

# БИЗНЕС и ВЛАСТЬ

Областной деловой журнал

№9 (90) 2018 г.

**«НАСТОЯЩИЙ  
ВОЛОГОДСКИЙ  
ПРОДУКТ»:**

15 лет на страже  
качества

**ГРИГОРИЙ  
АВЕТОВ**

о современных  
форматах  
бизнес-образования



**Денис БАУШЕВ:**

**«В РОССИИ НАСТУПАЕТ ЭПОХА  
СЕЛФ-МЕЙД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ»**

# КОМПАНИЯ «ПОЛИГРАФ-ПЕРИОДИКА»



# МЫ ПЕЧАТАЕМ ЭТОТ ЖУРНАЛ

а также:

КНИГИ | ГАЗЕТЫ | ЖУРНАЛЫ | ЛИСТОВКИ | ПЛАКАТЫ  
БЛАНКИ | БУКЛЕТЫ | БЛОКНОТЫ | ЭТИКЕТКИ  
НАКЛЕЙКИ | КАЛЕНДАРИ | УДОСТОВЕРЕНИЯ  
ПЕЧАТИ И ШТАМПЫ | ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ  
ОПЕРАТИВНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

## КОМПАНИЯ «ПОЛИГРАФ-ПЕРИОДИКА»

ВОЛОГДА, УЛ. ЧЕЛЮСКИНЦЕВ, 3

реклама

## ЖУРНАЛЬНАЯ ПРОДУКЦИЯ

*В том числе цветная, различного формата и объема, на матовой и глянцевой бумаге, с обложками ламинированными, матовой и глянцевой пленкой либо с УФ-наполнением.*

## КНИЖНАЯ ПРОДУКЦИЯ

*Включая книги и брошюры в твердом и мягком переплетах, из бумаги и переплетных материалов, с применением ламинации, УФ-лакирования и тиснения фольгой.*

## ОПЕРАТИВНАЯ ПЕЧАТЬ

*На цифровой машине, на различных видах бумаг, включая дизайнерские, с применением ламинирования и фольжения, в том числе с биговкой и пружинным переплетом.*

## КАЧЕСТВО | ПОРЯДОЧНОСТЬ | СКОРОСТЬ

8(8172) 72-15-65, 76-00-49, 72-71-11

## 5 КОЛОНКА РЕДАКТОРА

## 6 ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ

## 9 ТЕМА НОМЕРА



### 15 ЛЕТ НА СТРАЖЕ КАЧЕСТВА

Создатели и участники проекта «Настоящий Вологодский продукт» говорят о том, чем бренд им помогает в продвижении.

## 16 В2В

### УМНАЯ УПАКОВКА ДЛЯ БИЗНЕСА

Франшиза — слово, которое должно не отталкивать, а притягивать бизнес. В этом уверен герой нашей обложки Денис Баушев.

### ОТДЫХ НА ЛЮБОЙ ВКУС

Предлагает вологодский ресторанный комплекс Bellagio.

### ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Члены «Союза промышленников и предпринимателей Вологодской области» — о своем бизнесе.

## 20 ОПОРА И ПОДДЕРЖКА

### НУЖЕН КОНСТРУКТИВНЫЙ ДИАЛОГ

Бизнес-омбудсмен области Степан Ткачук рассказал о проблемах, волнующих предпринимателей, о своей работе и взаимодействии с органами власти.

### ДРУЖБА, СКРЕПЛЕННАЯ ДЕЛОМ

Вологодская делегация побывала с деловым визитом в болгарском городе Бургас.

## 24 БИЗНЕС НА ЭКСПОРТ

### ГОРИЗОНТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

Интервью с представителем «ОПОРЫ РОССИИ» в Японии предпринимателем Сергеем Семеновым.

## НАГРАДЯТ ДОСТОЙНЫХ

Лучшие экспортеры региона станут известны в декабре. Есть время подать заявку.



## 28 ЭНЕРГЕТИКА

### НАДЕЖНЫЕ ЛЮДИ

В Вологде прошел Открытый корпоративный чемпионат профессионального мастерства группы компаний «Россети» «Молодые профессионалы».

## 30 СТРАХОВАНИЕ

### 25 ЛЕТ ДОВЕРИЯ

Репортаж с юбилея Вологодского филиала компании «ВСК».

## 32 МЕХАНИКА БИЗНЕСА

### КАЧЕСТВО, ПРОВЕРЕННОЕ ВРЕМЕНЕМ

Компания «Мебельторг» большую часть продукции поставляет в другие регионы и за рубеж. Но хотела бы сотрудничать и с организациями области.

## 34 ОБРАЗОВАНИЕ

### ДАТЬ НУЖНОЕ

Областной департамент занятости населения ведет активную работу по обучению безработных. Есть ли эффект?

### ВИТАМИН КАРЬЕРНОГО РОСТА

Как выбрать учебное заведение или тренера, чтобы получить качественное дообразование?

## 36



## БОЛЬШОЕ ИНТЕРВЬЮ

### ГЕНЕРАТОР ИДЕЙ

Премьера рубрики: эксперт в своем деле развернуто отвечает на вопросы редакции. Гость — ректор школы бизнеса «Синергия» Григорий Аветов.

## ЛИЧНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ

### 40 ФИНАНСЫ

#### БЫК МЕДВЕДЮ НЕ ТОВАРИЩ

Что влияет на котировки акций крупнейших российских компаний?

### 43 БАНКОВСКИЙ ЭКСПЕРТ

#### КАК ЗАЩИТИТЬСЯ ОТ «НЕПРАВИЛЬНОЙ ПРОДАЖИ» ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ?

Центробанк комментирует появление на рынке такого феномена, как «мисселинг».

### 44 ЮРИДИЧЕСКИЙ ВОПРОС

#### РЕКЛАМНЫЙ ПОРЯДОК

Вновь разбираемся в важном для предпринимателей вопросе: чем вывеска отличается от наружной рекламы.

### 46 ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

#### ТАРГЕТИНГ: ДЕЛАЕМ РЕКЛАМУ ЭФФЕКТИВНЕЕ

Дальновидные бизнесмены стремятся освоить эффективные способы привлечения новых клиентов. Помочь им в этом могут современные телеком-технологии.

## 58 КУЛЬТУРА

### ПОЧЕРК РУБИНОЙ

Посредством телемоста вологжане встретились с известным писателем Диной Рубиной. Она рассказала много интересного.

## 62 ТУРИЗМ

### БАЙКАЛ КАК «МЕСТО СИЛЫ»

Почему знаменитое озеро стоит посетить в компании единомышленников.



## 66 ХОББИ

### В ГРЯЗИ, ДА НЕ В ОБИДЕ

Под Вологодой состоялся финал всероссийских соревнований по трофи-рейдам.

### 48 КОНСАЛТИНГ

#### НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Практические советы о том, какие навыки сегодня необходимы человеку бизнеса.

### 50 МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

#### ДЕРЖИМ КУРС НА РЕЗУЛЬТАТ

Как создать и обеспечить клиенту полное рекламное обеспечение и быть с ним «на одной волне» знают в компании «Гис4Geo».

### 52 ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

#### ЗДОРОВЬЕ ОТ ПРИРОДЫ

После модернизации открыла свои двери Вологодская областная бальнеологическая лечебница.

### 54 ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ

#### ОТКРЫТИЕ ЯПОНИИ

Что следует знать при установлении отношений с японскими бизнесменами.

### 56 ФИЛЬМОТЕКА

#### НЕЛЬЗЯ НЕ ПОСМОТРЕТЬ

Обзор фильмов, которые действительно заслуживают внимания.

### 57 КНИЖНАЯ ПОЛКА

#### ПИСАТЬ, ЧИТАТЬ, ПОНИМАТЬ

Обзор новинок, полезных для профессиональной деятельности и личностного развития.



## 68 ИЗ АРХИВА ЖУРНАЛИСТА

### ИСТОРИЧЕСКИЙ ЦУГЦВАНГ

Областная столица теряет свои памятники деревянного зодчества. Но так ли правы защитники старины, объявляя войну городским властям?

## 70 ВОПРОС-ОТВЕТ

### ВИКТОР ЧУЧИН: «Я ЗАДАЛ БЫ НЕСКОЛЬКО ВОПРОСОВ ПУТИНУ»

Экспресс-интервью с Настоящим человеком.

г. Вологда, ул. Преображенского, 28  
тел.: (8712) 520-520  
sm@lider35.ru  
vk.com/vkk\_lider35



# ВСЕ ДЛЯ СТРОЙКИ И РЕМОНТА

БОЛЕЕ **10 ЛЕТ** НА РЫНКЕ

УДОБНЫЙ И БЫСТРЫЙ **ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН**

СОБСТВЕННОЕ **ПРОИЗВОДСТВО** СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

**КВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ** ПРОДАВЦЫ-КОНСУЛЬТАНТЫ

СВЫШЕ **20 000 ПОСТОЯННЫХ** КЛИЕНТОВ

БОЛЕЕ **35 000 ТОВАРНЫХ ПОЗИЦИЙ**



## ПОСТРОИМ МЕЧТУ ВМЕСТЕ!

реклама



В этом номере есть новшества, о которых не могу не сказать. У нас появились новые рубрики, на которые стоит обратить внимание. В частности, «Большое интервью». Мы планируем приглашать в нашу гостиную людей, известных как на федеральном, так и региональном уровнях. Еще одна рубрика — «Вопрос — ответ». Предприниматели и общественные деятели теперь будут отвечать на наши вопросы в формате экспресс-интервью, формулируя свои «правила жизни». Кроме того, мы возродили две некогда постоянные рубрики, посвященные книгам и фильмам. Хочется, чтобы вы, наши читатели, не проходили мимо культурных событий, больших и не очень.

По поводу культуры есть еще одно замечание. Когда номер сдавался в печать, в областной столице состоялся XVII Всероссийский съезд органов охраны памятников истории и культуры, организованный Министерством культуры совместно с правительством региона. Каким должен быть действенный и эффективный механизм учета разносторонних интересов — современного бизнеса и поборников сохранения старины, государства и общества? Вопрос не праздный, и мы его поднимаем в рубрике «Из архива журналиста». В расчете на продолжение темы в следующем номере.

Читайте нас, мы смотрим в корень.



За содействие в проведении фотосъемки благодарим «Региональный центр поддержки предпринимательства Вологодской области».

Областной деловой журнал

# БИЗНЕС и ВЛАСТЬ

Для тех, кто принимает решения

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ  
ООО «АН-МЕДИА»

«ОБЛАСТНОЙ ДЕЛОВОЙ ЖУРНАЛ «БИЗНЕС И ВЛАСТЬ»

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ:  
ПИ № ТУ 35 00120, ВЫДАНО УПРАВЛЕНИЕМ РОСКОМНАДЗОРА  
О ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ 21 ОКТЯБРЯ 2013 ГОДА

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР  
АЛЕКСАНДР ВЕНИАМИНОВИЧ МАЛЬЦЕВ

ДИРЕКТОР  
НАТАЛЬЯ НЕСТЕРОВА

КОРРЕКТОР  
ОКСАНА ЛАБУТИНА

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ  
ЕВГЕНИЯ ГРЕБЕЛКИНА  
АЛЕКСАНДР ИЛЬИЧЕВ  
ДМИТРИЙ КАТАЕВ  
ВЛАДИМИР МАКАРОВ  
СЕМЕН МАНУЙЛОВ  
АНТОН СТАНКЕВИЧУС  
МАРИНА ЧЕРНОВА

ФОТОГРАФИИ  
АЛЕКСЕЙ СОПЕГИН  
СЕРГЕЙ ГЛАДЫШЕВ  
ДМИТРИЙ ФОМЕНКО

ДИЗАЙН  
АННА ФОМЕНКО

РЕКЛАМНЫЙ ОТДЕЛ  
ТЕЛЕФОН: (8172) 70-87-17, 72-07-91  
ТЕЛЕФОН / ФАКС: (8172) 72-07-90  
E-MAIL: REKLAMA@VOLBUSINESS.RU

ОПЕЧАТАНО  
ТИПОГРАФИЯ ООО «ПО» «ПОЛИГРАФ-ПЕРИОДИКА»,  
160001, Г. ВОЛОГДА, УЛ. ЧЕЛЮСКИНЦЕВ, 3

ТИРАЖ 5000 ЭКЗ.

ПОДПИСАНО В ПЕЧАТЬ 14 СЕНТЯБРЯ 2018 Г.  
ВЫХОД ЖУРНАЛА В СВЕТ 20 СЕНТЯБРЯ 2018 Г.

МАТЕРИАЛЫ, ОБОЗНАЧЕННЫЕ ЗНАКОМ **R**, ЯВЛЯЮТСЯ РЕКЛАМНЫМИ. ЗА ДОСТОВЕРНОСТЬ РЕКЛАМНОЙ ИНФОРМАЦИИ РЕДАКЦИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НЕ НЕСЕТ. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕРИАЛОВ ИЗДАНИЯ ВОЗМОЖНО ТОЛЬКО С ПИСЬМЕННОГО СОГЛАСИЯ РЕДАКЦИИ. ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНОЕ ИЗДАНИЕ.

ЦЕНА СВОБОДНАЯ.

АДРЕС РЕДАКЦИИ И ИЗДАТЕЛЯ:  
Г. ВОЛОГДА, УЛ. ЧЕЛЮСКИНЦЕВ, 9, ОФ. 10  
ТЕЛ.: (8172) 708-717, 720-790  
E-MAIL: REDAKTOR@VOLBUSINESS.RU

12+

WWW.VOLBUSINESS.RU БИЗНЕСИВЛАСТЬ.РФ

РАСПРОСТРАНЕНИЕ:

СУПЕРМАРКЕТЫ «ЗОЛОТОЙ КЛЮЧИК» (Г. ВОЛОГДА), СЕТЬ ДОРОЖНЫХ КАФЕ «БАРАНКА», РЕЙСЫ АВИАПРЕДПРИЯТИЯ «СЕВЕРСТАЛЬ», РЕЙСЫ ВОЛОГОДСКОГО АВИАПРЕДПРИЯТИЯ (ВСЕ НАПРАВЛЕНИЯ).

ПОДРОБНЕЕ О РАСПРОСТРАНЕНИИ ЖУРНАЛА — НА САЙТЕ VOLBUSINESS.RU. ПРОСИМ СООБЩАТЬ В РЕДАКЦИЮ О НЕПОЛУЧЕНИИ ЖУРНАЛА И ОБ ИЗМЕНЕНИИ АДРЕСНЫХ ДАННЫХ.



На обложке  
Денис БАУШЕВ,  
руководитель  
группы компаний «Масштаботер»

фотограф  
Дмитрий ФОМЕНКО

## ГДЕ СУДЬБА ЕГО ЖДЕТ



Более трехсот делегатов приняли участие в XVII Всероссийском съезде органов охраны памятников истории и культуры, прошедшем недавно в Вологде. Организаторами мероприятия выступили Министерство культуры РФ и правительство области.

В работе форума принимал участие и.о. директора департамента государственной охраны культурного наследия Минкультуры России Роман Рыбало. На съезде обсуждались вопросы проведения государственной историко-культурной экспертизы, регистрации объектов

культурного наследия в Едином государственном реестре объектов культурного наследия и внесения сведений о границах территорий объектов культурного наследия в Единый государственный реестр недвижимости.

Как и ожидалось, участники мероприятия не обошли вниманием проблемы, то и дело возникающие при подготовке проектов зон охраны объектов культурного наследия. Последний вопрос особенно актуален для Вологды с ее «резным палисадом», где с охраной культурного наследия прошлого на протяжении четверти века складывается весьма тревожная ситуация.

Продолжение темы – на стр. 70.

## ДВЕ СТОРОНЫ ОДНОЙ МЕДАЛИ

Самыми эффективными российскими регионами с точки зрения налоговой политики по итогам 2017 года стали Москва, Ханты-Мансийский автономный округ и Башкирия, следует из рейтинга РвС. В этот список также вошла и Вологодская область, она занимает 6-е место.

Как следует из доклада, успех Вологодской области принесли пересмотр налоговых льгот, развитие патентной системы налогообложения и работа с налоговой задолженностью. Правда, существует и другой рейтинг, где регион также лидирует: банкротство физических лиц, резкое сокращение малых предприятий, нежелание заниматься бизнесом и уход вологодского бизнеса в другие регионы. Наблюдатели усматривают в этих рейтингах причинно-следственную связь.



## КУРИНЫЙ ПАРИТЕТ

В региональной куриной империи опять неспокойно. На этот раз в зоне особого внимания оказалась «Шекснинская птицефабрика», лишившаяся в одночасье более 680 тыс. голов стада. Причина — отсутствие средств на закупку кормов и отключение предприятия от газоснабжения за долги в 131 млн руб.

Напомним, с ноября 2016 года имущество птицефабрики и мощности по договору хранения использует ООО «Паритет-Вятка». Эта организация — дочка фирмы «Паритет», собственниками которой являются ООО «Фобос» и ООО «Деметра». Первое из них на 51% принадлежит бывшей жене руководителя Роснефти Игоря Сечина Марине. Вторая фирма до недавнего времени принадлежала руководителю группы компаний «Арсеналь» Сергею Лобанову. Говорят, будто между партнерами пробежала черная кошка.

В прошлом году с птицефабрики «Ермаково», входящей в новоявленный холдинг, сбежал гендиректор Юрий Дудко. Его джип был обнаружен на границе России с Украиной. Говорят, что после этого у партнеров по общему бизнесу — Сечиной и Лобанова — возникли разногласия, что якобы и привело к финансовой дестабилизации птицеводческого холдинга в целом. Правда это или нет — неизвестно, но с того времени дела у птицеводов пошли по наклонной.

Теперь этим делом с подачи губернатора Олега Кувшинникова займется прокуратура, которой предстоит дать правовую оценку деятельности руководства Шекснинской птицефабрики. Кто знает, быть может, опять кому-то из топ-менеджеров бежать придется.

Больше новостей — на сайте volbusiness.ru.

## КИТАЙСКИЙ СКОРОХОД

Вполне вероятно, что в скором времени скорость доставки посылок из Китая в Москву будет осуществляться, что называется, с крейсерской скоростью.

По крайней мере, на эту мысль наводит недавнее заявление генерального директора ФГУП «Почта России» Николая Подгузова. «Если с китайской стороны поработать, то мы можем с 12–14 до 7–8 дней эти сроки сократить. Мы хотим сделать это в текущем году», — сказал руководитель, отметив при этом, что сокращение сроков будет происходить за счет доставки по территории Китая.

Эта информация особенно приятна для клиентов популярного интернет-магазина AliExpress, учитывая недавнее сообщение о том, что Alibaba Group, «МегаФон», Mail.Ru Group и Российский фонд прямых инвестиций создают совместное предприятие. AliExpress Russia задумывается как единая платформа для социальной коммуникации, игр и покупок, предоставляющая «выгодные условия ритейлерам, потребителям и интернет-пользователям России и СНГ».

## ДЕЛО БЫЛО НЕ В БОБИНЕ

В отрасли авиаперевозок назревает полномасштабный кризис. Предпосылкой этого стал резкий рост цен на авиакеросин, который подорожал по сравнению с прошлым годом на 32%.

В итоге перевозчики вынуждены ту же затягивать пояса, отказавшись от разных проектов. К примеру, по этой причине лидер авиаперевозок «Аэрофлот» отказался от ряда программ развития, в том числе цифровизации, а также вынужден поставить на социально важные, но неприбыльные дальневосточные маршруты более экономичные самолеты дочерней «России». Рост цены на билеты повлек за собой уменьшение спроса на них, компания демпингует, что в свою очередь приводит к убыткам. А тот же «Аэрофлот» недополучит 20 млрд руб. выпадающих доходов.

Вполне понятно, что эта тревожная информация нервнрует участников фондового рынка, вложивших деньги, казалось бы, в перспективные акции.

Продолжение темы о ситуации на отечественном фондовом рынке – на стр. 42.

## ДА И ПРОСТО ХОТЕЛОСЬ ПОЖИТЬ

В Госдуме разрабатывается законопроект об ограничении кредитной нагрузки россиян.

Смысл этого документа таков: на погашение всех кредитов семья должна будет направлять не более 50% совокупных доходов. Ожидается, что нововведение повлечет за собой поправки сразу к двум федеральным законам: «О банках и банковской деятельности» и «О микрофинансовых организациях».

Что и говорить, идея хороша, но возникает опасение, что действие поправок может повлечь за собой увеличение фиктивных разводов. Причину, думается, объяснять не надо.

Авиапредприятие Северсталь  
www.severstal-avia.ru

Продли лето!

РОСТОВ-НА-ДОНУ	до 15	сентября
СИМФЕРОПОЛЬ	до 12	октября
БАТУМИ	до 29	сентября
СОЧИ	до 27	октября

реклама

Реклама ООО «Авиапредприятие «Северсталь». Лицензия № ПП0135 от 31.01.13г.

## НАГРАДЫ НАШЛИ ПРИЗЕРОВ: ПОДВЕДЕНЫ ИТОГИ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭТАПА ПРОЕКТА «ПОКОЛЕНИЕ М»



Современных детей и подростков называют по-разному: «поколение Y», «поколение Z», «люди цифровой эпохи». А еще есть «Поколение М». Именно так называется онлайн-площадка компании МТС, на которой подростки со всей страны могут показать свои способности и получить признание. «Поколение М» — это 15 мастерских: от дизайна одежды до блоггинга.

28 августа, подводя итоги очередного этапа проекта и подчеркивая окончание лета, в Вологодском филиале МТС организовали торжественное награждение призеров. В этом году от нашего региона в финал прошли сразу двое – девятилетний Матвей Старостин (робототехника) и семнадцатилетняя Виктория Волкова (вокал).

Особенность проекта «Поколение М» – благотворительная основа. Все деньги, которые пользователи зачисляю в общий «банк» путем кликов, лайков и репостов в соцсетях за понравившихся конкурсантов, идут в проверенные благотворительные фонды. Счетчик уже перевалил за 16 млн руб. Так компания не только помогает молодым талантам со всей страны, но еще и дарит надежду тяжелобольным детям.

«Мы рады, что в Вологодской области не первый год появляются призеры проекта. К сожалению, пока наш регион не самый активный с точки зрения участия, — подводит итоги директор филиала МТС Владимир Шевердин. — Но я надеюсь, что успехи Вики и Матвея вдохновят других ребят на участие в новом сезоне, который стартует осенью».

## В ВОЛОГДЕ ОТКРЫЛСЯ НОВЫЙ ЦЕНТР IT-ТВОРЧЕСТВА

Наша область стала первым регионом, где начал работу центр дополнительного образования «IT-cube».

На базе детско-юношеского центра «Лидер» заработала современная площадка по развитию IT-творчества у детей и подростков. Школьники, уже обладающие базовыми навыками и умениями, будут изучать основы программирования, интернет-технологий, робототехники, виртуальной и дополненной реальности. По словам начальника департамента образования области Елены Рябовой, преподаватели и наставники здесь особые: часть из них — педагоги, прошедшие специальное обучение по своему направлению, часть — эксперты IT-компаний, которые являются партнерами проекта и работодателями («1С», «Ростелеком», образовательный проект для школьников по программированию «Яндекс.Лицей» и др.).

«Когда нам поступило предложение стать региональными партнерами проекта «IT-cube», мы сразу же выразили свое принципиальное согласие, потому что дети — это наше будущее, — рассказывает директор Вологодского филиала ПАО «Ростелеком» Андрей Ганов. — Именно им предстоит развивать цифровую «экосистему», виртуальную реальность, кибербезопасность, искусственный интеллект, интернет вещей, «Умный город», облачные сервисы». Он отметил, что компания «Ростелеком» давно и очень активно участвует в реализации многих образовательных проектов на территории Вологодской области, обеспечивая их необходимой материально-технической базой, помогая развивать технологии и внедрять инновации.



Мэр Вологды Сергей Воропанов на открытии образовательного центра сообщил: «Этот учебный год мы посвятили профориентации, и ребята, которые будут приходить сюда, смогут ближе познакомиться с IT-сферой, робототехникой. Это поможет им определиться со своей будущей профессией и реализовать себя. Благодаря поддержке губернатора Олега Кувшинникова нам удалось реализовать эту инициативу. А в будущем, когда проект реализуют и в других регионах, центры смогут взаимодействовать».



Правообладателем товарного знака в настоящее время является «Вологодский информационно-консультационный центр агропромышленного комплекса». Им выстроена система контроля качества сертифицированной продукции, которая включает в себя проверку производителей и товаров на соответствие установленным требованиям перед заключением лицензионных договоров, а также последующий контроль за качеством реализуемой продукции, отмеченной знакомым многим «зеленым знаком».

С самого начала миссией бренда стало не только олицетворение высоких показателей качества, вкуса и экологической чистоты, но и защита рынка от контрафактной продукции. «Система добровольной сертификации обслуживает только вологодских производителей, что обеспечивает полную прозрачность условий производства. Для нас открыты место производства сырья, время производства, производитель, степень соответствия качества товара вплоть до определенной партии. Также легко подвергаются проверке условия распространения, хранения и т.п., — говорит Ирина Романова, директор центра. — Товарный знак подтверждает место производства официально. Некоторые вологодские производители наносят на упаковки разные вариации фразы о вологодском происхождении продукта, но отсутствие юридического статуса такого слогана ставит их в один ряд с производителями других регионов, которые

## НА СТРАЖЕ КАЧЕСТВА: 15 ЛЕТ ИСПОЛНЯЕТСЯ ТОВАРНОМУ ЗНАКУ «НАСТОЯЩИЙ ВОЛОГОДСКИЙ ПРОДУКТ»

ТЕКСТ: ИВАН ПОПОВ

История бренда началась еще в 2002 году. Тогда при поддержке правительства области разработан знак «Настоящий Вологодский продукт». Юридический статус товарный знак приобрел 15 лет назад, в 2003 году.

69 организаций являются на сегодняшний день участниками системы добровольной сертификации «Настоящий Вологодский продукт» и пользователями соответствующего торгового знака. Свыше 3783 наименований продукции маркируются товарным знаком «НВП».

В 55 субъектов федерации вывозится продукция АПК, маркированная товарным знаком «НВП».\*

\*Все данные приведены по состоянию на 1 сентября 2018 года.



указывают вологодскую принадлежность неправомерно».

Конечно, в стране действуют различные системы добровольной сертификации, и их участниками являются многие предприятия АПК области. Рамки требований этих систем — «ГОСТ Р», «ISO», «DQS», «IQNet» и т.д. — не менее строги, чем при обязательной сертификации. Однако система добровольной сертификации «НВП» — именно региональная система, прошедшая регистрацию в соответствующих государственных органах. Она дает возможность компаниям получить сертификат соответствия требованиям, который подтверждает качество произведенной продукции на территории области.

«Сегодня в структуру системы добровольной сертификации «НВП» входят три уполномоченных сертификационных центра и две аккредитованные уполномоченные лаборатории. Это позволяет оказывать услуги по сертификации своевременно и качественно всем предприятиям, подавшим заявки, а также осуществлять инспекционный контроль», — добавляет Ирина

Юрьевна, отмечая при этом, что регистрация обозначения «Настоящий вологодский продукт» придает соответствующий правовой статус на территории не только Вологодской области, но и всей страны, что дает юридическую возможность пресечь противоправные действия других производителей по отношению к продукции вологодских производителей.

Бренд все эти годы динамично развивается: растет число участников системы сертификации, сеть фирменных магазинов и география присутствия вологодских товаров. В августе этого года стало известно, что упаковки с маркой «НВП» будут содержать единую сквозную маркировку в виде QR-кодов. По словам губернатора Олега Кувшинникова, это позволит контролировать каждый товар по всей цепочке: от производителя до поступления на прилавок.

Ну а в октябре в Вологде откроет свои двери традиционная выставка-ярмарка «Качество, проверенное временем, — «Настоящий вологодский продукт». Добро пожаловать! 9

# ИСТОЧНИК ЖИЗНИ

ТЕКСТ: ДМИТРИЙ КАТАЕВ

Компания «СтарТ-Плюс» не только эффективно ведет бизнес, но и выполняет важную социальную функцию — укрепляет здоровье жителей Вологодской области, обеспечивая их высококачественной питьевой водой.

Основанная 25 лет назад, в 1993 году, вологодская компания «СтарТ-Плюс» с 1997 года занимается производством питьевой воды «Серебряная Роса». Продукт почти сразу же завоевал огромную популярность у жителей не только Вологодской области, но и соседних регионов — покупатели полюбили эту воду за ее приятный вкус, натуральность и целебные свойства.

Цель компании «СтарТ-Плюс» — помогать людям вести здоровый образ жизни. Поэтому к поиску водных источников она отнеслась чрезвычайно ответственно. Тщательно исследовав более ста подземных месторождений Вологодской области, гидрогеологи обнаружили оптимальную по качеству воду в 10 км от города Вологды.

Именно здесь, на территории Кипелово-Вологодской возвышенности, где веками шумят нетронутые человеком березовые и сосновые леса, и были пробурены артезианские скважины №2/99 и №1/2004.

Подземная вода в этих скважинах добывается с глубины 186 метров. Просачиваясь через толщи осадочных пород, она проходит через мощный естественный фильтр и достигает водоносного горизонта скважины. От внешних воздействий она надежно защищена пластами глин, покрывающими водоносный слой сверху, благодаря чему сохраняет свою природную чистоту.

По оценкам специалистов, «Серебряная Роса» относится к группе минеральных гидрокарбонатных натриевых вод, имеет очень приятный, чуть сладковатый вкус и в оптимальной степени насыщена полезными минералами. «Ее можно как пить ежедневно, без ограничения, так и использовать для приготовления блюд», — говорит директор по маркетингу АО «СтарТ-Плюс» **Дмитрий Тарасов**. — Кроме того, она мягко оздоравливает организм,



## Природная вода

нормализует обмен веществ, укрепляет иммунитет, улучшает состояние кожи, волос, ногтей и зубов.

Продукт не подвергается какой-либо химической обработке и бутилируется в первозданном виде. Большинство процессов водоподготовки автоматизировано и проходит без участия людей. А уникальный природный состав сохраняется благодаря деликатным технологиям производства: природные фильтры (кварцевый песок и уголь из скорлупы кокосового ореха) бережно очищают воду от мельчайших частиц осадочных горных пород, окружающих скважину, а ультрафиолетовые лучи обеспечивают бактерицидный эффект.

Качество производимой продукции проверяют сразу несколько инстанций, в том числе Лабораторный центр природных и лечебных ресурсов Российского научного центра восстановительной медицины и курортологии, испытательный лабораторный центр «Центра гигиены и эпидемиологии в Вологодской области», а также собственная лаборатория по контролю качества продукции на предприятии.

«Серебряная Роса» имеет множество наград. Она завоевала уже несколько

золотых медалей в номинации «Лучший продукт» на ежегодных международных выставках «ПродЭкспо» в Москве, получила золотые медали на федеральной выставке «Вода и здоровье» и XVII международном симпозиуме «Производство безалкогольных напитков, минеральных и питьевых вод» и т.д. На ее счету также серебряные медали «XX Международного дегустационного конкурса», выставки «Покупайте российское» и других мероприятий. «Серебряная Роса» неоднократно занимала первые места на ежегодном Вологодском городском конкурсе «Мы выбираем, нас выбирают».

Предприятие «СтарТ-Плюс» сертифицировано по международной системе качества ХАССП и региональной системе «Настоящий Вологодский продукт».

«Специалисты, занимающиеся реализацией проекта «Настоящий Вологодский продукт», — это настоящие профессионалы своего дела», — отмечает генеральный директор АО «СтарТ-Плюс» **Юрий Тарасов**. — Они выполняют чрезвычайно важную и полезную работу для нашего региона. Оказывают поддержку предприятиям области и мотивируют их на производство высококачественных продуктов».



АО «СтарТ-Плюс»  
г. Вологда, ул. Предтеченская., д. 67  
Тел.: (8172) 79-51-44  
www.srosa.ru



# ДОМАШНЕЕ КАЧЕСТВО

ТЕКСТ: СЕМЕН МАНУЙЛОВ

Предприятие «Череповец-Птица» появилось в 2008 году. Небольшой цех по выпуску охлажденного куриного мяса вырос в серьезное производство и торговую сеть «Куриные дары», в ассортименте — более 60 видов продукции. Участником проекта «Настоящий Вологодский продукт» предприятие стало в 2014 году, что послужило дополнительным стимулом к развитию.

«Мы первыми начали продавать в Череповце охлажденную продукцию, а не «заморозку». Было тяжело, но мы стремились изменить ситуацию, чтобы люди поняли, что такая продукция полезнее, что ее удобнее готовить», — говорит учредитель предприятия **Эльвира Высоцкая**. — В декабре 2012 года, когда все готовилось к концу света, у нас наступила «эра колбасы» — мы запустили цех колбасной продукции и сделали нашу первую ветчину «Золотое кольцо». Она сыграла для нас, можно сказать, судьбоносную роль, поскольку сразу на нескольких конкурсах помогла взять не одну золотую медаль, в том числе «Знак качества XXI века».

В течение всей истории предприятия для производства используется только охлажденное сырье высшей категории. Поэтому, когда стало известно о бренде, объединяющем производителей полезной продукции, руководство предприятия решило присоединиться к проекту.

«На выставках оказалось, что не только мы являемся сторонниками здорового питания. Вологодская область поддерживает своих производителей с помощью бренда «НВП», объединяет их, чтобы вместе продвигать продукцию не только в регионе, но и по всей стране», — подчеркивает Эльвира Викторовна.

Сертификацию «Череповец-Птица» прошла без каких-либо трудностей — вся продукция предприятия (иногда даже в ущерб коммерческой выгоде) отличается высоким качеством и натуральностью. В связи с этим, как говорят работники, для них это скорее миссия, чем способ заработать состояние.

«Никакая логистика не позволит распространять наш товар далеко за пределы города в короткие сроки, а с выходом на длительные сроки годности мы потеряем свою изюминку и нишу полезного продукта. Так что мы локализованы в Череповце и Череповецком районе, а поставки совершаем по заявкам продавцов. Благодаря этому мы не имеем товарных остатков, порчи продукта и «просрочки». У нас не бывает скидок, но и вся продукция только самая свежая. Череповчане это ценят», — отмечает руководитель компании.

Держать марку помогает не только оборудование, но и технологии, максимально приближенные к домашнему производству. Особая гордость — печь, работающая на ольховой щепе, что придает, в отличие от «жидкого дыма», естественный темно-коричневый цвет готовому продукту.

«Пока знак «Настоящий Вологодский продукт», к сожалению, не является безусловным брендом, увидев который, потребитель

ринется покупать товары с его логотипом. Массовому покупателю нужно, чтобы было дешево и, что называется, под носом. Если цены зависят от производителей, то информационная поддержка — дело региона», — рассуждает Эльвира Высоцкая.

Но как обеспечить решение этой задачи? «Регулярные праздники «НВП» стали бы отличной поддержкой участников проекта и помогли бренду стать более узнаваемым. Это мотивирующие мероприятия, развивающие дух патриотизма к продуктам, выращенным на родной Вологодчине», — отвечает на практический вопрос руководитель. — Кстати, один такой праздник мы сами придумали и провели в прошлом году в Череповце впервые. Городские и областные власти полностью поддержали идею и приняли посильное участие».

Еще один шаг — более тесная интеграция в крупные торговые сети местного производителя. «В идеале можно сделать так: идет человек по крупному торговому центру, увидел «зеленый треугольник» и сразу же купил свежую и качественную продукцию. Перспективы проекта огромны», — уверена Эльвира Викторовна. — Помогли бы даже специализированные отделы с вывеской «Произведено на Вологодчине» в торговых центрах. Обозначить их соответствующим значком. И кто из покупателей хочет купить, условно, московскую колбасу, пройдет мимо, зато для остальных задача поиска будет облегчена».



ООО «Череповец-Птица»  
Череповецкий район,  
д. Н. Домозерово, ул. Придорожная, 4  
Тел.: +7-921-257-25-97  
куриныедары.рф



# СЛАДКИЙ И НАСТОЯЩИЙ

ТЕКСТ: ЮЛИЯ МЕДВЕДЕВА

Вот уже более 20 лет «АтАг» делает жизнь многих людей слаще в прямом смысле этого слова — шекснинская компания является одним из самых крупных в регионе производителей конфет. Сегодня здесь выпускается более 270 их наименований.



«Нам предложили стать участниками системы сертификации «Настоящий Вологодский продукт» шесть лет назад. Мы сразу же согласились. Нашей компании было несложно получить данный сертификат, потому что мы действительно являемся производителями качественного продукта. Ведь мы всегда используем максимально натуральное сырье, при этом сохраняя отличное сочетание цены и качества. К тому же у нас хорошие объемы продаж — по экспорту продовольствия мы первые в Вологодской области, — поясняет начальник отдела сбыта компании «АтАг» **Михаил Витушкин**. — Но, на мой взгляд, необходимо еще некоторое время, чтобы бренд «Настоящий Вологодский продукт» по-настоящему зарекомендовал себя, чтобы люди четко поняли, что это не просто значок какого-то качества, что это именно настоящее вологодское качество».

## Мастерская вкуса

Свое производство шекснинский завод начинал с печенья, зефира и мармелада. И лишь спустя время руководство предприятия решило начать выпуск конфет. Была разработана уникальная рецептура, и появились такие конфеты, как «Европейские», «Элегантные», «Десертные», плитки «Ассорти». Они сразу же полюбили покупателей. Затем предприятие расширило ассортимент — стало выпускать много новинок.

Сегодня, кроме множества наименований конфет, «АтАг» выпускает драже. В 2018 году вновь появился мармелад: теперь он в новом формате, и его срок годности составляет всего два месяца. Также шекснинский завод выпускает



**«Все сотрудники завода – от простых рабочих и уборщиц до менеджеров и управляющих – относятся к своей работе, как к ребенку: внимательно и с любовью».**

мюсли и уникальные безалкогольные напитки.

Специалисты «АтАга» постоянно работают над форматом выпускаемой продукции. Со временем к плиткам, сферическим и «купольным» конфетам добавились «палочки». Сегодня их выпускается три вида: «Мастерская вкуса», «Вместе вкуснее» и «Ура, пятница!».

Интересные, яркие названия — еще одна знакомая многим изюминка предприятия. «Мы первыми стали называть нашу продукцию нестандартно. Первым смелым названием у нас стал «Кочегар Петя». До этого это была конфета «Фантазия». Она вкусная, поэтому и так пользовалась большой популярностью у покупателей, а после смены названия ее продажи выросли в 2,5 раза. У нас есть такие конфеты, как «Мама Женя»: в кондитерской глазури, внутри настоящий

отборный обжаренный фундук и начинка в виде густого крема с дробленым фундуком. Также известны конфеты «Укус женщины» и «Слеза мужчины». Я считаю, что это просто верх мастерства. В них даже добавить нечего: и красиво, и вкусно, и качественно», — говорит Михаил Витушкин.

## Разворот на Восток

«АтАг» постоянно занимает первые места по объемам поставок своей продукции. Компания признана экспортером года. Уже много лет предприятие активно сотрудничает не только с российскими регионами, но и с такими странами, как Казахстан, Белоруссия, Украина (теперь ЛНР и ДНР), Азербайджан, Армения, Туркменистан, Таджикистан, Узбекистан, Эстония, Монголия. С 2016 года конфеты «АтАг» появились в

Китае, а в прошлом году их попробовали и жители Вьетнама.

«Мы экспортируем около 10% нашей продукции. Своим клиентам мы предлагаем все виды конфет, но выбор всегда за покупателем. Например, Киргизия попробовала все наши конфеты, в том числе и новинки. А есть страны, где какие-то виды продукции не подходят по формату, соответственно, они покупают



то, что им интересно», — рассказывает Михаил Витушкин.

## Ставка на качество

Качество выпускаемой продукции «АтАг» подтверждает не только фирменный знак «Настоящий Вологодский продукт», но и сертификация на территории Таможенного союза, а также результаты прохождения международных систем оценки качества.

«Мы всегда используем сырье только максимально высокого качества, насколько это возможно. Допустим, если это краситель, то он обязательно натуральный, если это добавка или ароматизатор — то же самое. Соответственно, сроки хранения наших конфет — всего полгода. В то время как у подавляющего большинства других производителей — 9–12 месяцев и более», — поясняет специалист.

По мнению руководства предприятия, система сертификации «Настоящий Вологодский продукт» способствует развитию здоровой конкуренции. И задача

местных производителей — доказать, что товар с маркой «НВП» по всем параметрам уверенно обойдет любую фирменную продукцию из других регионов.

Сладкую продукцию «АтАг» любят и сами вологжане — у них есть возможность приобрести ее в фирменных магазинах компании, которые стали активно открываться в разных городах области три года назад. Торговые точки

специалисты шекснинского завода выявили группы конфет, которые там пользуются спросом. Это грильяжные конфеты и конфеты с вафельной начинкой. Сегодня уже идут переговоры по поставке пробной партии. Если они пройдут успешно, то в ближайшее время на предприятии появится еще одна новая линия производства.

За время существования завода его производственные мощности и площади

шекснинского завода работают в Череповце, Вологде, Соколе, Кадуе, Великом Устюге, Бабаеве.

Конфеты предприятия наравне с вологодским маслом и льняными изделиями стали хорошим подарком для гостей Вологодчины, их вологжане дарят родным и близким, проживающим в других регионах и странах. «Очень приятно, когда люди уезжают куда-то в отпуск, в гости и берут с собой наши шекснинские конфеты, потому что их не стыдно подарить. Даже те, кто не ест конфеты, обязательно оценят их вкус, — убежден Михаил Витушкин. — Сеть наших торговых точек постоянно расширяется, спрос на продукцию растет. Думаю, сегодня каждый вологжанин знает наши конфеты».

## Секрет успеха

В планах компании — дальнейшее расширение производства. Предприятие уже закупило оборудование для выпуска жесткой карамели. Два года назад, проанализировав спрос на рынке Китая,

значительно выросли: к 4000 кв. м добавилось еще 5000.

Достичь такого успеха, по мнению руководства, коллективу предприятия удалось только за счет добросовестного подхода к своему делу. Ведь на каждой стадии производства: от закупки сырья до отгрузки продукции на склад осуществляется серьезный контроль. И все сотрудники завода — от простых рабочих и уборщиц до менеджеров и управляющих — относятся к своей работе, как к ребенку: внимательно и с любовью. **Р**



Компания «АтАг»  
п. Шексна, ул. Шоссейная, д. 58  
Тел.: 8 (81751) 241-50  
atag.ru

# НА СВОЕЙ ЗЕМЛЕ ХОЗЯИН

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР МАЛЬЦЕВ

Компания «Вологодская зелень» громко заявила о себе в 2016 году. Тогда ее руководитель Арман ЕРАНОСЯН был назван победителем конкурса «Молодой предприниматель России». Сейчас его организация активно развивается, и вступление в проект «Настоящий Вологодский продукт» только способствует этому.



«Я всегда мечтал заниматься шампиньонами. Дело в том, что в нашей области их никто не производит, везут из других регионов и из Китая. Здесь в лучшем случае только фасуют, — рассказывает Арман о том, почему его «Вологодская зелень» помимо выращивания пряных культур (укроп, петрушка, кинза, а также лук и пр.) занялась еще и грибами. От идеи до запуска полноценного производства прошло не более полутора лет. И вот уже в августе прошлого года на прилавках вологодских магазинов появились первые партии свежих шампиньонов, выращенных по всем правилам, в соответствии с необходимыми санитарно-гигиеническими стандартами.

«Это только кажется, что выращивать шампиньоны легко. Так думают только те, кто их нашел пару раз у себя в подвале и глубже в вопрос не вникал. На самом деле это сложный процесс, где важна каждая деталь, это синтез человеческого участия и работы современного оборудования. Но в итоге ты становишься свидетелем настоящего чуда: еще вчера белые шляпки

только появились из земли, а завтра из них уже можно приготовить вкусное блюдо», — говорил предприниматель в одном из интервью нашему изданию.

Эксперимент, на который он отважился вместе со своей командой, оказался успешным: через несколько недель после запуска производственного процесса, в августе прошлого года, первые вологодские шампиньоны поступили в продажу. И сегодня это по-прежнему единственный производитель свежих грибов в нашем регионе — его продажи только растут.

Увлечение «растительной жизнью» у Армана Ераносяна началось еще в 2012 году. Тогда они с отцом zaloжили теплицу на 80 кв. м. «У нас не было никакого стартового капитала, мы все начинали буквально с нуля. Зеленый лук, который выращивали, сдавали оптом на базы. В 2014 году вместе с производством лука начали заниматься его фасовкой», — говорит предприниматель, вспоминая былое.

Сегодня на предприятии функционируют четыре теплицы общей площадью 1300 кв. м. Они расположены в поселке Васильевское Вологодского района. Численность работников — более 20 человек. Еще 10 рабочих мест при выходе на проектную мощность обеспечило производство шампиньонов. «Вологодская зелень» сегодня — это стабильно работающее предприятие, один из крупнейших поставщиков зеленой продукции не только в магазины Вологды и Череповца, но и в соседние регионы. Благодаря высокому качеству и доступным ценам она пользуется большим покупательским спросом.

«Вологжанам — северным жителям — часто не хватает витаминов, и наша зелень, которую мы выращиваем круглый год, просто незаменима на столе любого

городского жителя», — объясняет владелец востребованность своей продукции потребителями.

«С одной стороны, «Настоящий Вологодский продукт» — это знак доверия вологжан, люди покупают такую продукцию довольно активно. С другой стороны, когда приходится работать с кафе и ресторанами, там не особо обращают внимание на этикетку. Хотелось бы, чтобы такие покупатели начали обращать на нас, местных производителей, более пристальное внимание. Нужно, чтобы вологодские рестораторы и производители местной продукции как-то объединились, более тесно сотрудничали, — говорит руководитель. — Нам невыгодно продавать товары по заниженным ценам здесь, мы вполне можем найти рынки сбыта в других регионах. Но мы хотим, чтобы вологжане и гости Вологодчины получали максимально качественный и свежий продукт местного производства здесь и сейчас». **Р**



ООО «Вологодская зелень»  
г. Вологда, пос. Васильевское  
Тел.: (8172) 58-05-25  
e-mail: vologdazelen@mail.ru



# ЗДОРОВЫЙ ВКУС

ТЕКСТ: ПАВЕЛ МИЛЮКОВ

Официальная история Череповецкого мясокомбината начинается в 1952 году, однако истоки предприятия лежат в самом начале XX века, когда в Череповце появился небольшой колбасный завод. Сегодня ЧМК обеспечивает свежей продукцией не только 300-тысячный город металлургов, но и половину Вологодчины. Добровольную сертификацию «Настоящий Вологодский продукт» предприятие прошло в 2014 году.



«Система сертификации существует уже 15 лет, однако только когда развитием бренда занялся губернатор Олег Кувшинников, началась настоящая работа с производителями. Стали проводиться встречи, позволяющие расширять рынки сбыта для участников проекта, объединяющие производителей региона. И очень вовремя, потому что сейчас на рынке сложилась ситуация, в которой лучше действовать сообща», — говорит заместитель директора ЧМК Сергей Волков.

Два-три раза в год Череповецкий мясокомбинат представляет свою продукцию на стендах Вологодской области на крупных выставках в Москве и Санкт-Петербурге.

«За счет такого объединения, как «Настоящий Вологодский продукт», по стране начинают узнавать продукцию различных отраслей нашей пищевой промышленности. Правда, что касается ЧМК, пока мы ограничены в рынках сбыта. Есть определенный сектор, за рамки которого не имеет смысла возить товар — из-за сроков его хранения. Основные сроки реализации у нас — 20-30 суток, так что тут нужна грамотная логистика. А выпускать продукты с

длительными сроками реализации — это не наш путь, — отмечает Сергей Александрович. — В Череповце нас знают и любят, оптовые склады есть также в Вологде, Тотме и Устюжне. В Бабаевском, Белозерском, Вытегорском районах работают наши партнеры, так что по статистике мы производим и реализуем 43% всей колбасной продукции, выпускаемой в регионе».

За последние годы качество продукции в системе добровольной сертификации «Настоящий Вологодский продукт» серьезно улучшилось, благодаря этому выросло и доверие к бренду, отмечает Сергей Волков: «В систему не может зайти контрафактный товар или недобросовестный производитель. За «НВП» стоит реальная организация, в которую всегда можно обратиться, которая не зависит от каких-то отдельных производителей. Чтобы заслужить доверие покупателя, нужно время, поэтому нужен постоянный контроль качества. К примеру, мы привыкли доверять вологодскому маслу. Это же не значит, что когда товар выйдет на рынок и найдет своих покупателей, его можно больше не развивать. Если качество не

контролировать, уйдет доверие покупателей, и товар просто исчезнет с рынка».

Вся продукция предприятия — свежая и качественная, сырье — в основном от местных производителей. ЧМК — одно из последних предприятий области, где ведется убой скота, поэтому многие продукты выпускаются буквально с конвейера. «Охлажденное сырье позволяет нам сохранить больше полезных веществ в конечном продукте. Мы не используем консерванты, вместо этого у нас используется специальная барьерная оболочка. В условиях хранения продукта указана температура не более +6°C, но в процессе реализации бывает всякое, поэтому мы стараемся защитить наш продукт от всех возможных факторов», — подчеркивает руководитель.

В завершение Сергей Волков добавляет: «Доверие и любовь покупателя к нашей продукции — это огромная работа, проводимая как на самом предприятии, так и в ходе реализации совместных проектов социального и экономического характера, которые осуществляются совместно с администрациями города и области. Один из таких значимых проектов — «Настоящий Вологодский продукт». **Р**



АО «Череповецкий мясокомбинат»  
Тел.: (8202) 29-60-90  
Факс: (8202) 55-54-44  
E-mail: chmk@telets.ru

# УМНАЯ УПАКОВКА ДЛЯ БИЗНЕСА

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР НЕСТЕРОВ

**«Россия сегодня — это страна огромных возможностей, мы стоим на пороге эпохи настоящего капитализма и свободы бурного развития предпринимательской деятельности», — считает Денис БАУШЕВ, руководитель группы компаний «Масштабатор», которая оказывает услуги по «упаковке» бизнеса во франшизу, аналитике внутренних бизнес-процессов и внедрению ИТ-решений. Он уверен, что в настоящее время рынок франшиз в России будет расти, и все большее число предпринимателей сделают свой выбор в пользу работы по модели франчайзинга.**



— **Денис, расскажите о вашем проекте? Почему вы выбрали «упаковку» бизнеса во франшизу в качестве приоритетного направления?**

— Мы прошли огромный путь, прежде чем начать заниматься таким сложным направлением, как франчайзинг. Этот способ развития бизнеса еще только начинает зарождаться, по сути, мы первопроходцы. Россия — страна огромных возможностей, мы стоим на пороге эпохи настоящего капитализма и свободы предпринимательской деятельности, ставшее популярным бизнес-образование еще только начинает выходить на профессиональный уровень. Именно поэтому открывать бизнес, используя опыт других людей, — это правильно и выгодно.

В нашем проекте мы видим огромную социальную миссию: это развитие предпринимательства и популяризация оказания качественных услуг, выработка современной стратегии ведения дел и масштабирование бизнеса. Я вижу развитие нашего общества, повышение качества жизни людей именно через этот

инструмент. Ведь чем больше в стране будет успешных и добросовестных компаний, тем комфортнее будет жить людям. Именно предприниматели — это люди, которые меняют мир к лучшему, делают его удобнее и позволяют обществу двигаться вперед.

— **Небольшой ликбез: что такое франшиза, в чем ее выгоды?**

— Суть франшизы и ее главное отличие от «обычного» бизнеса — это работа под брендом крупной и уже зарекомендовавшей себя на рынке компании. Приобретая франшизу, помимо бренда вы получаете готовую отработанную бизнес-модель, проверенные технологии ведения дел, опыт и поддержку на всех стадиях развития вашего бизнеса.

Кроме того, работа по модели франчайзинга позволяет вам избежать ошибок, которые непременно возникли бы, если бы вы начинали строить бизнес самостоятельно. И зачастую покупка франшизы позволяет сэкономить на открытии бизнеса, ускорить процесс его запуска и выйти на прибыль гораздо быстрее.

— **В чем уникальность ваших услуг?**

— «Масштабатор» занимается комплексной «упаковкой» бизнеса во франшизу. Мы берем действующие успешные предприятия, комплексно их оцениваем, обсуждаем план развития и затем реализуем его. В ряде случаев мы также оказываем услуги по продаже готовой франшизы через наш отдел продаж.

— **Какие бизнесы наиболее популярны для масштабирования, а какие категорически не годятся для этого?**

— С одной стороны, в любой отрасли можно найти компании, которые потенциально могут расти во франшизу, — как известные всем «Макдональдс» или «Фикс прайс». Но в каждом конкретном случае нужно разбираться индивидуально.

Дело в том, что в каждом бизнесе можно выделить две модели: общую и частную. Зачастую выходит так, что та или иная компания успешна в определенном регионе и приносит неплохую

прибыль. Владелец хочет запустить франшизу, думая, что при открытии франчайзинговых предприятий они будут показывать такой же результат. А выходит наоборот: бизнес не работает в других регионах, потому что он держался за счет частной модели: деловых связей руководителя, эксклюзивности продукта, климатических условий и других факторов, которые при масштабировании не сработали.

Мы же стараемся выявить общую модель — когда прибыльность предприятия не связана с какими-либо частными факторами, а держится на конкретных принципах привлечения клиентов, которые можно применить в другом месте.

— **На своем сайте вы указываете, что беретесь за «упаковку» не всякого бизнеса. Каким критериям должна соответствовать компания, чтобы стать вашим клиентом?**

— Мы выбираем себе не столько клиентов, сколько партнеров. Потому что процесс масштабирования бизнеса — это очень долгая и кропотливая работа, в которой задействован не один десяток специалистов. Мы хотим работать с людьми, у которых есть понимание, как работает современный бизнес, есть нацеленность на качество, есть внутреннее желание меняться. Сегодня существует пласт псевдопредпринимателей, которые ведут бизнес недобросовестно, без какой-либо социальной составляющей, грязными методами, не уважая ни себя, ни других. Таким людям мы откажем.

— **Каков алгоритм работы над «упаковкой» бизнеса? Какой этап самый ответственный?**

— Этапов в этом процессе довольно много. Если выделять основные блоки, то это полная аналитика действующего бизнеса и конкурентной среды, юридическая и бухгалтерская составляющая, техническая, маркетинговая, образовательная.

Самый ответственный этап — определить ядро франшизы. Это то, что будет являться основным элементом. То, что можно просто и быстро внедрить, чтобы вновь открывшиеся предприятия стали

успешными. Зачастую бизнес франчайзера за годы работы обрастает кучей нерентабельных услуг или товаров, ненужных сотрудников, неактуальных документов, старых коммерческих предложений и т.п. Наша задача убрать все лишнее — понять, что действительно работает.

— **Поговорим о других направлениях деятельности вашей организации. Насколько вологодские предприниматели высоко оценивают перспективы такого современного канала продвижения, как интернет-маркетинг?**

— Одной из наших компаний является «Удобный Интернет», сейчас это уже федеральная студия с представительствами в девяти городах России, с серьезным штатом разработчиков и маркетологов.

**«В нашем проекте мы видим огромную социальную миссию: это развитие предпринимательства и популяризация оказания качественных услуг, выработка современной стратегии ведения дел и масштабирование бизнеса.»**

Эту компанию мы создали, что называется, с нуля, и сейчас она является одной из ведущих в регионе среди компаний, оказывающих услуги интернет-маркетинга.

В последние годы популярность этого канала растет огромными темпами. Люди постепенно перестают смотреть телевизор; оффлайн-реклама все больше воспринимается как «белый шум», и к ней уже выработался своеобразный иммунитет; взрослеет и становится платежеспособным молодое поколение, воспитанное на интернете. Все эти факторы говорят в пользу того, что львиная доля рекламных бюджетов перетекает в интернет-пространство. Это эффективно, правильно и, что немаловажно, поддается хорошей аналитике.

— **Разработка сайтов и контекстная реклама. На что следует обратить внимание тем, кто только задумывается об использовании**

**механизмов интернет-маркетинга в продвижении своего продукта?**

— Сайты и контекстная реклама — приоритетные направления работы компании «Удобный Интернет». Она является сертифицированным агентством, одним из немногих в России (учитывая огромное количество компаний, работающих в этой отрасли).

Странно сейчас видеть успешное предприятие, у которого нет сайта и активности в сети. Поэтому вопрос выбора компании-подрядчика весьма важен. Я рекомендую обращать внимание на портфолио и кейсы работы подрядчика с конкретными клиентами, их отзывы и вообще в целом на подход к работе. Потому как псевдоэкспертов на рынке очень много, и если вы первый раз пробуете этот инструмент привлечения клиентов, велик риск ошибиться.

— **В завершение общий вопрос об использовании ИТ в продвижении бизнеса. Что сейчас в тренде?**

— Сейчас очень актуален CPA-маркетинг. CPA — «cost per action» — в переводе означает «плата за действие». Другими словами, это работа за заявки для вашего бизнеса (так называемые лиды). В традиционной рекламе вы должны анализировать рекламные источники, бюджеты, эффективность и множество других факторов. В случае с CPA вы обращаетесь к специалистам, и они вам говорят стоимость одного лида. И тогда вы точно будете знать, сколько клиентов вы получите и за какую стоимость.

К сожалению, это еще только восходящий тренд, в наш регион эти технологии только приходят. Но наша компания уже сделала первые шаги на этом рынке, и по некоторым тематикам мы готовы предложить свои услуги. **Р**

# ОТДЫХ НА ЛЮБОЙ ВКУС!

ТЕКСТ: ЕВГЕНИЯ ГРЕБЕЛКИНА

Не знаете, где провести предстоящий вечер и отдохнуть с друзьями и близкими? Ресторанный комплекс Bellagio — отличный вариант! Он подойдет как для тихого семейного ужина, так и для шумной тусовки. Также здесь можно провести деловую встречу или романтическое свидание.



Опытным и начинающим вокалистам стоит заглянуть в караоке-клуб ресторанный комплекса. Он один из лучших в Вологде! Вас, безусловно, порадует качественное оборудование, отличный звук и новый каталог песен. Для посетителей — мягкая мебель и шикарный интерьер. А чтобы композиции в исполнении гостей звучали еще лучше, в караоке-клубе работают бэк-вокалисты.

«Вологжане любят караоке и регулярно ходят к нам петь. И хочу отметить, что поют они на самом деле очень хорошо. Специально для наших посетителей мы планируем проводить караоке-баттлы. Я думаю, это будет интересно», — говорит исполнительный директор РК Bellagio **Анна Шипкова**.

Караоке-клуб уже с сентября работает со среды по субботу включительно с 20 часов и до последнего гостя. Вход для посетителей бесплатный и, что привлекает, без депозитов.

«Спасибо огромное Bellagio за отличный праздник! Отмечала там свой день рождения в широком семейном кругу. Потрясающее обслуживание и отличное меню, очень стильно оформлен зал. Повара — большие молодцы, все было приготовлено так вкусно и по-домашнему. К тому же приятно удивила цена», — делится впечатлениями посетительница караоке-клуба Ксения Павлова.

Просто поужинать можно в основном зале ресторанный комплекса. Кроме шикарных интерьеров и отличного меню он теперь радует гостей и приятными ценами. Его вместимость — до 200 человек. И опять же сюрприз для гостей — стоимость банкетов составляет от 1800 руб. с человека. При необходимости

Bellagio предоставит гостям ведущего и ди-джея.

«Зимой проводили здесь вечер встречи выпускников и бывших коллег. Мероприятие получилось очень душевным и запоминающимся. Хочу выразить слова благодарности персоналу ресторана за то, что они очень умело и тактично организовали наше обслуживание. Были учтены все наши предпочтения и пожелания. Мероприятие получилось торжественным и в то же время уютным», — еще один живой отклик от посетительницы Ольги Кошелевой.

Для веселых шумных компаний в Bellagio тоже есть отличный вариант — бар «Килт». Он уже полюбился вологжанам как прекрасная концертная площадка. Здесь всегда слышен джаз, блюз, рок, ретро. В сентябре открылся новый концертный сезон, и он обещает быть очень насыщенным. Совсем скоро бар предстанет перед гостями в обновленном виде.

Да, и в «Килте», как и в других залах Bellagio, можно вкусно покушать.

Приятная новость для гостей — теперь вам не нужно переживать, с кем оставить детей, пока вы будете отдыхать на свадьбе или другом празднике. В ресторанном комплексе появилась детская игровая комната. Она достаточно просторная и оборудована детской мебелью. Для юных посетителей Bellagio — множество игрушек. Пока родители будут отдыхать, за детьми присмотрит няня, а они смогут наблюдать за процессом с помощью своих телефонов, на которые выводится видеотрансляция из детской комнаты.

**Ресторанный комплекс Bellagio приглашает вологжан и гостей города приятно и вкусно провести время!**



## ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

ТЕКСТ: ЕКАТЕРИНА БЕЛЯЕВА



Чем живут сегодня вологодские предприятия реального сектора экономики? Мы попросили членов областного «Союза промышленников и предпринимателей» коротко поделиться опытом внедрения новых технологий, модернизации оборудования и ведения кадровой политики на предприятии.

**Геннадий ЯРОШЕНКО, генеральный директор ООО «ПК «Стандарт»:**



«Предприятие является одним из лидеров в разработке изделий для промышленной безопасности. Ключевым моментом развития компании является изобретение нашими специалистами уникального материала — фотолюминесцентной бумаги для печати планов эвакуации. В нашей работе мы, конечно же, используем множество инновационных решений как в части производства оборудования, так и в части применяемых материалов.

Так, за последнее время у нас:

- проведены испытания нового поколения огнеупорного состава, позволяющего на 12-14% уменьшить затраты и на 5-7% — время изготовления продукции;
  - произведено перепрограммирование оборудования, позволившее на 32% уменьшить время изготовления фотолюминесцентной продукции;
  - в фотолюминесцентный состав введены новые материалы, которые увеличили светоотдачу производимых нами знаков на 37%;
  - мы системно осуществляем переход с импортных материалов на отечественные аналоги и постоянно работаем над повышением качества выпускаемой продукции.
- Переподготовка кадров включает в себя обучение работе на высокопроизводительном оборудовании, а также получение работниками универсальных знаний и навыков — так, чтобы взаимозамена обходилась без потери качества и производительности.



**Павел КОМЛЕВ, генеральный директор ООО «СК Норман»:**

Мы занимаемся поставкой и монтажом различных архитектурных фасадов и подсветкой зданий, также выполняем большой комплекс строительно-монтажных работ. В каждом втором реализуемом проекте мы разрабатываем и внедряем новые технологии и конструкционные решения, будь то новые узлы крепления

фасадных элементов, инновационные материалы или футуристичные формы, задуманные архитектором. Это возможно благодаря высококвалифицированной и слаженной работе нашей команды, а парк современного оборудования, предназначенного для обработки различных материалов, позволяет реализовывать любые проекты в кратчайшие сроки.

В сфере строительства навесных фасадов в Вологде нет готовых специалистов, поэтому мы дополнительно обучаем бывших студентов ВоГУ и Вологодского строительного колледжа. Наши сотрудники регулярно посещают международные семинары, крупнейшие выставки, мастер-классы от производителей современных материалов.

**Максим СОКОЛОВ, директор ООО «Степикс»:**

«Степикс» — компания, занимающаяся производством грязе- и водозащитных модульных напольных покрытий. Мы производим их на собственном оборудовании, сами разработали формулу сырья и дизайн покрытия. Производим испытания на технические, экологические и эксплуатационные характеристики. Главные требования к продукции — это прочность, экологическая безопасность и отсутствие запаха.

Наша новая разработка — антибактериальное модульное покрытие для влажных зон. Изучив запросы различных предприятий, мы разработали технологию нанесения специального антисептического состава.

Сотрудники компании имеют опыт работы в сфере литья пластмасс под давлением на термопластавтоматах, регулярно консультируются и проходят обучение у производителей оборудования. А также регулярно, не менее двух раз в год, посещают специализированные международные и российские выставки, что позволяет поддерживать высокий уровень квалификации персонала.

«СППВО» приглашает руководителей успешных предприятий региона вступить в организацию. Это открывает новые возможности обсуждать проблемы вашего рынка на публичных площадках с участием представителей органов власти, продвигать свою продукцию и находить новых надежных партнеров по бизнесу.



## СТЕПАН ТКАЧУК: «МЕСТНАЯ ВЛАСТЬ КАК НИКТО ЗНАЕТ, КОГО СЛЕДУЕТ ПОДДЕРЖАТЬ, А КОГО НАКАЗАТЬ»

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР МАЛЬЦЕВ

**Уполномоченный по защите прав предпринимателей Вологодской области Степан ТКАЧУК в августе этого года был переназначен на очередной срок, его кандидатура была поддержана шестью авторитетными бизнес-объединениями региона. Мы попросили рассказать Степана Николаевича об основных проблемах, с которыми к нему приходят наши предприниматели, и как работает сегодня сам институт бизнес-омбудсмена.**

### Об институте

Уполномоченный по защите прав предпринимателей — относительно новый государственный правозащитный институт, сформированный в нашей стране на федеральном и региональном уровнях по предложению предпринимательского сообщества. Он выполняет роль своеобразного индикатора, выявляя имеющиеся проблемы.

Ключевые направления нашей деятельности: работа с индивидуальными жалобами, работа с системными препятствиями, мешающими развитию предпринимательства в регионе; корректировка правоприменительной практики; совершенствование нормативных правовых актов.

Отмечу, что служба уполномоченного имеет определенный авторитет и доверие у предпринимательского сообщества, подтвердила свою полезность для бизнеса и умело дополняет уже устоявшиеся традиционные правоохранные и иные структуры поддержки и защиты бизнеса. В органах власти никто не может сейчас просто так игнорировать обращения уполномоченного.

Но нужно учитывать, что полнота и эффективная реализация наших задач и полномочий напрямую зависит от квалифицированного кадрового обеспечения. В условиях постоянно меняющегося законодательства необходимы дополнительные ресурсы для анализа правоприменительной практики, выработки предложений по совершенствованию действующего

законодательства. Есть острая необходимость в привлечении в штат уполномоченного высококвалифицированных специалистов и экспертов в области права и экономики, опытных юристов. Также, полагаю, необходимо внести изменения в федеральное законодательство и расширить процессуальные права уполномоченных при судебной защите прав предпринимателей до уровня адвоката.

### О динамике обращений

Значительно уменьшилось количество обращений предпринимателей по поводу неоплаты выполненных государственных и муниципальных контрактов, жалоб на

прошлом году — обращения по налоговой проблематике. По-прежнему остаются актуальными вопросы, связанные с правоотношениями в сфере контрольно-проверочных мероприятий, нестационарной торговли, банковской сфере, сферах кадастра, земельных отношений и имущественных прав.

Жаловались предприниматели также на необоснованные запросы по предоставлению излишних документов, внедрению контрольно-кассовой техники в сельских поселениях. Есть претензии по поводу административного давления должностных лиц при проведении административных расследований в рамках

**Уровень деловой активности в районах области зависит от многих факторов, но один из главных — это заинтересованность местных руководителей. Нужен живой, конструктивный диалог власти и бизнеса.**

неправомерную оценку качества сточных вод, жалоб в связи с внедрением системы «Платон», жалоб на отказы в выдаче разрешений на строительство или ввода в эксплуатацию помещений, на списание денежных средств со счетов предпринимателей при осуществлении исполнительного производства.

Но появляется много новых по своей тематике обращений. Так, например, появились дела по обжалованию требований по возврату средств субсидий и грантов, начисления и взыскания недоимки по налогам, сборам и пеням. На первом месте в

контрольно-надзорных мероприятий. В последнее время предприниматели в жалобах указывают на бесосновательные внеплановые документальные проверки областного управления госавтодорнадзора.

### О том, что волнует больше всего

В результате деловых встреч, личных приемов, по итогам рассмотрения писем и обращений предпринимателей можно выделить пять основных проблем в развитии бизнеса:

- Высокие тарифы на услуги естественных монополий, которые ведут к росту общего уровня издержек производства.

- Засилье федеральных сетей в сфере торговли, транспорта, аптечного обслуживания вытесняет местных предпринимателей.

- Рост налога на имущество (высокая ставка) исходя из кадастровой стоимости.

- Высокий уровень налоговой и неналоговой нагрузки. Блокирование счетов предприятий.

- Излишняя отчетность и избыточность в ней информации, постоянные изменения в правилах и формах отчетности; часто изменяющиеся обязательные требования, содержащиеся в законодательстве.

Оценка показателей ведения бизнеса, к сожалению, изменяется в негативную сторону. Все больше предпринимателей оценивают положение дел как «плохое» (речь идет об оценке динамики потребительского спроса и объема прибыли предприятий — прим. ред.).

Нашей службой рассмотрено более 1,5 тыс. обращений предпринимателей, в т.ч. 471 письменная жалоба предпринимателей о нарушении их прав и более 877 устных обращений. В каждом случае даны разъяснения по существу и правовые консультации по разрешению проблем. Более чем третья часть обращений привела к положительному результату — права предпринимателей полностью или частично восстановлены.

### О местной власти и малом бизнесе

Мы ежегодно измеряем бизнес-климат на муниципальном уровне. Недавно проведенные опросы показали, что подавляющая часть анкетированных считает, что органы исполнительной власти и местного самоуправления в целом качественно выполняют требования Федерального закона «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг».

Но по моим наблюдениям местные власти предпринимают недостаточные меры по, с одной стороны, стимулированию тех, кто добросовестно работает, а с другой — по привлечению к ответственности тех, кто уходит в нелегальное поле. Ведь

### Межведомственная конференция «Право на бизнес». 19 октября. Вологда

Приглашаем предпринимателей и всех заинтересованных к участию в IV межведомственной конференции «Право на бизнес». Это экспертная площадка по организации эффективного предпринимательства, основными целями которой являются совершенствование административного и делового климата, укрепление диалога между органами власти, науки и субъектами предпринимательской деятельности.

#### Ключевые темы:

- правоприменительная практика и результаты надзора за исполнением природоохранного законодательства;
- проблемы применения и совершенствование работы системы электронной сертификации «Меркурий»;
- вопросы очередного этапа внедрения контрольно-кассовой техники.

Также в рамках конференции состоится практический семинар по проблемам кадастровой оценки, аренды и приватизации земельных участков.

**Конференция пройдет по адресу: Вологда, ул. Герцена, 2**

**Требуется предварительная регистрация по электронной почте: ZeleninaAV@gov35.ru по телефону: 8 (8172) 23-00-40**

представители местной власти как никто другой знают, кого поддержать, а кого наказать. Сейчас ситуация складывается такая, что вроде бы все знают, что делать, даже программы поддержки бизнеса почти во всех районах есть, но многие из них формальны, усечены, лишены конкретики.

Конечно, не стоит забывать, что уровень деловой активности на территории региона зависит от многих факторов, но один из главных — это заинтересованность местных руководителей, доходность граждан, активность самих предпринимателей. На местах нужен живой, конструктивный диалог, учитывающий потребности и власти, и общества, и, конечно, бизнеса.

### О контрольно-надзорной деятельности

Наши опросы показывают, что большинством респондентов не зафиксированы нарушения в сфере проведения проверок органами власти. Большая часть нарушений касается проведения проверок, не включенных в ежегодный сводный план проведения плановых проверок юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Сегодня произошла своеобразная замена — применяются различные рейды, административные расследования и иные внеплановые проверочные мероприятия.

При этом внедрение риск-ориентированного подхода бизнесмены почувствовали уже и в настоящее время. За год реформы госконтроля число плановых проверок снизилось на 44%, а 60% подконтрольных субъектов не будут включены в план проверок в дальнейшем. Но сейчас в целом по России на 450 тыс. плановых проверок приходится миллион внеплановых.

Несмотря на масштабную работу по реформированию контрольно-надзорной деятельности (в частности, внедрения реестра проверок, чек-листов, открытых публичных слушаний правоприменительной практики, возможность замены штрафов на предупреждение), за последние годы в части ликвидации избыточных, устаревших и дублирующихся требований существенно продвинулись так и не удалось. Это является основным фактором риска при переходе на риск-ориентированный подход и может свести на нет все положительные результаты реформы.

Во многих сферах контрольно-надзорной деятельности необходим не просто аудит обязательных требований, а принципиальное изменение модели ее осуществления. Хотелось бы, чтобы наши предприниматели проявляли инициативу и предлагали конкретные меры в этом плане — органы власти должны их услышать. **Р**

# ДРУЖБА, СКРЕПЛЕННАЯ ДЕЛОМ

ТЕКСТ: ПАВЕЛ МИЛЮКОВ

Во второй половине августа представительная делегация из Вологды побывала с деловым визитом в болгарском городе Бургас. В ее составе — представители администрации города Вологды, руководители малого и среднего бизнеса.

## Наша справка:

Бургас — четвертый по населению город в Болгарии. Важный культурный, экономический центр болгарского Причерноморья, а также крупный транспортный узел.

В 1960-х годах неподалеку от Бургаса был построен нефтеперерабатывающий завод с нефтехимическим комбинатом, которые принадлежат российской компании «ЛУКОЙЛ». Также имеются предприятия пищевой, текстильной, машиностроительной промышленности. Развито рыболовство. В Бургасской области — курортная зона (Солнечный Берег, Несебр), бальнеогрязевой курорт «Бургаски-Минерални-Бани».

Товарооборот предприятий Вологды с Болгарией незначителен и представлен экспортом оптических прицелов, подшипников и изделий из пластмассы. В 2017 году объем экспортных поставок в страну составил 36 тыс. долл.



**Светлана КУЛИКОВА, исполнительный директор Вологодского областного отделения «ОПОРЫ РОССИИ»:**

Основные вопросы, которые поднимались на встрече в Бургасе, — перспективы поставок продукции вологодских производителей в Болгарию. В ходе поездки мне особенно понравились две вещи: первая — наличие свободной экономической зоны, позволяющей на выгодных условиях экспортировать болгарам свою продукцию в Европу.

Нашу делегацию ознакомили с условиями вывоза товара. Вторая — промышленный парк. Удивило то, что в этом промпарке очень много желающих работать.

Вообще, там очень много малого бизнеса, где-то 80%. Много летних кафе, нестационарных торговых объектов, при этом все чисто, аккуратно. Поразило трепетное отношение к туристам, из-за которых большие строительные работы с весны до осени запрещены. В Бургасе проживают 12 тыс. русских, есть русская школа.

В составе делегации с вологодской стороны было очень интересное предприятие по деревянному домостроению, но особого интереса к домам из дерева в Болгарии нет, там традиционно строят дома из камня. А вот отделочные материалы из дерева весьма перспективны. Также возможен спрос на технологии очистки воды, поскольку в стране строится много домов с бассейнами.

Что же касается практической стороны дела, то во время поездки в Бургас я обзавелась большим количеством контактов с представителями бизнеса разных направлений. Так что с радостью поделюсь полезной информацией с теми, кто захочет наладить партнерские связи.

Начало официальным деловым контактам между Вологодой и Бургасом было положено 28 мая 2012 года — после подписания Меморандума о сотрудничестве между двумя городами. Началась реализация ряда совместных проектов. В том же году болгарская делегация ознакомилась с экономическим и туристическим потенциалом областной столицы, были проведены переговоры с вологодскими производителями. В июне 2014 года в знак установления партнерских отношений авиапредприятием «Северсталь» был открыт прямой регулярный рейс «Череповец — Бургас».

Деловая программа вологодской делегации в этом году была весьма насыщенной: встречи с болгарскими бизнесменами, которым российская сторона презентовала экономический потенциал Вологды, переговоры в формате b2b, посещение свободной экономической зоны и индустриально-логистического парка, прием в мэрии Бургаса.

Уже в середине ноября нынешнего года болгарская делегация прибудет в Вологду с ответным визитом, чтобы принять участие в круглом столе под названием «Кооперационные связи в индустрии гостеприимства».

Не лишним будет добавить, что параллельно с бизнес-миссией в Бургасе выступал вологодский музыкальный коллектив «Северная радуга», принимавший участие в фольклорном фестивале. 



Вологодское областное отделение «ОПОРЫ РОССИИ»  
Комитет по экспорту  
тел.: 8-981-500-65-84  
e-mail: opora-vologda@mail.ru

# ЖЕЛЕЗНЫЙ ХАРАКТЕР

УМНОЕ «ЖЕЛЕЗО»  
ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА



ООО «Бизнес-Софт  
Северо-Запад»



Адрес: г. Вологда,  
ул. Гагарина, д. 26



(8172) 23-10-08

## ДЕЛИКАТНЫЙ ПОДХОД

ПРОДАЖА, УСТАНОВКА И НАСТРОЙКА

- компьютерного оборудования
- оргтехники
- серверов
- облачных решений



реклама

# РОССИЯ – ЯПОНИЯ: ГОРИЗОНТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР ИЛЬЧЕВ

«Поток санкций против нашей страны заставил обратить более пристальное внимание отечественных бизнесменов в восточном направлении. С каждым годом горизонт сотрудничества между Россией и Японией все ближе и ближе», — уверен представитель «ОПОРЫ РОССИИ» в Японии Сергей СЕМЕНОВ\*, рассказавший нам об особенностях установления бизнес-отношений со страной восходящего солнца.

## Политический аспект

— За последние два года отношения России и Японии заметно потеплели. По крайней мере, лидеры двух стран регулярно встречаются для переговоров, строят планы сотрудничества.

— Да, для премьер-министра Абэ отношения с Россией являются приоритетными. Особо важен в этой теме план сотрудничества, охватывающий восемь сфер экономики: энергетику, промышленность, здравоохранение, сельское хозяйство, городскую среду, кооперацию малого и среднего бизнеса, высокие технологии, гуманитарные обмены.

Сейчас трудно сказать, что за два прошедших года произошел качественный рывок в развитии экономических отношений между нашими странами, но рост количественных показателей действительно заметен уже сейчас. А количество, как известно, должно перейти в качество. И если мы сейчас наблюдаем рост числа соглашений между преимущественно крупными компаниями двух государств, то в ближайшем будущем вполне можно рассчитывать на рост запросов по сотрудничеству со стороны малого и среднего бизнеса.

## Поможем, чем сможем

— Какую конкретно помощь может оказать «ОПОРА РОССИИ» вологодским предпринимателям,



которые задумали торговать с Японией?

— Международная деятельность общественной организации «ОПОРА РОССИИ» открывает новые возможности для малых предприятий. Работа зарубежных представительств направлена на улучшение коммуникации малых предприятий России с иностранными компаниями. Здесь можно получить исчерпывающую консультацию по вопросам ведения бизнеса в стране восходящего солнца, обрести новых партнёров, приняв участие в международных выставках. Представители «ОПОРЫ» могут оказать все услуги по выводу товара на рынок: консультации по наличию

конкурентных товаров, организации посещения выставок и организации переговоров с потенциальными покупателями и т.д.

— Подскажите, какие позиции могут быть востребованы в стране восходящего солнца: конфеты, сувениры, изделия из дерева?

— Тут надо понимать, что каждый товар имеет свои особенности, которые нужно учитывать при выходе на внешний рынок. Успех той или иной продукции во многом зависит от желания производителя и потребностей рынка.

Интересный пример из прошлого. Лидирующая японская компания по

производству кондиционеров отказалась от продаж своей продукции в СССР, так как посчитала, что в стране и так достаточно холодно. И какое было их удивление, когда домашние кондиционеры стали пользоваться ажиотажным спросом, но рынок уже заполнили их конкуренты. Поэтому никогда нельзя списывать со счетов потенциальные рынки, опираясь только на свое личное субъективное видение.

Мой совет: консультируйтесь со специалистами, изучайте рынок, доводите свой товар до совершенства, знакомьте потенциальных клиентов с особенностями своих товаров, тогда шансов на успех станет больше. Ресурсов, консультирующих по вопросам экспорта российской продукции, достаточно много: это и государственные ресурсы, и сайты коммерческих компаний, предлагающих свои услуги по экспорту. Представители «ОПОРЫ», как правило, постоянно проживают и ведут свой бизнес за границей, поэтому достаточно профессионально могут оценить перспективы товаров на зарубежных рынках, используя имеющийся опыт и актуальную информацию.

— И все-таки. Вологда может предложить подшипники, оптические изделия, удобрения, металлопродукцию. Будет ли это востребовано на рынке Японии?

— Поймите, любой товар может быть востребован, если он отвечает рыночным требованиям. Большую роль в работе по позиционированию товара на зарубежных рынках играет активность производителей в профессиональной среде — регулярное участие в специализированных мероприятиях, изучение конъюнктуры рынка, получение новой информации о производстве конкурентных товаров.

## Когда торг не уместен

— С какими проблемами сталкиваются российские бизнесмены при сотрудничестве с японскими коллегами?

— Основная проблема — различие масштабов бизнеса и особенности ведения хозяйственной деятельности. Япония — это страна, экономическую основу которой составляют корпорации. Так или иначе,



Юлия БАЛАШОВА, автор проекта «Бизнес на экспорт»:

— Информация — фундамент нашего успеха. Поэтому мы продолжаем наш проект «Бизнес на экспорт» — живое общение с торговыми представителями разных стран на разных континентах, актуальные вопросы и подробные ответы, бизнес-консультации и обмен опытом.

начиная вести дела с японской компанией, приходится вступать в экономические отношения с крупными бизнесом. Здесь-то и начинаются первые проблемы: условия по минимальным партиям, ограничения в выборе дистрибьютора для закупки товаров, высокие требования к партнеру по финансовым гарантиям.

Часто бывает так, что российская компания пытается закупить товар в Японии и не знает, что японский производитель размещает заказ на производство в китайской свободной экономической зоне. При этом все права на реализацию продукции переданы японской торговой компании, обеспечивающей продажи во всем мире.

— Объясните, почему японцы не любят торговаться?

— Японцы очень скрупулезно относятся к составлению ценового предложения, партнер может ждать цену от поставщика несколько дней. Зачастую стоимость товара определяется не во время переговоров и вовсе не лицом, представляющим японскую сторону, а руководством головной компании с учетом позиций компании-продавца на рынке и специфики условий, в которых она работает.

С моральной точки зрения для японца предложение снижения цены тоже неоднозначно: «Что это? Неуважительное отношение к партнеру, признание попытки обмана? Широкий жест по отношению к партнеру, который не может купить из-за нехватки денег?» Все это очень настораживает японских бизнесменов.

— Но почему тогда соседи-китайцы спокойно относятся к торгу и охотно идут на уступки?

— Для китайцев больше важен факт личных отношений, возможность контролировать ситуацию. Для японцев более значимы простота и эмоциональная отстраненность от денежных расчетов. Хотя подводить весь японский бизнес под общие правила нельзя. Есть достаточно примеров бойких продавцов, которые не прочь и поторговаться.

— Распространены ли в Японии криптовалюты?

— Япония — одна из первых стран, узаконившая криптовалюту, которую можно свободно покупать и продавать. При этом доходы от сделок подлежат налогообложению. Правда, криптовалюта пока не стала в Японии заметной формой платежа, но при этом объемы сделок на криптобиржах поражают воображение. К слову, в этом году хакеры украли с одной японской биржи криптовалюты на 400 млн долл. Примечательно, что администрация биржи возместила клиентам все их потери.

— И последний вопрос. Как вологодским предпринимателям наиболее удобно работать с Японией?

— Через интернет-магазины и аукционы. На сегодняшний день это самый короткий путь от производителя к потребителю и хорошая возможность упростить доступ к товару покупателя. Если продвижение товара за границей строится на презентациях и участии в выставках, то наличие такого пути продажи делает товар привлекательней для покупателя: увидел, заинтересовался, зашел на интернет-страницу и за одну минуту приобрел понравившийся продукт.

\* Сергей Семенов учился во Владивостоке, где получил специальность «страновед-историк». В Японии живет 20 лет. Начинать переводчиком. Сегодня имеет свой бизнес по продвижению в Россию биологически активных пищевых добавок (более подробно - [www.taisetsu.ru](http://www.taisetsu.ru)).

# ЛУЧШИЕ ЭКСПОРТЕРЫ РЕГИОНА СТАНУТ ИЗВЕСТНЫ В ДЕКАБРЕ

ТЕКСТ: ЮЛИЯ ПЕТУХОВА

В конце этого года в Вологде подведут итоги IV областного конкурса «Лучший экспортер года». В Дом Губернатора будут приглашены представители малого и среднего предпринимательства региона, которые реализуют свою продукцию за пределы страны.



В 2017 году лучших экспортеров обозначили сразу в нескольких сферах: в промышленном производстве, лесопромышленном комплексе, производстве пищевых продуктов, пищевом машиностроении, в мебельном производстве. Еще в одной номинации определили лучший стартап. В этом году, возможно, появятся дополнительные номинации и новые участники конкурса.

В прошлом году компания «Мебель-торг» победила в номинации «Лучший экспортер в сфере мебельного производства». Эта престижная награда — знак признания огромного вклада череповецкого предприятия в региональную экономику. По словам **Алексея Вздорова**, генерального директора компании, «для

деловых людей, занимающихся экспортными поставками продукции, это мероприятие очень важно, поскольку участие в нем представителям малого и среднего предпринимательства позволяет лучше понять местоположение в мире бизнеса. В этой связи, думаю, было бы очень правильным, если бы аудитория конкурсантов была значительно шире, чтобы было больше наград, чтобы еще большее число экспортеров имело возможность презентовать свои бизнес-проекты. Это позволило бы нам всем обмениваться дополнительной информацией по вопросам экспорта».

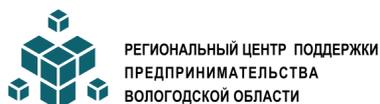
По традиции организаторами конкурса выступают департамент экономического развития области и Региональный центр поддержки предпринимательства. Планируется, что в рамках мероприятия представители бизнес-сообщества, органов власти и институтов развития обсудят новые инструменты поддержки начинающих и действующих экспортеров, озвучат мероприятия, запланированные в рамках исполнения «майского» указа президента, ориентирующего, в том числе, на увеличение доли экспорта.

ПРОЕКТ  
**БИЗНЕС**  
на  
**ЭКСПОРТ**

«Вологодская область по многим показателям занимает лидирующие позиции на Северо-Западе, растет количество предприятий малого и среднего бизнеса, которые работают с зарубежными партнерами. В основном это европейские страны, но в этом году можно отметить возросшую экспортную активность и со странами Азии. Сейчас ключевая наша задача — поддержать и помочь малым предприятиям в преодолении различных барьеров: таможенных, налоговых, маркетинговых и так далее. Для этого совместно со Школой экспорта Российского экспортного центра в течение года мы проводим для руководителей и сотрудников наших компаний специальные семинары и тренинги с привлечением столичных экспертов», — подчеркивает руководитель Центра поддержки экспорта при РЦПП **Людмила Малованина**. **БВ**

**Прием заявок на участие в конкурсе «Лучший экспортер года — 2018» начнется в октябре. Адрес электронной почты для приема заявок: [ysb35@mail.ru](mailto:ysb35@mail.ru). Вопросы по телефону: 8 (8172) 73-04-10.**

## Партнеры проекта «Бизнес на экспорт»



РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
ВОЛОГДСКОЙ ОБЛАСТИ



навигатор  
экономический дайджест  
вологодской области



ОПОРА РОССИИ  
ОБЩЕРОССИЙСКАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Вологодское областное отделение  
«ОПОРЫ РОССИИ»  
Комитет по экспорту  
тел.: 8-981-500-65-84  
e-mail: [opora-vologda@mail.ru](mailto:opora-vologda@mail.ru)



FM 106.9  
РАДИО



БИЗНЕС  
и ВЛАСТЬ  
Вологодская область  
деловое издание  
экономической сферы  
региона



ЛОГАСОФТ

**«ОПОРА РОССИИ» приглашает  
принять участие в международных мероприятиях**

**25 сентября. Москва, отель Holiday Inn**



Встреча с представителями тайского бизнеса. Основное направление — продукты для здоровья, масла и другие тайские натуральные ингредиенты.

**3 октября. Париж**



**Форум «Выход на российский рынок и инструменты поддержки малых и средних предприятий».**  
Организаторы: Торговое представительство России во Франции, Международный отдел «ОПОРЫ РОССИИ».

**6–8 ноября. Потсдам**



**Круглый стол «ОПОРЫ РОССИИ» и Российско-Германской Внешнеторговой палаты по сотрудничеству бизнеса двух стран в рамках XI «Российско-Германской сырьевой конференции».**

**20 ноября (ориентировочно). Прага**



**Заседание Российско-Чешской межправительственной комиссии по экономическому, промышленному и научно-техническому сотрудничеству (председатель российской части МПК — Денис Мантуров, министр промышленности и торговли РФ).**

**26–27 ноября. Лондон**



**IV Российско-британский бизнес-форум.**  
В 2018 году форум посвящен продвижению высокотехнологичного экспорта, цифровизации экономики и расширению торговли услугами.

**26–29 ноября. Шеньжень**



**Бизнес-форум по малому и среднему предпринимательству стран АТЭС.**  
Организаторы: Китайская ассоциация МСП, Международный отдел «ОПОРЫ РОССИИ» и представители организации в Пекине и Шеньжене.

реклама

# НАДЕЖНЫЕ ЛЮДИ

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР НЕСТЕРОВ

В конце августа в областной столице прошел Открытый корпоративный чемпионат профессионального мастерства группы компаний «Россети» «Молодые профессионалы» по методике WorldSkills, который проходил на базе Учебного центра «Энергетик».



Столь масштабные соревнования проходили в Вологде впервые и сразу на двух площадках: непосредственно в учебном центре и на полигоне «Энергетик». В чемпионате приняли участие более пятидесяти представителей дочерних обществ группы компаний «Россети». Кроме МРСК Северо-Запада на чемпионат своих лучших молодых специалистов, главных инженеров и начальников служб направили компании «Ленэнерго», «Янтарьэнерго» и «РН-Северная нефть» (структурное подразделение «Роснефти»). Представители нескольких крупных компаний-производителей энергооборудования выступили в качестве экспертов.

Чемпионат проводился с 20 по 24 августа по трем компетенциям: «Эксплуатация кабельных линий электропередачи», «Обслуживание и ремонт оборудования релейной защиты и автоматики»

и «Интеллектуальная система учета электроэнергии».

Соревнования «Молодых профессионалов» является мероприятием, направленным на подготовку высококвалифицированных и востребованных на рынке труда специалистов-энергетиков. Кроме того, он призван популяризировать и укрепить престиж профессий энергетической отрасли.

«ПАО «Россети» уделяет огромное внимание обучению персонала, и тот девиз, который у нас есть, — «Надежные сети — надежные люди» — мы подтверждаем сегодня здесь, в Вологде, — отметил при подведении итогов мероприятия начальник отдела технических решений Департамента оперативно-технологического управления компании «Россети», главный эксперт чемпионата Сергей Петров. — Беспрецедентный случай в этом году — по стандартам WorldSkills мы на пяти

площадках проводим отборочные туры — это Краснодар, Екатеринбург, Вологда, Москва и Ростов-на-Дону. Этот третий этап оценен представителями WorldSkills Russia очень высоко. Благодаря всех участников, экспертное сообщество, и, конечно, организаторов».

В свою очередь, представитель WorldSkills Russia, руководитель проектов по развитию новых компетенций и работе с промышленностью Инесса Стеклова также поприветствовала участников и победителей соревнований: «Можно сказать, что в наших чемпионатах уже прошел экватор, и это очень важно, так как мы стремимся к тому, чтобы каждые соревнования проходили на достойном уровне. Спасибо всем, кто был задействован в этом грандиозном событии. Надеюсь, что участники получили максимум пользы и удовольствие от обмена опытом».

**ЧОУ ДПО «УЦ «Энергетик»** — корпоративная образовательная организация ПАО «МРСК Северо-Запада». Центральный офис учебного центра располагается в г.Вологда, а три его подразделения функционируют в городах Великий Новгород, Архангельск и Петрозаводск. Ежегодно более 5 000 человек становятся слушателями учебного центра. На учебном полигоне организованы и проведены порядка 35 соревнований профессионального мастерства персонала филиалов ПАО «МРСК Северо-Запада», филиалов АО «Оборонэнерго» и др. компаний энергетической отрасли.

**ПАО «Межрегиональная распределительная сетевая компания Северо-Запада»** (входит в группу компаний «Россети») — крупнейшая электросетевая компания Северо-Западного федерального округа. Территория обслуживания — 1,4 млн кв. км с населением около 5,8 млн человек. Общая протяженность воздушных и кабельных линий электропередачи составляет 175 тыс. км. Количество подстанций 35 кВ и выше, состоящих на балансе, — 1 172 шт., установленная мощность силовых трансформаторов подстанций составляет 19,03 тыс. МВА. В компании работает 14,8 тыс. сотрудников.

**Публичное акционерное общество «Российские сети» (ПАО «Россети»)** является одной из крупнейших электросетевых компаний в мире. Компания управляет 2,29 млн км линий электропередачи, 480 тыс. подстанций трансформаторной мощностью более 751 ГВА.

Победителям чемпионата в Вологде по каждой из профессиональных компетенций теперь предстоит защищать честь своих компаний на национальном чемпионате сквозных рабочих профессий высокотехнологических отраслей промышленности по методике worldskills (worldskills hi-tech), который пройдет в Екатеринбурге в ноябре текущего года. **Р**



В рамках деловой программы Чемпионата организован Урок по профориентации для учащихся школ г. Вологды, 8-11 классы, «Рабочие профессии в электросетевом комплексе»





# 25 ЛЕТ ДОВЕРИЯ

ТЕКСТ: ИВАН ПОПОВ

Торжественный вечер по случаю юбилея Вологодского филиала ВСК состоялся в ресторанном комплексе «Bellagio» в августе. Коллектив компании основательно подготовился к приему гостей, продумав разнообразную и интересную программу вечера.

Поздравить сотрудников пришли более 100 клиентов и партнеров — представители крупнейших предприятий и организаций региона, в том числе банков, лизинговых компаний и автосалонов. В своих выступлениях все гости отмечали долгосрочные доверительные взаимоотношения с филиалом и клиентоориентированность сотрудников ВСК.

Заместитель губернатора Эдуард Зайнак от имени губернатора Олега Кувшинникова вручил благодарственное письмо и поздравил коллектив филиала со знаменательной датой, отметив большие заслуги компании в формировании и развитии страхового рынка области.

Заслуженное уважение и авторитет Вологодского филиала ВСК как надежного, социально ответственного партнера организаций и жителей Вологды подчеркнул в поздравительном письме мэр города Сергей Воропанов.

Вологодский филиал ВСК входит в пятерку крупнейших страховых компаний области по итогам первого полугодия этого года, занимает лидирующие позиции на рынке автострахования каско с долей по региону — 22%, страхования грузов — 41%, страхования имущества юридических лиц — 19%. За 2017 год сборы Вологодского филиала ВСК составили 359 миллионов рублей.

Надежность компании регулярно подтверждают ведущие российские и международные эксперты. С 2001 года рейтинговое агентство «Эксперт РА» ежегодно присваивает ВСК наивысший уровень надежности по российским стандартам, а международное агентство Fitch Ratings с 2016 года поддерживает

рейтинговую оценку «ВВ-». Кроме того, аналитический центр НАФИ присвоил в 2017 году компании «Знак качества», высоко оценив уровень клиентского сервиса и доступность услуг ВСК.

В числе стратегических целей САО «ВСК» — войти в пятерку крупнейших страховщиков по сборам в России



до 2020 года, повысить доходность, внедрить новые технологии и сервисы. Об этом неоднократно говорил председатель Совета директоров компании Сергей Цикалюк.

А решать эти задачи будет, в том числе, и Вологодский филиал, у которого за плечами значительный опыт работы на рынке, ресурсы для эффективной работы, а главное — хорошая репутация, авторитет у бизнес-партнеров и их доверие. **Р**



1. Елена Николаевна Береснева (директор Дивизиона Блок управления продажами САО «ВСК») с сотрудниками Вологодского филиала САО «ВСК».

2. Процесс чеканки юбилейной монеты, посвященной 25-летию «ВСК».

3. Елена Береснева, Иван Колесов (директор Вологодского филиала САО «ВСК»), Эдуард Зайнак (заместитель Губернатора Вологодской области) с супругой.

4. Оксана Петрова (руководитель Череповецкого отделения Вологодского филиала САО «ВСК»), Сергей Амосов (заместитель директора филиала - руководитель Центра корпоративного страхования Вологодского филиала САО «ВСК»), Наталья Усенко (исполнительный директор центра корпоративного страхования Вологодского филиала САО «ВСК»).

5. Роман Демидов (руководитель Центра операционного контроллинга Блока операционного сопровождения САО «ВСК»), Елена Береснева, Андрей Узкий (руководитель Центра розничного страхования Вологодского филиала САО «ВСК»).

6. Наталья Варзунова (клиентский менеджер АО «Сбербанк Лизинг»), Максим Дегтярев (Директор подразделения Управления продаж в региональном подразделении г. Вологда ОАО «ВЭБ-лизинг»), Светлана Оленчева (исполнительный директор центра корпоративного страхования Вологодского филиала САО «ВСК»).

7. Михаил Цветков (директор ООО «Лизинговая Компания «ЦФМ») с супругой, Илья Попов (финансовый директор АО Группа компаний «Вологодские лесопромышленники») с супругой.

8. Эдуард Зайнак и Иван Колесов.



**ВСК** СТРАХОВОЙ ДОМ

Вологодский филиал ВСК  
г. Вологда, ул. Зосимовская, 22  
Тел./факс: (8172) 56-33-00  
E-mail: vologda@vsk.ru  
vsk.ru

# «МЕБЕЛЬТОРГ»: КАЧЕСТВО, ПРОВЕРЕННОЕ ВРЕМЕНЕМ

ТЕКСТ: АНДРЕЙ СЫЧЕВ

В этом году одно из крупнейших мебельных предприятий России — ООО «Мебельторг» (ранее — ООО «Северсталь-Мебель») — отмечает 25 лет. В юбилейный год мы попросили рассказать об истории создания компании, ее настоящем и планах на будущее генерального директора Алексея ВЗДОРОВА.



— Алексей Дмитриевич, расскажите, как все начиналось?

— 24 ноября 1993 года генеральным директором ОАО «Северсталь» был подписан приказ об организации мебельного производства на комбинате. В Италии было закуплено специальное оборудование: трубогибочные станки с ЧПУ, линии покраски, упаковки и автоматической резки.

Выбор в пользу итальянского оборудования и технологий был не случаен. В то время именно мебельщики Италии во многом определяли «погоду» на мировом мебельном рынке. Ключевыми особенностями нового проекта стали большая производственная мощность и применение перспективной технологии окраски металлической мебели порошковыми красками.

Эти особенности вместе с наличием качественного сырья для производства мебели (тонкостенные стальные трубы) и близостью к крупнейшим регионам потребления послужили объективными предпосылками для зарождения предприятия как лидера отрасли.

Первоочередной задачей мебельного производства стало обеспечение потребностей ЧерМК в качественной и недорогой мебели. Со временем, по мере расширения ассортимента наша продукция заслужила признание практически во всех регионах России и за ее пределами. С момента образования производства стали завязываться партнерские отношения с зарубежными клиентами, в частности с известной фирмой «Икеа», чей владелец Ингвар Кампрад в ходе своего визита в Череповец высоко оценил качественный уровень выпускаемой продукции.

— Почему изменилось название компании?

— Новейшая история предприятия началась в 2013 году. Оно было куплено частными инвесторами, тогда и произошло переименование в ООО «Мебельторг». Решение о продаже предприятия в «Северстали» назревало давно, т.к., с одной стороны, мебельный бизнес не был профильным для металлургического холдинга и, соответственно, не получал от комбината ресурсы для развития и внимания к своим проблемам. С другой стороны, работа в составе огромной структуры накладывала многочисленные ограничения на правила ведения бизнеса, не давала быть адаптивнее на рынке и быстрее проводить необходимые изменения.

Некоторое время после смены акционеров предприятие училось жить и работать в условиях открытого рынка без какой-либо поддержки со стороны «большого брата». Было не просто, однако во второй половине 2016 года с приходом на предприятие новой управленческой команды дела резко пошли в гору. Уже в 2017 году наше предприятие в условиях стагнации отечественного мебельного рынка смогло на 20% увеличить объемы производства и продаж продукции. Были заключены и выполнены в полном объеме крупные контракты на поставку мебели с Coca-Cola, Sun In Bev, «Балтикой», АО «Тандер», Амурский ГПЗ, а также Министерством обороны РФ и другими организациями. Причем тот факт, что компания стала базовым поставщиком мебели для Кубка конфедераций по футболу в 2017 году и Чемпионата мира по футболу в 2018 году, говорит о высоком качестве и привлекательном дизайне мебели производства «Мебельторг».

— Какова линейка вашей продукции?

— На сегодняшний день она включает в себя более 500 моделей мебели: кровати, столы, стулья, секции стульев, ортопедические основания и прочее. Помимо мебели на металлокаркасе, в прошлом году мы освоили производство корпусной мебели из ЛДСП, планируем и далее развивать это направление.

Особое внимание уделяем разработке новых видов продукции для силовых структур, медицинских, образовательных, муниципальных и спортивных учреждений, кафе, ресторанов, строительного сектора. Мы постоянно расширяем ассортимент выпускаемой продукции, совершенствуем существующие модели и разрабатываем новые, чтобы охватить максимально широкий круг клиентов и иметь возможность сделать нашим заказчикам предложение о комплексном обеспечении мебелью. Кроме серийных моделей, предприятие изготавливает мебель и по индивидуальным проектам.

— Дважды — в 2016 и 2017 годах — ваша компания становилась победителем региональных конкурсов в номинации «Лучший экспортер в

сфере мебельного производства». Что для вас означают эти победы?

— Это результат планомерной и кропотливой работы всего коллектива предприятия и знак признания нашего вклада в региональную экономику.

Для предприятий, занимающихся поставками продукции на экспорт, такое мероприятие, как «Экспортер года», очень важно, поскольку участие в нем позволяет представителям малого и среднего предпринимательства лучше понять свое местоположение в мире бизнеса.

В этой связи отмечу, что было бы очень правильным, если бы аудитория конкурсантов была шире, было больше номинаций, чтобы еще большее число экспортеров имели возможность презентовать свои бизнес-проекты. Причем под экспортом есть смысл понимать не только экспорт за пределы России, но и экспорт за пределы

«В настоящее время более 99% поставок «Мебельторг» выполняет за пределы Вологодской области, включая страны СНГ, Евросоюза и Азии».

Вологодской области. Это особенно важно для начинающих экспортеров, которым значительно проще сначала организовать поставки в другие регионы РФ и страны СНГ, где меньше различий в применяемых стандартах, меньше языковых, культурных барьеров и финансовых рисков.

В настоящее время более 99% поставок «Мебельторг» выполняет за пределы Вологодской области, включая страны СНГ, Евросоюза и Азии. Мы бы хотели и в нашем родном регионе обеспечивать мебелью муниципальные и региональные учреждения, но, к сожалению, действующая система распределения местного госзаказа не обеспечивает должный уровень информирования поставщиков.

— Как «Мебельторг» продвигает свой продукт?

— Для продвижения мы активно используем интернет-ресурсы, в частности корпоративный сайт Mebel.net и отраслевые выставки. В 2017 году компания выставляла свою продукцию на нескольких выставках в России и на крупнейшей в мире мебельной выставке International Möbel Messe в Кельне, где прошли

переговоры о сотрудничестве с крупнейшими французскими и немецкими торговыми сетями. В ноябре нынешнего года планируем вновь принять участие в отраслевой выставке «МЕБЕЛЬ 2018» в Москве, которая ежегодно становится главным событием мебельного рынка в России.

— Существует ли секрет успеха компании?

— Если говорить о секретах успеха компании, то главное — это отнюдь не уровень применяемого оборудования и технологий, они, увы, быстро устаревают. Залогом успеха любой фирмы являются ее сотрудники. Сотрудники, позволяющие компании развиваться быстрее конкурентов, оперативно разрабатывать и выводить на рынок новые виды продукции, правильно прогнозировать рыночные тренды и формировать спрос. Наш основной капитал

именно люди и их компетенции. И нас очень радует, что он прирастает год от года.

— Что в планах?

— В этом году предприятие разменяло четверть века — срок немалый, он говорит о жизнеспособности предприятия и правильности выбранной стратегии развития. В юбилейный год компании также есть чем гордиться — помимо реализации нескольких серьезных статусных проектов по поставке мебели, мы планируем сохранить темп роста не ниже 20%.

От имени редакции журнала «Бизнес и Власть» желаем всему трудовому коллективу компании дальнейших успехов для процветания родного региона и нашей страны. **Р**

 mebel.net  
эстетика металла

г. Череповец,  
ул. Рыбинская, 24, корпус А  
Тел.: (8202) 54-10-54  
mebel.net

# ДАТЬ НУЖНОЕ

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР МАЛЬЦЕВ

Профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование — одна из самых актуальных тем, волнующих сегодня и работодателей, и учебные заведения, и профильные органы власти.

«Дополнительное профобразование превратилось в безобразное существо, — говорит Людмила Жукова, генеральный директор ЧОУ ДПО «Институт переподготовки и повышения квалификации». — Количество учебных центров, которые в буквальном смысле бомбардируют Вологодскую область, — более 200. Учат все кому не лень». По ее словам, из-за сильной конкуренции на рынке возникает демпинг, и идет настоящая «торговля документами об образовании». «Профессиональную переподготовку (объем программы не менее 250 часов) пройти и получить диплом предлагается за четыре дня! Да и какой квалификацией обладает преподаватель, работающий за 50 руб. в час (если он там вообще есть)?» — возмущается руководитель, указывая на несовершенство законодательства, которое, с одной стороны, позволяет «кошмарить» добросовестные образовательные организации, а с другой — при проведении конкурсных процедур ставит их в неравные условия с фирмами-однодневками.

В департаменте труда и занятости населения области видят ситуацию иначе. «Отбор образовательных организаций для профессионального обучения безработных граждан идет в соответствии с ФЗ №44 «О контрактной системе». В банк данных образовательных организаций, осуществляющих обучение безработных граждан в соответствии с заключенными государственными контрактами, входят техникумы, колледжи, частные образовательные организации, имеющие лицензии



## Наиболее востребованные профессии в 2018 году\*

Водитель автомобиля или спецтранспорта, повар, продавец, электрогазосварщик, парикмахер, частный охранник, машинист (кочегар) котельной, слесарь по ремонту автомобилей, станочник деревообрабатывающих станков, электромонтер по ремонту и обслуживанию электрооборудования. Также очень востребовано сейчас повышение квалификации по прикладным программам «1:С».

Наибольшую потребность в специалистах со средним профобразованием испытывают такие отрасли (группы специальностей), как машиностроение; техника и технологии наземного транспорта; техника и технологии строительства; сельское, лесное и рыбное хозяйство.

Что касается специалистов с высшим образованием, то они требуются в строительстве; электроэнергетике и электротехнике; агроинженерии; эксплуатации транспортно-технологических машин; ИТ; теплоэнергетике и теплотехнике.

\*Данные департамента труда и занятости Вологодской области.

на право ведения соответствующей образовательной деятельности».

Почему контракты заключаются по результатам электронных аукционов (где главным критерием отбора является цена), а не конкурса (где учитывается опыт работы организации, ее репутация, компетентность преподавателей и т.д.), в департаменте не пояснили. Но отметили, что по результатам недавно проведенных опросов слушателей курсов переподготовки подавляющее большинство респондентов (94,8%) выразило удовлетворение и благодарность по поводу организации профобучения.

«Основным показателем эффективности профессионального обучения безработных граждан является их трудоустройство после завершения обучения,

— добавляют в ведомстве. — Так, из числа граждан, завершивших профобучение в 2017 году, трудоустроены 98,1%. По предварительной оценке показатель уровня трудоустройства безработных граждан в текущем году составит не менее 98% от числа завершивших профобучение... В настоящее время Вологодская область обеспечена трудовыми ресурсами. Устойчивое сохранение потребности в трудовых ресурсах на уровне 543 тыс. человек ежегодно свидетельствует о равновесном влиянии долгосрочных социально-экономических факторов».

Тема дополнительного образования требует дальнейшего освещения. Просим читателей присылать в редакцию свои отзывы и предложения.

# ВИТАМИН КАРЬЕРНОГО РОСТА: КАК ВЫБРАТЬ УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР

ТЕКСТ: АЛЕНА ЖУКОВА, ИНСТИТУТ ПЕРЕПОДГОТОВКИ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

В России много учебных и тренинговых центров, которые предлагают широкий спектр услуг в сфере дополнительного образования и переподготовки. На что ориентироваться, если назрела необходимость «заточить пилу»?

Чтобы ответить на этот вопрос, мы провели опрос среди 40 клиентов нашего института. В результате составили «портрет» достойной образовательной организации.

Первый шаг — ответьте себе на вопрос: почему вы решили учиться. Нужна новая профессия? Расширение бизнеса? Приобретение особых навыков? Повторение уже давно изученного материала? Заряд энергией? Новые деловые знакомства?

Если цель — вместо юриста работать арбитражным управляющим, значит нужно искать серьезный лицензированный центр. Обращайте внимание на требования к желаемой профессии. Многие из них, помимо знаний, требуют вступления в СРО, сдачи дополнительных экзаменов и т.д. Если цель — повысить свой профессиональный уровень, значит ищите компанию, программы которой заточены под ваш профиль. Если же цель — быстро получить ответы на вопросы, найдите лучших спикеров по нужному направлению и изучите их расписание. В достойных центрах параллельно с длительными курсами проходят одно-, двухдневные семинары.

Если есть желание поработать напрямую с тренером/преподавателем и освоить современную профессию (интернет-маркетолог, SMM-специалист и т.д.), стоит заглянуть в большие сообщества вроде WEBSARAFAN и попросить рекомендации там. Не стесняйтесь писать тренеру напрямую по электронной почте или в соцсетях. Известные спикеры или их ассистенты легко идут на контакт. Приведу пример. Пару лет назад я читала книгу Евгения Жигилия «Мастер звонка». Застряла на выполнении одного из заданий. Написала на адрес почты, указанный в книге. Через пару часов получила ответ от Евгения

с советами, презентацией по теме и видеоуроком.

## 6 признаков хорошего учебного центра

1. Действующий сайт с контактами на самом видном месте, присутствие в социальных сетях, публикации в СМИ. Хорошая компания не скрывает имен преподавателей, тренеров, сотрудников и делится именами клиентов.
2. Не более шести ключевых направлений работы. Заведения, которые учат всех и всему, не вариант. Центр по подготовке бухгалтеров вряд ли «воспитает» классных маркетологов.
3. Активный формат обучения. В курсе необходимы присутствие игр, кейсов,

**«Заведения, которые учат всех и всему, не вариант. Центр по подготовке бухгалтеров вряд ли «воспитает» классных маркетологов».**

работа в группах, индивидуальные консультации. Возможность как очного, так и дистанционного обучения.

4. Преподаватели/ведущие/тренеры должны быть практиками. Юристы, продавцы, оценщики, арбитражные управляющие могут не иметь большого опыта ведения занятий, но дадут знания и навыки, которые реально пригодятся.

5. Оптимальное количество человек в группах. Для курса продолжительностью более недели идеальное число — до 30.

6. Стоимость образовательных услуг. В Вологодской области средняя цена курса переподготовки — 25–30 тыс. руб., недельное повышение квалификации — 8,5–10 тыс. руб., семинары и тренинги стоят от 2 тыс. руб. В частных центрах курсы стоят дороже, чем в государственных, но качество услуг там обычно выше.

## Документы, подтверждающие окончание обучения

По завершении любого образовательного события выдается особый документ. Сертификаты и свидетельства вы получите после участия в полезных семинарах и мастер-классах продолжительностью 1-2 дня.

Удостоверение о повышении квалификации выдается после прохождения курса объемом от 16 до 249 часов. Документ печатается на защищенном номерном бланке.

Обладателем диплома о профессиональной переподготовке вы станете после освоения насыщенного курса вроде

программы «Антикризисное управление» или «Бухгалтерский учет и налогообложение» (от двух месяцев). Это солидный документ, похожий на диплом о высшем образовании.

Удостоверения и дипломы имеют право выдавать только учебные центры с действующей лицензией. Проверить наличие таковой у вологодских учебных центров можно на сайте департамента образования ([depobr.gov35.ru](http://depobr.gov35.ru))

ЧОУ ДПО «Институт переподготовки и повышения квалификации»  
г. Вологда,  
ул. Ленинградская, д. 40, оф. 6  
Тел.: +7 (8172) 56-30-88, 56-30-77  
E-mail: [info@ippk-vologda.ru](mailto:info@ippk-vologda.ru)  
[ippk-vologda.ru](http://ippk-vologda.ru)

# ГРИГОРИЙ АВЕТОВ:

## «ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ — НЕ РЕЗУЛЬТАТ КРИЗИСА, А ВОЗМОЖНОСТЬ ЕГО ИЗБЕЖАТЬ»

ТЕКСТ: ЕВГЕНИЯ ГРЕБЕЛКИНА, АЛЕКСАНДР МАЛЬЦЕВ

Необходимо ли высшее образование предпринимателю? И много ли в России достойных бизнес-спикеров? Что превалирует в современном образовательном процессе: форма или содержание? На эти и другие вопросы журнала «Бизнес и Власть» ответил ректор и генеральный директор одной из старейших и крупнейших в нашей стране школы бизнеса «Синегрия» Григорий АВЕТОВ.

— Мы в нашем регионе в последние годы наблюдаем некоторый всплеск интереса к бизнес-тренингам, разного рода образовательным шоу. Согласны ли вы с тем, что это общая тенденция для страны? Чем это обусловлено, на ваш взгляд?

— Да, я согласен с этим. И причина этой тенденции, на мой взгляд, заключается в нашей работе, команда «Синергии» прилагает большие усилия для популяризации бизнес-образования — как консервативного MBA, так и образовательных шоу. Мы вкладываем самые большие средства, собираем самые большие стадионы.

Но в то же время нельзя говорить, что в целом наблюдается всплеск по всей стране. В стране есть отдельно взятые группы, которые генерируют эту аудиторию.

— Есть такая версия, что интерес к образованию возрастает именно во времена кризиса. Так ли это?

— Не думаю, что это связано с кризисом, потому что наш уровень развития бизнес-образования и образовательных шоу все еще кратно отстает от уровня в Голландии, Финляндии, Швеции, Великобритании, США — странах, не подверженных кризисным явлениям. Мы их пока только догоняем.



Если наступает кризис, то образование, обучение являются хорошим инструментом, драйвером развития общества, как это было во время «великой депрессии» в Соединенных Штатах, когда там только-только зарождалась современная система образования.

Если в нашей стране люди будут активнее инвестировать деньги в дополнительное профессиональное образование, то это будет не результатом кризиса, а, наоборот, отличной возможностью его избежать.

— Почему вы изначально выбрали это направление в образовании — именно предпринимательство и бизнес?

— На мой взгляд, это, наверное, самое интересное, что есть в образовании. Я далек от традиционных школьных и вузовских программ. Мне очень нравится заниматься предпринимательским дополнительным образованием и бизнес-обучением. Это ярко, круто, интересно.

— Все-таки сейчас для вас образование — это именно шоу или основная суть в самом образовательном процессе? А может быть, это равноценные составляющие ваших мероприятий?

— Мы занимаемся и сутью образования с точки зрения его классического понимания. Вы можете прийти и учиться на MBA, курс длится полтора года. Там нет никакого шоу, там очень много инструментов и контента. И таких программ у нас огромное количество, но они никогда не будут привлекать такое внимание, какое привлекает другой наш вид бизнеса под названием «эдьютеймент» — образовательные шоу. Просто это гораздо ярче. Мы, например, в этом году выпустили 800 человек по программам MBA, но об этом не скажет никто никогда и нигде. Хотя мы, по сути, являемся лидерами в стране по числу слушателей MBA. Зато когда мы привезли Тони Роббинса и собрали 26-тысячный стадион, то об этом заговорили все средства массовой информации без исключения, поэтому вопрос просто в том, что ярче блещит. А занимаемся мы и тем, и другим направлением.

— Максим Батырев, приехав пару лет назад в Вологду, сказал, что на самом деле в России очень мало толковых спикеров, «площадка не заполнена». Согласны? Насколько много в вашем поле зрения людей, которые готовы ездить по регионам и которых, что важно, готовы слушать?

— В России очень много толковых и сильных спикеров, которые занимаются и мотивацией, и контентом. Но пока мы просто по ряду причин сильно отстаем от американских спикеров и с точки зрения компетенций и профессионализма, и с точки зрения первичности контента. Но тем не менее я считаю, что мы одни из лидеров в мире по количеству сильных преподавателей и спикеров. Я вижу огромное количество тренеров, которые ездят по регионам от Москвы до Владивостока и с радостью выступают с разными программами в

«Я считаю, что ректор образовательной организации в России должен уметь хорошо пробивать лоу-кики».

несколько сотен человек. Такие специалисты есть и в нашей системе, с которыми мы регулярно сотрудничаем.

— Вы говорите, что приглашаете на ваши крупные мероприятия «звезд», которые работают на разные полушария мозга (к примеру, нобелевский лауреат Даниел Канеман и голливудский актер Чак Норрис). А есть ли спикеры, которые могут работать на оба полушария сразу?

— На самом деле, когда я говорю про правополушарных спикеров, я имею в виду, что человек включает сначала правое полушарие, а потом он однозначно переходит к конкретным тезисам и контенту, которые нужно записывать, запоминать, и здесь уже идет работа с левым полушарием.

Ведь невозможно целый день работать только на правом полушарии. Говоря о правополушарных спикерах, я имею в виду тех, кто активно воздействует на правое полушарие во время своих программ. Но в любом случае в «эдьютейменте»

присутствует «энтертеймент», однако там много еще и «эдьюкешна». Даже в программах Тони Роббинса танцы занимают лишь 10%. Да, это самая яркая их часть, но она составляет небольшую часть времени, а все остальное время люди сидят, слушают и записывают.

— В продолжение вопроса. Есть такая уважаемая персона в инфо-бизнесе — Радислав Гандапас. Некоторые наши читатели после посещения его выступления, организованного на самой большой площадке города, оказались немного разочарованы: мотивация — это хорошо, но как я, заплатив деньги за билет, могу действительно улучшить себя и мир вокруг? Является для вас приоритетом практическая ориентированность контента?

— Разочарование — это нормально. Если мы говорим о том, что на Радислава Гандапаса в Вологде пришло, условно, порядка 500 человек, то, наверное, 50 из них могли остаться недовольными, это в пределах 10% от общего количества. Просто эти 50 человек громче всех об этом заявят, значительно громче, чем оставшиеся 450. Я уверен на 100%, что если сделать статистику в цифрах, если проанализировать посты в соцсетях всех тех, кто был на Гандапасе: сколько позитива, нейтралитета и негатива — то я думаю, что негатива будет не больше 10%. Это приемлемый уровень неудовлетворенности продуктом, если мы говорим о больш

— Наши предприниматели, бывавшие на мероприятиях «Синергии», были воодушевлены тем зарядом эмоций и идей, который они получили. Но как закрепить этот эффект, как сделать свой бизнес и жизнь в целом лучше? Есть универсальный совет?

— (смеется) Конечно, нет. Потому что мы не шарлатаны, мы все-таки занимаемся



классическим бизнес-обучением, и универсальных советов, «таблеток для счастья» мы не даем.

Обычно наибольшего результата достигают те слушатели, которые учатся долго и проходят длинные программы обучения. Они работают на протяжении одного-полутора лет над разными сферами своего бизнеса — от управления персоналом до финансов. И именно они достигают наибольших результатов.

— **В одном из интервью вы сказали, что сегодня форма превалирует над содержанием. Поясните эту мысль. Все-таки шоу в приоритете? Пример: в ближайшее время к нам в город приезжает Ирина Хакамада, будет рассказывать про эмоциональный интеллект. Многие пойдут просто на имя, не за контентом как таковым.**

— То, что форма превалирует над содержанием, это критерий нового образования. В новом образовании, по которому будут учиться наши дети, форма обязана превалировать над содержанием. Иначе дети не будут учиться, потому что новое время — это время коротких твитов в инстаграме, время секундного поглощения контента.

И, конечно, форма обязана превалировать над содержанием, чтобы это было хоть кому-то интересно, чтобы это содержание хоть кто-то услышал. Что касается Ирины Хакамады, то у нее достаточно

сильный контент, очень неплохая программа. Да, кто-то, безусловно, придет именно на Хакамаду, но и программа у неё замечательная, я слышал ее, для женщин она вообще идеальна.

— **За вашими плечами множество серьезных и масштабных мероприятий. Какое из них вызывает у вас наибольшую гордость и удовлетворение от проделанной работы?**

— Безусловно, это последнее мероприятие с Тони Роббинсом. Еще до этого в ноябре был Synergy Global Forum. На данный момент это самые крупные наши мероприятия. Также мне очень нравится проект «Трансформация» для жителей Москвы, мы его провели уже четыре раза. И небольшие программы MBA по 50 человек великолепные. Они мне тоже очень нравятся.

— **Что самое сложное в подготовке ваших мероприятий?**

— Конечно, продвижение. Ключевая задача в нашей стране — это продвижение и популяризация, потому что даже на Тони Роббинса не пришло бы 26 тысяч человек, даже он мог бы собрать, например, всего пять тысяч слушателей, если бы мы им не занимались.

— **На заметку организаторам бизнес-событий в регионе: что важно учитывать в первую очередь?**



**Пиар-сопровождение, тайминг, сопутствующий сервис для гостей и спикеров...**

— Как показывает практика школы бизнеса «Синергия», учитывать нужно все: от организации события до работы над программой и продвижением. Если ты чуть-чуть не поработаешь над организацией события, то сразу можешь столкнуться с большими проблемами. Или наоборот: ты сделал отличную организацию, очень хороший продукт, но о нем никто не узнал, потому что не было необходимого продвижения. Нашим коллегам, находящимся в Вологде, я могу пожелать учиться на наших ошибках. В этом процессе мелочей нет, я знаю это на своем опыте.

— **Как-то вы сказали, что «личный бренд имеет принципиальное значение в продвижении спикера, что справедливо. Но где та грань, когда важно, что называется, не переборщить? И второй момент: когда случаются неудачи (не по вине руководителя, по вине его подчиненных) все равно все смотрят на руководителя. Как с этим быть?**

— Во-первых, руководитель — это первое лицо, которое несет ответственность за позитив и негатив. Если все получилось, никто же не хвалит команду, все хвалят первое лицо. А если что-то не получилось, то тоже ругают первое лицо. И это нормально. У меня что-то

не получилось, все ругают меня лично. Понятно, что за мной стоят 400 человек, но кого это волнует? И то же самое, когда у меня что-то получается, никто ведь не хвалит менеджера по продажам, хотя он очень большой молодец, все хвалят меня. С точки зрения того, чтобы не переборщить в развитии личного бренда, я считаю, что если стратегия соблюдается и картинка целостная, то переборщить невозможно.

— **В одном из своих интервью вы сказали, что ваша цель — вырастить в России элиту предпринимателей. Как вы считаете, насколько успешно вы к ней продвигаетесь?**

— Да, мне действительно хотелось бы изменить мышление людей. В этом году я собрал четыре стадиона «Олимпийский», шесть залов «Крокус Сити Холл», четыре площадки «Вегас Сити Холл». На разных программах обучения моими выпускниками стали 200 тысяч человек. Я думаю, что я двигаюсь в нужном направлении.

— **Вы активно занимаетесь спортом. Как тренировки помогают вам в вашей работе и достижении целей?**

— Только спорт меня и спасает. Если бы не спорт, то мы бы сейчас с вами не общались, меня бы здесь не было вообще.

— **Вы увлекаетесь тайским боксом. Почему выбрали именно этот вид спорта?**



— Я считаю, что ректор образовательной организации в России должен уметь хорошо пробивать лоу-кики. Если ты ректор, если ты занимаешься образованием, то у тебя обязательно должна быть компетенция бить лоу-кики таким образом, чтобы у соперника выбивалась коленная чашечка.

— **Что вас побудило стать кандидатом наук? Насколько экономическая наука помогает в сегодняшней работе? Нужно ли вообще высшее образование, чтобы управлять или заниматься бизнесом?**

— Высшее образование необходимо, потому что оно формирует мозг. Если это альма-матер: какая-то крутая школа или высшее учебное заведение — то это хорошо формирует мозговую деятельность, поэтому хорошее высшее образование способствует развитию бизнеса. Мне всегда хотелось быть доктором экономических наук, потому что мне всегда была близка исследовательская работа, нравился анализ, поиск новых идей, решений, поэтому я начал писать кандидатскую диссертацию еще в 21 год. В 22 или в 23 я стал кандидатом наук и, в принципе, еще могу стать доктором наук. Не все потеряно в моей карьере (*улыбается*).

— **Какой совет вы бы дали начинающим предпринимателям? Что**

**самое важное при запуске своего дела? Какую площадку выбрать для старта?**

— Нет чего-то такого одного, с чего нужно начинать свой бизнес. Я бы сказал так: начинать нужно сразу со всего. В первую очередь желательно подумать над рынком, на котором ты работаешь, емкий он или нет.

Затем необходимо понять, какая команда будет реализовывать эту задачу. Это принципиально важно, с кем ты: один или с партнерами, есть ли вокруг тебя сильные люди, потому что именно команда помогает реализовать идеи. И команда важнее идеи.

Ну, а дальше уже нужно прорабатывать все ключевые компетенции: это инструменты продвижения, статистика, стоимость, управление финансами. Все это важно.

— **О чем мечтает такой успешный человек, как Григорий Аветов?**

— Мне бы действительно очень сильно хотелось, чтобы от моей деятельности разные процессы в нашей стране менялись в позитивную сторону. Мне бы хотелось, чтобы я по итогам года или пятилетия увидел конкретные изменения на уровне страны, которые произошли именно благодаря образованию. Я уверен, что образование и обучение являются ключом к большим позитивным изменениям в России. ☐



# БЫК МЕДВЕДЮ НЕ ТОВАРИЩ

ТЕКСТ: БОРИС ГОЛЬДИН

**Как сберечь и приумножить капиталы? Этот вопрос в последнее время чрезвычайно волнует частных инвесторов. Показательным выдался прошлый год, когда они по совету консультантов в надежде на скорое обогащение вложили деньги в доходные, казалось бы, акции таких российских компаний, как «Магнит», «Сбербанк» и «Северсталь».**

Доходность, как и цыплят, по осени считают: в августе нынешнего года в аптеках наблюдался повышенный спрос на валидол.

## В ожидании «отскока»

Причин переживать за акции одного из крупнейших банков несколько. Основная версия — слухи, связанные с ожидаемым ударом американцев по российскому финансовому рынку. И «Сбербанк» — один из главных участников, кто оказался в числе условных жертв новых санкций, анонсированных Государственным департаментом США в начале августа. Тогда один из авторов окрестил их «санкционным пакетом из ада». Один из самых серьезных пунктов этого пакета предполагает введение запрета на операции с американской валютой для крупнейших государственных российских банков, включая «Сбербанк» (дело в том, что любой банк в мире долларские операции может проводить лишь через корреспондентские счета американских банков. И введение

подобной меры приведет к тому, что попавшие под санкции российские банки не смогут проводить никаких операций с долларами как с физическими, так и с юридическими лицами).

Как правило, подобные анонсы провоцируют среди игроков фондового рынка состояние, близкое к панике, особенно когда котировки акций, подобных сбербанковским, уже падали на 20%. Вполне понятно, что некоторые инвесторы, доверившие управление акциями брокерам, начали кидать гроздь гнева в последних — а вы куда смотрели?!

«Падение и подъем акций тех или иных обществ — процесс закономерный», — успокаивали участников фондового рынка брокеры, объясняя падение котировок ожиданием закрытия сбербанковского реестра акционеров с последующей выплатой рекордных дивидендов — 12 рублей на акцию, то есть в два раза выше прежнего. Но после этого падение лишь продолжилось. Игроки фондового рынка понервничали, пришли в себя и решили повременить с продажей ценных бумаг. И

правильно сделали, поскольку «отскок», т.е. возвращение акций банка к прежним выгодным позициям, по всей видимости, неизбежен.

## Пике «Аэрофлота»

Вообще, котировки акций в «смутное время» сильно зависят от внешних факторов, а также от различного рода манипуляций «медведей», имеющих намерение спровоцировать панику. Нечто подобное произошло с акциями «Аэрофлота», когда выяснилось, что чистый убыток компании за I квартал этого года вырос по сравнению с показателем за аналогичный период предыдущего года в 2,2 раза — до 11,54 млрд руб. Масла в огонь подлил скандал, устроенный группой акционеров «Аэрофлота», выступивших против сделки по приобретению у «Ростеха» 50 самолетов МС-21-300. Внутренний конфликт удалось нивелировать контрафактой «Аэрофлота», предложившего выкупить ценные бумаги у «мятежной» группы акционеров за 7 млрд руб. На фоне новостей об этом решении стоимость акций «Аэрофлота»

## Боевой стимул

**Новые санкции со стороны США могут стать значимым стимулом для оздоровления российской экономики, уверены в компании «Рыков групп».**

В настоящее время суммарный объем долговых обязательств на внутрироссийском рынке оценивается в более чем 2,3 трлн руб. Это больше, чем объем средств в банковской системе России. «Если [все анонсированные американские] санкции введут, то вопрос с импортозамещением, актуальность которого так возросла в последние несколько лет, будет под угрозой срыва в связи нехваткой финансирования. Огромный внешний и внутренний корпоративный долг крупнейших компаний страны соизмерим с размером их дебиторской задолженности, — отмечает руководитель управления ценных бумаг в «Рыков групп» Георгий Золотов. — В ситуации, когда невозможно привлечь внешние инвестиции, бизнес волею-неволей упрется в необходимость обратить внимание на внутренние резервы и просроченные долговые обязательства своих партнеров и клиентов, которые можно не только монетизировать, но и превратить в эффективные финансовые инструменты».

В результате, считают в консалтинговой компании, на рынке появится невероятное количество перспективных для инвестиций активов, выставленных на торги и реализуемых со значительным дисконтом. «Инвесторы не смогут игнорировать такие предложения, а значит, в большинстве секторов экономики начнется процесс обновления, а следовательно, и оздоровления всей экономической системы. Появятся живые деньги, которые в сложившейся ситуации будут оставаться внутри страны. Это наиболее вероятный сценарий, который, конечно, для значительного количества предпринимателей, не способных адаптироваться под новые условия, станет фатальным, однако в перспективе нескольких лет только усилит экономические позиции россиян», — заключает эксперт.

на Московской бирже пошла вверх. На пике стоимость бумаг достигла отметки 115,75 руб. за штуку, что почти на 8% выше уровня закрытия предыдущих торгов.

Таким образом, нисходящий тренд был погашен. Однако акционеры продолжали нервничать при известии о попадании «Аэрофлота» в санкционный американский реестр — это грозило обернуться для компании убытком в 5 млрд руб.

## Закаляйся, как сталь

Но не всегда угроза приходит из стана стратегического противника. И у нас, как говорится, «штыки найдутся». В том же августе помощник президента **Андрей Белоусов** публично предложил изъять сверхдоходы металлургических, горнодобывающих и химических компаний. По его оценке, это более 500 млрд руб. Белоусов пояснил, что в прошлом году благодаря рыночной

## Котировки акций крупнейших компаний на Московской бирже (август 2017 — август 2018 годов)



конъюнктуре они заработали более 1,5 трлн руб. (по EBITDA), при этом налоговая нагрузка в указанных отраслях меньше, чем в нефтегазовой, и составляет 7 против 28%.

Принимая во внимание, что идея отнять и поделить «нажитое непосильным трудом» принадлежит не только помощнику президента, **Алексей Мордашов** применил свой излюбленный прием. Следуя пословице «как аукнется, так и откликнется», он написал письмо министру промышленности и торговли РФ Денису Мантурову. «В случае введения налога на сверхдоходы металлургических компаний «Северсталь» откажется от своих планов по увеличению инвестиционной программы и пойдет на ее сокращение», — припугнул олигарх.

В его письме также отмечается, что предложения по усреднению показателей EBITDA металлургических компаний к средневзвешенной рентабельности по EBITDA компаний нефтегазовой отрасли (22% в 2017 году) лишит металлургов мотивации к улучшению деятельности и станет поощрять компании, которые имеют низкорентабельные зарубежные активы.

Вслед за ним заявил об угрозе дефолта Российский союз промышленников и предпринимателей. «Инициатива отличается избирательностью, недостаточной проработкой и слабой

аргументацией. Предложения помощника президента нарушают основные принципы налоговой системы и предпринимательской деятельности», — отмечали эксперты.

Однако, вопреки ожиданиям, фондовый рынок не отреагировал на драконовское заявление помощника президента. По крайней мере в августе курс акций «Северстали» продолжал радовать акционеров ростом и впечатлять дивидендами в размере 14,42%. Объясняется такое поведение инвесторов доверием к «железным» акциям, дальновидной политикой Мордашова и увеличением сбыта продукции на внутреннем рынке (по причине уменьшения демпинговой металлопродукции из Казахстана).

### МАГНИТное разочарование

Пожалуй, самым большим разочарованием года явился обвал акций отечественного ритейлера под названием «Магнит».

До осени прошлого года котировки акций шли в гору, положительный тренд сулил инвесторам неплохие перспективы доходности. А потому многие из них при содействии брокеров и консультантов активно покупали эти бумаги. Лишь немногие знали истинное состояние дел в «Магните» и вовремя скинули акции компании 1 сентября 2017 года, когда их стоимость составила 10,5 тыс. руб.

Укреплению курса акций служила информация о том, что по итогам 2017 года «Магнит» занял второе место в рейтинге крупнейших частных компаний Forbes, уступив только «Лукойлу». А потом случилось то, что мало кто ожидал. «Магнитные» котировки акций стремительно покатались под уклон. Так, к середине августа 2018 года стоимость акций уменьшилась почти в 2,5 раза и составила антирекордные 4 тыс. руб.

Тревожная информация поступила 16 февраля 2017 года, когда стало известно, что отец-основатель и совладелец ПАО «Магнит» Сергей Галицкий продал 29,1% акций компании банку ВТБ за 138 млрд руб. По оценкам аналитиков, цена соответствует дисконту 5% к рыночной стоимости акции (4 850 руб. на момент сделки). Между тем биржевые котировки акций «Магнита» в тот день составили 9,3 тыс. руб. По всему получается, что Галицкому группа акционеров попросту выкрутила руки с целью «отжима» доходного предприятия. И нынешнее положение дел с акциями «Магнита» показывает, что котировки представляли из себя либо «мыльный пузырь», либо новые владельцы специально обрушили стоимость акций с целью их скупки по стоимости «ниже плинтуса».

Как бы то ни было, брокеры полны показного оптимизма. Они вновь уверяют потрясенных инвесторов, что пить валидол тем еще рано, поскольку у акций «Магнита» вероятен «отскок» — надо только подождать.

Ну, время покажет, но, по всей видимости, продажа Галицким почти 30% акций «Магнита» стала продолжением системного кризиса, преследовавшего лидера российского ритейла в течение последних двух лет. По итогам 2016 года компания впервые в своей истории показала падение чистой прибыли, а темпы роста выручки оказались самыми низкими за 11 лет. И этого факта не учли в своих прогнозах разного рода советники инвесторов. **55**

## СТАБИЛИЗАЦИОННАЯ ОГОВОРКА

**Действия российского правительства все больше и больше напоминает карамболь, когда бильярдный шар от удара кием касается двух или нескольких шаров, отскакивая от одного к другому.**

Министерство финансов разработало законопроект о «защите и поощрении капиталовложений» в России. Итогом реализации проекта должно стать увеличение доли в российском ВВП инвестиций в основной капитал до 25% вместо нынешних 21%.

Для осуществления этой идеи в период с 2019 по 2024 годы необходимо привлечь в экономику страны дополнительные инвестиции в размере 21 трлн руб. Один из механизмов — новая модель инвестиционных проектов, когда бизнес на основе «свободного волеизъявления» будет заключать с государством соглашения о защите и поощрении капиталовложений.

Принципиальное отличие предложенного механизма от всех предыдущих попыток властей стимулировать корпорации инвестировать — в «стабилизационной оговорке», которая не просто обещает инвесторам неизменность регуляторных и фискальных условий на весь период реализации проекта (это 6 или 12 лет в зависимости от объема вложений), но гарантирует юридическую (судебную) защиту капиталовложений. В соглашениях будет прописано обязательство правительства компенсировать убытки инвесторов в случае ухудшения условий реализации проекта.

Другими ключевыми элементами предложения Минфина являются принцип приоритетной возможности для таких проектов получить господдержку и механизм возмещения затрат на создание инфраструктуры в объеме налогов, уплачиваемых инвестором в рамках проекта.

Кроме того, возможен долгосрочный государственный заказ «для формирования первичного спроса на уникальную продукцию проекта», следует из презентации ведомства. При этом о налоговых льготах речи не идет: за счет последующего возмещения уплаченных налогов будет происходить опережающее финансирование инфраструктуры, то есть де-факто государство как партнер таким образом частично профинансирует инфраструктуру проекта. По некоторым данным, Минфин сформировал портфель из 407 проектов с более 30 трлн руб. заявленных инвестиций в основной капитал.

Такой вот получается компромисс, к которому пришли Минфин, крупный бизнес и помощник президента Андрей Белоусов, ранее предложивший изымать у металлургических и химических компаний конъюнктурные «сверхдоходы» для финансирования инвестиционных задач государства.

## КАК ЗАЩИТИТЬСЯ ОТ «НЕПРАВИЛЬНОЙ ПРОДАЖИ» ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ?

ТЕКСТ: ИВАН ПОПОВ

**В редакцию поступают обращения читателей: в некоторых банках при продаже небанковских услуг консультанты недоговаривают либо намеренно искажают сведения об услугах, чтобы продать клиенту тот или иной продукт под видом другого. У такой практики есть даже специальный термин — «мисселинг». Мы попросили Валерия НОСЕНКОВА, управляющего Отделением Вологда Северо-Западного ГУ Банка России, прояснить, какие существуют инструменты борьбы с этим явлением.**



— **Валерий Николаевич, термин «мисселинг» часто переводят как «неправильная продажа». Правильная ли это формулировка?**

— Да, формулировка верная. Проблема мисселинга в том, что участники рынка предлагают клиентам одни продукты вместо других. И те, и другие абсолютно законны. Но в итоге человек может получить совсем не то, на что рассчитывал, поэтому это некачественная продажа. Например, в последнее время участились случаи, когда вместо открытия вклада предлагают заключить договор инвестиционного страхования жизни (ИСЖ), а это даже не банковский продукт. Клиент не сможет забрать свои деньги до окончания срока, а высокая доходность, на которую делают акцент продавцы, ничем не гарантирована и зависит от успешности инвестирования. Помимо недобросовестных продавцов, проблема

в том, что многие клиенты невнимательны к деталям договора. Они не хотят изучать документы, которые подписывают, и готовы верить на слово сотрудникам банков.

— **Как клиент банка может доказать, что он стал жертвой мисселинга?**

— Его версию могут подтвердить аудио- или видеозаписи беседы с сотрудником банка, страховой или брокерской компании. Установить, что клиент был

характера этих нарушений он может получить штраф, ограничение или запрет на некоторые операции. Помимо этого, Банк России сможет встретиться с руководством для разъяснительной беседы или организовать проверку и стать тайным покупателем, чтобы выяснить, соблюдает ли компания установленные требования.

— **Есть ли какие-либо регламентирующие документы, на которые можно опираться, защищаясь от мисселинга?**

«При предложении в офисе кредитной организации заключить договоры доверительного управления клиенты не всегда осознают сущность предлагаемых им инвестиций, зачастую полагая, что такие услуги являются разновидностью вклада».

введен в заблуждение при подписании договора на оказание финансовых услуг, может суд. Он же решает, какие меры применить к виновникам.

Если предложение заключить договор ИСЖ поступило в офисе кредитной организации, граждане могут ошибочно принять такие финансовые услуги за разновидность вклада и считать, что на них распространяется система страхования вкладов.

— **Какие меры надзорного реагирования могут применяться к недобросовестным продавцам?**

— Если Банк России заподозрит компанию в мисселинге, специалисты начнут проверку преддоговорной стадии отношений между ней и клиентом. С 1 сентября действует новая инструкция, которая определяет, что делать, если банк нарушает закон. В зависимости от

— Многие банки являются агентами и продают финансовые услуги некредитных организаций, например, страховых компаний. Поэтому в первую очередь я рекомендую ознакомиться с письмом Банка России «Об информировании граждан при предложении им финансовых инструментов и услуг в кредитных организациях». Из него потребитель узнает об особенностях и возможных рисках при выборе тех или иных услуг.

Помимо этого, в мае 2019 года вступят в силу «Базовый стандарт совершения страховыми организациями операций на финансовом рынке» и «Базовый стандарт защиты прав и интересов получателей финансовых услуг, оказываемых членами саморегулируемых организаций, объединяющих страховые организации». Их цель — сделать работу страховщиков и агентов, которые продают их продукты, прозрачнее и понятнее для клиентов. **56**



# РЕКЛАМНЫЙ ПОРЯДОК

ТЕКСТ: ЕКАТЕРИНА СКОРОБОГАТОВА

**Щиты, штендеры, растяжки, пиллары. Сегодня существует множество видов наружной рекламы. В непростых условиях текущего рынка предприниматели стараются максимально красиво и эффектно рассказать о своих товарах и услугах, чтобы привлечь внимание потенциальных потребителей.**

Вологда в этом плане не исключение: наружную рекламу мы видим на улицах каждый день. С одной стороны, она служит на благо местных бизнесменов и помогает самим вологжанам лучше ориентироваться на рынке существующих компаний и организаций. В администрации города понимают, что бюджет города формируется, в том числе, и за счет собираемых налогов с рекламодателей, но при этом они ясно видят, как неупорядоченная наружная реклама существенно портит внешний облик Вологды.

Потому они активно с этим работают. Так, только за этот год в рамках муниципального контракта на территории города было демонтировано 49 незаконно установленных рекламных конструкций. Еще 50 демонтируются их собственниками в настоящее время. Они должны их убрать до 1 октября.

## Охраняя облик города

Подобные «чистки» наружной рекламы в Вологде — явление, ставшее регулярным. Чиновники то и дело проводят рейды, выявляют нарушения, заставляют предпринимателей убирать незаконные конструкции.

В своей работе работники администрации руководствуются постановлением «О паспорте фасада объекта капитального строительства». Последние изменения в этот документ были внесены в конце 2016 года, они вступили в силу в феврале 2017 года. Тогда была утверждена новая форма паспорта фасада зданий, в котором прописаны возможные места размещения информационных конструкций. Ранее четкие требования по их размещению попросту отсутствовали. А юридические изменения установили и возможные максимальные размеры

информационных конструкций, и места их нахождения.

В прошлом году вологодским предпринимателям дали время для того, чтобы они привели свои информационные конструкции в соответствие с установленными правилами. По мнению специалистов администрации города, эти шаги должны привести к созданию позитивного имиджа Вологды, который будет положительно влиять на развитие туризма, привлечение инвестиций, повышение комфортности городской среды. Мониторинг городского пространства, в том числе на несоответствие требованиям размещения информационных конструкций, специалисты администрации проводят ежедневно. За нарушение правил предусмотрена административная ответственность для их владельцев.

Еще один инструмент в руках чиновников — закон «О рекламе». Только за

текущий год они выдали собственникам незаконно установленных рекламных конструкций 250 предписаний. Срок их исполнения — 30 дней. Если за это время предприниматель не устраняет нарушения, то проводится демонтаж рекламной конструкции, расходы за проведенные работы городскому бюджету должен возместить сам собственник.

Картина вырисовывается не очень приятная. Предприниматели, желая продвигать свой бизнес, активно используют наружную рекламу, которая в свою очередь зачастую противоречит действующим правилам. В итоге конструкции убираются, добавляя их владельцам дополнительные расходы, потом снова устанавливаются. Получается бесконечная ходьба по кругу.

Мы решили разобраться в этом вопросе и выяснить, что же на самом деле говорит закон по этому поводу: оказывается, на улицах размещается не только

средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Между тем в том же законе говорится, что его положения не распространяются на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

«Получается удивительная ситуация, когда одна и та же по размерам и дизайну «наружка» может быть квалифицирована и как реклама, и как вывеска. Существенное значение в этом случае имеет местонахождение: если информация размещена на здании, где расположена соответствующая коммерческая организация, то это вывеска. А если абсолютно такая же по

Именно таких правил придерживаются ФАС и суды. Соответствующие разъяснения можно найти в первом пункте постановления пленума Высшего арбитражного суда РФ от 8 октября 2012 года «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе». Сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения.

«А если вас попытаются привлечь к ответственности якобы из-за нарушения законодательства о рекламе за размещение вывески по месту вашей организации? Обязательно подготовьте ходатайство о прекращении производства по делу об административном правонарушении в связи с отсутствием его состава. При этом не забудьте взыскать судебные расходы», — рассказывает Николай Шалаевский.

В случае, если предприниматель только планирует разместить информацию о своей организации на фасаде здания и сомневается, нужно ли ее согласовывать с администрацией города, эксперт советует обратиться к независимым рекламщикам, юристам или в Управление ФАС по Вологодской области.

Специалисты разъясняют, необходимо ли проводить согласование с городскими властями. Если они скажут, что идея предпринимателя все-таки подпадает под определение наружной рекламы, а не вывески, то стоит не полениться ее согласовать. Это поможет избежать штрафов и убытков, которые могут возникнуть при принудительном демонтаже.

И в заключение. Наверное, все хотят, чтобы наши города были красивыми и не пестрили разноцветным нагромождением надоедливой рекламы. Но здесь нужен трезвый расчет: постараться соблюсти все интересы: и общественные, и представителей бизнеса. **BB**



**Николай Шалаевский:**  
**«Получается удивительная ситуация, когда одна и та же по размерам и дизайну «наружка» может быть квалифицирована и как реклама, и как вывеска. Существенное значение в этом случае имеет местонахождение информации».**

реклама, но и вывески. При рассмотрении административных дел относительно уличного обозначения той или иной организации между ними существует принципиальная разница. Не понимая этого и не вникая в суть правовых норм, многие предприниматели ошибочно направляют на согласование в контролирующие органы абсолютно всю свою «наружку». Чиновники, в свою очередь, любую информацию на фасадах зданий воспринимают как рекламу и, соответственно, несогласованные объекты заставляют демонтировать, а предпринимателей привлекают к ответственности.

## Давайте разберемся!

Обратимся к законодательству. В Федеральном законе «О рекламе» под термином «реклама» признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых

оформлению и содержанию информация расположена на соседнем или ином, отличном от местонахождения организации месте, то это уже реклама», — поясняет директор юридической фирмы, эксперт по защите прав предпринимателей **Николай Шалаевский**.

Если говорить о вывеске, то в этом случае Закон о рекламе неприменим. Зато в силу вступают ст. 9, 10 Закона «О защите прав потребителей», согласно которым продавец обязан доводить до сведения потребителей фирменное наименование своей организации, место нахождения, режим работы, а также необходимую и достоверную информацию о реализуемых товарах. Следовательно, делаем вывод, что предприниматели могут смело вешать вывески на зданиях, где находится их офис, ресторан или магазин, и это не будет считаться рекламой.



# ТАРГЕТИНГ: ДЕЛАЕМ РЕКЛАМУ ЭФФЕКТИВНЕЕ

ТЕКСТ: СЕМЕН БАРЫШЕВ

**Дальновидные бизнесмены стремятся освоить самые эффективные способы привлечения новых клиентов и удержания существующих. Помочь им в этом могут современные телеком-технологии, использующие таргетинг — механизм, позволяющий адресовать рекламу только тем, кому она будет интересна.**

Любой товар или услуга ориентированы на «своего» потребителя. Но как донести информацию именно до них? «Точный» рекламный инструмент — таргетинг, помогающий с помощью специальных программ обрабатывать массивы обезличенных данных и выбирать адресатов рекламных и информационных сообщений по целому ряду параметров.

Сейчас таргетинг доступен даже малому бизнесу. На помощь приходят операторы связи. К примеру, корпоративным клиентам «МегаФона» доступен сервис «МегаФон. Таргет», основанный на анализе больших баз данных, он позволяет сделать точную настройку рекламной компании и оценить потом ее эффективность.

Так, пользователь услуги «МегаФон. Таргет» может сообщить клиентам о новых акциях, услугах или продуктах, самостоятельно выбрав получателей по полу, возрасту, местонахождению, операционной системе смартфона, интересам в интернете или факту регистрации в международном роуминге. Например, если турагентству нужно продать горящие туры,

## Наталья КАЛЯСИНА, и.о. руководителя по развитию корпоративного бизнеса Вологодского отделения компании «МегаФон»:

— SMS-рассылка придет почти сразу после появления нового товара или старта рекламной акции и не потребует большого рекламного бюджета. Эффективность таргетированной рекламы очевидна и хорошо отслеживается — хотя бы по числу откликов. Некоторые из наших бизнес-клиентов с помощью «МегаФон. Таргета» менее чем за год увеличили свою клиентскую базу на 20-30%. Доходы, соответственно, тоже. Поэтому новые «цифровые» виды рекламы все более популярны у предпринимателей.



то информация о них придет людям, регулярно бывающим за рубежом и недавно делавшим в интернете запросы на тему путешествий. Открывается супермаркет или там проходит какая-либо акция — SMS с соответствующим текстом получают жители ближайших районов или просто те, кто проходит поблизости. Скидки в салоне красоты? О них информируются дамы нужного возраста.

Такая настройка помогает рассылкам точно попадать в целевую аудиторию. Результат — рост числа новых клиентов и лояльности тех, кто уже давно пользуется услугами фирмы. Все параметры рассылок можно легко настроить в личном кабинете «МегаФон.Таргета». **Р**



## Дмитрий БАРИНОВ, директор сети магазинов строительных материалов «Идеи для дома»:

— В наших магазинах можно найти отделочные материалы, сантехнику, инструменты, электрику и стройматериалы на любой вкус и кошелек. Покупателя ждут консультации специалистов, точный расчет количества стройматериалов, необходимых для ремонта. И, конечно, регулярные акции. Сообщить о них помогает услуга от «МегаФона» — оператора, с которым мы сотрудничаем уже 15 лет. Мы сделали выбор в его пользу, так как нас полностью устраивают и качество связи, и широкая территория охвата, что очень важно, потому что наши магазины располагаются в разных городах — это Вологда, Череповец, Сокол, Грязовец, Шексна, Кириллов. К тому же «МегаФон» занимает лидирующее положение в регионе по количеству абонентов, а мы привыкли работать с лучшими.

На многолетнем опыте мы убедились, что SMS-оповещения — это результативный способ коммуникации с клиентами. Поэтому с радостью решили воспользоваться услугой «МегаФон. Таргет». В итоге наша реклама стала более эффективной, «быстрой» и качественной. Функционал услуги позволяет анализировать результативность рассылки по статистике переходов со ссылок и использованию кодов на скидку. Эффективность такой рекламы мы оцениваем прямо в личном кабинете, где видим статус отправленных сообщений и ход работы с клиентской базой.



«МегаФон.Таргет» помогает быстро и эффективно доносить информацию до клиентов. Но как наладить обратную связь — ведь у получателей SMS часто возникает желание уточнить условия акции и задать другие вопросы? Для этого у «МегаФона» есть другая популярная услуга «8-800». Это единый многоканальный номер, вызовы на который бесплатны для звонящего, даже если он находится на другом конце России. «Красивый» номер в формате 8-800 легко запоминается, а главное — клиент всегда попадает на нужного специалиста: звонок сразу переадресуется тем, кто знает, как отвечать на вопросы. Неудивительно, что многие компании подключают «МегаФон. Таргет» и «8-800» «в связке» — так удобнее и для бизнеса, и для клиентов.

Получить более подробную информацию об услуге «МегаФон. Таргет» можно на сайте [target.megafon.ru](http://target.megafon.ru)

# НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: КАКИЕ НАВЫКИ СЕГОДНЯ НЕОБХОДИМЫ ЧЕЛОВЕКУ БИЗНЕСА

ТЕКСТ: НАТАЛЬЯ НЕСТЕРОВА

Не случайно редакция журнала в очередной раз затрагивает тему образования. На мой взгляд, она сложна не только тем, что с изменением методик обучения мы не можем понять, «кто же выйдет по итогу из вуза», но и тем, что свои коррективы вносит наше время, его темп. И тут важно разобраться, какие навыки нужно иметь человеку, чтобы обеспечить конкурентоспособность на рынке труда в будущем?

По мнению Сергея Филоновича, декана Высшей школы менеджмента ВШЭ, специфика новой реальности — это глобализация, высокая скорость изменений и огромный прогресс технологий.

Логично, что с прогрессом технологий мы должны быть более свободными и заниматься более творческими вещами, требующими серьезного интеллекта. Но сегодня по улицам ходит большое количество курьеров, доставляющих еду. Это происходит от того, что с развитием ИТ, искусственного интеллекта и пр. человеку остается неквалифицированная работа, которую трудно и дорого делать с помощью всех этих высоких технологий.

Возможно ли противостоять этой тенденции? Вот шесть базовых пунктов, которые позволяют это сделать.

**Обновление знаний.** В самых прогрессивных отраслях через 1,5–2 года половина знаний перестанет давать конкурентное преимущество. Чтобы создать его, нужно генерировать новые знания. Поэтому человек обрекается на пожизненное образование. Какой бы замечательный вуз вы ни окончили, его «багажа» хватит на пять лет.

**Привычка к приобретению новых знаний и их широкий охват.** Надо черпать самые разные знания из самых разных источников, которые, как уверяют ученые, потом уникальным образом синтезируются в мозгу человека.

**Освоение новых технологий.** У старшего поколения есть привычный

способ потребления знаний, который сильно отличается от современного. Но важно брать пример с сегодняшних детей — они потребляют знания быстрее с помощью новых технологий и инструментов.

**Новый набор навыков.** По мнению экспертов Всемирного экономического форума, к 2020 году будут востребованы следующие навыки: критическое мышление (его роль возрастет, но распространенность — нет), эмоциональный интеллект и креативность (которая



**Какой бы замечательный вуз вы ни окончили, его «багажа» хватит на пять лет.**

за пять лет поднялась с десятого на третье место).

**Когнитивная гибкость.** Это способность человека держать в сознании разнородные и даже противоречивые идеи и при этом быть способным оперировать ими и действовать. Когнитивная гибкость в усложняющемся мире становится исключительно востребованным навыком, который позволяет человеку поддерживать индивидуальную конкурентоспособность.

**Цифровые навыки.** Это понимание того, что такое алгоритм, зачем он нужен и как им пользоваться. Это знание совсем не распространено. Нам нужно заново осмыслить, что можно и нужно алгоритмизировать? «Методы Big data означают, что человечество

научилось обрабатывать большие массивы нескольких типов данных, которые не надо сначала «причесывать» вручную. Машина может сама получить эти данные и переработать их. Это экономит огромное количество времени и энергии человека», — пишет Сергей Филонович.

Так что нужно проверять, чему вы научились за неделю, месяц, год. Если отбрасывать мысль, говоря, что вы слишком заняты оперативными вещами, то через некоторое время вы обнаружите, что остались на своем месте, а мир ушел вперед. Не случайно сейчас все больше представителей бизнеса в качестве интеллектуального хобби используют преподавание. Оно превращается в форму самообразования — когда мы учим, то сами в чем-то разбираемся лучше. **BB**

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ  
**ПРЕСС-СЛУЖБА**  
ВСЕРОССИЙСКИЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЖУРНАЛ  
ДЛЯ ПРЕСС-СЕКРЕТАРЕЙ, СОТРУДНИКОВ ПРЕСС-СЛУЖБ И СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

представляет

**SOCIAL  
MEDIA  
FEST**

**2018**

**PR И ПРОДВИЖЕНИЕ  
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

**18-19 октября | МОСКВА**

**ЧТО ПИАРЩИКУ ДЕЛАТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

- Инструменты PR-работы в соцсетях на 2019 год.
- Ключевые тренды: что не пропустить.
- Самые интересные кейсы 2018 года.
- Специфика PR-работы в соцсетях для коммерческих компаний и госструктур.

**ПОКУПАЙТЕ БИЛЕТЫ ПРЯМО СЕЙЧАС!**

**(495) 540-52-76**  
conference@image-media.ru  
www.conference.image-media.ru



реклама

# «ГИС4GEO» – ДЕРЖИМ КУРС НА РЕЗУЛЬТАТ!

Современная и стабильная компания «ГИС4geo» за годы существования на рынке зарекомендовала себя не только как полный справочник всех организаций Вологды и области, но и как солидная IT-компания по созданию сайтов и продвижению услуг в интернете. Руководитель отдела продаж «ГИС4geo» Анна ГРОМОВА — об эволюции компании и спектре предоставляемых сервисов.



В августе «ГИС4geo» исполнилось одиннадцать лет. За это время мы выросли и научились быть эффективными. Ежедневно нашими услугами пользуется более 5000 человек.

Но это не значит, что достигнуты все цели. Наша информационная система продолжает совершенствоваться и расти. Мы понимаем, что нужно идти в ногу со временем, развивать сервисы, делать уникальные проекты, которые, несомненно, помогут нашим партнерам в развитии бизнеса. Именно поэтому мы создаем адаптивные, полноценные и продающие сайты. Уникальность наших проектов заключается в том, что мы не просто создаем сайт и «оставляем» клиента, мы интенсивно занимаемся его продвижением,

помогаем в решении важных рекламных задач и всегда готовы прийти на помощь.

Мы можем делать все: от односторонних продающих до крупных корпоративных сайтов и интернет-магазинов. Также активно пользуются популярностью такие услуги, как создание фирменного стиля, разработка логотипа и брендбука, настройка и ведение контекстной рекламы. Все зависит от цели, которую наш клиент желает достичь благодаря нашим сервисам. Как строится наша работа? В первую очередь мы вместе с клиентом анализируем бизнес изнутри, проводим мониторинг конкурентов, выявляем целевую аудиторию и полностью погружаемся в бизнес клиента. Далее, когда цели намечены и

аудит бизнеса проведен, мы переходим к созданию полноценной рекламной кампании.

Наша основная цель – создать и обеспечить клиенту полное рекламное обеспечение, быть с ним, как говорится, «на одной волне» и показать, что правильно созданная реклама приносит прибыль. **Р**

Нам доверяют:



служба недвижимости  
**КОМПРОМИСС**



**ПОКРОВСКАЯ СЛОБОДА**  
МАЛОЭТАЖНЫЙ ЖИЛОЙ РАЙОН



**ВОЛОГДААГРОСТРОЙ**



Вологда, ул. Зосимовская, 47  
тел.: 8 (8172) 50-91-91  
г. Череповец, пр-т Советский, 31  
тел.: 8 (8202) 20-33-95  
4geo35.ru

# ООО «БАНИ БОЧКИ ОНЛАЙН»



## НАША ЦЕЛЬ – КАЧЕСТВО И ДОСТУПНОСТЬ ИЗДЕЛИЙ



Высокое качество,  
доступные цены,  
гарантия – 12 месяцев



Изготовлено  
2000 бань, купелей,  
банных аксессуаров



5 лет радуем  
владельцев изделий  
по всей России

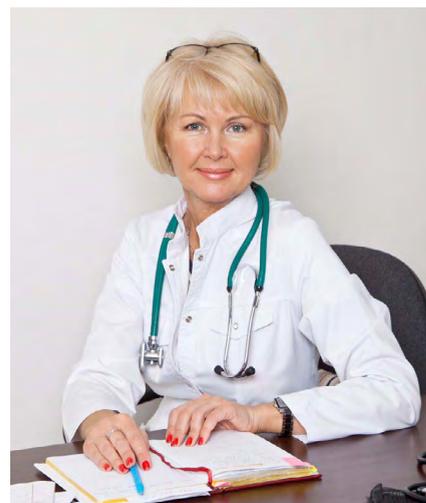
Сборка по финской технологии российскими материалами

[banybochkionline.ru](http://banybochkionline.ru) | [vk.com/banybochkionline](https://vk.com/banybochkionline) | [region35les@mail.ru](mailto:region35les@mail.ru)  
Тел.: 8 800 222 42 61 - звонок бесплатный | WhatsApp, Viber: +7 951 743 89 58  
Вологда, Саммера, 70

# ЗДОРОВЬЕ ОТ ПРИРОДЫ

ТЕКСТ: ЕВГЕНИЯ ГРЕБЕЛКИНА

В конце августа после перерыва открыла свои двери Вологодская областная бальнеологическая лечебница имени профессора Василия Лебедева. В медицинском учреждении, которое имеет действительно богатую историю, прошла серьезная модернизация. О том, какой коллектив сегодня работает в обновленном учреждении и какие программы оно предлагает пациентам, рассказала его главный врач Елена АГАФОНОВА.



— **Елена Юрьевна, расскажите, в чем уникальность минеральной воды бальнеологической лечебницы?**

— Наша минеральная вода по своему химическому составу согласно заключению НИИ курортологии «...относится к редко встречающимся хлоридным натриево-кальциевым рассолам с большим содержанием брома и йода и имеет очень большую бальнеологическую ценность».

Вода у нас на самом деле уникальная, она показана не только при заболеваниях опорно-двигательного аппарата, желудочно-кишечного тракта, но и хороша для лечения нервных болезней: неврозов, синдрома хронической усталости, бессонницы. Также она используется в комплексном лечении сердечно-сосудистых заболеваний, поскольку снижает содержание холестерина и сахара в крови.

— **Какой спектр услуг предлагает лечебница вологжанам?**

— В настоящее время мы предлагаем жителям Вологды и области более 50 различных процедур, из которых наши врачи «собирают» индивидуальные программы лечения и оздоровления. Кроме этого мы предлагаем готовые базовую и расширенную программы, рассчитанные на 10 дней, которые включают в себя лечебные ванны, ручной и подводный массаж, грязевые аппликации и ряд терапевтических процедур.

— **Для пациентов какого возраста подходят эти программы?**

— Какой-то узкой возрастной направленности у нас нет. Пациентам старшего возраста лучше прийти к нашим врачам на индивидуальную программу лечения, потому как, скорее всего, будет много противопоказаний.

А вот базовая и расширенная программы рассчитаны как раз на людей молодого и среднего возраста. Они помогут повысить их работоспособность, стрессоустойчивость, улучшить сон. Тем, кто постоянно находится за рулем или пользуется гаджетами, с помощью данных программ специалисты снимут мышечные блоки и застои в лимфо- и кровеносной системах.

Особенно наши программы подойдут руководителям, у которых накапливается напряжение в шейно-воротниковой зоне, от чего в первую очередь страдает кровоснабжение головного мозга, и в результате появляется раздражительность, нервозность, нарушение сна, и неизбежно возникают проблемы с запоминанием каких-то вещей.

— **Новые программы разрабатываются в лечебнице?**

— Да, они уже есть. Это, например, VIP-программа, рассчитанная на 10-14 дней. Здесь пациент уже может сам выбрать ванну: от минеральной до молочной, шоколадной или даже уникальной по своим омолаживающим свойствам пантовой. Так же и с массажем, чередуя различные виды: от классического до спортивного, лимфатического, энергетического и подводного. Кроме этого, в данную программу входит иглорефлексотерапия, внутривенное лазерное облучение крови, что само по себе является хорошим стимулом для иммунитета и особенно показано в осеннее время.

VIP-программу дополняет наша новая процедура карбокситерапия. Она представляет собой обкалывание проблемных зон специальной очень тонкой иглой. Это практически безболезненно и может использоваться, например, для улучшения внешнего вида кожи, также она полезна для снятия болевых ощущений при проблемах с суставами, позвоночником, желудочно-кишечным трактом. Суть процедуры — в стимулировании циркуляции кислорода в крови, что позволяет всем органам и системам работать без сбоя.

Еще одна новинка, на которую стоит обратить внимание, — это однодневная спа-программа. В нее входит, помимо прочего, душ Шарко. Эта процедура является любимицей нескольких поколений и именно поэтому сохраняет свои позиции в курортологии. Медицинская сестра душевой насадкой под напором воды в несколько атмосфер прорабатывает все участки мышц, разбивая «залежи» целлюлита. Процесс длится всего пять минут, но является ещё и стимулятором для выброса «гормонов счастья» — эндорфинов, человек заряжается



положительными эмоциями и выходит после процедуры в прекрасном настроении и с высокой работоспособностью.

Также в спа-программе предусмотрен гидромассаж — это подводный массаж, который проводится медработником в очень комфортной для пациента специальной ванне. Данная процедура стимулирует движение самой ленивой субстанции в нашем организме — лимфы. А некачественная работа лимфодренажной системы, чаще встречающаяся у людей, ведущих сидячий образ жизни, может провоцировать целый ряд заболеваний, которые проявляются в отечности, снижении жизненной энергии и проблемах с иммунитетом.

— **Предусмотрены ли специализированные процедуры для мужчин и для женщин?**

— Мы учли этот момент. Специально для представителей сильного пола нами разработана однодневная программа «Энергетическая сила». В нее входит часовой сеанс антистрессового ручного массажа. У нас, кстати, очень хороший массажист, который знает много тайн, как укрепить энергетическую силу мужчины... Также в программе душ Шарко, жемчужная ванна и пантосауна.

Для женщин мы подготовили программу «Шоколадный рай» — набор из шести процедур в течение одного дня. В перерывах между процедурами можно пообщаться и расслабиться в нашей уютной комнате отдыха.



— **Почему стоит отдать предпочтение именно комплексным программам, а не отдельным процедурам?**

— Эффект от комплексного воздействия природных факторов и процедур значительно выше и длится он от полугода до года. Именно поэтому мы рекомендуем курсовое и комплексное лечение. Вообще, классика курортологии — это 10 сеансов, в каждом из которых используются вариации из 3-4 процедур в течение дня.

Такое лечение способствует снятию нервного напряжения, повышению выносливости и работоспособности, быстрому восстановлению после травм и различных затяжных, хронических заболеваний.

Комплексные программы снимают абстинентный синдром и убирают хроническую интоксикацию, очищая кровь от накопившихся токсинов, связанных с приемом не только алкоголя, но и медикаментозных препаратов. Это особенно эффективно, если в программу лечения входит процедура внутривенного лазерного облучения крови.

Стоит отметить, что такие программы омолаживают организм. Это заметно не только внешне, когда подтягивается кожа и тонизируются мышцы, но и по самочувствию наших пациентов, когда хочется жить, любить, работать и радоваться каждому дню. Это и есть проявление молодости.

А самое главное, что комплексное воздействие нормализует обмен веществ,

способствует снижению холестерина и сахара в крови. Сейчас это бич для людей в возрасте старше 35 лет.

— **Какие бонусы вы предлагаете своим пациентам?**

— У нас есть очень интересная программа лояльности на осень. Во-первых, это бесплатный прием врачей для составления индивидуальных и комплексных программ. Во-вторых, это специальные осенние скидки. Семейная — 10% на все наши услуги. Если вы пришли один, но одновременно оплатили весь курс, то вы также получите скидку 10%. Особенно интересное и выгодное предложение осени — каждая пятая процедура бесплатна. **Р**



**График работы Вологодской областной бальнеолечебницы:**  
в будни — с 8.00 до 20.00,  
в выходные — с 9.00 до 17.00  
Тел.: 8 (8172) 21-64-65  
balneovologda.ru  
vk.com/balneo35

# ОТКРЫТИЕ ЯПОНИИ: ЧТО СЛЕДУЕТ ЗНАТЬ ПРИ УСТАНОВЛЕНИИ ОТНОШЕНИЙ С ЯПОНСКИМИ БИЗНЕСМЕНАМИ

ТЕКСТ: РОМАН КОЖИН

2018-й в России объявлен годом Японии. По традиции в связи с этим в странах проводятся тематические культурные мероприятия, в том числе с целью ближе познакомиться с особенностями ведения бизнеса двух народов. В период усиления новой «холодной войны» западного мира с нашей страной установление и укрепление контактов разного формата с дальневосточным соседом выглядит особенно актуально. И если тонкости церемонии ведения переговоров с китайскими предпринимателями для постоянных читателей нашего журнала по серии публикаций уже понятны, то Япония в этом плане для многих темный лес.

Наши соотечественники все еще опасаются иметь дело с японским бизнесом, поскольку пока не так хорошо ориентируются в иероглифах его традиций. Например, некоторые предприниматели не могут взять в толк, почему японцы не любят торговаться. С другой стороны, в россиянах жителей страны восходящего солнца коробит необязательность, неумение четко планировать бизнес и, соответственно, получать ожидаемый результат.

## Лиха беда — начало

Известно, что предварительная подготовка в переговорном процессе является неотъемлемым шагом. И тут важно не допустить промаха. Как уже отмечалось, японцы отличаются пунктуальностью и практически никогда не опаздывают на встречи. Они с детства воспитываются в духе «групповой солидарности» и корпоративности, учатся подавлять свои индивидуалистические порывы, сдерживать амбиции и не выпячивать свои сильные качества. Их безусловный плюс - их качество очень ответственно относиться к принимаемым на себя обязательствам.

Японцы стараются установить личный контакт с партнером и тем самым заручиться его согласием на дальнейшую совместную работу. Этой же цели служит организация развлекательной программы для партнеров — японцы любят развлекать своих гостей и умеют делать это

хорошо, поэтому ни в коем случае не стоит уклоняться от предложения пройтись по различным любопытным местам города перед переговорами. Как правило, такая встреча происходит при помощи посредника, хорошо известного как вам самим, так и интересующей вас японской компании. Потенциальный партнер, к которому вы обратитесь устно или письменно по рекомендации посредника, будет считать своим долгом в случае чего вам помочь.

## Без панибратства

Японцы не любят, когда вторгаются в их личное пространство, поэтому ни в коем случае не старайтесь первым поздороваться с японским собеседником привычным для европейцев рукопожатием, кроме случаев, когда ваш визави первым протянет руку. Зачастую бизнесмены, желая произвести впечатление на своих японских коллег, кланяются им при встрече, а японец в это самое время протягивает руку для рукопожатия. Потом, осознав нелепость ситуации, японец кланяется, а западный бизнесмен протягивает руку. Чтобы избежать неловкой ситуации лучше остановиться на рукопожатии, но без похлопываний по плечу и тем более объятий.

У бизнесменов принято обмениваться сувенирами или подарками. Тут следует помнить, что ими следует наделять всех членов переговоров, а лицам с высоким положением — преподнести нечто более ценное, чем всем остальным. Дарам

## ИСТОРИЧЕСКИЙ ШТРИХ

В 1804 году Николай Резанов, известный нам по Русской Америке, пытался по заданию царя установить дипломатические отношения между двумя империями, но из этого ничего не вышло. Причина отказа японцев заключалась в том, что русскому посланнику надлежало изобразить слона и следовать к императору на четвереньках с письмом на спине, чтобы вручить тому царское предложение. Резанов, будучи дворянином, счел это унижением.

японцы придают весьма большое значение, в том числе и их упаковке. Неприлично дарить что-то партнёру сразу при знакомстве — лучше передать подарок при следующей встрече или при расставании. К тому же подарок не должен быть рекламой вашей фирмы. Наиболее приемлемы бутылка вина, дорогая авторучка, национальный продукт нашей страны. Они должны быть оформлены таким образом, чтобы упаковка давала понять, что лежит внутри, но не отвлекала от ведения переговоров. Подарок следует принимать обеими руками.

## Правила хорошего тона

— Самое дальнее место от двери за столом переговоров является наиболее почетным. На это место нельзя садиться, пока вам его не предложат.

— Если во время переговоров японец вам будет кивать головой, то это вовсе не означает его согласие, а лишь свидетельствует о том, что тот уловил смысл сказанного.

— Любое деловое знакомство с представителями японского бизнеса принято начинать с обмена визитками. Принимать, передавать карточку следует двумя руками, немного наклоняясь вперед.

— В силу отличий общественных норм в Японии и на Западе, деятельность по «окапыванию корней» зачастую воспринимается бизнесменами из других стран как коварство.

— В Японии цветы дарят, как правило, больным или семье умершего. Но если вы идете в больницу или на похороны, красные цветы недопустимы.



## Спешить некуда

Японцам довольно сложно привыкнуть к западной манере ведения переговоров, когда все участники высказывают свое мнение четко, без уверток, даже если оно не совпадает с мнением оппонента. Японская манера делового общения носит характер мягкой дружеской беседы, участники которой стремятся прийти к компромиссу, для чего подготавливают почву заранее. Эта подготовка и носит название «нэмаваси» (дословно — «окапывание корней»).

Вообще, терпение считается в стране восходящего солнца одной из главных добродетелей, поэтому обсуждение деловых вопросов часто начинается с незначительных деталей, и идет оно очень и очень неспешно. Во время переговоров деловые люди Японии обычно весьма сдержанны, поэтому во время первого раунда переговоров нашим соотечественникам, как правило, невозможно понять их реакцию. Объясняется эта особенность тем, что у тамошних бизнесменов не принято высказывать свои новые идеи — сначала с ними следует познакомить всех закулисно, а потом на совещании разыграть некую церемонию-спектакль по принятию решения.

## Давайте делать паузы в словах

Во время делового разговора у японцев принято делать паузы. В это

время японские предприниматели обмениваются мнениями и советуются друг с другом. В том случае, если перерыв, на ваш взгляд, излишне затянулся, ни в коем случае не высказывайте по этому поводу беспокойство и наберитесь японского терпения.

Во время ведения переговоров не старайтесь давить на ваших партнеров и угрожать им. Такие методы в Японии не эффективны, хотя сами японцы и могут воспользоваться психологическим давлением. Как показывает практика, они могут пойти на уступки только в случае их взаимности.

## Такого слова нет

Японцы, как и многие россияне, никогда не говорят «нет». Чтобы не огорчать партнера однозначным отрицательным ответом, они могут сослаться на ранее данные обещания или плохое самочувствие. Вообще, японцы всеми силами стараются не вступать в открытую конфронтацию с собеседником. К слову, эта традиция идет из глубины веков.

Когда японцы встречаются с очевидной уступкой со стороны партнеров, они часто отвечают тем же. Они также уверены, что соглашение имеет силу только до тех пор, пока сохраняются условия, в которых оно было достигнуто. Изменились условия — прежние договоренности могут считаться недействительными.

## Приятное с полезным

У японцев принято заключать ключевые соглашения вначале не в офисах, а в ресторанах. Нечто подобное практиковалось у наших соотечественников «в лихие» девяностые. Однако эта традиция сошла на нет в связи с тем, что переговорщики изрядно набиралась спиртного и на следующий день не могли вспомнить, кто и о чем договаривался. У японцев все иначе. Хотя в ресторане они не позволяют себе лишнего, но все равно на следующий день партнеры возвращаются в офис и повторяют всю церемонию заново, словно прежняя была репетицией.

Необходимо учесть, что в Японии принятие решений происходит всегда коллегиально, что в корне отличается от западной манеры, когда обычно окончательное решение принимает руководитель. В том случае, если японец действительно желает продвинуть свое решение, то он договаривается со всеми представителями — теми, кто за, и теми, кто против. Если не оповестить своих, то не исключено, что на итоговом совещании они просто скажут, что не были в курсе проводимой работы и проголосуют против.

Не тушуйтесь, если вы допустили оплошность — японцы не рассчитывают на то, что все будут соблюдать их обычаи и правила поведения. Но если вы постараетесь делать так, как принято, вам будут весьма признательны. **55**

СОВРЕМЕННАЯ КЛАССИКА

«ЛЕВ ЗИМОЙ» (США, 2003)



Однако многие кинокритики сходятся во мнении, что картину Кончаловского обязательно нужно посмотреть. Ее отличает глубина философского подхода, эмоциональность и, конечно, мастерская игра прославленных актеров.

Коротко о сюжете: Король Генрих II Плантагенет (Патрик Стюарт) собирает у себя в замке трех сыновей и заточенную им же на 10 лет в тюрьму жену, Элеонору Аквитанскую (Глен Клоуз). Собирает для того, чтобы выбрать наследника на престол. Все члены семьи ненавидят друг друга, желая нанести удар из-за спины. Какой выбор сделает король?

Любовь и жажда власти, обиды и прощение, интриги, коварство и... тут пусть каждый напишет сам: создатели фильма (как и автор пьесы) позволяют задуматься о человеческой природе, вечных ценностях и личном выборе.

АКТУАЛЬНЫЙ СЕРИАЛ

«ДОМАШНИЙ АРЕСТ» (РОССИЯ, 2018)



квартире, в которой когда-то родился и вырос. Теперь он больше не главный, и сам в свою очередь оказывается во власти простых обитателей коммуналки.

Автор сериала Семен Слепаков в одном из интервью сказал, что стремился рассказать историю современного Остапа Бендера, который постоянно придумывает какие-то схемы и выкручивается из сложных ситуаций.

В этой истории на грани гротеска практически нет положительных героев, но, подшучивая над человеческими изъянами и пороками, создатели сериала отнеслись к ним как-то по-доброму. Тому же вороватому мэру через некоторое время начинаешь искренне симпатизировать: ведь мэр – это тоже человек...

Сериал можно посмотреть на платном сервисе «ТНТ-Premier», сезон в самом разгаре.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КИБЕРПАНК

АПГРЕЙД (АВСТРАЛИЯ, 2018)

Пока Илон Маск рассказывает о текущих разработках по слиянию с искусственным интеллектом посредством интерфейсов «мозг-машина», кинотворцы рисуют вполне реалистичную картину того, как это будет выглядеть и к каким возможным последствиям приведет.

Сюжет картины представляет перед нами мир будущего, в котором высокие технологии стали атрибутом повседневности: беспилотные автомобили, покрытые солнечными батареями, «умный дом», огнестрельное оружие, имплантированное в руку человека, тотальное видеонаблюдение и т.д. Но человеческое общество, как и прежде, не идеально — наряду с футуристическими пейзажами и интерьерами мы видим трущобы, подворотни и бары.

Именно ко второму «миру» принадлежит главный герой — простой механик, который любит заниматься реставрацией старых автомобилей (да так, что даже разговаривает с ними). Его жена — представитель первого «мира», но тем не менее они вместе и любят друг друга. Однажды они попадают в аварию, и банда отморожков убивает жену, а его калечит. Чтобы вылезти из инвалидного кресла и отомстить за смерть любимой, он решается на рискованный эксперимент по вживлению в позвоночник суперчипа, который не только способен восстановить двигательные функции своего обладателя, но и сделать его куда «лучше». Теперь машина, с которой можно поговорить, находится в теле главного героя. **55**



ПИСАТЬ, ЧИТАТЬ, ПОНИМАТЬ

ТЕКСТ: АЛЕКС ДЕКСТЕР

Зная, какой загруженной является жизнь чиновника и делового человека, которым сложно сориентироваться в потоке издаваемой литературы (но которым при этом сложно преодолеть желание читать), мы публикуем дайджест книг, мимо которых, на наш взгляд, нельзя просто так пройти. А нужно обязательно поставить к себе на книжную полку.

Максим Ильяхов, Людмила Сарычева  
Новые правила деловой переписки

М.: Альпина Паблишер, 2018. — 256 с.

Эта книга — то, что понадобится тем, кто по роду деятельности ведет переписку или участвует в переговорах, — как молодым специалистам, набивающим шишки, так и опытным руководителям, которые порой не могут выйти за рамки сформированных годами клише. В книге наглядно описываются эффективные приемы, позволяющие успокоить недовольного клиента, уговорить коллегу помочь с задачей и даже попросить сотрудников поработать на выходных.

Сами авторы формулируют свою задачу так: «Современная деловая переписка — это боль. Фальшивые реверансы, бессмысленные штампы: «я вас услышал»... «заранее спасибо»... Мы верим, что в переписке главное — это не магические слова, а уважение и забота об адресате. В хорошем письме четко сформулирована мысль, и его удобно читать».



Дмитрий Шеваров  
Вологодская тетрадь

Вологда: Древности Севера, 2016. — 323 с.

Всем, кто интересуется новейшей историей Вологды, кто получает удовольствие от лиричной публицистики и ценит качественную, хорошо иллюстрированную полиграфию, понравится эта книга.

Ее автор — журналист, писатель и литературный критик Дмитрий Геннадьевич Шеваров. В областной столице он провел свои детские годы, здесь же делал первые шаги в журналистике. В конце 1980-х он был приглашен в газету «Комсомольская правда», и дальнейшая его жизнь связана с Москвой. Но он сохранил о Вологде светлые воспоминания, которыми и делится с читателями. «Вологодская тетрадь» содержит более 60 текстов самых разных жанров: эссе, очерки, рассказы, интервью с известными вологжанам, переписка разных лет.

Издание — победитель конкурса «Вологодская книга года — 2016» и национальной премии «Лучшие книги и издательства года — 2017».

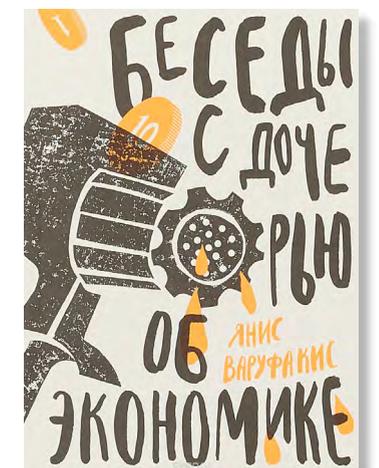


Янис Варуфакис  
Беседы с дочерью об экономике

М.: Ад Маргинем, 2018. — 173 с.

«Я убежден, что экономика — слишком важное дело, чтобы отдавать его на откуп «экспертам»-экономистам, — пишет в предисловии автор, профессор экономики и экс-министр экономики Греции. — Вот почему книга ведет читателей в противоположном направлении, чем популяризация науки, — она побуждает каждого из вас, читатели, взять экономику в свои руки. Мы должны научиться понимать хотя бы то, почему самозванные «эксперты» по экономике (называющие себя учеными-экономистами) всегда ошибаются!»

Он пытается ответить на главные вопросы экономики, взяв в качестве примеров истории из ежедневной жизни и классические тексты европейской культуры от Эдипа и Фауста до «Франкенштейна» и «Матрицы». Это не просто один из хитов летнего сезона — 2018. Это действительно полезное и увлекательное чтение, адресованное, на самом деле, людям всех возрастов. **56**



# ПОЧЕРК РУБИНОЙ

ТЕКСТ: МАРИНА ЧЕРНОВА

В конце августа вологжане встретились с писателем Диной РУБИНОЙ. Во время телемоста, организованного в областной библиотеке, автор книг «Почерк Леонардо», «Синдром Петрушки», «На солнечной стороне улицы» рассказала, почему моряки начали заваливать письмами тогда, когда она была еще школьницей, как она потратила первые деньги и почему именно мат она считает волшебным.



19 сентября Дина Рубина отмечает 65-летие. Возможно, именно поэтому она стала героиней серии онлайн-встреч, одна из которых состоялась в рамках всероссийского издательско-библиотечного проекта «#ЛитМост». В Вологде, по словам сотрудников Вологодской областной библиотеки, возможность пообщаться с Диной Рубиной вызвала невиданный ажиотаж. Действительно, зал был полон.

Во время онлайн-встреч можно задать вопросы любимому автору и услышать ответы человека, умеющего не только написать, но и сказать хлестко, точно в цель.

## О шустрых студентках

Обо мне написано три монографии, огромное количество дипломных и курсовых. Иногда хочется даже остаться в живых и не забронзоветь. Отношусь

## Наша справка

Дина Рубина родилась в Ташкенте в 1953 году в семье художника и учительницы истории. Ее книги переведены на множество языков. По мотивам ее произведений сняты такие известные фильмы, как «Двойная фамилия» (2006), «На Верхней Масловке» (2006), «Любка» (2009), «На солнечной стороне улицы» (2011), «Синдром Петрушки» (2015).

В сентябре этого года в издательстве «Эксмо» выходит новая книга Рубиной «Рябиновый клин», которая станет первой частью романа-трилогии «Наполеонов обоз».

я к этому с иронией. Особо шустрые студенты присылают мне письма: я, мол, пишу курсовую на тему рассказов «Любка» или «Бабка», так вот: что вы можете сказать по теме вашего рассказа? Я отвечаю: «Деточка, в вашем возрасте я училась хорошо. Я не спрашивала у писателей, а что там они имели в виду». Вот хитрые люди.

## О юбилее

На днях мои друзья Станислав и Элла Митины сняли фильм по заказу «Первого канала» о моем юбилее. Честно говоря, слышать уже спокойно о нем не могу... Для съемок в фильме я попросила моего друга, поэта Игоря Мироновича Губермана прийти и что-то сказать. А перед этим Элла позвонила и предупредила его — на экране ни

одного грубого слова и выпивки быть не может. Он мне говорит: «Я к тебе не приду». Тогда я пообещала, что вместо чая будет коньяк. Я ему так подливала из чайничка, пока снимали. И когда я наливала очередную пиалушку, он мне сказал: «Спасибо, больше я не осилю». Это было приятно.

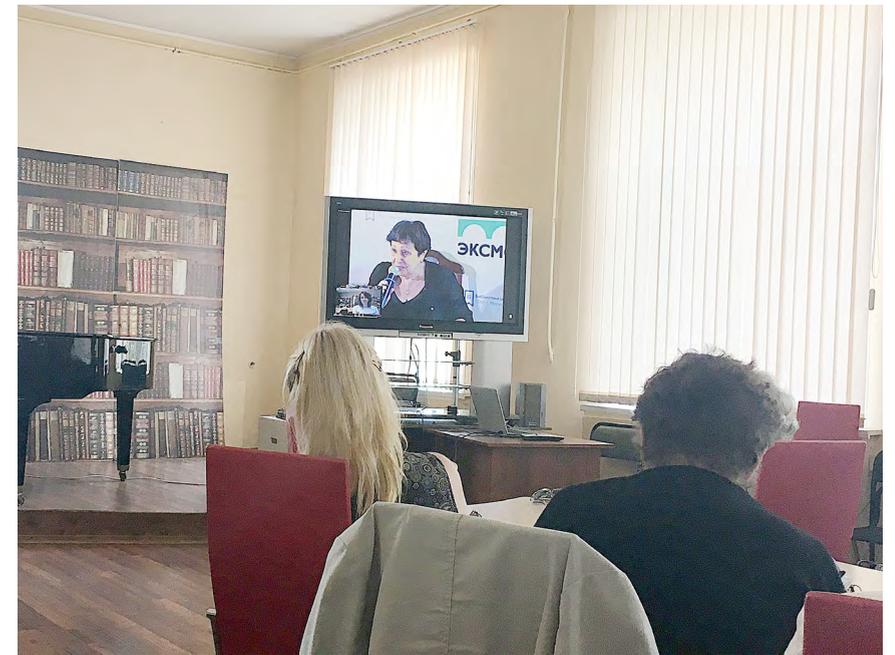
Честно говоря, иногда я вынуждена сокращать круг застолий и знакомств, потому что у меня недавно родились внуки, которые требуют моего неукоснительного внимания и моей авторской кухни. Поэтому я, учитывая, что остальное время должна потратить на работу, не так часто встречаюсь с друзьями. Но все они при мне, мне достаточно знать, что с человеком все в порядке. Мы уже в таком возрасте, когда можно просто написать привет или позвонить. И, конечно, надо пить больше настоящий чай.

## О советах начинающим

Меня сподвигла писать дурость подростковая. Я писала все время, ни у кого ничего не спрашивала, правда, еще и уроки не делала. Так что брать с меня пример точно не стоит. По глупости и по наглости я отправила свой рассказ в журнал «Юность». Мне показалось, что это просто, и я направила из Ташкента, где жила, несколько своих рассказов. Так что моя судьба — это история провинциальной Золушки, которая опубликовалась в журнале тиражом три миллиона экземпляров. И мне, юной девчонке, писали моряки... Так что я советую начинающим авторам: рассказывайте свои истории, пишите о своей жизни. А потом попадите в литературное объединение, где вас будут грызть такие же молодые волчата, как вы. И тогда вас уже никто и ничто не сломит.

## О первых деньгах

В школе я рисовала и писала. И вдруг мне присылают чек на 89 рублей. Это первый гонорар из журнала «Юность». Мама была сражена и повержена. Она сказала в духе Бабея, что мы должны что-то купить мне, чтобы запомнить это. Мы на каком-то рынке купили страшную розовую кофту. Продавщица сказала:



## Лариса КОЗЛОВА, заведующая отдела абонемента «Вологодской областной универсальной научной библиотеки им. И. В. Бабушкина»:

— Онлайн-встречи с популярными писателями дают возможность авторам и читателям пообщаться. Многих привлекает то, что вопрос можно задать как заранее, так и в режиме реального времени.

Встречи проходят в формате телемостов, объединяющих студию в Москве и региональные библиотеки по всей стране. Наши читатели уже встречались с Марией Метлицкой, Анной Берсеновой, Владимиром Сотниковым, Сергеем и Анной Литвиновыми.

«Шоб она вышла замуж в этой кофте». Но изделие не выдержало даже первой стирки.

Были и другие последствия моих публикаций. Например, меня пригласило общество книголюбов, и я стала выступать в разных седьмых классах школы. Я читала поэзию Велимира Хлебникова. Мне казалось, это необходимо каждому семикласснику, поэтому я вкладывала в это весь свой артистизм. И однажды я опоздала. Публика разбежалась с криками: «Актёрка сдохла!». С тех пор я не открываю книги Хлебникова.

## О книгах, которые читает писатель

Круг моего чтения настолько разный, что он шокирует. Я люблю классный стильный умный английский детектив. Очень люблю книги воспоминаний,

люблю неожиданно податься в сторону классики и открыть какого-нибудь Лоуренса Даррелла.

У меня обязательно лежит три-четыре книги на прикроватной полочке. Я выщипываю 2-3 страницы, мне важна интонация и музыка фразы. И мне достаточно до следующего «перекуса». А что касается книг, необходимых для написания моих произведений, тут я изучаю материал от и до.

## О поиске героев

Писатель — такое странное существо, которое всегда рыщет глазами. Нас не интересуют нормальные люди с устойчивой психикой и нормальной биографией. Нам нужна изюминка и странность, и тогда рождается литература. Книга «Синдром Петрушки» появилась, когда я встретила с актером, который

длительное время играл Петрушку. Он рассказал мне, как появился этот персонаж, и я поняла, что это целый пласт информации.

Тогда я писала «Белую голубку Кордовы» и занималась вопросами реставрации, но я вернулась после поездки, села и написала «Синдром Петрушки». Иногда замысел оглушает тебя, как затрещина. Ты можешь что-то делать, вдруг в это время из форточки доносится шлягер ранней юности, и... сюжет готов.

Как-то мы с мужем оказались в Италии, и у нас украли прекрасный путеводитель по нескольким городам. Нам пришлось покупать в каждом городе путеводитель, и местные издатели для перевода на русский нанимали, скорее всего, студентов-филологов. От их перевода у меня все скручивалось, и особо яркие пассажи я читала вслух. Когда я прочла «Высокая вода венецианцев» поняла, что это прекрасное название повести. Оставалось только ее написать.

### О кино

Не люблю отвечать на вопрос об экранизации «Синдрома Петрушки». Да, работы некоторых актеров в нем великолепные. Но я всегда говорю, что авторов романа надо убивать до премьеры фильма. Ведь это совсем другой вид творчества — кино. У писателя в голове складывается совсем другой мир, и ему сложно видеть свое произведение в интерпретации другого. Неизвестно, был бы доволен Булгаков экранизацией «Собачьего сердца», хотя это блистательный фильм.

### О нервах писателя

Основной нерв писателя — в воображении. А оно питается жизнью писателя. Я хожу на рынок, езжу в общественном транспорте, так что мне не надо следить за ТВ, чтобы понять, какие разные человеческие характеры. Я верю в жизнь. Я легко вступаю в разговоры, выживаю человека. Обожаю болтать с таксистами. Легка на подъем, и жизнь для меня прекрасна. И все, что происходит, будит воображение. Вчера

мы с мужем шли по деревне и увидели, как два мальчика продавали сморщенные яблоки и помидоры в своем игрушечном магазине. Когда я ему дала тридцать рублей за яблоки, немного поторговавшись, мальчик, довольный сделкой, сказал: «А конфетка — вам подарок для вашего дедушки». И это при том, что мой муж скорее похож на господина, чем на дедушку. Эту историю я сразу же записала, когда пришла домой.

### О людях-помощниках

У меня есть особый талант — заставить человека вспомнить, какого цвета был пол в школе, когда он учился, из какого дерева были доски... И человек начинает волноваться. Созваниваться с бывшими одноклассниками. Чтобы написать книгу, где действие происходит в каком-то городе, должно быть много свидетельств живых и грамотных... Например, я, 30 лет прожив в Ташкенте, могла бы никого не спрашивать об этом городе, но память подводит. После выпуска книги «На солнечной стороне улицы» многие ташкентцы написали мне: «Вы почему сообщили, что трамвай ехал по улице Шота Руставели, когда он поворачивал в другую сторону?» Всегда есть риск что-то недосказать. А мне хочется создать мир, где можно остаться и полюбить его. Поэтому я честно и долго работаю с источниками информации, необходимой для книг.

### О судьбоносной книге

Судьбоносная книга — та, над которой болеешь. Написание книги — это болезнь. Хочется куда-то съездить, произвести какое-то действие. Я думаю, что года через два я освобожусь, закончу книгу и потом поеду. И все равно ничего не получается. За одной судьбоносной книгой начинается вторая. И так погружаюсь в новую историю, что первая отходит далеко-далеко.

Например, снимали «Синдром Петрушки» и мне, собрав всю труппу актеров, рассказывали о том, кто играет главные роли в фильме. Перечисляют имена и фамилии: Евгений Миронов,

Чулпан Хаматова, а на роль Тэдди взяли грузинского актера. А я спрашиваю: а кто такой Тэдди? Вижу, актеры напряглись. Тут даже можно было историю сочинить, как за меня пишут литературные негры, раз я не могу вспомнить имя одного из персонажей. Но я не могу оставаться со старой книгой, я должна быть с новой. Вот сейчас я закончу «Наполеонов обоз» и тогда точно отдохну.

### О первом читателе

Человек, на котором я проверяю свои книги, — мой муж. Он любит, чтобы я читала ему вслух. Читаю я неплохо. Кстати, я регулярно записываю свои книги сама в студиях звукозаписи, поэтому никого не слушайте кроме меня (смеется). Все они читают плохо. Так вот, иногда муж-художник в своей мастерской ставит диск и пишет картины. Это удачное течение супружеской жизни.

### О волшебных словах

Иногда мне говорят, что я как Губерман, но я считаю, что мат — это важные слова по энергетике. И очень сильно действующие. Вот я была на стройке домика, который нам бригада делает в деревне. Они его очень долго строят. Сначала я приходила, была вежливой, восхищалась птичками и красивым видом. Затем пришлось отстранить прораба, сказать несколько волшебных слов, и сразу все заработали.

### О волшебных людях

Иногда мне пишут вот какие письма: «Какая же вы сволочь, Дина Ильинична, зачем вы его убили». Но что поделать, мне приходится убивать своих героев. У меня у самой было давление под 200, когда я это делаю. Чудо, когда дуновение образа обретает черты, походку, словечки, биографию. И ты ловишь себя на том, что описываемый человек становится более реален, чем родная дочь. Это некий поворот сознания писателя из области шизофрении. А когда эти люди возникают на твоём пути — ощущения еще те! 

# Ирина Хакамада

## Эмоциональный капитал. Как эмоции превратить в доход

### 13 октября 2018 Суббота, начало в 18:00

Вологодский областной колледж искусств  
ул. Горького, д. 105

Заказ билетов  
(8172) 50-70-75  
sv35.ru



Продюсерский центр  
«SV-класс»



18+

hakamada.ru



PLACESTART

БИЗНЕС и ВЛАСТЬ

МАРКА  
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР NISSANцентр  
эстетической  
медициныИрины  
Домбровской

реклама

БУТИК ИТАЛЬЯНСКИХ БРЕНДОВ  
LOOK  
·PROPAGANDA·

BRO!

Shabby

Промсвязьбанк



# БАЙКАЛ КАК «МЕСТО СИЛЫ»: «СВЯЩЕННОЕ МОРЕ» ВЛЮБИЛО В СЕБЯ ВОЛОГЖАН

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР МАЛЬЦЕВ

«Россияне зачастую рвутся за границу, забывая, сколько красивых и уникальных мест есть у нас в стране», — говорит **Денис ДОЛЖЕНКО**, основатель вологодского Клуба интересных людей «Инсайт» и депутат Законодательного собрания области, в беседе с нашим корреспондентом. Этим летом он собрал группу из 14 человек и отправился на озеро Байкал.



Конечно, для всех эти места свои и для всех разные. Но вряд ли кто поспорит с писателем Валентином Распутиным: «Байкал, казалось бы, должен подавлять человека своим величием и размерами — в нём все крупно, все широко, привольно и загадочно — он же, напротив, возвышает его. Редкое чувство приподнятости и одухотворенности испытываешь на Байкале, словно в виду вечности и совершенства и тебя коснулась тайная печать этих волшебных понятий, и тебя обдало близким дыханием всесильного присутствия, и в тебя вошла доля магического секрета всего сущего».

«В такие туры лучше ездить «своей» компанией — так веселее и интересней. Я собрал практически незнакомых друг другу людей из Вологды и Череповца — представителей разных сфер: строители, рестораторы, «лесники», СМИ, реклама. Но все они активные люди, любящие путешествовать и

познавать новое. Познакомились и сблизились в прямом смысле слова на первой же экскурсии в пещеру, где пришлось идти и ползти в темноте, помогая друг другу. Дружеский контакт был установлен и за время отдыха только укреплялся, — рассказывает Денис об участниках поездки.

— Вечерами рассказывали о своем бизнесе, историях успеха, делились планами развития. Более опытные товарищи учили новичков. По утрам — пробежка. Семидневная программа оказалась очень насыщенной и познавательной».

«Мысли и разговоры о поездке на Байкал у нас с Денисом Долженко возникли еще в прошлом году, во время совместного восхождения на Эльбрус. К тому же Байкал входил в мой список обязательных мест для посещения, его я составил еще в школе на уроках географии. И когда мне позвонил Денис и сказал, что собирает группу единомышленников ехать на озеро, я очень обрадовался», — делится впечатлениями от поездки Сергей Дружининский, руководитель компании «Профэксперт». Он уверен, что Байкал — это то место, куда нужно ехать и смотреть, фотографиями и словами не передать всю красоту этой местности. Как не передать и всей той энергетики, которая там есть. «На Байкале есть много



**Денис Долженко:** «Закат здесь каждый день разный. Как и сам Байкал — то добрый и приветливый, то колючий и прохладный. Мощь, которая заслуживает уважения. **Наш совет: на Байкал нужно ехать с любовью, уважительно относиться к озеру и природе вокруг, тогда и она тебя отблагодарит хорошей погодой и гостеприимством».**



**Людмила Виноградова:** «Мне безумно понравился наш тур, наша команда. Мы, несомненно, будем и дальше дружить, общаться и вместе путешествовать. **А всем нашим русским туристам рекомендую для путешествий нашу необъятную матушку Россию. У нас очень много красивых мест с потрясающей природой и историей».**

так называемых «мест силы», где в свое время могли находиться только избранные, этими избранными были местные шаманы. Они просили у духов Байкала помощи и набирались сил. Говорят, в этой местности очень сильные магнитные поля, и часто происходят необъяснимые для человека вещи. Наши гиды и местные водители, которые нас возили на экскурсии, рассказывали про разные видения людям непонятных существ, о явлениях, которые сложно описать, — рассказывает Сергей. — Одно из таких явлений и с нами произошло: во время одной из поездок по острову Ольхон мы сделали множество фотографий, а потом, когда стали их просматривать, обнаружили неопознанный объект — он был не похож ни на птицу, ни на камень. Что это было — для нас так и осталось загадкой. Возможно мы запечатлели инопланетян, а может, какой-нибудь новый беспилотник американцев или китайцев» (смеется).

У многих участников группы самым ярким впечатлением стал спуск в пещеру «Мечта». «Длина ее коридора

Вологодским путешественникам удалось не только искупаться в Байкале, но и подняться на местные горные вершины, опуститься в пещеру, совершить длительный пеший переход по скалистому побережью озера, ночевать в палатках, пообщаться с шаманом, научиться готовить местные блюда, объехать на катерах несколько островов, выйти в озеро на рыбалку, посетить музей Байкала и многое другое.



составляет 850 метров, а глубина — 52 метра. Нам пришлось спускаться с поддержкой, проходить по скользким тропам, подсказывая друг другу, где лучше обойти (конечно, следуя рекомендациям наших пещерных гидов, идущих впереди), а кое-где мы даже проползали на животе — иначе было никак. И именно спуск в пещеру, пережитые в ней эмоции были нам проверкой на прочность. Даже наши гиды сказали, что первый раз встречают такую группу, которая в первый же день — и сразу в пещеру. Обычно у всех первый день — это релакс», — вспоминает Людмила Виноградова, директор «Радио «10.69».

Помимо пещеры, путешественники посетили остров Ольхон, мыс Саган-Хушун, мыс Хобой, остров Огой, перевал Пыхтун, бухту Песчаную, Прибайкальский нацпарк и многие другие места. Многим запомнилась местная кухня: суп бухлер, буузы (они же позы), тарасун (местный напиток с очень специфичным вкусом и запахом), омуль, муксун...

«А больше всего в поездке запомнилась баня прямо на берегу озера и купание в Байкале. В него так просто не зайдешь, вода была всего 12–14 градусов тепла. Первый раз ноги сводит! А после баньки наши разгоряченные тела с великим удовольствием приняли священную воду Байкала. Так мы прошли этап самоочищения, так как Байкал противостоит мощным силам человеческой гордыни,

**Сергей Дружининский:** «Люди, с которыми мы были на Байкале, для меня очень успешные и уверенные в себе личности. Каждый уже состоялся в своей профессии или бизнесе, добился больших высот. **Поэтому для меня было очень интересно и познавательно со всеми общаться и узнавать что-то новое, особенно в вопросах работы и бизнеса».**



беспечности и невежества», — добавляет Людмила.

«Сколько бы я не посещала стран, Россия всегда на первом месте по красоте и силе. А Байкал — это особое место, где ты знакомишься с самим собой... Конечно, об этом можно рассказывать долго, — говорит Олеся Дербина, руководитель центра онлайн-обучения Profinarium.ru. — Мне, как преподавателю, хотелось отметить, как много знаний можно выносить из каждой поездки. Обязательно выбирайте себе образованных гидов, запаситесь блокнотами и слушайте, изучайте и передавайте знания дальше».

«Совместные путешествия планируем продолжать, в следующем году едем на Камчатку, есть в планах съездить на Алтай и в другие места России, — заключает в конце беседы Денис Долженко. — Очень хотим их посетить и рассказать о них вашим читателям». 68



**Олеся Дербина:** «Вместе с участниками поездки на берегах Байкала мы провели по-настоящему продуктивные дни. **Мы встречались с шаманом, танцевали бурятские танцы и вкушали местную кухню».**

ЛИЗИНГОВАЯ  
КОМПАНИЯ

МИК

С ДНЕМ РАБОТНИКОВ ЛЕСА!

Уважаемые работники лесной, лесозаготовительной и деревообрабатывающей промышленности! Коллектив Лизинговой компании «МИК» поздравляет вас с профессиональным праздником!

Желаем работникам лесной отрасли дальнейших творческих успехов, устойчивого финансового положения, процветания, стабильности, новых идей и больше возможностей для их воплощения!



Мы уверены, что благодаря высокому профессионализму, богатому опыту, высокой самоотдаче специалистов лесной промышленности будут решены самые серьезные вопросы развития отрасли.

Центральный офис:  
г. Вологда,  
ул. Пушкинская, д. 52  
тел.: (8172) 23-98-98

С уважением,  
генеральный директор АО «МИК»  
В.В. Савин

# В ГРЯЗИ, ДА НЕ В ОБИДЕ: ПОД ВОЛОГДОЙ СОСТОЯЛСЯ ФИНАЛ ВСЕРОССИЙСКИХ СОРЕВНОВАНИЙ ПО ТРОФИ-РЕЙДАМ

ТЕКСТ: ЕВГЕНИЯ ГРЕБЕЛКИНА

Последние выходные августа стали решающими для любителей бездорожья. Лучшие экипажи из разных уголков страны приехали в Вологодскую область, чтобы проверить себя и свою технику. Около деревни Стризнево Вологодского района прошел финал Кубка ДОСААФ России по трофи-рейдам. Его организатором выступил внедорожный клуб «Вологда 4x4».

## Готовность №1

Открылись соревнования в центре Вологды — на площади Революции выстроилась внедорожная техника. Необычную выставку организаторы решили провести специально для горожан, чтобы они могли посмотреть, на чем же преодолевают бездорожье спортсмены, сфотографироваться с автомобилями и пообщаться с участниками состязаний. Стоит отметить, что в финал Кубка ДОСААФ России по трофи-рейдам прошли только победители отборочных этапов соревнований, в их числе оказались представители Москвы, Санкт-Петербурга, Воронежа, Нижнего Новгорода, Калуги, Белгорода — всего более 50 экипажей.

«В Вологде мы впервые. Отбор на финал проходил в Санкт-Петербурге, было довольно сложно. Нам интересно посмотреть соперников, новые трассы, новые почвы, другой регион. К финалу подкопили денег, купили «блокировку» на машину. Она достаточно сильно повышает проходимость автомобиля», — рассказал на открытии представитель категории «ТР-0» петербуржец Владимир Галахов.

Поясним: на внедорожных соревнованиях все участники делятся на категории в зависимости от техники, на которой они преодолевают бездорожье. На финале Кубка таких групп было семь: «ТРП», «Туризм», «ТР-0», «ТР-1», «ТР-2», «ТР-3», «ATV». Самые «простые» автомобили представлены в первых двух категориях, дальше уровень оснащения и подготовки внедорожников растет. В категории «ATV» выступают квадроциклы. Для них

традиционно организуются самые сложные испытания.

«Мы «построили» нашу машину год назад, к финалу устранили неисправности. Хочется, чтобы трасса была интересная, трудная, на выносливость. На соревнованиях в Вологде мы первый раз, но всех своих соперников мы знаем, уже много раз гоняли с ними», — поделился механик экипажа категории «ТР-3» Александр Юровский из Санкт-Петербурга.

На церемонии открытия прошла жеребьевка участников в каждой категории, после чего экипажи отправились на место соревнований.

## На короткой дистанции

Около деревни Стризнево уже было все готово. В первый день участники прошли спецучасток — трассу, сделанную в виде восьмерки, которая включала в себя небольшие естественные препятствия. «Этот участок мы называем «вкаточным». Его главная особенность в том, что на небольшой по протяженности трассе собраны препятствия разных видов: канавы, ручьи, лесистая местность. За короткий промежуток времени участники могут продемонстрировать свое мастерство и возможности техники. От результата на этом участке зависит стартовая позиция экипажей во второй части гонки», — поясняет руководитель клуба «Вологда 4x4» Евгений Беляев.

Короткую трассу участники проходили по двое, каждый экипаж должен был проехать «восьмерку» два раза. В результате этап продолжался до позднего вечера.

«Ничего неожиданного не было, но трасса интересная, то есть разнообразные кочки, пара канав были. В принципе, для разминки как раз то, что нужно: быстро, коротко, есть, где нажать на педаль, а где подумать. В нашей категории участники примерно все одинаковые. Второй этап будет зависеть от умений экипажей», — поделился впечатлениями от трассы пилот одного из экипажей в категории «ТР-2» Дмитрий Мионов.

## Красота бездорожья

Самые сложные испытания ждали участников соревнований на второй день. Продолжительность большой трассы составила более ста километров для каждой категории участников. Стартовали они в 8 утра, перед этим получив координаты контрольных точек, которые им необходимо пройти. Гонка продолжалась более 12 часов.

«Все вроде бы у нас получается. Трасса хорошая, она дает возможность и отдохнуть, и «порубиться» как следует. Здорово. Организаторы — молодцы, хорошо постарались. Каких-то неожиданностей не было, всё в порядке. Считаю, для победы не стоит убиваться, мы стараемся какой-то баланс соблюдать: не расслабляться, но и не напрягаться сильно. Стартовали мы четвертыми, но сразу от всех соперников уехали и больше их не видели», — делится впечатлениями во время короткой передышки на трассе представитель категории «ATV», вологжанин Алексей Конопелько.

За время гонки экипажи смогли оценить не только вологодское бездорожье, но и красоту местной природы. Ведь трасса проходила по разным видам местности: лесам, полям, болотам.

«Нам трасса очень понравилась. Все сделано очень классно, спасибо организаторам. Мы застревали буквально везде, но места очень интересные, нас впечатлили. Взяли примерно одну четвертую часть всех точек, потому как наша машина сломалась», — рассказывает уже после финиша участник соревнований из Нижнего Новгорода Вадим Лютов.

Поломка техники на подобных соревнованиях — ситуация вполне привычная. Экипажам приходится ремонтировать свои автомобили прямо в лесу. Причем делать это они могут только своими силами без сторонней помощи. Некоторые из участников были вынуждены сойти с трассы из-за технических проблем, а кто-то не смог самостоятельно выехать из непроходимых мест. И тем, и другим организаторы помогли выбраться. Ведь одно из главных правил внедорожного клуба «Вологда 4x4» — никого не бросать на трассе.

## На финише

После окончания гонки маршруты участников организаторы проверили по GPS-трекам. Взятие каждой точки — по фотографиям. В результате победителями сразу в нескольких категориях стали вологодские экипажи. В группе «ТРП» первое место занял экипаж Максима Вострухина и Константина Талалова. В «Туризме» лучший результат показал экипаж Сергея Крылова и Ярослава Савина. В «ТР-1» лидерами стали череповчане Олег Артемьев и Михаил Отурин. В категории «ATV» победа досталась Эдуарду Осташову и Максиму Попову.

Среди техники «ТР-0» первое место заняли гости из Санкт-Петербурга Максим Славкин и Владимир Галахов. В группе «ТР-2» «золото» завоевали также представители северной столицы — Алексей Багаев и Вадим Гайсин. В самой серьезной категории «ТР-3» лидерами также стали петербуржцы: Алексей Шохин и Виталий Лубешкин. **66**



# ИСТОРИЧЕСКИЙ ЦУГЦВАНГ

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР ИЛЬЧЕВ

**Вологда стремительно теряет свои памятники деревянного зодчества. Естественное разрушение, поджоги, сносы, муляжи-новоделы «под старину» мало кого уже удивляют, разве что архитектурное сообщество. На этой волне возникло новое патриотическое движение градозащитников. Но может ли оно сформировать конструктивную линию в диалоге бизнеса и власти?**



Вологда в ее старине.

«Той Вологды, которая была моим городом, больше нет. Она стала городом алчных бизнесменов, чиновников и правоохранителей, которые объединили равнодушие к месту, где они живут, с жадной наживы. И эта группа, специализирующаяся на уничтожении истории Вологды, разрушает все подряд. Все, что составляло красоту и аутентичность нашего города». Эти строки принадлежат журналисту Евгении Сибирцевой, написавшей на популярном интернет-портале эмоциональную отповедь, вокруг которой немедленно развернулась онлайн-дискуссия. Можно по-разному относиться к переживанию коллеги за любимый город, но давайте признаемся, что корень проблемы — не в зарвавшихся чиновниках, а том, что в Вологде, к сожалению, до сих пор нет концептуального плана сохранения подлинных исторических объектов.

## Этот город в огне

В 90-е годы существовала такая организация — ГУК «Дирекция по реставрации и использованию памятников истории и культуры Вологодской области» (далее — просто дирекция). Она напрямую подчинялась Министерству культуры РФ.

В то время областной центр начал активно застраиваться, благо что деньги у бизнеса водились немалые. Однако процесс тормозили неоправданные ограничения, устанавливаемые дирекцией по поводу внутреннего использования новоделов, — должностные лица понуждали инвестора воссоздать в полном объеме объект средней застройки, который не обладал статусом памятника. Нередко имели место курьезы.

В самом центре Вологды, на улице Марии Ульяновой, 13 (несчастливое число!) людей страшил остов разрушенного исторического объекта. Бюджетных денег на его реставрацию не было, и возникла идея восстановить здание за счет частных инвестиций, сделав в нем банк. Дирекция потребовала от инвесторов восстановить по историческому подобию все строение. Но у бизнеса были свои требования к организации внутреннего пространства помещения. От вложений средств в проблемный объект банкиры отказались. Но это лишь, как говорится, видимая часть айсберга. Под водой остались элементарные межведомственные интриги, жертвами которых обычно и становились предприниматели... В итоге мы имеем то, что имеем

— классический новодел, лишь отдаленно напоминающий утраченное здание.

## Камень, дерево, бумага

Вот еще пример. В створе улицы Чернышевского напротив бывшего военного госпиталя небольшое предприятие выкупило на торгах участок земли с тем, чтобы на нем возвести дом «под старину» — таковы были условия, выставленные дирекцией. Дело в том, что часть улицы Чернышевского обозначена в реестре Министерства культуры в качестве охраняемой государством исторической зоны. Это означало, что все новые постройки должны быть похожими на те, которые были возведены еще до революции.

Предложенный предпринимателями проект в каменном исполнении и обшитый декоративными досками госорган не устроил. «Дом надо строить только в дереве, как встарь», — пояснили в дирекции. Понимая, что плетью обуха не перешибешь, предприниматели построили бревенчатый дом. И тут начались проблемы с пожарными. Оказывается, дом в деревянном исполнении... не соответствовал противопожарным нормам! «Но как быть с тем, что на этом же месте целый век стоял деревянный дом, и ни у кого претензий не было?!», — возмутились было инвесторы. «А раньше и противопожарные нормы были другими», — ответили пожарные. Итог был таков: в течение десяти лет брошенный дом пугал вологжан своим видом, в нем жили бомжи, которые его и спалили.

И таких печальных историй в областной столице было множество. Власть, как водится, винила в помехах развитию города «историческую» дирекцию. После одного из совещаний в областной администрации чиновник Збигнев Каплевский

обратился к неггибаемому руководителю дирекции Карачеву: «Михаил Иванович, посмотрите, почти вся заречная часть Вологды выгорела — одни руины остались. Туристов стыдно привозить! Надо нам всем вместе как-то решать эту проблему». Но Карачев даже разговаривать на эту тему не захотел.

«Мне, как архитектору, сегодня не совсем понятно какими принципами в то время руководствовались специалисты при определении ценности объектов. Здесь явно были упущены определенные градостроительные характеристики и перспективы развития города», — недоумевает известный вологодский архитектор Альберт Метский, добавляя при этом, что и администрация города в те годы «больше занималась политикой и в меньшей степени интересовалась проблемами исторической застройки».

## От Катона до Ньютона

Точкой накала в противостоянии городских властей с Михаилом Карачевым и поборниками старины стали массовые иски дирекции к строителям о приведении зоны исторической застройки в первоначальный вид. Говоря проще,

количество подобных исков исчислялось десятками. Было понятно, что Михаил Иванович пошел ва-банк.

Во время пламенного выступления Карачева на судах в нем выделся образ римского сенатора Марка Порция Катона, повторяющего: «Карфаген должен быть разрушен». Но арбитражный суд счел приведение «исторической территории» в первоначальное состояние нецелесообразным и в удовлетворении исков было отказано.

К 2005 году Карачева, как выражаются в компетентных органах, схарчили. Справедливо заметил Ньютон: сила действия рождает силу противодействия. Вначале его дирекцию «пощупали» сотрудники отдела по борьбе с экономическими преступлениями, затем к делу подключились другие «копатели». Над руководителем дирекции, неистово охранявшим историческое наследие, начали сгущаться «заказные» тучи. А в марте того же года по итогам нескольких ревизий Михаил Иванович был отправлен в отставку. Вместе с этим дирекция напрямую была переподчинена областной администрации и с той поры стала называться комитетом по охране объектов

**Альберт Метский:**  
**«Сегодня главная ценность Вологды для специалистов в том, что в городе сохраняется историческое ядро, историческая планировка и масштабность застройки центральной части, не перекрываются основные исторические видовые ориентиры на доминанты культовых сооружений и сохраняются пешеходные связи».**



построенные дома, по мнению охранников исторического наследия, подлежали сносу. Вначале это была несогласованная с дирекцией пристройка к бывшему уже кафе «Лесная сказка» (ранее — часовня Арсения Комельского в начале нынешнего Советского проспекта). Затем дирекция пыталась сровнять с землей заселенные многоквартирные дома по улице Гоголя, разрешение на строительство которых застройщик предусмотрительно согласовал с Министерством культуры.

культурного наследия.

С реструктуризацией дирекции застарелый конфликт сам себя исчерпал. Но проблемы сохранения памятников никуда не делись, они лишь только обострились, как обостряются заболевания в хронической форме. Старый город по-прежнему выгорает. А новой команде городских управленцев до сих пор так и не удается разработать по-настоящему действенный механизм, в котором бы учитывались интересы всех слоев общества...



## Связь времен

«Когда ты за день проходишь по нескольким центральным улицам и видишь на этой кинолентке множество вырезанных кадров, возникает чувство, будто твой город похоронили. И каждый год заколачивают в крышку гроба новые гвозди», — с горечью пишет Евгения Сибирцева о Вологде ее детства и юности. В этой связи вспоминается обращение противоположной полярности. Его автор — Таня К., чье письмо было опубликовано в начале 80-х годов в газете «Вологодский комсомолец».

«Вечерами молодые люди слоняются по подъездам, им негде отдыхать. Вместо того, чтобы в Вологде открыть хотя бы молодежное кафе, городские чиновники тратят деньги на ремонт всякой полусгнившей рухляди (речь идет об исторических объектах — прим. авт.), обшивая старые дома новыми досками».

Как и ожидалось, эпитафия молодой особы вызвала шквал эмоций — с обвинениями в дикости и навешивании обидных ярлыков. Сегодня у Татьяны иные заботы, и о развлечениях подрастающего поколения она уже не думает — детей бы прокормить. Теперь развлечений для молодежи хоть отбавляй. При этом тревожным набатом звучат противоположные обвинения молодых людей в адрес городской управы.

Так что же изменилось в головах вологжан за последние четыре десятилетия? Изменилось многое. Но осталось главное: понимание того, что город — это не просто мозаика безликих домов, собранных в микрорайоны, а пространственное выражение человеческих отношений. И порой, как видим, далеко непростых. **И**

*Продолжение следует.*



Мы запускаем новую для себя рубрику «Вопросы — Ответы». Теперь в каждом выпуске журнала редакция планирует задавать «универсальные» вопросы известным и уважаемым людям региона, чтобы раскрыть их жизненные принципы и установки. Героем нашей первой «анкеты» стал Виктор Николаевич Чучин, основатель и руководитель предприятия «Устюггазсервис», почетный житель Великого Устюга.

## ВИКТОР ЧУЧИН: «Я ЗАДАЛ БЫ НЕСКОЛЬКО ВОПРОСОВ ПУТИНУ»

— **О чем вы мечтали в 10, 20, 30 лет? И о чем вы мечтаете сейчас?**

— Не помню, о чем мечтал в 10 лет, но точно знаю, что всегда было огромное желание после уроков быстрее на улицу убежать и играть допоздна, пока родители не загонят домой.

В 20 лет мечтал поскорей уйти на дембель и поступить в институт. В 30 мечтал, чтобы предприятие, которым я руководил, было лучшим по своему профилю в области. В результате получилось так, что оно стало лучшим не только в области, но и 5 лет подряд признавалось лучшим по отрасли в стране.

Сейчас мечтаю, чтобы мои дети и внуки стали успешными и счастливыми во взрослой жизни.

— **Если бы вам представилась возможность побеседовать с любым историческим деятелем или знаменитым современником, кого бы вы выбрали? Почему?**

— Конечно с нашим президентом. Я бы спросил его, почему тех, кто работает и платит налоги, не спрашивают те, кто живет за счет этих налогов, и при этом они сами себе устанавливают различные льготы и доплаты к пенсии на всех уровнях власти? Зачем ему в Госдуме такое большое количество депутатов и их помощников? Разве недостаточно иметь по одному из каждой региона?

— **Какой период жизни или событие в отечественной истории вы считаете наиболее важным?**

— Победа в Великой Отечественной войне.

— **Как вы понимаете термин «патриотизм»?**

— Патриотизм — это когда ты все делаешь в интересах своей малой и большой Родины.

Патриот должен вкладывать все, что имеет: руки, знания, талант, деньги — в экономику только своей Родины. Патриот не должен стремиться жить за границей, он сам и его семья должны жить на Родине. Патриот должен изучать все хорошее, что есть в других городах, областях и странах и внедрять все лучшее на своей Родине.

Я не считаю патриотами бизнесменов, уехавших за границу. Которые сколотили состояние у себя на Родине, но чей капитал сейчас работает на экономику других стран.

— **Какие три качества вы считаете самыми главными для руководителя и какие — для подчиненных?**

— Для руководителя это порядочность и честность в отношениях с партнерами (когда тебе, условно, отгружают продукцию «под честное слово»); умение создавать и поддерживать моральный климат, когда подчиненные работают не из-под палки, а с радостью идут на работу; стремление к изучению новых технологий в своей профессиональной деятельности.

Что касается подчиненных, то они должны быть в первую очередь работоспособными, иметь стремление быть лучшими, коммуникабельными.

— **Что вам больше всего не нравится в других людях?**

— Наглость.

— **Сколько у вас настоящих друзей?**

— Двое.

— **Ваш лучший вариант проведения отпуска?**

— На «плавучем домике» в Великом Устюге.

— **Самый счастливый момент в жизни?**

— Рождение детей. **BB**

ЮВЕЛИР  
*Домрачев*



Вологда  
Череповец

ТВОРЧЕСТВО МАСТЕРСТВО СТИЛЬ

Вологда, Окружное шоссе, 12, ТРЦ «РИО»,  
rusgold35.ru | vk.com/rusgold35  
8-931-500-51-55

**BRISTEL / PRO**



**TEMPO LINEA**



**PRECIOZA**



**-20%**

акция действует  
с 01.09 по 30.10

**VERONA**



**CITY / GLANZ / KRISTALL**



Опытные дизайнеры-консультанты:

- ✓ сделают 3-D проект Вашей будущей кухни
- ✓ подберут по Вашему запросу все необходимые комплектующие
- ✓ рассчитают Вашу экономию при покупке кухни по акции

**KÜCHENBERG**  
GERMAN QUALITY

**МАНДАРИН**  
салон кухни



г. Вологда, ул. Ярославская, 16 в. Тел.: 8 (8172) 71-85-45

реклама