посвящён истории мыловарения и парфюмерии, то мы не могли обойти банную тему стороной. Всех секретов я пока не раскрою, скажу только, что наши посетители узнают много интересного о лекарственных растениях, их полезных свойствах и тайнах, скрытых в их названиях. А также услышат рассказ о том, как на Руси парились «по-царски»!

– Помимо экскурсий по музею, жители и гости города могут прогуляться в компании ваших экскурсоводов по исторической части Коломны. Какие сценарии программ вы предлагаете туристам?

– Коломна – красивый русский город с многовековой историей! И, в отличие от многих других городов, в нём сохранились исторический облик и старинная атмосфера. Экскурсоводы нашего музея с радостью делятся с гостями города своими знаниями на экскурсиях по Кремлю и по Коломенскому Посаду. Коломчанам определённо есть чем гордиться.

– Возможно, вам есть ещё о чём рассказать нашим читателям, а мы не спросили...

– В небольшой статье всего не расскажешь, поэтому приезжайте к нам в музей – и всё увидите своими глазами!



Беседовала Дарья Бакарина

Диалог



ИРИНА ГЛАДЫРЕВА, «ПРАКТИКА 1С»:

«Наш опыт позволяет создавать индивидуальные решения для каждого клиента, учитывая его потребности и особенности бизнеса»

Инновационные возможности автоматизации бизнеса – тема на сегодня актуальнейшая, но специалистов, в ней разбирающихся, не так уж много. Один из них – директор компании «ПРАКТИКА 1С» Ирина Гладырева, с которой мы встретились, чтобы обсудить инновации в автоматизации бизнес-процессов и новые возможности для промышленных компаний на рынке. Разговор шёл о росте, об эффективности и преимуществах использования продуктов 1С для управления холдингом и о современных ERP-решениях.

– Ирина, расскажите, пожалуйста, о первоначальном опыте вашей компании на рынке автоматизации бизнес-процессов.

– В сфере автоматизации я работаю с 2003 года и видела, как развивается индустрия с самого начала, как конкурентная среда выдвигала ряд альтернативных решений, оставив только одного сильного игрока – 1С. Компания «ПРАКТИКА 1С», как отдельный бренд, появилась в 2023 году, так как возникла потребность в сильной команде для внедрения крупных проектов. Сегодня мы специализируемся на реализации систем 1С для управления холдингами и ERP. Наш опыт позволяет создавать индивидуальные решения для каждого клиента, учитывая его потребности и особенности бизнеса.

– Какие новые возможности предлагает ваша компания для бизнеса с помощью автоматизации?

– Наиболее популярный продукт – ERP-система, которая позволяет автоматизировать все процессы в компании: от управления складом до финансового учёта. Мы также предлагаем интеграцию систем 1С с различными сервисами и платформами, чтобы наши клиенты могли быть на шаг

впереди конкурентов в условиях быстро меняющегося рынка.

– Какие преимущества получают компании, внедряющие системы совместно с «ПРАКТИКА 1С»?

– Первое и самое важное – повышение эффективности бизнеса. Автоматизация позволяет сократить время на выполнение повседневных операций, уменьшить риск ошибок и улучшить контроль над процессами. Кроме того, наши системы обеспечивают масштабируемость, что позволяет компаниям легко адаптироваться к росту бизнеса и меняющимся требованиям рынка.

– Влияет ли уровень автоматизации на рост оборота производственных компаний?

– Современные технологии и автоматизация играют ключевую роль в развитии производства. Они позволяют компаниям повысить производительность, качество продукции и конкурентоспособность на рынке. Одним из ярких примеров является рост оборота производственных компаний благодаря внедрению высоких технологий и автоматизации процессов.

Высокий уровень автоматизации производства существенно влияет на рост оборота компаний, обеспечивая повышение эффективности производства и конкурентоспособности на рынке. Однако необходимость в наличии квалифицированных IT-специалистов становится всё более актуальной в условиях постоянно растущего спроса на автоматизированные системы. Компании, стремящиеся к успешному развитию, должны уделить внимание как внедрению новых технологий, так и обеспечению наличия необходимых специалистов для их поддержки.



Внедрение автоматизированных систем позволяет существенно увеличить производительность труда, снизить вероятность ошибок и сократить время на производственные циклы. Это приводит к увеличению объёмов производства и, как следствие, к росту оборота компании. Автоматизированные системы позволяют выполнять многие операции более эффективно и точно, что способствует повышению эффективности производства в целом.

По данным исследований, компании, которые интенсивно внедряют новейшие технологии и автоматизированные системы, показывают в среднем рост оборота на **20–30%** выше, чем у конкурентов, не обладающих подобными технологиями. Это подтверждает важность автоматизации для эффективного развития производственных процессов и увеличения прибыли компании.

<https://t.me/practic1c>



НАВСТРЕЧУ ОТОПИТЕЛЬНОМУ СЕЗОНУ

Осень не за горами, а за ней и начало отопительного сезона. В преддверии наступления холодов все города Московской области готовятся к осенне-зимнему периоду, тщательно проверяя работу своих котельных. Как городской округ Воскресенск готовится к зиме – проверил на местах глава города Алексей Малкин вместе с директором филиала «Газпром теплоэнерго Московская область» в Воскресенске Дмитрием Хрипуновым.

Представители администрации и ресурсоснабжающей организации побывали на четырёх котельных на улицах Мичурина, Рабочей, Комсомольской в Воскресенске и котельной города Белоозёрский. Как было отмечено по итогам выездов, на всех котельных проводятся плано-предупредительные работы. Так, в рамках расширенной программы ремонта на котельной в Белоозёрском заменён сетевой насос,



на котельной на улице Мичурина ведётся капитальный ремонт котла. От этих котельных уже проведены гидравлические испытания на сетях, которые позволили выявить проблемные участки и провести необходимые работы.

В целом в рамках подготовки к отопительному периоду 2024-2025 гг. в Воскресенске будет выполнен капитальный ремонт более чем 45 котельных и цен-

тральных тепловых пунктов, в том числе котельной Мичурина в микрорайоне Цемгигант, котельной микрорайона Лопатинский, котельной № 1 и котельной № 2 по улице Цесиса, котельной 4-го квартала по улице Менделеева и центрального теплового пункта посёлка Федино.

В последующие годы в муниципалитете ресурсоснабжающая организация «Газпром теплоэнерго Московская область» также выполнит мероприятия по реконструкции объектов теплоснабжения, в частности котельной № 1 г. Белоозёрский. Что касается тепловых сетей Воскресенска, то специалисты проведут необходимые гидравлические испытания, после чего будет сформирована программа мероприятий по их ремонту и модернизации.

Источник: <https://vos-mo.ru/about/info/news/733/738015/>

В СПИСКЕ ЛУЧШИХ УЧИТЕЛЕЙ ПОДМОСКОВЬЯ



Губернатор Московской области Андрей Воробьёв утвердил список ста лучших учителей региона, которые добились высочайших результатов в образовательной деятельности. В качестве поощрения

они получают денежные выплаты от правительства Подмосковья за профессионализм и преданность своему делу. Среди них – двое преподавателей из городского округа Воскресенск.

Учитель английского языка Москворецкой гимназии Алёна Крылова и учитель основ безопасности и жизнедеятельности Лицея имени Героя Советского Союза П. В. Стрельцова Владимир Рассказов вошли в 2024 году в топ лучших учителей Подмосковья. Педагоги и их ученики в течение всего учебного года показывали высокие результаты на различных конкурсах и олимпиадах. За свою педагогическую деятельность Алёна Крылова и Вла-

димир Рассказов получили общественную поддержку и признание, за что и были награждены престижным профессиональным статусом и премией.

Губернатор Московской области утверждает список лучших педагогов года на основании решения региональной конкурсной комиссии. Ежегодная премия для 100 лучших учителей Подмосковья присуждается с 2015 года, она позволяет стимулировать учителей на новые достижения, рост в профессии, развитие интересных и важных проектов.

Источник: <https://vos-mo.ru/about/info/news/391/735173/>

К УЧЕБНОМУ ГОДУ ГОТОВЫ!

В Подмосковном регионе идут активные приготовления к 1 сентября, все школы области проходят приёмку на готовность к новому учебному году, главными в которой являются вопросы безопасности. В городском округе Воскресенск все образовательные организации и организации дополнительного образования успешно прошли проверку, всего была представлена 21 общеобразовательная организация, включая дошкольные подразделения, а также муниципальное учреждение дополнительного образования «Фантазия».

Специально созданная комиссия, состоящая из представителей администрации городского округа, Управления образования и других, оценила, насколько ком-

фортные и безопасные условия для детей создали на местах. Особое внимание было уделено материально-технической базе учреждений, антитеррористической защищённости, пожарной безопасности, соблюдению санитарно-гигиенических и медицинских правил.

Ведущие в нескольких учреждениях ремонтные работы проходят согласно запланированному графику, осуществляется контроль качества работ. Их планируется завершить до начала сентября для обеспечения качественного предоставления образовательных услуг и создания комфортных условий для обучающихся и преподавателей.

Как отметили представители комиссии, все образовательные учреждения Воскре-



сенска готовы к работе в новом учебном году, юные воскресенцы придут в обновлённые кабинеты, где им будет приятно и безопасно находиться, комфортно совершенствовать свои таланты и получать новые знания.

Источник: <https://vos-mo.ru/about/info/news/389/738086/>

ПОБЕД НА ОБНОВЛЁННОМ СТАДИОНЕ!

У любителей спорта, в частности футбола, в Воскресенске большое событие: в спорткомплексе «Горняк» микрорайона Лопатинский открылся обновлённый стадион. Выступая на церемонии открытия, глава городского округа Алексей Малкин подчеркнул важность этого объекта для региона и вручил награды отличившимся работникам физкультурно-спортивного объединения «Центр» и представителям подрядных организаций за их вклад в реализацию проекта.

«Поздравляю всех любителей спорта и профессионалов с этим значимым событием. А нашим футболистам желаю красивых голов и громких побед, пусть новый стадион станет для этого добрым предвестником!» – поздравил спортсменов с этим значимым событием глава Воскресенска Алексей Малкин.

На благоустроенном стадионе появились новое футбольное поле с искусственным покрытием, современные зрительские трибуны вместимостью более 200 мест, оборудованные скамейки для запасных игроков и судей, тёплые раздевалки для спортсменов и яркие прожекторы освещения всей площадки. Таким образом, стадион должен стать центром притяжения футбольных болельщиков не только микрорайона Лопатинский, но и всего округа.

Кроме того, в ближайшее время здесь будут обустроены универсальная спор-



тивная площадка для мини-футбола и баскетбола, площадка ГТО, беговые дорожки вокруг поля, а также вернётся на своё «историческое» место хоккейная коробка.

Церемония открытия стадиона получилась яркой, эмоциональной и оставила массу положительных эмоций как у гостей, так и у самих спортсменов, которые устроили показательные выступления по тайскому боксу и боксу. Изюминкой мероприятия стал футбольный матч между юношескими командами «Горняк» и «Гигант», который начался с символического

удара, сделанного главой города Алексеем Малкиным.

Напомним, что денежные средства на строительство стадиона спорткомплекса «Горняк» были выделены из бюджета Московской области и бюджета городского округа Воскресенск и составили более 52 млн рублей. Проект был успешно реализован благодаря государственной программе «Спорт Подмосковья».

Источник: <https://vos-mo.ru/about/info/news/385/733093/>

ОТКРЫТ АМБУЛАТОРНЫЙ ЦЕНТР ДЛЯ ОНКОБОЛЬНЫХ



На базе поликлиники № 1 Воскресенской больницы открыл свои двери Центр амбулаторной онкологической помощи, став 25-м в сети Подмосковья. Теперь около 200 пациентов из Воскресенска и Егорьевска ежедневно сможет получать здесь полный цикл диагностики и лечения, включая курс химиотерапии.

В открытии центра приняли участие и. о. заместителя министра здравоохранения Московской области Ольга Отдельнова, глава городского округа Воскресенск Алексей Малкин, главный врач Воскресенской больницы Юрий Райхман, заведующий ЦАОП Андрей Сергеев, сотрудники центра и благодарные пациенты.

«Я хочу поблагодарить губернатора Московской области Андрея Воробьёва, министерство здравоохранения региона, а также главврача больницы Юрия Райхмана за его упорство и настойчивость. Благодаря ему здравоохранение Воскресенска является флагманом во всём Подмосковье», – отметил глава городского округа Воскресенск Алексей Малкин.

ЦАОП расположен на 4-м этаже в здании поликлиники Воскресенска, там работает дневной стационар на десять коек, где пациенты будут проходить лечение, в том числе курсы химиотерапии. Также доступны КТ- и УЗИ-диагностика, маммография, флюорография, эндоскопическое обследование и лабораторная диагностика. Помимо этого, есть возможность проведения телемедицинских консультаций. Все услуги центра оказываются по полису ОМС.

Источник: <https://vos-mo.ru/about/info/news/392/735436/>

«ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс»: «Предоставляем оптимальный сервис по обеспечению предприятий различных отраслей промышленности химической продукцией»



С 1989 года компания «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» специализируется на поставке опасных грузов и выпускает химическую продукцию собственного производства для разных отраслей промышленности: пищевая, химическая, текстильная, лёгкая промышленности, энергетический и агропромышленный комплексы и др. Обладая большим опытом организации поставок химической продукции различных классов опасности и мощной технической базой, «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» гарантирует качественное и своевременное выполнение договорных обязательств, постоянно совершенствует технологические и бизнес-процессы, чтобы удовлетворить потребности самых требовательных клиентов.

На сегодняшний день компания располагает собственной железнодорожной веткой, автопарком из сорока грузовых автомобилей, оборудованных в соответствии с требованиями Европейского соглашения о международной дорожной перевозке опасных грузов, и специализированным ёмкостным парком. Производственно-складской комплекс компании вмещает в себя более 800 тонн химической продукции. К 2024 году компанией продано более 900 000 тонн химических реагентов.

В «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» заботятся о своей репутации ответственного партнёра и статусе надёжного поставщика химической продукции, поэтому придерживаются высоких стандартов качества и безопасности. Весь производственный процесс соответствует международным стандартам качества.

«ГОЛУБОЙ ОКЕАН» ПО ДОСТАВКЕ ОПАСНЫХ ГРУЗОВ БЫЛ «НАЩУПАН» ОПЫТНЫМ ПУТЁМ

Основателем компании стал Евгений Борисович Гурьяков. В 1989 году он запустил сервис по очистке теплотехнического оборудования от накипных отложений, где в качестве сырья для промывки использовалась соляная кислота. Перед молодой компанией сразу встал вопрос цивилизованной и безопасной доставки опасного груза на свои объекты. Были выработаны технические решения, позволяющие с запасом закрывать не только свои нужды, но и открывшуюся потребность рынка. Затем были поставки серной кислоты для московских тепловых электростанций, которые привели компанию на рынок поставщиков химии для производственного сектора.



Каждый год
автомобили
«ТРАНСКЕМИКЛ-
экспресс»
проезжают более
3 миллионов
километров!

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА ОПАСНЫХ ГРУЗОВ

«ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» осуществляет доставку различных химических веществ и реагентов, в том числе опасных грузов, автомобильным и железнодорожным транспортом.

Каждый год автомобили «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» проезжают более трёх миллионов километров!

Собственная железнодорожная ветка позволяет доставлять продукцию напрямую с заводов-изготовителей, расположенных в Чебоксарах, Новомосковске, Дзержинске, Стерлитамаке и других городах России и ближнего зарубежья.

Грузовые автомобили автопарка оборудованы в соответствии с требованиями Европейского соглашения о международной дорожной перевозке опасных грузов (ДОПОГ/ADR). Все автомобили и водители имеют допуск к перевозке опасных гру-



зов 5-го и 8-го классов опасности. При доставке наливной химии используются специализированные автоцистерны, ИВС-контейнеры, бочки и даже канистры для маленьких объёмов в зависимости от потребностей клиентов.

Специализированный ёмкостной парк включает 120 единиц цистерн различного объёма. Это позволяет компании оказывать уникальный сервис: доставлять жидкую химию наливом в удобном для клиентов объёме. Возможна и доставка нескольких видов химической продукции одной машиной, что положительно сказывается на стоимости. Здесь гибко подходят к запросам клиентов и привозят ровно то количество химии, которое необходимо на предприятии.

Согласно правилам перевозки опасных грузов, на груз наносится маркировка. Вся продукция имеет необходимые сопроводительные документы и сертификаты качества. По запросу клиента могут быть предоставлены дополнительные документы: паспорт безопасности или паспорт на ёмкость.

Специалисты компании осуществляют доставку химических жидкостей непосредственно до узлов приёмки продукции у заказчика, имея при себе всё необходимое оборудование для обеспечения комфортного, а главное, безопасного слива химической продукции.

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ

Компания «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» является одним из крупнейших поставщиков базовых химических продуктов по всей России. В то же время поставляемая продукция используется в качестве сырья на собственном производстве. Благодаря грамотной диверсификации бизнеса компания обеспечивает бесперебойную поставку продукции клиентам и собственную сырьевую безопасность. Поступающее сырьё проходит входной контроль в лаборатории на соответствие стандартам, а перед отгрузкой клиентам все партии проходят исходящий контроль и взвешивание.





Специализированный ёмкостной парк компании включает 120 единиц цистерн различного объёма.

В производственно-складском комплексе размещены буферные склады химии, которые вмещают в себя более 800 тонн различных кислот и щелочей, а крытый склад позволяет хранить более четырёхсот паллет с гранулированной химией.

В арсенале компании также имеется собственная котельная для поддержания нужной температуры и разогрева различных веществ. Это позволяет осуществлять перевалку и бесперебойные поставки сырья не только в летнее время, но и зимой.

На предприятии внедрена интеллектуальная система, позволяющая вести точный складской учёт хранящихся на складе реагентов в автоматическом режиме. В компании заботятся о том, чтобы постоянно развивать внутреннюю инфраструктуру, повышать производительность труда. Особое внимание уделяется химической и экологической безопасности. Так, на всех узлах слива-налива установлены специальные технологические системы собственной разработки, позволяющие исключить испарение химических веществ в атмосферу. С 2022 года на предприятии внедрена система бережливого производства.

Технологии компании позволяют минимизировать техногенные и экологические риски, снизить потребление воды и себестоимость продукта, повысить эффективность производства.

СОБСТВЕННЫЕ РЕШЕНИЯ В ОБЛАСТИ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В 2010 году компания запустила направление по реализации реагентов для водоочистки и водоподготовки.

Продуктом собственного производства компании АО «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» становится флокулянт Vettafloc, использующийся для очистки и улучшения технологических параметров воды на предприятиях широкого спектра отраслей промышленности России.

В основе данной продуктовой линейки реализованы идеи оптимизации себестоимости, свободы выбора поставщика исходного сырья с учётом его качества и эффективности рабочих характеристик флокулянтов таким образом, чтобы продукты под маркой Vettafloc всегда соответствовали высоким стандартам отрасли, в которой заказчик реализует свой бизнес, и технологическим требованиям производства.

Флокулянты Vettafloc используются в системах водоподготовки предприятий, для очистки сточных вод и оборотной воды. Технологии компании позволяют минимизировать штрафные санкции со стороны контролирующих органов, снизить потребление воды и себестоимость продукта, повысить эффективность производства.

С 2020 года начато производство линейки средств для обеззараживания и поддержания чистоты воды в бассейнах. Продукция бренда «Кемипул» сегодня успешно применяется для поддержания чистоты воды в больших муниципальных бассейнах, фитнес-центрах и спортивных комплексах, а также продаётся на мар-

кетплейсах для частного использования в дачных летних бассейнах.

В 2022 году осуществлён запуск новых для компании производственных направлений: выпуск автокосметики под брендом «Кемикар» и линейки бытовой химии «Клармит»; запущено направление по реагентным технологиям.

Команда компании находится в постоянном поиске новых возможностей и решений для своих партнёров, осваивает новые рынки сбыта и диверсифицирует производство, развиваясь вместе со своими клиентами и партнёрами.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ХИМИЧЕСКИХ РЕАГЕНТОВ

Помимо основного вида деятельности (поставка базовой химии), в «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» активно развивают и охватывают новые рынки сбыта. Сейчас компания успешно работает в таких направлениях, как химия для горного обогащения, целлюлозно-бумажная промышленность, пылеподавление.

Широкая линейка номенклатуры из более 200 позиций охватывает большой спектр операций в различных отраслях промышленности.

Пищевые производства: специалисты компании проведут предварительный анализ и выявление проблемных мест на предприятии, подберут оптимальные моющие и дезинфицирующие средства под специфику производства, настроят дозирующее оборудование и окажут технологическое сопровождение.

Горно-обогатительным комбинатам предлагаются химические реагенты, при-



меняемые в технологическом процессе обогащения руд, а также специальные составы для пылеподавления на производственных площадках.

Системы водоподготовки на различных предприятиях. Грамотно подобранные компоненты исключают выход из строя оборудования систем фильтрации и обеззараживания. Качественная работа водоподготовки определяет бесперебойную эксплуатацию котельных установок, оборотных систем охлаждения, качество конечного продукта. Благодаря подобранным решениям в очистке оборотной воды клиенты компании снижают потребление воды, минимизируют сброс сточных вод, улучшают качество оборотной воды. Специалисты компании подбирают решения для очистки сточной воды. Благодаря высокой степени очистки сточной и оборотной воды на очистных сооружениях снижается степень негативного воздействия на окружающую среду.

Производителям пива, вина и других напитков поставляются реагенты для коллоидной стойкости и фильтрации. В ассортименте компании входят эффективные фильтрующие материалы и силикагели для поддержания коллоидной стабильности напитков при хранении.

С каждым годом предприятие охватывает всё больше новых направлений работы. Уже запущена собственная линейка профессиональной моющей химии для предприятий пищевой промышленности, а также для предприятий, производящих бумагу и картон. Производятся товары широкого потребления: бытовая химия и автокосметика.

С ЗАБОТОЙ О КЛИЕНТАХ

Клиентам «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» достаточно сделать заявку – об остальном позаботятся специалисты компании. Они помогут подобрать химическую продукцию, способ её транспортировки, проконсультируют о правилах хранения и работы с опасными химическими реагентами.

Стабильные поставки химии для производства и очистных сооружений помогают клиентам компании экономить миллионы рублей, так как остановка производства на крупном заводе может дорого обойтись бизнесу.

Покупая химическую продукцию в «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» клиенты получают:

- доставку специализированным транспортом;
- разгрузку водителем с допуском к работе с опасными грузами;
- консультации по технике безопасности при работе с опасными грузами;
- широкий спектр возможностей перевозки;
- маркировку груза;
- аудит предприятия клиента;

• индивидуальный запас химии на складе компании.

Сегодня предприятие фокусируется на обеспечении спроса российских промышленников и видит в этом своё развитие. Приоритетными поставщиками сырья являются российские производители. Однако с целью расширения сети поставщиков ведутся переговоры с такими дружественными странами, как Китай, Индия и Иран.

После стремительного ухода с российского рынка финской компании, поставлявшей российским предприятиям реагенты для водоподготовки и очистки сточных вод и занимавшей значительную долю рынка, компании «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» удалось заменить финскую химию и обеспечить стабильные поставки российским клиентам. Также специалисты компании предлагают аналоги импортных продуктов ушедших с российского рынка компаний в других отраслях. Например, в целлюлозно-бумажной отрасли.

Среди клиентов компании – такие крупные корпорации, как Danone, Campina и завод «Эрманн». Один из старейших клиентов компании – московская энергетическая компания «Мосэнерго».

По версии сайта hh.ru компания входит в ТОП-200 лучших работодателей России.

И С ЗАБОТОЙ О СОТРУДНИКАХ

Одним из основных достижений компании можно считать сплочённую команду профессионалов и богатую корпоративную культуру. Компания «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» входит в ТОП-200 лучших работодателей России по версии сайта hh.ru.

Работа в «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» – это не просто выполнение обязанностей, а возможность стать частью дружной и профессиональной команды, которая стремится к успеху и развитию. На данный момент в компании работает более двухсот человек. В этом году, в связи с запуском новых направлений, было создано 50 новых рабочих мест, продолжается набор сотрудников на вакантные места.

Для сотрудников здесь создано уютное и удобное офисное пространство, совре-



менные и эргономичные рабочие места. В офисах есть зоны отдыха, где можно восстановить силы. На территории предприятия расположены тренажёрный зал, волейбольная и хоккейная площадки, а также корпоративная сауна. Дополнительно для сотрудников компания арендует корт в Фединском центре города Воскресенска и лёд в ледовом дворце «ХИМИК».

Руководство компании поддерживает стремление сотрудников к обучению и развитию, обеспечивает курсы повышения квалификации, тренинги и участие в конференциях. В компании ценят вклад каждого сотрудника в развитие и поощряют за достижения и успешные проекты. Сотрудники предприятия – одна из его главных ценностей, здесь понимают, что замотивированная команда – это мощный потенциал для дальнейшего роста и развития компании.

УСПЕХ НЕИЗБЕЖЕН!

Руководство и сплочённая команда «ТРАНСКЕМИКЛ-экспресс» не собираются останавливаться на достигнутом. Планируется расширение производственного участка по изготовлению химии для бассейнов, а также строительство нового производственного комплекса.

Приоритетные направления для развития – вывод на рынок и техническое внедрение на предприятиях сложной химической продукции, сохранение высокого уровня сервиса и обеспечение бесперебойных поставок качественных химических реагентов по всей России.

Подготовила Анна Добрынина

ЮМИ: улыбки с любовью



Стоматологическая клиника СЮМИ в Воскресенске – наглядный пример того, как точный расчёт, высокий профессионализм, самое современное оснащение, а ещё любовь и персональный подход к пациенту могут стать удачным коммерческим проектом.

Владельцы и основатели клиники, врачи-стоматологи Юрий и Ирина Марышовы смогли совместными усилиями сделать так, что скромный зубокабинет на два кресла в арендованном помещении менее чем за десять лет превратился в востребованное лечебное учреждение.

О том, что такое улыбка с любовью, как не переплатить за лечение и в чём секрет успешного и дружного коллектива, мы беседуем с супругами Марышовыми.

Юрий и Ирина учились в одной группе с первого курса в МГМСУ. Тогда и познакомились, но, пока учились в институте, а затем и в интернатуре, не было вообще никаких отношений. Закончив учёбу, разъехались: он устроился работать в Воскресенске, городе детства, она – в Балашихе. Юрию очень нравился Воскресенск – зелёный и тихий, в отличие от Москвы. Ирине тоже нравился этот город, но особенно прогулки по нему с Юрием. Она приезжала на выходные, пока однажды не осталась навсегда.

Этой осенью у семьи Марышовых юбилей: 10 лет совместной жизни. Так совпало, что в 2015 году они приняли решение открыть клинику, и в этот же год родился первый ребёнок. Сейчас детей уже трое: две девочки, 9 и 7 лет, и 2-летний мальчик.

– Ирина, Юрий, расскажите, как появилась клиника ЮМИ, какие цели вы перед собой изначально ставили?

Юрий Марышов:

– В 2015 году, поработав до этого в частных и государственных клиниках, мы вместе с супругой решили: для того, чтобы иметь возможность работать в хоро-

ших условиях, использовать материалы и оборудование, которое хочется, а не то, что предоставляют, нужно сделать рабочее место самим. Выбрали помещение, и нам очень повезло с арендатором: он смог вселить в нас уверенность, что всё получится. На тот момент у нас было накоплено около 700 тыс. рублей и одобрен кредит ещё на 1,3 миллиона рублей. Мы сели на кухне и на салфетке посчитали, что этих денег нам хватит на ремонт, оборудование и открытие клиники на два кресла. А ещё, что примерно 300 тыс. руб. нам нужно будет заработать, чтобы заплатить за аренду, зарплаты сотрудникам, материалы и кредит.

Поняли, что это нам по силам, и начали.

Ирина Марышова:

– Стати, название ЮМИ шифрует наши имена и фамилию: «Юрий – Марышовы – Ирина». Для нас ЮМИ – не просто про стоматологию, это про любовь. Любовь друг к другу и к профессии.

– Что такое современная стоматология?
Юрий Марышов:

– Когда слышишь словосочетание «со-

временная стоматология», первое, что приходит в голову: микроскопы, цифровые технологии, имплантация, элайнеры, качественные импортные материалы и инструменты, компьютерный томограф и ещё масса всевозможного современного оборудования. Это всё у нас есть, и это, в общем, банально. Главное – это то, что люди лечатся у людей, несмотря на растущее совершенство современных технологий. Ведь технологиями этими управляют всё ещё люди. Да, мы используем инновации, протоколы диагностики и лечения, но главное при этом, что сотрудники умеют слушать, понимать, сопереживать, уважать, служить достойно.

Важное значение имеет и работа в команде. Мы уделяем этому большое внимание. Поэтому в нашей бизнес-модели стоматологическая клиника должна быть большой: это когда в одной клинике работает более 20 врачей-стоматологов, столько же медсестёр и административный персонал, обеспечивающий превосходный сервис. У нас в ЮМИ работает более 60 сотрудников. Раньше я думал, что в подобных клиниках пациент переплачивает, так как в стоимость услуги «вшивается» зарплата всего персонала. Но теперь я понимаю, что только такая система позволяет нам следовать нашей главной миссии: «Организация качественной стоматологической помощи, где сотрудники и пациенты находятся в эмоциональной, финансовой и медицинской безопасности».

Большая структура позволяет организовать перекрёстный контроль качества, подсвечивать все тёмные уголки, оперативно реагировать и непрерывно улучшать, основываясь на полученном опыте.

Ирина Марышова:

– Да, и, как правило, врачи привыкли работать так: приходят на работу и расходятся по своим кабинетам. Мало общаются друг с другом, что выливается в противоречивые планы лечения, отсутствие обмена опытом. А самое плохое, что страдает пациент, который вынужден выслушивать разные мнения и потом самостоятельно их интерпретировать. Мы же в Центре Стоматологии ЮМИ создаём условия для максимальной коммуникации врачей между собой. У нас есть утренние планёрки всех сотрудников, на которых мы проводим разбор записанных на день пациентов. Проводим консилиумы, на которых любой наш доктор может собрать нужную диагностическую информацию и инициировать встречу всех необходимых специалистов – имплантолога, терапевта, ортодонта и ортопеда и т. д. – для обсуждения и составления единого плана лечения.

Юрий Марышов:

– Всё это происходит под контролем главного врача и координатора. Также

регулярно мы проводим общие собрания и обучения. Мир меняется, ускоряется, цифровизируется, и современная реальность такова, что люди всё хуже умеют общаться и взаимодействовать. Вдобавок к этому врачи, получая профессиональную деформацию, умеют хорошо «лечить диагноз», но плохо видят за этим диагнозом пациента. Это такая своеобразная защитная реакция. В ЮМИ же мы проповедуем правило: «Мы лечим не зубы, мы лечим человека». Доктор устанавливает контакт не с зубом, а с пациентом, и этому уделяется большое внимание. Думаю, это у нас получается, что и является главным конкурентным преимуществом в современной стоматологии.

– Как был сформирован коллектив, какие критерии определяют, работать специалисту в вашей команде или нет?

Юрий Марышов:

– Как я уже отмечал, сейчас наш коллектив насчитывает более 60 человек. Мы росли планомерно, можно сказать, естественным, эволюционным путём. Со временем выработалось понимание, что на самом деле приживается в коллективе тот, кто принимает наши ценности и соответствует им. Существование этих ценностей в ЮМИ помогает принимать решения в любых ситуациях. Мы просто задаём себе вопрос: «А соответствует ли это нашим ценностям?» И дальше всё просто. Если ответ «да» – работаем. Если ответ «нет» – значит, нет. Такая же философия действует и при формировании коллектива. С удовольствием поделимся этими ценностями.

Ирина Марышова:

– Были у нас реальные примеры, когда хороший специалист, которого приняли на работу потому, что он эксперт в своей области, в итоге не прижился в коллективе. Коллектив сам не принимает тех, кто не принимает наши ценности. Прививка культуры под названием «ЮМИ – улыбки с любовью» делает своё дело. Человек либо «наш», либо не сможет с нами работать.

– В вашей работе есть какие-либо ноу-хау, отличающие вас от конкурентов?

Ирина Марышова:

– Да, мы постоянно что-то внедряем, улучшаем, разрабатываем. Из недавнего могу поделиться тем, что сейчас у нас – благодаря разработанному и введённому стандарту диагностики – каждому пациенту достаточно прийти в клинику всего на один приём, к любому специалисту, чтобы получить в течение недели планы лечения, над которыми работали как минимум 3-4 доктора, а иногда и все 20 врачей в рамках общего консилиума.

Это всё равно, как если бы вы посетили всех. Но только если сделать это по отдельности, то будет гораздо дороже, не так эффективно и намного дольше.

Юрий Марышов:

– Думаю, что ещё к ноу-хау этого года можно отнести наш проект по разделению администраторов на три подразделения. Теперь у нас есть контакт-центр, там работают операторы, общаются с пациентами по телефону и в мессенджерах. Это позволило убрать эти процессы из зоны ресепшен и сфокусировать администраторов на более качественном сервисе, не отвлекаясь на звонки. Третье подразделение – это координаторы. Координатор позволяет реализовать систему взаимодействия пациента с клиникой через «одно окно». Теперь за пациентами с комплексными планами лечения закрепляется один конкретный специалист, который сопровождает пациента на всех этапах и помогает со всеми вопросами. Можно сказать, это

Ценности ЮМИ:

- Пациентоцентричность. Постоянно помним, что всё, что мы делаем, ради пациента.
- Служение и достоинство. Работа в медицинской организации подразумевает умение и желание помогать физически и морально, проявляя уважение к себе и окружающим.
- Уважение и взаимовыручка. Мы ценим, благодарим, принимаем пациентов такими, какие они есть, и помогаем – всегда, безусловно.
- Трудолюбие и вовлечённость. Мы работаем с большой отдачей и любовью. Не прячемся от труда, а идём навстречу.
- Командность. Вместе мы достигаем выдающихся результатов.
- Честность и доверие. Мы не обманываем и ничего не скрываем, прямо и откровенно выстраиваем долгосрочные и доверительные отношения.
- Рост и развитие. Мы стремимся каждый день быть лучше, чем вчера.

такое VIP-сопровождение. Координатора можно сравнить с лучшим другом пациента, который работает в клинике.

Хочу сказать, что это непростой проект для нас, так как готовых координаторов нет на рынке труда Московской области, и обучаем мы их сами. Например, мы пока единственная клиника в Воскресенске, которая готова обеспечить сервис кураторов. Многие пациенты уже дают обратную связь, насколько это для них удобно.

– Какие услуги вы предлагаете клиентам? Есть ли среди них такие, из-за которых люди обращаются именно к вам?

Юрий Марышов:

– ЮМИ – это клиника со всеми видами стоматологических услуг. В этом и есть уникальность, так как в большинстве случаев стоматологии небольших подмосковных городов – это небольшие учреждения, где не всегда есть все специалисты. Например, зуб полечат, а коронку сделать не могут. Или коронку поставят, но выровнять зубы не могут. Или выравнивают, а имплант поставить идите в другое место...

Ирина Марышова:

– В нашей философии это недопустимо. Разрушение одного зуба – это всегда комплексная проблема, и важно выявить причинно-следственные связи, чтобы не нарваться в дальнейшем снова на тот же самый результат...

Юрий Марышов:

– Да, например, разрушился зуб, восстановили его пломбой, а он опять разрушился. А почему? Потому что пломба плохая? Или, может, те же самые причины, которые и привели к его первичному разрушению? Неправильный прикус, перегрузка, патология жевательных мышц, состояние соседних зубов и взаимодействующих с ним, а может, вредные привычки пациента и неправильная, агрессивная чистка зубов?..

Именно поэтому мы исследуем состояние зубочелюстной системы комплексно, привлекая к этому процессу все стоматологические специализации.

В системе организации здравоохранения есть такой термин, как полнота лечения. Так вот: думаю, что обращаются к нам именно потому, что принцип полноты лечения реализован у нас в самом широком смысле.

Ну и конечно, важное значение имеет то, что у нас установлено уникальное швейцарское оборудование для профессиональной гигиены, производится лечение зубов под микроскопом, есть свой компьютерный томограф, широкая линейка имплантатов, в том числе и премиальные. Всё это услуги, за которыми к нам приходят.

Ирина Марышова:

– Вообще, можем с вами поделиться, что нашей осознанной бизнес-стратегией

стало создание высококласных стоматологических клиник в небольших подмосковных городах. Именно для того, чтобы у тех людей, которые хотят жить не в Москве, а в таких городах, как Воскресенск, была возможность не ехать в столицу, а в своём городе получить стоматологическую помощь, даже лучше, чем в Москве.



Почему даже лучше? Очень просто. ЮМИ – это клиника без права на ошибку. В условиях маленького города информация быстро распространяется по сарафанному радио, поэтому мы себе и не позволяем ошибки. Каждый пациент для нас на вес золота.

– От чего зависит уровень цены на ту или иную услугу? Есть ли система скидок?

Юрий Марышов:

– Может, вы сочтёте нашу методику ценообразования дилетантской, но она звучит так: мы работаем по таким ценам, при которых можем обеспечить качество оказываемых услуг и безусловно исполнять гарантийные обязательства.

Мы не ориентируемся на наших коллег, когда работаем с прайс-листом, мы ни с кем не конкурируем по цене. Для нас это бессмысленно. Хотя многие этого не понимают и часто сравнивают стоимость одинаковых услуг в разных клиниках, для нас же очевидно, что это не одно и то же...

Ирина Марышова:

– Например, установка имплантата у разных докторов в разных клиниках – это совершенно разные услуги, как огурец и помидор. Нельзя сравнивать по цене огурец с помидором, хотя и то, и то – еда, но всё же разная. Вот если бы вы купили машину определённого завода, тогда нужно выбрать того продавца, который продаёт дешевле. Ведь вы покупаете одну и ту же машину, просто у разных дилеров...

Юрий Марышов:

– Да, со стоматологическими услугами так не работает, так как тут большая составляющая, это мануальная работа конкретного доктора и его ежесекундные решения. По сути, в стоматологии вы не платите за пломбировочный материал или имплантат. Это, конечно, учитывается в ценообразовании, но большую часть цены за услугу составляют опыт, квалификация, навыки, решения врача и риски, ответственность, гарантии, организация всей клиники. Поэтому могу дать полезный совет: выбирайте клинику не по цене, а по уровню организации лечебного процесса. Не попадайте в ту ситуацию, когда скупой платит дважды.

Что касается скидок. Мы не заманиваем пациентов акциями и низкими ценами. Хотя, конечно, у нас есть некоторые социальные направления: например, постоянная скидка для пенсионеров 10% – как дань уважения старшему поколению и его поддержки, ведь благодаря им мы сейчас есть. Есть специальная цена на первую профессиональную гигиену, чтобы каждый смог попробовать доступную роскошь – чистку зубов на швейцарском оборудовании, которая в московских клиниках стоит в три раза дороже.

– Расскажите о цифровых технологиях, которые применяются в вашей клинике.

Юрий Марышов:

– Начнём с того, что вся оцифровка начинается со специальной программы, в которой работают все сотрудники и где хранится вся информация: от записи первичного телефонного разговора до написания истории болезни после приёма. Мы также ведём фотопротокол приёмов, что позволяет прямо по фото посмотреть, как лечили конкретный зуб, например, в 2018 году. Если пациент ходит ежегодно, то по фото можно анализировать, какие изменения произошли и с теми зубами, которые не лечили. Такой подход позволяет значительно повышать компетенции врачей.

Цифровые решения помогают нам в консилиумах. Например, доктора не всегда встречаются в клинике, а могут провести совещание через телемост. При этом видеть, слышать и активно участвовать. Это значительно ускоряет сам факт сбора консилиума. Кстати, некоторым иногородним пациентам мы проводим презентацию планов лечения тоже в режиме онлайн.

Что касается оборудования, в клинике сейчас два немецких интраоральных сканера, которые помогают ортопеду передавать информацию в лабораторию за одну минуту для изготовления коронки, не снимая слепки силиконовой массой, а просто сканируя. В клинике есть компьютерный томограф, на котором можно делать 3D-снимок, и это стандарт диагностики, без которого сегодня нет смысла

приступать к серьёзному лечению. Сейчас в планах – внедрение в наши протоколы диагностики и составления планов лечения искусственного интеллекта...

Ирина Марышова:

– Это программы, которые на основании рентген-снимков и сканирования помогают доктору выявить все патологии и составить план лечения. То есть пациенты ЮМИ смогут не только получить мнение врача или консилиума, а ещё и рекомендации обученного искусственного интеллекта.

Юрий Марышов:

– Думаю, об этом мы сможем рассказать вам подробнее уже в следующем году. И мы же с вами помним: технологии – это хорошо, но главное – это люди!

– Расскажите подробнее о такой услуге, как консилиум. Насколько она популярна?

Юрий Марышов:

– Сам по себе консилиум не является отдельной услугой. Консилиум существует в рамках услуги «комплексная диагностика».

Когда пациент приходит к нам с запросом сделать всё, что нужно, чтобы было хорошо и жевать, и улыбаться, то, как правило, нужно и лечить, и удалять, и протезировать... То есть нужен не один специалист, а несколько. Да ещё так, чтобы они между собой договорились, и это превратилось в конкретный фиксированный документ – план лечения.

После сбора необходимой информации о состоянии пациента координатор занимается организацией консилиума. Он согласовывает команду специалистов, создаёт специальный чат и собирает в нём всех докторов на консилиум.

Ирина Марышова:

– Некоторые консилиумы длятся более двух часов, до того момента, пока не будет составлен план лечения. Все врачи – довольно творческие личности, поэтому если нас оставить одних, то мы будем много говорить, спорить, доказывать, учить, соглашаться, и в итоге всем всё будет понятно, но только в рамках творческого порыва (*смеётся*).

Юрий Марышов:

– Именно. А для того, чтобы всё это творчество превратилось в понятные документы, планы лечения, «дорожные карты», на консилиуме присутствует координатор лечения и всё фиксирует под запись. Иногда координатор даже вынужден возвращать докторов в нужное русло, если они слишком увлеклись. Нас, врачей, вообще хлебом не корми, а дай обсудить друг с другом разные клинические кейсы и находить пути их решения.

В целом мы видим большие преимущества для пациентов, когда по их конкретному случаю собирается консилиум, это обеспечивает дополнительную безопасность от произвольного мнения одного доктора. К тому же эта система позволяет докторам развиваться и обучаться друг у друга, лучше понимать друг друга.

– Участвуете ли вы в медицинских симпозиумах, встречаетесь ли с коллегами, как происходит процесс повышения квалификации?

Ирина Марышова:

– У нас включён режим «вечные студенты». Нам нравится исследовать, выявлять лучшее, что есть, и реализовывать это в клинике. Вот недавно, например, летали в Новосибирский Академгородок,

изучали опыт одного очень талантливого человека, у которого там четырнадцать клиник.

Юрий Марышов:

– Все доктора у нас тоже много учатся. Мы это поддерживаем тем, что оплачиваем от 50% до 100% стоимости обучения. В перспективе, конечно, будем делать свой учебный центр. У многих наших докторов уже сейчас достаточно опыта, чтобы самим обучать.

– Не задумывались о развитии сети под брендом ЮМИ? Расскажите о ваших перспективных планах.

Юрий Марышов:

– Задумывались. Прямо сейчас мы делаем ремонт помещения в соседнем городе Раменское, и в начале 2025 года там будет открытие второй стоматологической клиники ЮМИ. В этом проекте стоят амбициозные цели. Клиника планируется тоже большой, там будет операционная – для лечения под наркозом и седацией. Для нас это вызов, ведь клинику в Воскресенске мы создавали постепенно, поэтапно, в течение восьми лет. Новую клинику же планируем быстрее вывести на плановые показатели и смотреть, куда двигаться дальше...

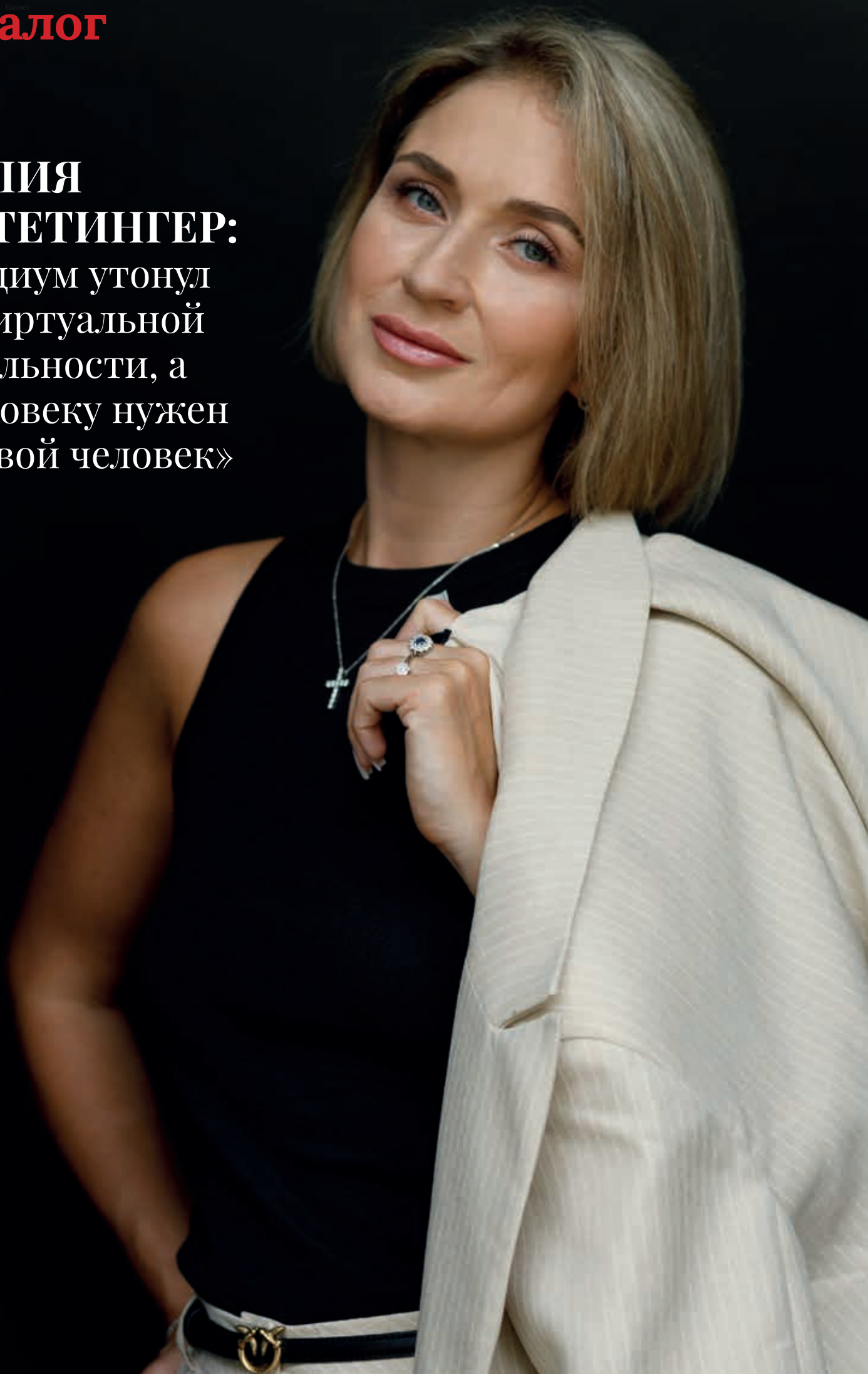
Ирина Марышова:

– А вообще, мы считаем, что ЮМИ должна быть в каждом подмосковном городе, ведь ЮМИ – это улыбки с любовью. Есть два базовых чувства – любовь и страх. В ЮМИ мы всё делаем из чувства любви, так пусть любви будет больше, чем страха!

Подготовил Вячеслав Колесников



**ЮЛИЯ
ШТЕТИНГЕР:**
Социум утонул
в виртуальной
реальности, а
человеку нужен
живой человек»



Хотите испечь что-то из разряда «пальчики оближешь»? Нарисовать такую картину, чтоб все ахнули? Сотворить своими руками эксклюзивный подарок близкому человеку – такой, какого нет больше ни у кого в мире, сто процентов «только для него»? Научиться самостоятельно решать собственные психологические проблемы? Или начать разбираться в тонкостях сортов и качеств вин? Хотите, но не умеете и не знаете, с чего бы начать? Тогда вам в Арт-студию Shtetinger workshop: Юлия Штетингер знает, как исполнить эти и многие другие ваши мечты!

– Юлия, воркшоп – формат обучающего мероприятия, которое помогает участникам получить знания и сразу применить их на практике для формирования определённых навыков. Ваша Арт-студия Shtetinger workshop («Мастерская Штетингер»), работающая в этой сфере, чем отличается от других?

– Моя мастерская – это уютное пространство в центре города Воскресенска, на базе которого проводятся различные мероприятия: мастер-классы, нетворкинги, деловые встречи, психологические тренинги, отмечаются праздники и важные события. Уникальность Shtetinger workshop состоит в дизайне и атмосфере: каждый сантиметр в помещении создавался с любовью. Изначально проект предназначался для проведения кулинарных мастер-классов под моим руководством, но практичность и удобство студии стали толчком к развитию и в других направлениях.

– Юлия, вы себя относите к перфекционистам, чему есть и доказательства: медалька в школе, юридическая академия с красным дипломом, работали в прокуратуре. И внезапно, после второго декрета, вы не выходите на работу, а начинаете печь торты на заказ? Что послужило причиной столь резкой смены деятельности и дало толчок к развитию Shtetinger workshop?

– Два декрета, последовавшие один за другим, изменили мои приоритеты. Если раньше я была сосредоточена на карьере, то с рождением двух дочерей главной ценностью стала семья. Хотелось найти себе дело, которое можно было бы совмещать с воспитанием и развитием детей. Я всю жизнь любила готовить, особенно выпечку, поэтому на второй день рождения дочки решила испечь торт сама. Опыт оказался очень удачным, а дальше, как говорится, понеслось.

– Вы проводите кулинарные мастер-классы для детей и взрослых, мастер-классы по психологии, нейрографике, флористике, создаёте картины и украшения... А нет ли в планах проводить мероприятия в онлайн-формате?

– Студия была создана для проведения именно офлайн-мероприятий, ведь живо-



го общения так не хватает людям в современном мире. Мероприятия в Shtetinger workshop нацелены не только на приобретение новых знаний и навыков, но и на расширение круга знакомств, создание новых социальных связей, обмен опытом и полезной информацией между участниками мастер-класса непосредственно, «глаза в глаза». Хотя, собственно, онлайн-мероприятия из студии ничто не мешает проводить. Просто пока это «не наш формат».

– Во время любого воркшопа присутствующие принимают активное участие в происходящем, и одна из целей – именно «растормозить» людей, спровоцировать эту активность, помочь проявить скрытые, может быть, качества. А ещё какие цели вы преследуете?

– Основная цель – «научить, показать и рассказать» как можно больше по предложенной теме. Кроме того, хочется в таком маленьком городе, как Воскресенск, соз-

дать креативную площадку с атмосферой, помогающей людям общаться, творить, развиваться, узнавать что-то новое и просто хорошо и качественно проводить свой досуг, отмечать праздники.

– Юлия, ваша мечта открыть собственную кулинарную студию сбылась. К этому вы шли целенаправленно, как и полагаются перфекционисту: отучились на кондитерских курсах, неоднократно повышали свою квалификацию у лучших кондитеров страны... Поделитесь секретом: какие качества могут помочь человеку открыть своё дело?

– Да, моя мечта сбылась: я имею своё собственное пространство, где реализую свои маленькие проекты. На мой взгляд, чтобы открыть своё дело, надо быть целеустремлённым человеком, готовым быстро принимать взвешенные решения в сложных ситуациях, постоянно расширять и улучшать свои навыки, развиваться и уметь бороться со своими страхами и сомнениями.

– По какому методу вы набираете сотрудников в свою команду?

– В команде работают мои друзья и люди, близкие мне по духу. Это люди, которые так же, как и я, относятся к делу. Все мастера и специалисты, которые проводят мероприятия в моей студии, любят своё дело всей душой и дорожат своей репутацией.

– Как поднять производительность и что для этого требуется?

– В моём случае – в рамках развития студии – увеличения производительности можно добиться через делегирование моих полномочий и усиление рекламы. Большинство мероприятий в Shtetinger workshop «завязано» на моём имени, как говорится, на личном бренде. Но в моей жизни всегда много путешествий и всевозможных дел. Поэтому приоритетом для увеличения производительности именно в рамках моего дела я считаю подготовку человека, который сможет подменять меня на всех мероприятиях в Shtetinger workshop.

– Какие ценные навыки вы приобрели с начала деятельности Shtetinger workshop?

– Я бы сказала, что открытие студии способствовало не приобретению новых навыков, а развитию имевшихся. Я человек с гипертрофированным чувством ответственности, но в процессе развития студии я поняла, что каждый человек имеет право ошибаться и каждый ошибается. Главное – уметь признать и проработать свою ошибку. С Shtetinger workshop я усилила навыки коммуникации с разными людьми, планирования и соблюдения режима.



– Какого стиля управления придерживаетесь?

– Как руководитель своего маленького бизнеса, я ценю партнёрство, всегда на связи, готова помочь и подсказать, но даю своим коллегам право на самостоятельное принятие решений.

– Какими достижениями вашей команды вы больше всего гордитесь?

– Достижением своего пространства Shtetinger workshop я считаю стабильно растущее количество мероприятий,

проходящих в стенах студии, и положительных отзывов о них. Разнообразие мастер-классов и условий их проведения – предмет моей гордости.

– Какие сложности случаются в работе?

– В жизни вообще не бывает, чтобы всё шло всегда «сладко и гладко». Наверное, самое сложное – донести до людей ценность мероприятий, проводимых в студии. Не все ещё готовы платить деньги за такое времяпрепровождение, не все понимают

порядок ценообразования того или иного мастер-класса.

– Как быть успешным в вашей команде?

– Моя команда – это я. Остальные специалисты и помощники привлекаются по мере необходимости и по запросу на то или иное мероприятие. Успех для меня – это труд, развитие и коммуникации.

– Вы отучились в самой престижной школе сомелье WineState и являетесь членом Российской ассоциации сомелье. Как вам удаётся вести сразу несколько направлений в бизнесе?

– Я по натуре очень разносторонний человек, мне нравится изучать что-то новое, а потом делиться этим с людьми. Кулинария и вино тесно связаны друг с другом, поэтому рассказать об этом мне легко и интересно. Обе сферы позволяют постоянно развиваться и совершенствоваться, что для меня очень важно.

– Каковы планы Shtetinger workshop на ближайшее будущее?

– Планирую применить свои знания о вине на практике: уже в августе состоится мой первый мастер-класс про вино с красивой дегустацией. Есть мысли про дальнейшее обучение в сфере вина и кулинарии. Я умею и люблю учиться, поэтому в моих планах всегда – развитие и расширение кругозора.

– Какой вы видите свою компанию через два года?

– Надеюсь увеличить объём и разнообразие мероприятий, которые будут проводиться в студии с моим участием или при участии привлечённых спикеров.

– Вы – счастливый человек?

– Я с уверенностью могу сказать, что я – человек счастливый, потому что рядом со мной моя семья: мама, муж, дети. Благодаря им я расту и стремлюсь быть лучше, это наполняет меня и даёт силы. Счастье для меня, когда у меня и у моих близких всё хорошо – на душе и в текущей жизни.

– Каковы пожелания нашим читателям от счастливого человека?

– Быть счастливым в современном мире нелегко: на нас ежедневно обрушивается лавина ненужной информации, которая мешает радоваться жизни здесь и сейчас. Социум утонул в виртуальной реальности, а человеку нужен живой человек, которого можно просто обнять. Вот отчасти поэтому и была создана моя студия: чтобы снова вернуться к живому человеческому общению. Желаю вашим читателям найти своих людей, свою стезю развития, свою линию жизни и наслаждаться этим каждый день!





КОНДИТЕРСКАЯ
ФАБРИКА

WWW.VOLSHEBNITSA.RU

БЕЗ САХАРА
шоколад и трюфели



реклама