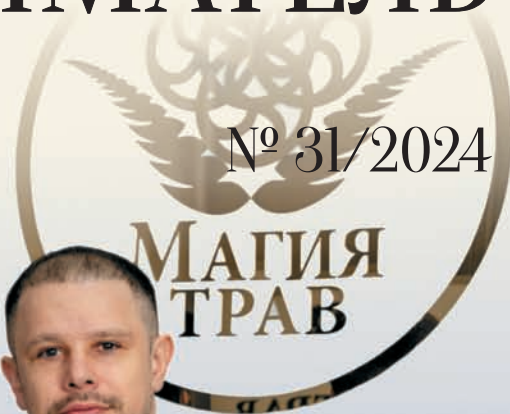




ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ БАРНАУЛА

№ 31/2024



БАРНАУЛ 2025



С Новым
годом
и Рождеством!

Дерево посадили. Бизнес построили.

Семейное предприятие
«Магия трав»

ДОРОГИЕ ЖИТЕЛИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ!

От всей души поздравляю вас с Новым годом и наступающим Рождеством!



Эти праздники приносят атмосферу радости, дарят надежду на исполнение заветных желаний. Перед полуночью особенно дороги минуты единения, когда мы, жители огромной страны, желаем друг другу успехов, счастья и вспоминаем главные события прошедшего жизненного периода.

Уходящий год был непростым для страны и Алтайского края. Наши мысли в первую очередь были о тех, кто сегодня с оружием в руках защищает настоящее и будущее России. Все регионы объединились, чтобы поддержать наших защитников: мы отправляем письма и посылки, необходимые для бойцов материальные ценности. Продолжаем собирать гуманитарную помощь для жителей прифронтовых территорий. Искренне благодарю всех волонтеров, кто отдает силы и время этой важной работе.

2024 год был для Алтайского края временем достижений в сельском хозяйстве, промышленности, реализации значимых проектов в дорожной и коммунальной сфере, образовании и здравоохранении, проведения крупных культурных мероприятий. В крае построены и обновлены школы, дома культуры, ФАПы, поликлиники, амбулатории. Новые социальные объекты будут еще десятки лет служить на благо жителей края. Развивать наш регион мы обязательно продолжим и в следующем году с помощью новых национальных проектов. Впереди у нас большая ответственная работа, с которой мы обязательно справимся.

Дорогие друзья! В уходящем году, объявленном Годом семьи, в нашу жизнь пришли новые важные инициативы и традиции, которые мы будем хранить и приумножать. Уверен, что и в 2025-м, и во все последующие годы у нас появится много крепких и дружных семей. Наступающий год пройдет под знаком юбилея Победы в Великой Отечественной войне. Провести этот год достойно и завершить с хорошими результатами во всех сферах жизни – наша общая задача!

Пусть 2025 год станет годом сбывшихся надежд о счастье и мире. Пусть будут здоровы дети и родители! Желаю вам всего самого доброго! С Новым годом и Рождеством!

Виктор Томенко

Губернатор Алтайского края, Председатель Правительства Алтайского края

ДОРОГИЕ БАРНАУЛЬЦЫ!

Поздравляю вас с Новым годом и Рождеством Христовым!



В эти праздничные дни каждый дом наполняется радостью и ожиданием волшебства. Новый год – это любимый семейный праздник, когда самые дорогие и близкие люди собираются вместе, когда сбываются детские мечты. Под бой кремлевских курантов мы строим смелые планы на будущее.

Уходящий год стал для Барнаула временем позитивных преобразований. Благодаря национальным проектам, поддержке Правительства Алтайского края мы благоустроили парки и дворы, строим и ремонтируем дороги, обновляем общественный транспорт. Продолжаем создавать новые места в детских садах и школах, модернизируем культурные и спортивные объекты, делаем наш любимый город еще удобнее и комфортнее.

Отдельно следует сказать про Год семьи. Городской бюджет остается социально ориентированным. В результате расширения мер поддержки семей с детьми у нас растет число многодетных родителей.

Барнаулцы – по-настоящему большая, сплоченная, дружная семья, в которой все поддерживают друг друга. Наш долг и впредь дарить тепло и заботу пожилым людям, детям и тем, чьи родные сегодня мужественно защищают Отечество.

В 2025 году нас ждут два масштабных события. Предстоит празднование 80-летия Победы в Великой Отечественной войне. Жители Барнаула, заслуженно носящего звание «Город трудовой доблести», гордятся своим историческим прошлым, почитают своих ветеранов и тружеников тыла. Также наш город отпразднует 295-летие, к которому приурочено множество торжественных мероприятий. Этот юбилей не только подчеркнет наши достижения, но и напомним нам о том, что настоящая любовь к Родине проявляется через заботу о ее истории, культуре и людях.

Дорогие друзья, я уверен, что наш энтузиазм, настойчивость и активность сделают жизнь города интересней и насыщенней. Примите самые искренние пожелания крепкого здоровья, счастья и благополучия.

С праздником!

Вячеслав Франк

Глава города Барнаула

СОДЕРЖАНИЕ

Барнаул туристский

Проект туристского кода центра города Барнаула.....	02
---	----

Семейный бизнес

ООО «Магия трав».....	04
Кофейня-кондитерская O'bakery	08
Мастерская 7 DEL	12

Качество, проверенное временем

ООО Швейная фабрика «Авангард».....	14
Торговая сеть «ГУДВИН».....	16

История успеха

Фабрика детской игрушки «Рыжий Тим».....	18
АО «МАШЗАВОД ЭТС».....	20
ООО «Барнаурская зеркальная фабрика».....	24
ООО «Белун».....	26
ООО «Руспром».....	30

Вкусные тайны

Ресторан доставки готовых блюд «Кухня 6.9».....	34
Кулинарная студия ANUKA.....	36
Бар-ресторан «То место».....	38
Компания «ШокоЛана».....	40

Мама-предприниматель

ООО «Магия момента».....	42
--------------------------	----

Здоровый бизнес

Клиника эстетической медицины SKV CLINIC	44
ООО BestTherapy	46

Юбилеры

25 лет: секрет успеха ООО «Ренессанс Косметик».....	48
---	----

В ногу со временем

Рынок «ЭКО-Ярмарка».....	50
--------------------------	----

Жить в моменте

Компания «Аура вкуса».....	52
----------------------------	----

Молодежное предпринимательство

30Ж-марафон от ООО «Ореховый Алтай» и Натальи Майер.....	54
Бренд одежды OUTWEAR	56

Новогодний калейдоскоп

Рецепты к новомуднему столу от шеф-повара ресторации «Горная аптека».....	58
10 советов предпринимателям от Анны Немчиновой.....	60
Под знаком Зелёной Деревянной Змеи.....	61
События года.....	62

Проект туристского кода центра города Барнаула

В текущем году в Барнауле реализован проект туристского кода центра города.

Как разрабатывался проект, какие новые туристические объекты появились в городе, кто такие персонажи города Барнаула, расскажем в нашей статье.

В 2024 году Барнаул стал участником национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Этому предшествовал конкурсный отбор, объявленный Управлением Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности.

Условиями конкурса определены конкретные направления использования субсидии. Мероприятия должны быть направлены на обустройство туристического центра города, а именно: формирование комфортной для пешеходов и туристов городской среды, обустройство фотозон и смотровых площадок, установку ориентирующих указателей, карт-схем, информационных конструкций и знаков для удобной пешеходной навигации российских и иностранных туристов. При этом создание капитальных объектов туристической инфраструктуры, озеленение, освещение не предусмотрено.

Для участия в конкурсном отборе подготовлен проект туристского кода центра города Барнаула (далее — проект). Все мероприятия проекта обсуждались с членами городского Совета по развитию туризма.

Кроме того, обсуждение мероприятий состоялось в рамках заседания краевой конкурсной комиссии при участии представителей краевых органов власти, субъектов туристической индустрии. По результатам конкурсному отбора Барнаул стал победителем и получил субсидию на реализацию проекта.

В ноябре текущего года работы по проекту были завершены. В ходе реализации мероприятий проекта привлекались представители исторического сообщества и научные сотрудники музеев, а также Государственный архив Алтайского края.

Всего было реализовано 13 мероприятий. Все они предусмотрены в исторической части города, в том числе на территории Нагорного парка, парка культуры и отдыха «Центральный», пешеходной части улицы Мало-Тобольской.



На территории Нагорного парка установлен макет исторической части города 1860-х годов. На нем представлена планировка улиц и архитектурный облик зданий того времени. Некоторые здания не сохранились до наших дней.

Для подготовки макета были использованы карта Барнаула 1861 года, архивные документы и фотоматериалы.

Макет изготовлен из бронзы, его размеры составляют 2,5 на 1,5 м. Установлен макет на постамент из мрамора. Рядом с ним предусмотрен стенд, на котором отображены здания с их полным наименованием.

Также в Нагорном парке установили фотозону «Барнаул — моя точка на карте». Около нее жители и гости города могут сделать памятные фотографии на фоне реки Оби.



На пешеходной части улицы Мало-Тобольской появился бронзовый арт-объект «Купец». В качестве образа был взят представитель купеческой династии Суховых Василий Дмитриевич. Скульпторами арт-объекта являются Михаил Алексеевич и Сергей Михайлович Кульгачевы. Архитектор — Сергей Алексеевич Боженко.

Справочно: Суховы — это крупнейший купеческий род Барнаула второй половины XIX — начала XX века. Первые сведения



об их деятельности в городе относятся к 1850 году. Они занимались кирпичным, кожевенным, свечным производством. Именно династия Суховых заложила моду в городе на меценатство и благотворительность. После смерти отца Дмитрия Никифоровича в 1893 году Василий вместе с братьями Прокопием и Павлом учредили торговый дом «Д. Н. Сухова сыновья».

В 1894–1898 годах Василий Сухов занимал пост городского головы, за благотворительность награжден гордую званием почетного горожанина.

Огромная работа проведена по формированию нового туристического маршрута, при движении по которому нас встречают персонажи города. Это бронзовые фигурки, исполненные в забавном виде со смысловой составляющей. Сопровождаются они аудиогидом. Так, например, на ул. Льва Толстого мы увидим фонарика в виде буквы Р, который расскажет о первом освещении в городе, а буква Б около входа на территорию Барнаульского сереброплавильного завода расскажет, как создавался город. В исторической части города размещено девять таких



объектов, из которых можно сложить слово «БАРНАУЛ». Еще семь букв расположились на лестнице в Нагорный парк, ведь по концепции они спускаются в город со склона.

Кроме того, на Набережной р. Оби и в Нагорном парке расположились пять персонажей, такие как «Самodelкин и ласточка», «Голубь-аристократ» и другие. Каждая бронзовая фигурка рассказывает интересные факты из истории Барнаула от истока до сегодняшних дней.

В ближайшее время на туристическом портале города появится раздел с аудиогидом для их сопровождения.

Еще одним мероприятием туристского кода стало воссоздание исторической беседки в парке культуры и отдыха «Центральный», существовавшей во времена аптекарского огорода. Также в парке были установлены интерактивные стенды и торговые павильоны.

На всей территории туристического центра установлено 30 информационных стел и 19 стендов. На стелах размещены исторические фотографии, фрагменты карты города, а также исторические справки об улицах. На карте указана геометка, обозначены объекты культурного наследия, музеи, театры, сувенирные магазины, торговые центры, кафе и рестораны. Стенды расположены рядом с архитектурными памятниками и значимыми местами города. На них также представлены исторические фотографии и описание.

Кроме того, установлено 7 стендов, посвященных утраченным памятникам архитектуры: Богородице-Одигитриевской церкви, Петропавловскому собору, Лютеранской церкви (кирхе), Торговому дому купца Смирнова, а также значимым событиям из истории Барнаула: развитию судоходства, запуску первого трамвая, Сибирской монеты. На стендах размещены бронзовый барельеф, информационная справка, в том числе шрифтом Брайля.

Это не исчерпывающий перечень реализованных объектов, но важно отметить, что все они направлены на повышение привлекательности города для гостей и местных жителей, а также на рост туристического потока.



Магия семейного бизнеса

Подходит к завершению 2024 год, объявленный президентом Годом семьи. Недаром говорят, что все лучшее начинается с семьи. И бизнес не исключение. В Год семьи в Барнауле состоялось множество мероприятий, направленных на сохранение семейных ценностей через призму ведения семейного бизнеса.



Основатель компании «Магия трав» Петр Лунин
Генеральный директор компании «Магия трав» Наталья Земцова
Исполнительный директор компании «Магия трав» Константин Лунин

К семейным компаниям в России относится 74 % малого и среднего предпринимательства. При этом 55 % компаний — это семейные предприятия в первом поколении, 37 % — во втором, 8 % — в третьем.

Барнаурская компания «Магия трав» — семейный бизнес, в котором задействованы два поколения. В свое время дело было начато талантливым ученым Петром Луниным, в 2000-е годы бизнес подхватили его дети Наталья и Константин. Сегодня все вместе они вывели компанию на новый уровень: Пётр Александрович занимается технологией и производством, Наталья — руководством, а Константин — вопросами снабжения, сертификации, регистрации и т. д. Семья предпринимателей активно инициирует необходимость принятия закона о семейном предпринимательстве в Алтайском крае и создании комитета

семейного бизнеса при ТПП региона. Подводя итоги 2024-го, директор «Магии трав» Наталья Земцова рассказала о самых главных событиях и достижениях семейной компании в Год семьи.

Форумы

В марте в Барнауле состоялся женский форум «С любовью о бизнесе», организованный центром «Мой бизнес». Мероприятие было посвящено роли женщины в формировании экономической стабильности Алтайского края. Спикерами форума стали амбассадоры женского лидерства, женщины-достигаторы, женщины, чье имя уже стало брендом. В их число вошла и Наталья Земцова.

— Работу форума разделили на четыре блока по количеству стихий: земля, вода, воздух и огонь. Конечно, в каждой

женщине уживаются все эти четыре стихии — в этом вся наша суть. Однако нужно было выбрать одну, через которую презентовать себя и свою компанию. Я делилась своим опытом через призму земли. Во-первых, мы работаем с уникальными травами, которые растут на благодатной алтайской земле. Во-вторых, наш бизнес семейный, и здесь очень важно стоять твердо на ногах, — рассказывает Наталья.

Каждая участница форума вынесла с мероприятия идеи о том, как сделать свой бизнес лучше, как мотивировать себя и свою команду и как сохранить баланс между разными сферами жизни.

А в мае семейная компания «Магия трав» приняла участие во Всероссийском форуме «Успешная семья — успешная Россия». В этом году на мероприятие приехали около 200 представителей семейных предприятий со всей страны. Для них были проведены дискуссионные и стратегические сессии, тренинги, нетворкинги и B2B-встречи.

— Для нас было очень важным в лице компании «Магия трав» представить Алтайский край, ведь наша продукция уже давно является брендом региона, — говорит Наталья.

В июле «Магия трав» приняла участие в форуме семейного предпринимательства «Мой бизнес — моя ДНК». Участники делились опытом, как теория поколений помогает управлять бизнесом и как выстраивать стратегию, если вдруг взгляды детей и отцов кардинально отличаются.

— Это был один из самых душевных форумов! Перед его началом нам дали задание принести предмет, с которым ассоциируется семья. И вот, представьте, президент ТПП Алтайского края Борис Чесноков принес советскую ручную мясорубку, сенатор Российской Федерации Наталья Кувшинова — плюшевую игрушку, а я взяла с собой чайную пару, так как у нас в семье есть традиция вместе пить чай и обсуждать насущные дела! Одна из компаний и вовсе представила свою семейную родословную — свиток растянулся по всему залу! Это было очень эффектно и здорово! Ведь как ни крути, бизнес строится на семейных традициях. И именно семья первостепенна!

Бизнес-завтрак

В апреле в Барнауле по инициативе компании «Магия трав» состоялся бизнес-завтрак на тему «Статус семейного бизнеса в России». Предприниматели и представители власти обсуждали важные вопросы семейного бизнеса.



В частности, Наталья Земцова рассказала о семейном бизнесе как об особом сегменте экономики. Поддержка таких компаний со стороны государства имеет стратегическое значение для обеспечения их устойчивого развития и процветания.

— Семейное предпринимательство имеет свои особенности и преимущества. Дело в том, что семейные ценности и миссия передаются от поколения к поколению. И это, во-первых, способствует непрерывности бизнеса, а во-вторых, проявлению большей стойкости к кризисам, — отмечает Наталья Земцова.

Учитывая современные проблемы, с которыми сталкиваются бизнес и экономика, ТПП (торгово-промышленная палата) России еще в 2019 году запустила амбициозный проект «Семейные компании России», в который сразу же вошла и компания «Магия трав». Цель этой программы — способствовать развитию и поддержке семейных предприятий по всей стране, выделяя их уникальные характеристики и ориентируя на специальные формы государственной помощи.

— В связи с этим мы инициируем необходимость принятия закона о семейном предпринимательстве в Алтайском крае и создании комитета семейного бизнеса при ТПП региона, — поясняет эксперт. — Это необходимо для обеспечения устойчивого роста бизнеса и обеспечения стратегического преимущества развития экономики региона и страны в целом.

В июне данные инициативы привели к тому, что компания «Магия трав» стала организатором круглого стола в Алтайской ТПП на тему «Семейный бизнес в России». В числе почетных гостей присутствовали председатель комитета по промышленности АКЗС, заместитель начальника краевого комитета по предпринимательству, уполномоченный по защите прав предпринимателей, а также представители семейного бизнеса края. Их участие свидетельствует о важности темы и заинтересованности в развитии семейного предпринимательства.

— Мы увидели поддержку власти. А они в нас — заинтересованную инициативную группу. Уверена, что это в итоге даст результат, — считает Наталья Земцова.

Конгресс предпринимателей

Конгресс предпринимательских объединений Алтайского края стал уже доброй традицией. В этом году он проходил в десятый раз. Во время мероприятия представители исполнительной власти и бизнеса говорили о проблемах и достиже-



6 СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС

ниях, делились мнениями, дискутировали, ставили задачи на ближайшую перспективу.

В рамках конгресса в этом году была проведена секция по теме «Актуальные вопросы семейного предпринимательства». Генеральный директор «Магии трав» Наталья Земцова рассказала о результатах работы с момента вступления в проект «Семейные компании России». В своем выступлении она отметила, что тема семьи, семейных ценностей, проблем, с которыми сталкиваются семейные компании, близка каждому. А исполнительный директор «Магии трав» Константин Лунин поделился историей продвижения продукции семейных предприятий на региональном уровне и на рынке России.

Фотовыставка

В июле в Совете Федерации прошла выставка ТПП РФ «Семейные бизнес-династии регионов России». Экспозиция состояла из фотографий, рассказывающих об истории и направлениях деятельности семейных компаний современной России. Для выставки было отобрано 40 бизнес-династий из 30 регионов страны. Алтайский край представляла компания «Магия трав».

— На фото были представлены не только члены нашей семьи, но и коллектив, который трудится в компании, ведь «Магия трав» — это одна большая семья! А наша миссия — изготовление продукции для здоровья нации. Мы используем уникальное целебное сырье Алтая для создания оздоравливающего продукта, — подчеркивает Наталья Земцова.

Кстати, в церемонии открытия фотовыставки приняли участие президент Торгово-промышленной палаты Российской Федерации Сергей Катырин и Председатель СФ Валентина Матвиенко, которая отметила, что Россия всегда была сильна семьями.

— Одна из главных семейных ценностей — это преемственность, связь поколений, передача опыта, знаний, умений, — сказала Валентина Матвиенко и поблагодарила семьи предпринимателей за целеустремленность, трудолюбие, желание менять мир вокруг себя к лучшему.

Городские мероприятия

«Магия трав» всегда поддерживает городские праздники, будь то День города или гастрономический семейный фестиваль «Алтайские бренды. Продукты для здоровья». Площадка компании традиционно проходит в формате масштабного чаепития.

— Мы завариваем ароматный иван-чай, которого у нас выпивают по 200–300 литров, а для дегустации представляем свою продукцию. После такого теплого, душевного приема никто не уходит с пустыми руками. Традиционно в топ самых популярных покупок входят средства для иммунитета, профилактическая продукция для детей: сиропы из шиповника, брусники, клюквы, а также бальзамы для женского и мужского здоровья и для сердца, — говорит Наталья Петровна.

Выездные семейные советы

Выездные семейные советы в рамках проекта ТПП РФ «Семейные компании России» проходят в разных городах страны. В частности, в этом году «Магия трав» принимала участие в мероприятиях, которые состоялись в Туле и Орле. Участники познакомились с передовым опытом семейного предпринимательства, получали реальную возможность перезагрузить свой



бизнес благодаря помощи экспертов, повысить эффективность и найти партнеров.

— Семейные советы — это всегда очень продуктивный диалог. В рамках тренингов участники получают новые знания. Например, из Орла мы привезли новые стратегические подходы к формированию успешного отдела продаж, новые прин-

ципы формирования системы мотивации сотрудников, узнали концепцию проактивного вовлечения наставников, 6 золотых правил удержания сотрудников и т.д., — рассказывает руководитель компании «Магия трав».

Посадка деревьев

В конце октября в барнаульском парке «Центральный» состоялось знаковое событие — закладка Аллеи семейных компаний Алтайского края. Инициаторами и организаторами мероприятия выступила компания «Магия трав». Событие было приурочено к Году семьи и подчеркивало важность семьи, семейных ценностей и традиций.

— В нашем мероприятии приняли участие люди разных поколений, разного возраста, их дети, внуки. Наше сообщество семейных компаний — одна большая семья. И мы хотели показать, что семейный бизнес — это не только про бизнес, это про желание сделать свой город уютнее и красивее, потому что мы вместе как одна семья. Аллея из 12 полутораметровых елей символизирует рост и процветание. Как эти деревья будут крепнуть и расти, так и семейный бизнес на Алтае, мы надеемся, будет развиваться и приносить плоды и продолжать богатые традиции семейного предпринимательства, — сказала во время акции Наталья Земцова.

После таких мероприятий так и хочется сказать переформулированной пословицей: «Дерево посадили. Бизнес построили». Теперь «Магии трав» осталось лишь привлечь в семейное дело третье поколение.

Награды

В 2024 году компания «Магия трав» была занесена на городскую Доску почета «Слава и гордость Барнаула».

— Мы рады, что наш вклад в развитие здоровья и благополучия горожан через уникальные продукты и инновационные подходы был замечен и высоко оценен. Мы гордимся этим достижением и впредь будем прилагать все усилия, чтобы создавать качественную и полезную продукцию, — обещает руководитель семейного бизнеса.



По словам Натальи, любая награда — это прежде всего заслуга всего коллектива. Кстати, почетную грамоту ТПП РФ за активное участие в мероприятиях в рамках реализации спецпроекта ТПП РФ «Семейные компании России», которую Наталья в этом году получила, она тоже не считает своей личной, говорит, что это семейное достижение:

— У меня нет привычки говорить «я», всегда на устах — «мы». Мы — это семья. Мы — это наш коллектив. Мы — это наши партнеры.

Кстати, в этом году продукция «Магии трав» в очередной раз подтвердила свое качество, став лауреатом всероссийского конкурса качества «100 лучших товаров России» и победителем регионального конкурса «Лучший товар Алтайского края 2024». Компания представила на конкурсы новинку — «Эликсир Алтая» пантовый, общеукрепляющий и успокаивающий, сделанный без добавления сахара.

Новинки

В 2024 году «Магия трав» выпустила серии фитосборов в фильтр-пакетах и фиточаев в пирамидках, улучшив рецептуру. Кстати, чай из серии «Чайные изыски Алтая» получили не менее изысканные названия: «Заповедная рапсодия», «Пряная нота», «Луговая мелодия», «Лавандовая гармония», «Душистое соцветие».

Также в числе новинок подарочный набор «Дары кедровника» и бальзамы «Букет здоровья» для щитовидной железы и для памяти.

Помощь СВО

Предприятие постоянно участвует в формировании гуманитарных грузов в зону СВО и в пострадавшие республики. Через комитет семей воинов Отечества компания отправляет бальзамы на основе алтайских трав, обладающих стимулирующими, адаптогенными и иммуномодулирующими свойствами. А к Новому году «Магия трав» подготовила подарки для детей из Славяносербского района ЛНР. Что бы вокруг ни происходило, а в жизни всегда должно оставаться место добру и чуду.



Компания «Магия трав»

Адрес: г. Барнаул, пр-т Комсомольский, 120, оф. 14

✉ magiatrav.altay@mail.ru

☎ (3852) 503-027, 503-026, 609-775

🌐 magiatrav.ru

📌 vk.com/magiatrav_ru



Сладкий путь к счастью

Главная миссия семейной кондитерской O'bakery — сделать как можно больше людей счастливыми. И это у них очень хорошо получается. Количество счастливых любителей сладкого у этого заведения общепита прибавляется с каждым годом. И это несмотря на то, что компания никогда не прибегала к маркетингу и рекламе. О секретах успеха журналу «Предприниматель Барнаула» рассказала основатель кондитерской **Ольга Фоминых**.



Основатель кондитерской Ольга Фоминых

— Ольга, у вас высшее медицинское образование, как вы попали в кондитерскую отрасль?

— Да, действительно, я дипломированный провизор-фармацевт, но при этом кондитер-самоучка. В свое время работала представителем в крупном фармацевтическом бизнесе. Карьера складывалась очень удачно: у меня была хорошая высокооплачиваемая должность, ценило руководство. Но в тот момент я увлеклась выпечкой. Это хобби настолько меня поглотило, что днем я работала, а ночью стряпала. А однажды поняла, что так дальше продолжаться не может — нужно принимать решение. Так как работа больше не доставляла мне удовольствия, хотя я очень долго шла к тому уровню, который имела, решила рискнуть и заняться любимым делом.

— Благодаря чему у вас открылась любовь к выпечке?

— Это связано с пирожными макарон! Впервые я их попробовала в Париже. В России их тогда еще не было. Вернувшись

домой, я решила сделать макарон сама. Стала искать рецепты в интернете, переводила зарубежные источники. И начала тестировать. В итоге в один прекрасный момент получился такой же макарон, как я ела во Франции. Это был успех! При этом у меня абсолютно не было никакого кондитерского опыта. Однажды знакомые попросили сделать макароны им на заказ. Потом их знакомые. Потом знакомые знакомых. Так и закрутилось. Вскоре я стала делать и торты. Рецепты также изучала в интернете, потом их отработывала дома. После того, как домашняя кухня превратилась в склад, мы с мужем приняли решение снять помещение. Я активно вела соцсети, показывала закулисы своего профессионального роста, тем самым раскручивая свой личный бренд, правда, тогда даже еще не знала, что это так называется.

— То есть клиенты шли именно на личный бренд?

— Я начала проводить кондитерские мастер-классы, и спрос на них оказался довольно большой. Среди моих подписчиков было много девочек, которые хотели научиться стряпать на заказ, но у одних не получалось, другие боялись, не знали, с чего начать. Я разработала большой обучающий курс — с нуля и до успеха вела девочек буквально за руку. При этом продолжала делать кондитерские изделия на заказ. Но все чаще мне стали задавать вопрос — а где можно купить ваши десерты? Именно купить, а не заказать. И тогда мы с мужем открыли свою первую точку «Кофе навынос» на Мало - Тобольской, 23. Это было единственное место в Барнауле, которое отличалось большой кондитерской витриной собственного производства, ведь тогда такого еще не было нигде. Все кофейни специализировались именно на кофе, а мы сделали ставку на торты и десерты. Здесь же их выпекали и тут же выносили на витрины. Тогда большое количество гостей к нам приходило тоже благодаря личному бренду. На открытии был такой ажиотаж — мы даже не ожидали! Примерно на протяжении двух недель каждый день распродавали витрину под ноль, а ночью стряпали, чтоб ее хоть немного успеть пополнить...

— Сколько сейчас торговых точек O'bakery?

— Сейчас работают три точки: на улицах Мало - Тобольской, 23, Ускова, 13а, а также на проспекте Ленина, 58 — с посадкой, где помимо десертов появилась витрина с вкусными булками, сытными круассанами и сырниками. Плюс сейчас мы еще развиваем оптовое направление. В ноябре переехали из маленького цеха в собственный кондитерский цех, который строили несколько лет. В планах донести ценность сотрудничества с нами в рамках «десерты на аутсорсе» всем заведениям, кафе, ресторанам, отелям — в таком формате не нужно содержать штат в условиях кадрового голода, никакого дорогостоящего оборудования и ремонта, нет списаний сырья, а все наши

десерты проходят шоковую заморозку и прекрасно хранятся долгое время. Так что приглашаю к сотрудничеству всех заинтересованных!

— А открытие франшизы не рассматриваете?

— Это будет следующим шагом. Это довольно интересное направление, в сторону которого мы уже смотрим.

— O'bakery позиционирует себя как семейная кондитерская. В чем это заключается?

— Изначально семейность заключалась в том, что бизнес — это мы с мужем: я стряпала тортики, а он стоял на кассе, готовил кофе и обслуживал гостей. У нас и логотип на этом завязан: две ладошки рядом и сердечко. В дальнейшем это позиционирование приобрело немного иной смысл — кондитерская, в которую приходят семьями. Мы даже сделали детскую зону, где малыши могут провести время, пока родители пьют кофе и угощаются десертами. В итоге гости сами сложили для себя восприятие нас, а мы в свою очередь сейчас в связи с этим проводим ребрендинг, переупаковывая смыслы и выстраивая все бизнес-процессы уже совсем иначе, не как прежде.

— Не возникают ли у вас с мужем разногласия по поводу кто в бизнесе главный?

— Нет, у нас очень четко разделены задачи. Единственная сложность — мы всегда в процессе, не умеем разделять личное от работы, так как живем своим делом 24 на 7.

— У вас как у руководителя есть ли какие-то страхи управления?

— Конечно, я живу в них 24 на 7 (смеется). Поводов очень много. Просыпаясь утром, и тебя ждет новость о том, что арендодатель поднял стоимость аренды или сырье подскочило на 20 %. А нам необходимо без задержек выплачивать сотрудникам зарплату — а это более 30 человек!





— У вас есть маленький ребенок — приходилось ли уходить в декрет?

— Да, но ненадолго. Мы с малышом на третий день после роддома уже ездили на рабочую стройку. Этот период очень помог мне научиться делегировать и перестраивать процессы. Все рабочие моменты и контроль у меня были по телефону. Это был момент, когда важно было научить команду работать без меня, но при этом с тем качеством, которое я требую.

— Какие позиции в ваших кондитерских самые ходовые?

— Бессменным лидером являются наши знаменитые макароны. Мы их называем самыми пухлыми в городе. Эту рецептуру я отработывала не один месяц, и мне удалось создать по-настоящему крутой и яркий по вкусу продукт.

Еще одно направление, которое набирает большую популярность — это собственная выпечка: слоеные изделия, круассаны, бриоши.

Что касается десертов, здесь в топе продаж наш фирменный финансье и муссовые десерты — их мало где можно встретить, поэтому они пользуются хорошим спросом.

— Существует ли мода на кондитерские изделия?

— Кондитерская мода, безусловно, есть. Однако я не из тех, кто идет по этому пути. При грамотном ведении бизнеса важно учитывать себестоимость, рациональность введения нового продукта. Ведь этому предшествует большой этап отработки технологического процесса. Часто бывает, что продукт в моде всего месяц, его сначала пробуют как новинку, а потом спрос падает. Поэтому не вижу смысла гнаться за кондитерской модой,



это нецелесообразно. Важно всегда проводить анализ рынка и понимать перспективы нового товара.

— Как считаете, что ждет кондитерскую индустрию через пять лет, будет ли что-то кардинально меняться?

— Думаю, что будет. Рынок движется в сторону премиум-сегмента. Выживают сильнейшие и тот, кто считает! То, что сейчас находится на среднем уровне и ниже, постепенно уходит. Выживут сильнейшие игроки, которые умеют считать, владеют цифрами. Сейчас сырье нереально выросло по стоимости. И если мы оставим цены на уровне прошлого года, то через пару месяцев просто закроемся. Поэтому выход один: выходить в премиум-сегмент, оптимизировать производство и предлагать высококачественные кондитерские изделия тем, кто ценит качество и позиционируется на нем. Стремительно набирает обороты выпечка премиум - сегмента — это красивые, вкусные, при этом достаточно сложные в исполнении булки и гостровыпечка.

— Какие сложности сейчас есть у кондитерского бизнеса?

— Повышение цен на сырье — это наша общая беда! Из-за этого приходится каждый день держать руку на пульсе и оперативно менять ассортимент.

— Вы сама сладкоежка?

— Я не могу без сладкого и вкусных булочек.

— А как удастся держать себя в такой великолепной форме?

— Главное — быть в гармонии: не только есть, но еще много двигаться и работать! У меня очень бурная рабочая жизнь.

Иногда даже поест некогда. Но, как и многие девушки, иногда я практикую здоровое питание.

— **К чашечке кофе какую сладость выберете?**

— Финансье — карамельный кекс с добавлением кленового сиропа, грецкого ореха и соленой карамели. Это один из моих любимых десертов. Или конфеты птичье молоко.

— **А что бы вы выбрали в подарок из ассортимента вашей кондитерской совершенно незнакомому человеку?**

— Когда я иду на встречи или переговоры к партнерам, всегда беру коробку макарон с набором из 6–9 вкусов — это ярко, красиво, интересно и вызывает бурю эмоций. Ведь, по сути, мы же продаем не столько сладости, сколько эмоции, которые они вызывают.

— **Представьте ситуацию: вы открываете холодильник, а там банка мармелада. Она наполовину пуста или наполовину полна?**

— Конечно, полна! Я ведь оптимист по жизни. Стараюсь на все смотреть с позитивной стороны. И даже моменты, когда кажется, что мир рухнул, надо оценивать как очень дорогой жизненный опыт, который непременно сделает тебя сильнее и лучше. Просто для этого нужно немножко времени.

— **А у вас такие моменты были?**

— Да я почти через день увольняюсь из собственного бизнеса (смеется)! Но я научилась работать с этим. Будучи бизнесменом, очень важно прокачивать свое внутреннее состояние. Одни это делают с помощью йоги, другие прибегают к помощи психолога, третьи черпают гармонию в каком-то увлечении. Для меня способ расслабиться и набраться сил — это путешествия в Горный Алтай. Когда чувствую, что у меня уже нет сил, мы с мужем едем туда.

— **Что самое важное в жизни?**

— Близкие. Здоровье. Любовь.



Семейная кондитерская O'bakery

г. Барнаул, пр-т Ленина, д. 58

г. Барнаул, Мало-Гобольская, д. 23

г. Барнаул, Сергея Ускова, д. 13



obakery.ru

Ремесло как бизнес

7Del — семейная мастерская аксессуаров из натуральной кожи. Ее владельцы занимаются делом, которое очень любят. А потому у них получаются качественные, уникальные и эстетичные вещицы, которые будут служить долго и честно! «Предприниматель Барнаула» пообщался с хозяйкой и идейным вдохновителем мастерской **Юлией Сергованцевой**.



Хозяйка и идейный вдохновитель мастерской **Юлия Сергованцева**.

— **Юлия, расскажите, с чего начинался ваш путь в бизнесе.**

— Несколько лет у нас в ТЦ «Европа» был маленький магазинчик — творческая студия «Стрекоза». По сути, это был хенд-мейд магазин: помимо того, что мы сами делали и продавали украшения из полимерной глины и эпоксидной смолы, также брали на реализацию товары у алтайских мастеров: игрушки, бижутерию, шкатулки и т.д. У нас было очень много эксклюзивных, шикарных работ. Параллельно мы продавали в магазине фурнитуру для изготовления бижутерии и китайские часы. Ремешки у них были из дерматина, с резким неприятным запахом. И тут мы решили — а почему бы не попробовать делать ремешки самим? Первая партия была изготовлена из моих новых черных кожаных брюк... Причем это был чистой воды хенд-мейд. Однако все часы с этими ремешками очень быстро разобрали. Потом люди стали просить сделать ремешки на их часы. Тогда мы с мужем купили кожу, хорошую швейную машинку и начали выпуск ремешков. Вскоре стали расширять ассортимент: браслеты, обложки для документов. В итоге кожа нас увлекла так, что магазин стал неинтересен, мы его закрыли и арендовали помещение под мастерскую по изготовлению изделий из

кожи. Так, в 2017 году началось новое дело, которое до сих пор приносит нам не только прибыль, но и большое удовольствие.

— **То есть ваша мастерская — это прежде всего семейное дело?**

— Мастерская для нас — это второй дом. Когда мы ее открыли, то полностью погрузились в работу. Кстати, у мужа был другой бизнес, он его закрыл и в итоге стал первоклассным мастером по изготовлению изделий из кожи. У нас нет начальников, мы равноправные партнеры: я отвечаю за стиль женских изделий, а Сергей — за стиль мужских. Кстати, сейчас к нам подключился и старший сын, который обучается в Академии гостеприимства. Этим летом он стал шить изделия, в итоге с нуля дорос до настоящего мастера.

— **Как появилось название компании?**

— Это очень нетипичная история. Не поверите, но название 7Del связано с именем моего старшего сына Семёна. Когда он был маленький, соседка ласково называла его Сёмдель. Это имя мы вписали в название электронной почты. И вот однажды звонит клиент: «Уточните название вашей почты — 7 дел, верно?» И тут мы сами опешили — а ведь это готовое название нашей компании!

— **Какую продукцию вы сейчас выпускаете?**

— Основные товары — кожаные сумки, ремни и мелкие аксессуары (ключницы, обложки и т.д.). Я постоянно слежу за модой в данном направлении, поэтому точно знаю, что сейчас в тренде. К тому же в настоящее время учусь в магистратуре АлтГУ по направлению «Мода и бизнес». В вузе нас учат создавать успешные бренды в секторе моды и развивать творческие проекты на международном рынке.

— **Кстати, и что же сейчас в тренде?**

— Сейчас на пике моды вишнево-винные тона, бархатистые фактуры и замша. Чтобы соответствовать тренду, мы начали отшивать сумки из замши и делаем ставку на бархатистые ремни. Уверена, что все это будет пользоваться спросом: гуляя по городу, вижу, что многие барнаульские модницы уже купили себе куртки из рыжей и коричневой замши, а к ним точно нужны будут соответствующие аксессуары. Ленты соцсетей тоже пестрят такими новинками.

— **Есть ли у вас необычные товары?**

— Как сказать, необычные... Например, мы изготавливаем пакеты из кожи — для Барнаула это очень необычно, из местных жителей их еще никто не заказывал, а вот клиенты из Москвы и Питера очень любят кожаные пакеты, ведь они смотрятся очень стильно.

— **Вы работаете в режиме мастерской, а есть ли у компании торговые точки?**

— Нет, люди приезжают к нам в мастерскую, где могут сразу выбрать готовое изделие или сделать заказ. Пройдя путь от магазина до мастерской, я четко осознала, что нет смысла целый

день сидеть и ждать в отделе покупателя, это драгоценное время можно потратить с пользой, например, сшить сумку, а клиент сам за ней придет. Поэтому формат мастерской, на мой взгляд, просто идеальный.

— **Были ли проблемы с клиентурой из-за отсутствия торговых точек?**

— Нет. Когда мы закрыли магазин, все постоянные клиенты перешли к нам в мастерскую. Также основная масса заказов приходит через соцсети — я постоянно выставляю посты, записываю рилсы. Хорошо работает и сарафанное радио. А вообще половина наших клиентов — из других городов. Те, кто хоть раз купил у нас сумку или ремень, потом обязательно возвращаются.

— **Проходят ли в мастерской какие-то мастер-классы?**

— Да, мы проводим мастер-классы по изготовлению ремней. Как правило, женщины дарят сертификаты на такие мастер-классы своим мужчинам. Участникам выдается коробочка, в которой находится кусочек кожи и пряжка, а далее под руководством наших мастеров мужчины сами делают свой ремень. Вы бы видели их в этот момент — счастливые как дети! Потом они с гордостью всем рассказывают, что сделали ремень своими руками.

— **Сейчас наблюдается тенденция, когда люди начинают менять стабильную, но скучную работу на более творческую, но менее выгодную. Как думаете, почему так происходит?**

— Нас воспитывали так, что мы всегда что-то должны, обязаны, мы постоянно оглядываемся, что скажут люди. Но мир меняется, люди ходят к психологам, меняют свои предпочтения, задумываются над тем, что любят именно они, чего хочется именно им, о чем мечтают. Это классно. А заниматься тем, что тебе нравится, — это же такой кайф! Когда я увольнялась с последней работы, меня отговаривали — «куда ты идешь, а вдруг не получится», спрашивали, как ты можешь, не страшно ли. А мне было страшно оставаться в этом болоте, сидеть в тепле, комфорте, без рисков, но и без перспектив и свободы. Я знаю, что проживу до 90 лет потому, что я делаю только то, что мне нравится! Я счастлива каждый день. У меня самая лучшая работа, там я творю, там я настоящая. Всегда всем советую окунуться с головой в дело своей мечты и ничего не бояться!

— **Какой совет вы бы дали начинающим ремесленникам?**

— Обязательно обучаться, это позволит избежать ошибок и лишних трат! Например, мы этим летом ездили на форум кожевников. Подобные мероприятия очень полезны как в плане творчества — вдохновляешься новыми идеями, так и в плане обучения продажам. Ведь мало просто создать красивую вещь, ее должны еще купить.

— **Как считаете, сколько сумок должно быть у женщины?**

— Все зависит от образа жизни женщины, но точно не менее 3 штук. Не люблю, когда делят сумки на летние и зимние. Это уже прошлый век. Сумка должна дополнять образ и вмещать все необходимое. Не нужно ходить с одной и той же сумкой годами, даже если она красивая и качественная! Это выглядит скучно и дешево. А еще я всем девушкам советую купить себе документницу. Она заменяет обложку на паспорт, кошелек, картхолдер, обложку для прав. Когда все лежит в одном месте, вам легко «переезжать» утром перед самым выходом из одной сумки в другую. Это очень удобно. Сама хожу с такой документницей уже 7 лет. А еще она очень экономит место в сумке. Мы создаем лаконичные, полезные вещи, которые каждый день делают нашу жизнь удобнее и красивее.

— **Ну и последний вопрос. Назовите 5 причин, почему стоит купить сумку мастерской 7Del?**

— Первая: после знакомства с нами вы начнете замечать, отличать качество, вам не захочется сумок из магазина. Вторая: следя за нами в соцсетях, вы будете разбираться в коже. Вы полюбите кожу, как люблю ее я. Третья причина: если вы выбираете сумку ручной работы, она точно будет из натуральной кожи, поэтому будет служить долго. Четвертая: мы следим за трендами, у нас можно купить только актуальные сумки. И, наконец, пятая причина: к нашей сумке мы можем предложить ремень, браслет и даже серьги из той же кожи. Кто вам еще такое сможет предложить?



7DEL

Мастерская 7Del

Адрес: г. Барнаул, ул. Титова, 35а

☎ 8-960- 937-77-15

🌐 t.me/masterskaya7del

📍 vk.com/7delworkshop

Всегда в авангарде

Швейная фабрика «Авангард» — старейшее предприятие Барнаула. Его история началась почти век назад, в 1932 году, с ателье по пошиву женской одежды «Индопошив», в котором заказывали наряды известные барнаульские модницы. В годы Великой Отечественной войны фабрика поменяла профиль и начала отшивать для фронта гимнастерки, пилотки и сумочки для фляжек. Чтобы успевать выполнить военный заказ, швеи трудились в две смены по 11 часов.



Директор швейной фабрики
Маргарита Кропотина

В 1950-х годах швейная фабрика достигла своего расцвета. Здесь работало почти 1,5 тысячи человек! Предприятие наладило серийный выпуск женской одежды: изготавливали наряды из ситца, хлопка, шелка, поплина, кримплена и крепдешина. Одевали не только Барнаул, но и жителей других регионов, став в конце 1960-х — начале 1970-х ведущим текстильным предприятием страны!

— В те годы я была еще совсем девчонкой. Часто проходя мимо фабрики, не могла оторвать глаз от работниц в ярких модных лавсановых платьях. Думала, вот устроюсь туда и тоже нашью себе всего, чего хочу! В тот момент я начала обучаться в медучилище, но мне так захотелось работать на фабрике, что я бросила это дело и поступила на фабрику ученицей! Мне тогда и 16 лет не было. Родители узнали об этом лишь месяц спустя, — с таких слов начала свою историю **Маргарита Кропотина**, которая 55 лет своей жизни посвятила фабрике.

В ее трудовой книжке с 1969 года и до настоящего времени всего одно место работы! Менялись лишь должности: ученица швеи, швея, мастер, технолог, начальник производства, заместитель директора по производству. А последние 25 лет она является бессменным директором предприятия. В интервью

журналу «Предприниматель Барнаула» Маргарита Анатольевна рассказала о своем пути и о фабрике.

— **Маргарита Анатольевна, в этом году у вас личный юбилей — 55 лет работы на фабрике! Какие самые яркие воспоминания?**

— В 1989 году на фабрику завезли 720 единиц нового оборудования. Это было эпохальное событие. Почти два года шла его установка и наладка. Чтобы грамотно запустить практически новое предприятие, пришлось проходить стажировку в ФРГ, где мы учились работе на современном оборудовании, новым технологиям. Это было потрясающее время — период расцвета. А в 1992 году запустили производство в Узбекистане. Обороты пошли колоссальные! Приходилось в буквальном смысле жить на работе. Дети росли тут же, между делом.

— **Наверняка были не только радости...**

— Безусловно. В 90-е годы фабрике пришлось пережить очень тяжелые времена. В стране началась гиперинфляция. Было стойкое ощущение полного развала. Все рушилось на глазах. И наша швейная фабрика, которая всегда имела гарантированный госзаказ и полную производственную загрузку, оказалась на грани банкротства. Мы до последнего надеялись, что государство окажет нам какую-то поддержку. Но поняв, что это бесполезно, я пошла учиться на антикризисного управляющего, ведь в тот момент не хватало знаний, как действовать в такой ситуации. Нас учили по-новому мыслить. В итоге фабрику мы ликвидировали и переименовались из ОАО в ООО «Авангард», сохранив весь коллектив. Постепенно встали на ноги благодаря военным заказам — последние годы отшивали по 500 тыс. единиц трикотажного белья и всесезонных комплектов базового обмундирования для солдат.

— **А какую продукцию производите сегодня?**

— В 2012 году «Авангард» стал структурным подразделением торговой марки Priz. Благодаря этому мы вернулись, так сказать, к своим истокам — пошиву женской одежды. Сейчас в ассортименте платья, сарафаны, блузы, жакеты, брюки и даже пиджаки! Кроме этого, мы по-прежнему работаем на оборонную промышленность — шьем теплые куртки для бойцов СВО. Еще одно важное направление — пошив спецодежды для судей, сотрудников прокуратуры, МЧС, полиции.

— **Хватает ли рабочих рук?**

— Сегодня на фабрике работает сто человек. При этом могли бы легко принять еще 60 швей — работы хватило бы на всех. Но их нет, молодежь не хочет идти на предприятия. Однако мне кажется, что все-таки сдвиг кадровой проблемы намечается. Алтайский колледж набрал две группы швей, с факультета дизайна к нам тоже приходят — мы с удовольствием и нетерпением ждем новых сотрудников! При этом у нашего новосибирского руководителя фабрики Priz есть удачный опыт



привлечения рабочей силы из Индии. Очень грамотные швеи. Тоже задумываемся над таким вариантом.

— **А что касается оборудования — давно ли была модернизация?**

— Давно. Массовая модернизация была в конце 80-х. Сейчас, конечно, тоже покупаем оборудование, но полностью обновить все сразу нет возможности. Все упирается в деньги. А деньги — в наличии рабочих рук... Однако сегодня мы живем надеждами на то, что переедем в новое здание — данный вопрос уже решается, и расширим производство.

— **Как считаете, легкая промышленность России возродится?**

— Она уже активно возрождается. Производства сохранились, специалисты пока что есть! Перспективы очень хорошие, особенно если раскручивать отрасль по полной программе. У нас ведь на Алтае в свое время даже работали программы по производству тканей! Уверяю вас, что наши шерстяные ткани могут быть гораздо лучше, чем итальянские. И своя вискоза у нас была — ее производили на комбинате «Химволокно»! Так что опыт есть — нужно просто все это вспомнить и возродить!

— **Какой совет дадите молодым предпринимателям?**

— Подходить к делу серьезно, все просчитывать и не ждать легких денег. В производстве вообще нет легких денег. Нужно собрать хороший коллектив, обучить всех, лишь потом удастся пожинать плоды.

— **Если бы можно было перемотать жизнь как кино-лентку — пошли бы по тому же пути?**

— Конечно! Ни разу не разочаровалась, что вся моя жизнь связана с «Авангардом». Всегда хочется идти на работу. Не хочу дома сидеть!

— **А как же эмоциональное выгорание, о котором сейчас так много говорят?**

— А что это такое? У меня не бывает никакого выгорания. Может, нас просто воспитали так?! Надо всегда думать о том, как жить завтра. Так что азарт еще точно есть!



Швейная фабрика «Авангард»

Адрес: г. Барнаул, ул. Короленко, 40

☎ 36-46-37

🌐 fabrikaavangard.ru

Законодатель школьной моды

Компания «ГУДВИН» является крупнейшим производителем школьной одежды в Алтайском крае и приоритетным предприятием в экономике региона. В настоящее время компания одевает около 70 % школ Барнаула. Чтобы занять лидирующие позиции, предприятию пришлось пройти сложный путь.



Директор ТПК «ГУДВИН» Светлана Рахматова

— Историю нашей компании можно смело охарактеризовать «через тернии к звездам». В этом плане название «ГУДВИН» весьма говорящее. Это не только сказочный персонаж из Изумрудного города. Если разложить слово на два английских, то получится: good (хорошо) и to win (побеждать). Признаюсь честно, я верю в магию слов, — рассказывает директор ТПК «ГУДВИН» Светлана Рахматова. — Да, мы прошли через множество серьезных препятствий, но выстояли, победили и в итоге заняли прочное место на рынке. В свое время мы начинали с продажи школьной одежды других фабрик, но постепенно, мелкими-мелкими шагами открыли собственное производство и в настоящее время одеваем порядка 70 % школ Барнаула. 20 % продукции идет в школы разных регионов страны. Наша главная цель на 2025 год — быть ведущим предприятием в Алтайском крае по производству школьной одежды.

По форме

В 2014 году на федеральном уровне был принят закон об обязательном введении школьной формы. Образовательные

учреждения страны должны были разработать и принять для учеников единый стиль одежды.

— Я как мама двоих детей могу точно сказать, что форма в школах нужна, она дисциплинирует и положительно влияет на процесс обучения на психологическом уровне, — делится своим мнением предприниматель.

Новый закон дал компании Светланы Рахматовой, которая на тот момент занималась продажей школьной одежды других производителей, зеленый свет на открытие собственного производства в Барнауле. Так началась история «ГУДВИНА». Впрочем, в тот момент, на пике спроса на школьную форму, на рынке появилось немало конкурентов. Однако до сегодняшнего дня на плаву остались единицы.

— Чтобы рассказать о своем товаре, мы ходили на школьные собрания, выступали перед родителями, «глаза в глаза» презентовали возможности компании, демонстрировали образцы одежды, приглашали в наш магазин, — рассказывает Светлана Рахматова. — И вы знаете, родители проникались и выбирали нас! Мы очень старались, часто работали в индивидуальном режиме. В ответ к нам стали обращаться школы с просьбой создать для них коллекцию одежды для учеников.

Дизайнеры швейного предприятия при разработке моделей обязательно учитывают вкусы современных школьников и стараются предложить стильные варианты, которые будут соответствовать подростковой моде. Сами понимаете, что заставить старшеклассника надеть вещи, которые не соответствуют трендам, просто невозможно. Так что создание школьных коллекций — еще та задача!

— Мы делаем так, чтобы форма понравилась детям и они носили бы ее удовольствием! Кроме того, важно, чтобы одежда была качественной, удобной, практичной и по доступной цене, — говорит Светлана. — Бывает, что школа уже знает, чего хочет, и ставит конкретную задачу, в других случаях мы разрабатываем форму с учетом пожеланий. В любом случае наши главные принципы — забота и индивидуальный подход! Этого сейчас очень сильно не хватает людям.

Кстати, компания «ГУДВИН» одевает барнаульские классы, имеющие профессиональный уклон. Например, инженерный класс школы № 53 и прокурорский класс на базе школ № 31, 38 и 59.

О качестве продукции предприятия свидетельствует и тот факт, что часто форму «ГУДВИНА» можно встретить на Авито — даже после года-двух носки одежда остается в отличном состоянии.

От продавца до директора

Жизнь Светланы Рахматовой всегда была тесно связана со швейным производством.

— После 9 класса, а это были 90-е годы, я выучилась на швею, чтобы шить себе красивые вещи, ведь у моих родителей не было возможности их покупать, — вспоминает директор «ГУДВИНА». — Меня тогда убедили, что с этой профессией всегда будет что надеть, ведь новые вещи можно сшить даже из старых! Плюс я всегда могу на этом подзаработать. И это действительно сыграло важную роль в моей жизни — даже в студенческие годы я всегда сама себя одевала.

В своей профессиональной деятельности Светлана прошла путь от продавца, грузчика и кладовщика до руководителя предприятия.

— И я считаю, что это очень правильно. Руководитель комплексного предприятия должен обладать не только поверхностными знаниями управления, а изнутри понимать всю структуру производства — надо прочувствовать и прожить эту историю на разных должностях. Только в таком случае предприятие будет работать эффективно, — считает наша героиня.

Большой вопрос

На вопрос о том, что сейчас является самой большой сложностью, Светлана отвечает, как и многие руководители предприятий: «Кадры!» Спрос на работников легкой промышленности в последние несколько лет стоит очень остро. Современная молодежь работать на производстве не хочет, у них совсем другие приоритеты, поэтому на сегодняшний день основной костяк компании — швеи, которые обучались еще в СССР.

— Вопрос очень большой, очень острый. Сейчас почти нет профильных учебных заведений, которые бы готовили швей. Поэтому мы при поддержке центра занятости решили создать свой учебный комбинат и возвращать кадры из выпускников, которые не смогли поступить в вуз или ссуз. Ведь надо как-то решать эту проблему! — говорит Светлана Рахматова.

Вопрос об увеличении объема производства также зависит от наличия кадров. В компании квалифицированных сотрудников очень ценят, зачастую даже оборудование покупается индивидуально под человека.

Вязальное производство

Помимо швейного производства, «ГУДВИН» развивает и вязальное направление. Благодаря господдержке была закуплена современная вязальная машина.

— Мы выиграли грант в приоритетных сферах экономики и получили 1,8 млн рублей на обновление вязального оборудования. Это дало возможность расширить объем производства и улучшить качество продукции. Сейчас к нам обращаются небольшие брендовые магазины, для которых мы вяжем коллекции из премиальной пряжи, — рассказывает Светлана.

Кстати, помимо гранта, «ГУДВИН» получал и другие виды господдержки. Так, центр «Мой бизнес» помог зарегистрировать предприятие торговый знак и выйти на площадку Wildberries.

Лучше гор могут быть только горы

Возможно, вы удивитесь, но по образованию Светлана Рахматова — географ, в свое время она окончила географический факультет АлтГУ и несколько лет работала гидом. У нее за плечами восхождение на Эльбрус, трекинг к Эвересту и другим вершинам.

— В планах на будущее трекинг через три страны (Южная Америка, Аргентина и Бразилия) к водопадам Игуасу, которые называют восьмым чудом света. По масштабности они сравнимы с самыми мощными водопадами планеты, такими, как Ниагарский и Виктория! — с предвкушением рассказывает Светлана.

Что тут еще скажешь — для тех, кто ставит себе амбициозные цели, любые вершины точно по плечу!



ТПК «Гудвин»

Адреса магазинов:

г. Барнаул, ул. Малахова, 79 а

г. Барнаул, ул. Молодежная, 34

г. Новоалтайск, ул. Деновская, 24

☎ 8 (3852) 60-09-08

☎ 8-913-256-71-27

☎ 8-903-990-79-50

✉ gudvin.school@mail.ru

🌐 good-22.ru



Родом из детства

Все мы родом из детства. И у всех у нас были игрушки. Наверняка многие даже представляли себя директором фабрики игрушек. Однако барнаульский предприниматель **Игорь Санкин** об этом вообще никогда не задумывался. Да и создателем фабрики игрушек стал благодаря случаю.



Создатель фабрики
игрушек Игорь Санкин

Более 10 лет назад он занимался деревянной упаковкой. Однажды ему позвонили из московской компании и заказали кубики — на тот момент огромный заказ. Однако не сошлись в цене. Тем не менее это заставило предпринимателя задуматься — а почему бы самому не заняться деревянными игрушками? Тут же позвонил в первый попавшийся детский сад и спросил, нужны ли им кубики. Оказалось, что нужны, особенно большие. И не только этому детскому саду. Купил первые три листа фанеры и начал «кроить» — с этого началась история Барнаульской фабрики игрушек. С тех пор прошло уже 11 лет.

Сейчас фабрика делает игрушки и оборудование для детских дошкольных организаций под брендом «Рыжий Тим». Продукция включена в список 100 лучших игрушек столетия, а в 2024 году бренд «Рыжий Тим» вошел в топ лучших брендов России и стал одним из победителей в номинации «Товары для детей». О своем производстве журналу «Предприниматель Барнаула» рассказал директор фабрики Игорь Санкин.

— **Игорь, какие игрушки производит фабрика?**

— Сейчас у нас более тысячи наименований продукции. Начинали с пустотелых кубиков из березовой фанеры. Потом начали осваивать цельнодеревянные изделия. Сейчас большой объем производства приходится на бизборды — это обучающие доски с картинками и множеством прикрепленных предметов: веревочки, шестеренки, застежки, кубики, кнопки и т.д. Во время игры дети узнают предназначение каждого элемента. Бизборды бывают разные по размеру: от довольно компактных до таких, которые занимают половину стены. Тематика дидактических досок абсолютно разная: школа, животные, музыкальные инструменты, деньги, географические карты и т.д. А для детских садов Татарстана, Башкирии, Ямало-Ненецкого округа размещаем на дидактических досках мальчиков и девочек в нацио-

нальных костюмах и т.д. В настоящее время очень популярны бизборды на патриотическую тему и все, что связано с русской культурой, например, изба с матрешками.

— **Современные дети — это цифровое поколение. Насколько им вообще интересны обычные кубики?**

— Дети во все времена остаются детьми. Например, я как современный человек очень люблю технологичные гаджеты. И дочь у меня ими пользуется. Ей было всего два года, когда я принес домой свои первые кубики. И она постоянно в них играла лет до шести. Это, кстати, в свое время придало мне уверенности, что я на верном пути. Кубики — универсальная игрушка: можно построить хоть крепость, хоть дом, хоть паровоз. При этом они отлично развивают моторику, фантазию и мышление ребенка. Детские сады постоянно у нас берут большие кубики, так как это любимая игрушка детей, они всегда будут востребованы, так как это, по сути, начало начал нашего детства.

— **Кстати, а детские сады инициируют создание каких-то игрушек?**

— Да, бывает и довольно часто. В плане разработки и апробации игрушек наша фабрика сотрудничает с детскими садами Барнаула и Казани. У детских садов есть свои программы образования, которые периодически меняются, и тогда появляется запрос на новые игрушки. А мы в свою очередь всегда открыты идеям и предложениям.

— **Из какого материала изготавливаются ваши игрушки?**

— Для производства мы используем экологически чистую алтайскую древесину: сосну, березу, кедр. А для покрытия игрушек применяются только высококачественные безопасные краски и лаки на водной основе, являющиеся безопасными для детей.

— **Проводятся ли какие-то испытания и проверки игрушек?**

— Производители детских товаров несут огромную ответственность за здоровье и безопасность ребятшек. Поэтому, перед тем как запустить игрушки в продажу, ими «играют взрослые», которые работают у нас: специально пытаются сломать, бросают с высоты и т.д. Одним словом, испытывают на прочность. После этого игрушки проходят контроль в Центре апробации сигнальных образцов игрушки, в независимых лабораториях с целью получения сертификата соответствия.

— **Есть ли планы начать делать игрушки из других материалов?**

— Есть мысли заняться пластмассой и мягкой игрушкой, однако это должно быть отдельное производство, так как в одном помещении нельзя содержать разные виды производства. Будем решать данные вопросы уже после нового года.

— А вы сами в детстве играли в кубики? Помните такие моменты?

— Моя мама работала на предприятии «Алтайвагон», поэтому у меня кубиков было больше, чем у других, — сотрудники забирали обрезки материалов и делали с ними все, на что хватало фантазии, в том числе и кубики.

— Какую игрушку вашей фабрики вы бы хотели иметь в своем детстве?

— Думаю, это был бы строительно-механический конструктор «Рыжий Тим. Конструирование без границ». Он открывает очень большие возможности для творчества и развития изобретательства, а я в детстве очень любил что-то создавать.

— Как считаете, сейчас удачное время для развития бизнеса?

— Думаю, что да, так как идет очень ощутимая поддержка со стороны государства в виде разных грантов, участия в выставках и т.д. За более чем 10 лет работы мы тоже не раз пользовались господдержкой. Например, первый станок фабрики был куплен на средства гранта городского комитета по развитию предпринимательства, потребительскому рынку и вопросам труда. В разные годы удавалось выигрывать гранты от 500 тысяч рублей до 1,4 млн рублей. Поэтому я бы советовал предпринимателям не упускать такого шанса: пока государство предоставляет такую возможность — пользуйтесь.

— Занимаетесь ли благотворительной деятельностью?

— Да, мы оказываем помощь СВО, отправляем вещи, деньги на нужды бойцов. Кроме того, отправляли гуманитарную партию игрушек в Луганскую Народную Республику. Наша страна — одна большая семья, поэтому в горе нужно уметь помогать, а в радости — вместе радоваться.



Фабрика детской игрушки «Рыжий Тим»

Адрес: г. Барнаул, ул. Цеховая, 58

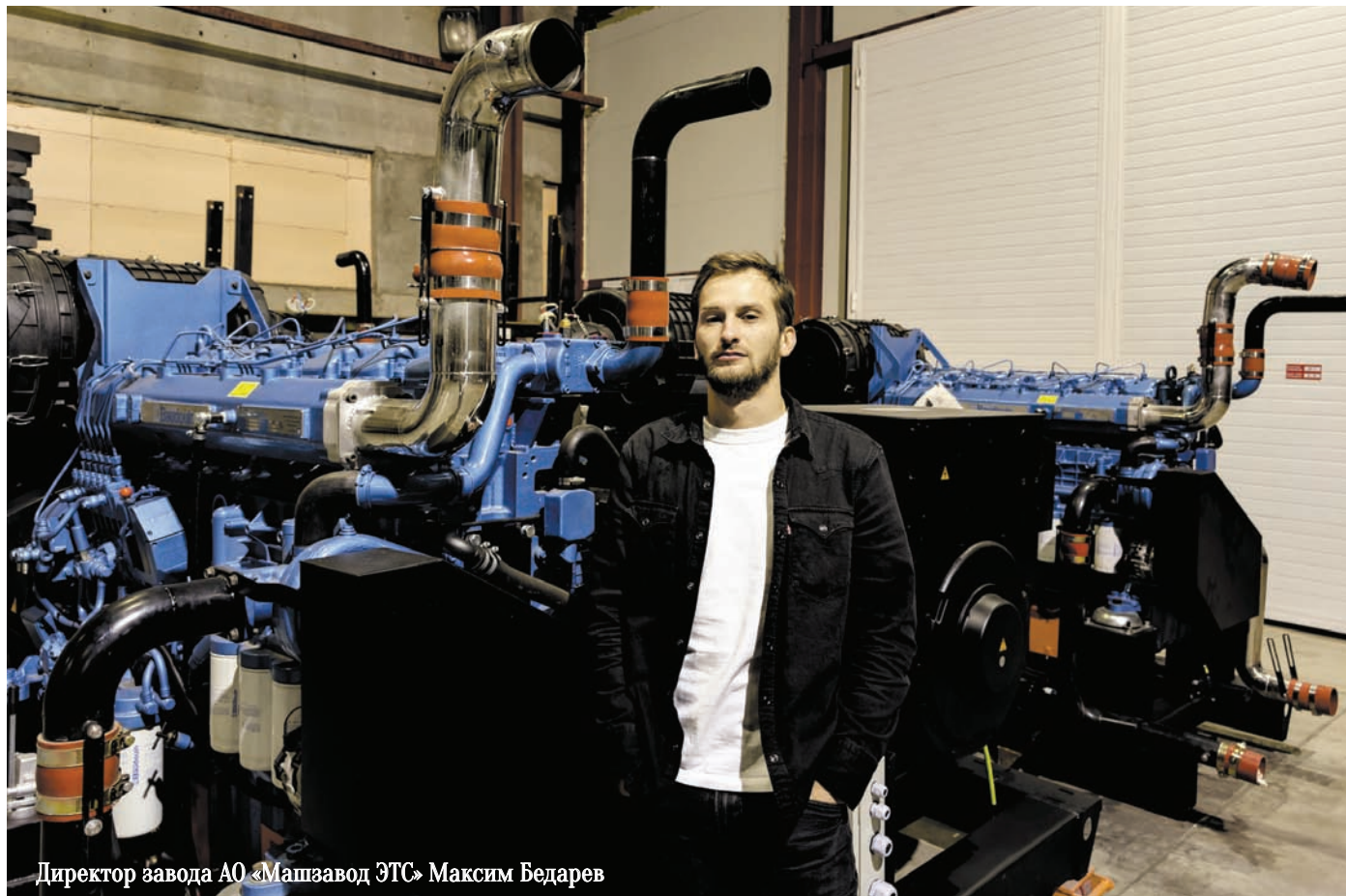
☎ 72-17-22, 8-91-210-29-17

✉ fdi01@bk.ru

🌐 фабрикаигрушки.рф

В потоке энергии

«Машиностроительный завод «ЭнергоТехСервис» (АО «Машзавод ЭТС») уже более 27 лет производит автономные энергетические системы. При этом предприятие специализируется на использовании и комплектующих отечественного производства, что исключает перебои в поставках оборудования и запчастей. Последние три года завод возглавляет молодой и талантливый управленец 28-летний **Максим Бедарев**. В интервью журналу «Предприниматель Барнаула» он рассказал о достижениях компании, преимуществах выпускаемых энергосистем и инновационных решениях предприятия.



Директор завода АО «Машзавод ЭТС» Максим Бедарев

— Максим Сергеевич, какую продукцию сейчас производит завод?

— Специализация нашего предприятия — производство автономных энергетических систем под индивидуальные требования. Основное направление — дизельные электростанции. Кроме того, сейчас также занимаемся смежными направлениями — блочно-модульные энергоцентры и все, что связано с производством контейнеров. Например, в настоящее время у нас в производстве находится интересный проект — изготавливаем аппаратные контейнеры для телекоммуникационной аппаратуры, которая будет устанавливаться на линиях связи.

— Какое место на рынке страны занимает «Машзавод ЭТС»?

— Мы являемся крупнейшим производителем дизельных электростанций на территории Сибири. А по выручке входим в топ-10 предприятий страны данного профиля.

— Кто является главным потребителем вашей продукции и на кого она рассчитана?

— Продукция завода предназначена для использования в различных отраслях промышленности, связи, в здравоохранении, при обустройстве нефтяных и газовых месторождений, в геологоразведке, сельском хозяйстве и т.д. Также мы поставляем свою продукцию в регионы Крайнего Севера, где в жилых поселках происходит замена устаревшего оборудования.

В этом году мы активно развиваем направление производства газопоршневых электростанций, которые отличаются автономностью, эффективностью, надежностью и высокой производительностью.

Их применение наиболее оптимально, поскольку позволяет значительно снизить себестоимость конечного продукта, особенно в энергозатратных отраслях. Кроме того, их можно использовать в качестве основного источника электроэнергии

в регионах с доступным магистральным или попутным газом, но без доступа к линиям электропередачи.

Первая поставка газопоршневых электростанций АО «Машзавод ЭТС» была произведена в Якутию. Для этого проекта мы даже организовали сертифицированный испытательный стенд. Кстати, изучив потребности, могу сказать, что ГПЭС актуальны и для фермеров, у которых остро стоит вопрос собственной генерации электроэнергии, не зависящей от сетей. В настоящее время аналогичный подход формируется и у предприятий с большим потреблением электроэнергии. Они начинают делать ставку на собственную генерацию, которая возможна только при наличии газопоршневых электростанций.

— **Какова география поставок?**

— Сибирь, Дальний Восток и Крайний Север. В европейской части рынок уже определен, поэтому смысла заходить туда нет.

— **В чем уникальность и преимущество вашей продукции перед аналогами?**

— Во-первых, мы специализируемся на российских комплектующих. И это очень сильно сыграло нам на руку, когда были введены санкции. У нас не возникло никаких проблем. Во-вторых, мы подходим к разработке инженерных решений с точки зрения конечного эксплуатанта, учитывая ограничения, которые накладывает территория труднодоступных регионов по логистике, запчастям, кадрам и т.д. Важно, чтобы даже в максимально экстремальных условиях можно было произвести ремонт оборудования и запустить его в дальнейшую работу.

— **Как часто приходится браться за нестандартные проекты, находить инновационные решения?**

— Практически всегда. В отличие от серийных производителей, продукция которых чаще всего используется в качестве резервных источников энергии, наши станции берут для стабильного обеспечения электроэнергией. При этом та же нефтяная отрасль постоянно требует какие-то новые решения, удовлетворяющие их задачи. Нам постоянно приходится подстраиваться под запрос потребителя. Поэтому основные узлы наших станций примерно одинаковые, но то, как они скомпонованы, какое используется дополнительное оборудование поверх базовых систем, из раза в раз это уникальное решение. И в этом мы набили руку, у компании накопился богатый опыт — в вопросе уникальных решений мы легко конкурируем с лидерами рынка и можем предложить более привлекательную цену для конечного потребителя.

— **Кто является мозговым центром для создания уникальных решений?**

— У нас есть технический отдел, в котором работают высококвалифицированные конструкторы и инженеры-электрики, плюс у мастеров и монтажников имеется богатый опыт работы.

— **Расскажите о крупных проектах завода, которыми вы гордитесь.**

— Пожалуй, это один из последних проектов, который еще находится в стадии отладки, — блочно-модульный энергоцентр для Оймякона. Для понимания: это один из самых холодных городов на планете, который не присоединен к Единой энергосистеме России. Там существует своя собственная генерация электроэнергии за счет дизельных станций.

Проект включает 16 контейнеров, которые объединяются в единое здание с машинным залом, где установлено



5 дизельных электростанций. Также в состав входят контейнер с топливохранилищем, отдельные системы накопления и распределения энергии, а также хозяйственно-бытовые помещения.

Умные системы автоматически распределяют нагрузку между генерационными узлами, включая питание от солнечных панелей, которые образуют отдельный парк. Электроэнергия накапливается в аккумуляторных батареях и затем распределяется потребителям. Все узлы имеют системы удаленного мониторинга для контроля работы БМЗ.

Данный проект — это новое для нас направление. И что самое важное, оно уже становится серийным решением.

— **Хватает ли нынешних объемов производства? Планируете ли расширяться?**

— Объемов производства однозначно не хватает. При этом на рынке есть спрос на нашу продукцию и достаточно большой. Поэтому в планах строительство новой производственной площадки.

— **Какой объем продаж вам обеспечивают тендеры?**

— Компания «Машзавод ЭТС» — постоянный участник тендеров по поставкам промышленного оборудования на территории России. Тендеры обеспечивают нам около 80 % продаж.

— **Какие главные вызовы сейчас стоят на пути развития электрических технологий в нашей стране?**

— На мой взгляд, есть три главных вызова. Первый — импортозамещение, которое должно защитить российских производителей и обеспечить их загрузкой. Второй вызов — решение ка-

дровой проблемы. Считаю, что кадры нужно возвращать — и это общая задача системы образования и предприятий, которые определяют кадровую потребность. При этом у предприятий должна быть уверенность, что через время их продукция будет востребована и что рынок вновь не заполнит, например, китайское оборудование, с которым сложно конкурировать из-за цены.

Из этого вытекает третий вызов — обеспечение финансовой стабильности работы предприятий за счет стабильного спроса на продукцию. Наличие стабильного спроса должно быть обусловлено уверенностью конечных потребителей в конкурентоспособности предлагаемых решений на долгой дистанции.

— **Как у вас на предприятии обстоят дела с кадрами?**

— Как и везде... Рабочих рук не хватает. Кадры стареют, молодые идут неохотно. А те, кто все-таки пришел, ничего не знают, их нужно обучать с нуля, а на это требуется время. Приходится подстраиваться под реалии рынка и завлекать специалистов не только за счет зарплаты, но и за счет социалки в виде компенсации проезда и обедов.

— **Какой путь вы лично прошли на предприятии?**

— Я приехал в Барнаул из Санкт-Петербурга, где окончил Санкт-Петербургский технологический институт и магистратуру Санкт-Петербургского государственного университета. На «Машзаводе ЭТС» начинал с менеджера по продажам, потом вырос до руководителя отдела продаж, а последние три года являюсь генеральным директором. На данный момент также вхожу в состав собственников предприятия.



— Не пришлось сожалеть, что променяли культурную столицу на провинцию?

— Когда мне предложили такую возможность, я подумал — а почему бы и нет? Во-первых, это интересный опыт, во-вторых, это действительно мое! Мне интересно то, чем занимаюсь. А по финансовым показателям очевидно, что у меня это еще и получается. На Алтае мне нравится. Здесь очень хороший климат, много солнца. А Питер никуда не денется — всегда можно сесть на самолет и слетать туда!

— Работа работой, а есть ли какие-то увлечения?

— Мои увлечения — езда на велосипеде, бординг и яхтинг.

— Какую последнюю книгу прочитали?

— Это роман «Анна Каренина» Толстого. Недаром говорят, что во взрослом возрасте эта книга открывается новыми смыслами и трактовками. Кроме того, начинаешь замечать те тонкие человеческие игры во взаимоотношениях героев, которые не видел раньше. А после наблюдаешь их при общении с коллегами. Ведь моя работа — это, прежде всего, взаимодействие с коллективом управленцев и заказчиками. Поэтому такие произведения помогают научиться выстраивать доверительные отношения с людьми.

— Вы как руководитель принимаете решение самостоятельно или коллегиально?

— Чтобы решение принять, необходимо его сначала выработать. По жизни я являюсь генератором идей. При этом вокруг меня находятся компетентные профессионалы своего дела, с которыми мы обсуждаем нюансы по конкретным направлениям, и в результате переговоров вырабатывается решение по сложным вопросам и задачам. Когда вопрос касается стратегической деятельности, то в данном случае я собираю информацию, анализирую и сам решаю, в какое русло вести фирму.

— Охарактеризуйте свою команду тремя прилагательными.

— Опытная. Самостоятельная. Командная. У нас каждый готов выкладываться на 100 %, чтобы вести команду к целям.

— Вы очень молодой и перспективный руководитель. Как считаете, что более важно для успешности компании — опыт или молодость и энергия?

— На самом деле идеален симбиоз — когда молодость и опыт идут плечом к плечу. Опыт — это основа любой компании, а молодежь с горящими глазами — ее будущее.



ЭТС

АО «Машзавод ЭТС»

Адрес: г. Барнаул, ул. Полевая, 58в

72-49-19

info@mzets.ru

mzets.ru

Зеркальный мир

Барнаульская зеркальная фабрика — старейшее предприятие стеклозеркальной отрасли России. Оно было основано в 1961 году и до сих пор успешно работает. В настоящее время это современное производство, широкий ассортимент продукции, новые технологии и широкая известность за пределами Алтайского края. Как выстроена работа фабрики, журналу «Предприниматель Барнаула» рассказал директор предприятия **Владимир Геннадьевич Клепиков**.



Директор предприятия
Владимир Геннадьевич Клепиков

— Барнаульская зеркальная фабрика — это не только зеркала. Какие виды продукции сейчас выпускаете?

— Действительно, зеркала — далеко не единственный вид продукции, который мы выпускаем. Сейчас, следуя модным тенденциям обустройства интерьера, все более востребованными становятся зеркальные панно, являющиеся оригинальным дополнением любого интерьера. Также мы изготавливаем стеклянные фартуки с оригинальным красочным рисунком, закалённые стекла, триплекс, кухонные фартуки, витрины из стекла, наливные витражи, мебель из стекла, душевые кабины и перегородки. Самые востребованные наши товары — это зеркала и душевые. Спрос на них сегодня очень высокий.

— С какими итогами компания подходит к концу года?

— 2024 год для Барнаульской зеркальной фабрики выдался продуктивным во всех планах: мы увеличили объем производства, подняли уровень продаж, обновили и расширили коллектив. Отдельно хотелось бы упомянуть о том, что каждый месяц в обязательном порядке оказываем благотворительную

помощь детским домам и СВО. Так что под занавес года можно уверенно сказать, что нам точно есть чем гордиться!

— С чем связано увеличение объемов производства?

— Дело в том, что из-за санкций многие европейские производители ушли, а российские тем временем стали активно выходить на рынок, используя современные технологии и предлагая продукцию, не уступающую по качеству, но по более приятным ценам. Мы на себе ощутили повышение спроса на такие изделия, как душевые кабины и перегородки. Наша продукция стала популярна благодаря своей доступности, качеству и разнообразию моделей.

— Как вы оцениваете свои позиции на рынке?

— Если говорить о рынке Барнаула, то здесь мы являемся лидерами. В других регионах наша продукция также представлена, но уже не можем конкурировать с другими производителями.

— Что на вашем производстве играет главную роль — технологичное оборудование или кадровый состав?

— Оборудование, конечно, имеет важное значение, но не первостепенное. Это однозначно. Для нашей компании главное — это кадры. Резка стекла на производстве автоматизирована, а вся остальная работа по большому счету выполняется человеком. У нас работают высококвалифицированные и талантливые специалисты. Коллектив небольшой — 20 человек, поэтому мы как большая семья.

— Как часто на вашем производстве нужно проводить модернизацию оборудования?

— Не скажу, что в этом есть постоянная потребность. Главное — следить за оборудованием, поддерживать в должном состоянии.

— На каких крупных объектах можно встретить ваши зеркала?

— Барнаульская зеркальная фабрика на рынке с 1961 года. Нас знают. Нам доверяют. Это уже бренд. Поэтому к нам обращаются довольно крупные организации. Наши зеркала установлены в санатории «Барнаульский», парк-отеле «Чайка», мы работаем с крупнейшими застройщиками, а также с курортом Шерегеш и турбазами Горного Алтая, которые постоянно заказывают у нас не только зеркала, но и душевые кабины.

— Есть ли мода на зеркала?

— Сейчас в моде большие зеркала — размером от пола до потолка. Они добавляют в помещение свет и визуально увеличивают пространство. Также в тренде подсветка зеркал. Подсветка не только делает зеркало более функциональным, но и создает дополнительный элемент декора.

— А у стеклянных фартуков какие дизайны популярны?

— Это все очень индивидуально. С каждым заказчиком у нас работает дизайнер и технолог. Но вообще стеклянные кухонные фартуки сейчас выходят из моды, так же как стеклянная мебель. Заказы на них постепенно снижаются.

— **Вы специализируетесь на индивидуальных заказах. Какой больше всего запомнился?**

— Недавно нам пришлось делать наливной витраж в виде иконы. Очень тонкая, кропотливая ручная работа. Мне кажется, что получилось оригинально.

— **Есть мнение, что стекло — дорогой материал, а большие зеркала — это предметы роскоши. Это так?**

— Да, это так. Среднее зеркало с подсветкой обходится примерно в 40 тысяч рублей.

— **Вы верите в примету, что разбитое зеркало — к несчастью?**

— Мы в такие приметы не верим. Если будешь заикливаться на приметах, то в зеркальном производстве точно делать нечего (смеется). Если даже стекло разбилось — собрали и выкинули, без всяких предрассудков.

— **Говорят, что качество современных зеркал часто оставляет желать лучшего...**

— К сожалению, да. Поставщики, которые льют зеркала, из-за санкций были вынуждены поменять компоненты на российские аналоги. Увы, но это сказалось на качестве не лучшим образом. Порой бывает, что зеркало даже не выдерживает срок гарантии в два года, превращаясь в стекло.

— **Есть ли у вас услуги по монтажу изделий?**

— Конечно, у нас работает своя бригада, которая занимается доставкой и установкой изготавливаемой продукции.

— **Скоро Новый год. Есть ли уже праздничное настроение?**

— Настроение у нас, конечно, уже праздничное! Однако сейчас для Барнаульской зеркальной фабрики очень горячая пора: традиционно перед Новым годом люди стараются завершить все недоделанные дела, в том числе и ремонт. А стекла и зеркала — это, можно сказать, завершающий этап.



Барнаульская зеркальная фабрика

Адрес: г. Барнаул, ул. Автотранспортная, 55

☎ 46-28-89

🌐 zerkaloplus.com

«Мы можем сделать мир лучше»

Переработка отходов — одна из самых актуальных проблем современности, являющаяся ни больше ни меньше показателем уровня цивилизованности общества. Как строится бизнес по утилизации мусора, какие у него проблемы и перспективы и удастся ли поддерживать государственно-частное партнерство в этой сфере, журналу «Предприниматель Барнаула» рассказал генеральный директор барнаульской компании «Белун» **Алексей Свечников**.



Генеральный директор компании «Белун» Алексей Свечников

Фото Олега Укладова

— **Алексей, переработка мусора по большому счету — это государственная задача. Какая роль в этой сфере отводится бизнесу?**

— Государственная задача — создание отрасли по обращению с отходами, наведение порядка среди участников, изменение правил под новые реалии, актуализация нормативной базы. Весь регламент, который был принят ранее, рассчитан совсем на другие виды отходов и на другие объемы. Сейчас государство должно создать условия, при которых переработка отходов будет действительно переработкой, а не очередным созданием свалок, только уже на другом месте и с тратой огромного количества бюджетных средств. Такие условия может помочь создать именно бизнес. У предпринимателей все проще, против цифр не поспоришь. Если направление нерентабельное — бизнес закрывается, второго шанса нет. Поэтому бизнес знает, как нужно правильно подходить к вторичному сырью, чтобы

это было рентабельно. На мой взгляд, в данной сфере должно быть государственно-частное партнерство. И это единственный правильный путь.

— **Расскажите, чем живет сегодня отрасль сбора и утилизации отходов? Какие основные тенденции наблюдаются?**

— На самом деле становление отрасли обращения с отходами происходит не так активно, как хотелось и могло бы быть. Пока что нет отлаженной совместной работы государства и бизнеса. Органы власти пытаются решить поставленные задачи путем выделения земельных участков, планирования строительства заводов и т.д. Бизнес пытается увеличить объем собираемого чистого сырья для своих производств путем закупки отсортированных отходов у населения и юридических лиц, установкой контейнеров для раздельного сбора и созданием пунктов приема. Именно это и является основной тенденцией на сегодняшний день. Люди активно принимают участие в раз-

делении своих отходов, но только там, где для этого существуют условия: контейнеры РСО, экопункты, акции и т. д.

— **Мы живем в эпоху активного потребления, последствия которой — рост отходов. Вообще что такое современные отходы? Чего больше?**

— Современные отходы — это в основном полимеры разных видов, начиная от ПЭТ-бутылки, полиэтиленовых пакетов, пленок и пластиковой тары, которую можно бесконечно запускать в производственный цикл, заканчивая многосоставными полимерами, для которых переработки не существует либо она становится нерентабельна из-за сложного строения. Также не стоит забывать и о бумажных отходах, отходах стекла, металла и т. д.

— **Сколько отходов производит житель Барнаула в год?**

— По уже имеющимся исследованиям, это цифра составляет около 1400 кг. Соответственно, все жители Барнаула образуют более 1 миллиона тонн мусора в год. Но в этой цифре нет строительных отходов, сельскохозяйственных отходов, промышленных и т. д. Вы только представьте, какой объем отходов нужно обрабатывать, чтобы мы не заросли в нем и не оставили нашим детям километровые свалки и угасающую природу. А это, между прочим, наше с вами здоровье — самое главное, что может быть у человека.

— **Ваш бизнес начинался с подержанного станка для прессования макулатуры. Сейчас «Белун» — одно из крупнейших предприятий, принимающих у населения все виды перерабатываемых отходов. За счет чего удалось поднять бизнес?**

— Действительно, когда я начинал этот бизнес, у меня был только б/у механический пресс. Сейчас мы имеем несколько площадок для обработки вторичных ресурсов, пункты закупа и постоянно растущий парк контейнеров для раздельного сбора сырья. Основой нашего успеха стало то, что в отличие от других игроков рынка, мы стали закупать все виды сырья. Сдатчику не нужно было кататься по всему городу, чтобы сдать все виды сырья. С таким же подходом мы подошли к установке контейнеров для РСО. Чтобы не загромождать дворовые и контейнерные площадки и не утруждать людей плодить дома множество пакетов с разными видами отходов, мы установили один большой контейнер сразу для нескольких видов вторичного сырья, а именно: бумаги, пластика, стекла и металла. Это получило положительный отклик от населения, и в настоящее время заявки на установку таких контейнеров превышают наши объемы их изготовления.

— **Есть ли у вашего бизнеса какая-либо философия?**

— Философия простая — мы можем сделать мир лучше, и мы это делаем. Показываем на своем примере, что сортировка и переработка отходов — это не такая уж и сложная задача. На самом деле настало время, когда уже пора переходить от линейной экономики к экономике замкнутого цикла. Перерабатывать то, что можно переработать, и вовлекать в производственный процесс как можно больше вторичного сырья. Оставлять после себя как можно меньше мусора и не увеличивать количество свалок, а, наоборот, сокращать их. Беречь природные ресурсы, что впоследствии благотворно повлияет на здоровье человека.





— **Расскажите о мощностях предприятия. Сколько отходов перерабатываете в настоящее время?**

— На сегодняшний день наша компания собирает и отправляет на переработку с территории города Барнаула более 200 тонн вторичного сырья ежемесячно. Это мы учитываем только объем из контейнеров и пунктов приема от населения. Плюс к этому объему можно добавить и юридические лица, магазины, ТЦ и т. д.

— **От кого собираете основной объем отходов — от предприятий или населения?**

— Изначально основной объем мы закупали от предприятий, магазинов, рынков и т. д. Но когда мы открыли пункт приема на ул. Мусоргского, то увидели, как увеличивается объем с каждым днем. Начали устанавливать контейнеры для РСО — население положительно на это реагировало. В итоге на сегодня от населения поступает приличный объем чистого вторичного сырья.

— **Какие технологии переработки мусора есть на данный момент?**

— Технологий очень много, начиная от банального сжигания, заканчивая пиролизными установками, с получением газа и жидкого топлива. Но самая эффективная технология — это переработка всех отходов в производственном процессе. А для этого необходимо научиться их разделять.

— **Кстати, а сейчас актуальна вообще тема сбора макулатуры, как это было в советское время?**

— Конечно, это очень актуальная тема. Спрос на макулатуру большой, ее даже завозят из других регионов. Также очень большой спрос и на другие виды отходов.

— **Насколько в Барнауле развита система раздельного сбора мусора? И насколько для вас это принципиально важно?**

— Система РСО в Барнауле находится на стадии развития. Нужно еще очень многое сделать. Благодаря администрации города Барнаула мы открыли первый пункт в городе по запуску вторичного сырья на ул. Мусоргского, 2. Совместно с «Лемана ПРО» мы запустили экоконтур на территории гипермаркета

«Леруа Мерлен». Опять же при совместной работе с комитетом ЖКХ г. Барнаула мы расширяем парк контейнеров для раздельного сбора. Видна положительная динамика, и, конечно же, есть планы на дальнейшее развитие.

— **Есть мнение, что для приучения населения к разделению мусора понадобятся годы...**

— Это ошибочное мнение. Люди готовы разделять свои отходы, просто нет условий собирать раздельно на всей территории города. К примеру, мы ежедневно вывозим около 1 тонны хорошего сырья с экоконтур на «Леруа Мерлен», хотя вокруг него нет жилых домов... А представьте, если такие пункты будут в шаговой доступности.

— **Что делаете с отходами после сбора?**

— Дальше происходит дополнительное разделение по видам, например, отдельно изымается макулатура, которая так же разделяется на гофрированную бумагу и книги, журналы и т. д. Отходы пленки и пластика делятся по полимерному строению (ПЭТ, ПНД, ПВД, ПП и стрейч), а потом еще и по цветам. Отходы стекла разделяются на листовое и тарное, а также по цветовой гамме. Потом все отсортированное сырье прессуется либо дробится и дальше уходит конечному переработчику.

— **Что происходит с отходами, которые нельзя переработать, получить вторичное сырье?**

— На сегодняшний день большинство отходов — и те, которые можно переработать, и те, которые нельзя, попадают на свалки. Но если мы сможем грамотно изымать как можно больше полезных фракций, то и бизнес будет заинтересован в использовании такого сырья и сможет наладить новые способы переработки производства.

— **Есть ли планы по расширению обслуживаемых территорий?**

— Конечно, есть, и мы их реализуем, на сегодняшний день мы осуществляем сбор в поселке Южный, на Змеиногорском тракте и частично Индустриальный район. В планах покрыть весь город Барнаул и дальше уходить по районам края.

— **Кстати, сколько стоит сдать отходы? И что принимаете бесплатно?**

— На сегодняшний день прайс таков: картон — 3,5 руб., бумага — 4,5 руб., пленка стрейч и ПВД прозрачные — 25 руб., пленки цветные — 5 руб., стекло листовое — 1 руб., стекло тарное — 2 руб., ПЭТ — 10 руб., ПНД — 5 руб., ПП — 5 руб. Это цены за один килограмм чистого сырья. Бесплатно мы принимаем только отходы пенопласта.

— **Насколько вообще выгодно заниматься сбором отходов?**

— Любой бизнес можно развивать и получать хорошую прибыль и любой бизнес можно сделать убыточным. О рентабельности нашего бизнеса можно сказать так — мы активно расширяемся и занимаемся благотворительными проектами.

— **Как вы относитесь к идее строительства экотехнопарка?**

— Если это делать продуманно и грамотно, с параллельным становлением системы раздельного сбора, с разделением потоков отходов, то это принесет результат. В противном случае мы можем получить очередную свалку, на рекультивацию которой опять будут закладывать большие государственные средства.

— **Какие основные риски есть в вашем виде бизнеса?**

— По рискам данное направление не отличается от остальных. С учетом сегодняшних реалий мы остро нуждаемся в сотрудниках. Их катастрофически не хватает. А в остальном как у всех — цена на сырье то вверх, то вниз, объемы то увеличиваются, то уменьшаются. В общем, как и везде.

— **Приходилось ли получать господдержку? И как, на ваш взгляд, государство могло бы поддержать отрасль?**

— Поддержку мы получили от администрации города Барнаула в виде понижающего коэффициента арендной платы. Если мы хотим, чтобы отрасль по обращению с отходами работала положительно, мы должны организовать ГЧП. Государство может выделять земельные участки для размещения площадок

для сбора и обработки сырья, передать невостребованные помещения для создания экопунктов, устанавливать контейнеры для РСО. Бизнес же в свою очередь может гарантировать постоянный спрос на получаемое сырье и высокую рентабельность данного направления.

— **Алексей, по профессии вы юрист. Не жалеете, что не остались в этой сфере?**

— Нет, не жалею. Но эта профессия много раз пригодилась в бизнесе. Очень много приходится обращаться к ФЗ и нормативным актам для взаимодействия с органами власти.

— **Какие у компании планы на будущее?**

— Планы амбициозные, без них никуда. Расширяться на всей территории города Барнаула и Алтайского края, для этого мы создали Автономную некоммерческую экологическую организацию «Экономика замкнутого цикла», устанавливать экопункты, изготавливать новые контейнеры, изымать как можно больше полезной фракции, помогать начинающим предпринимателям и делать дальше наш мир еще лучше.



Компания «Белун»

Офис: г. Барнаул, р.п. Южный, ул. Мусоргского, 2

База приема: г. Барнаул, р.п. Южный, ул. Мусоргского, 2

☎ 8-964-603-34-48

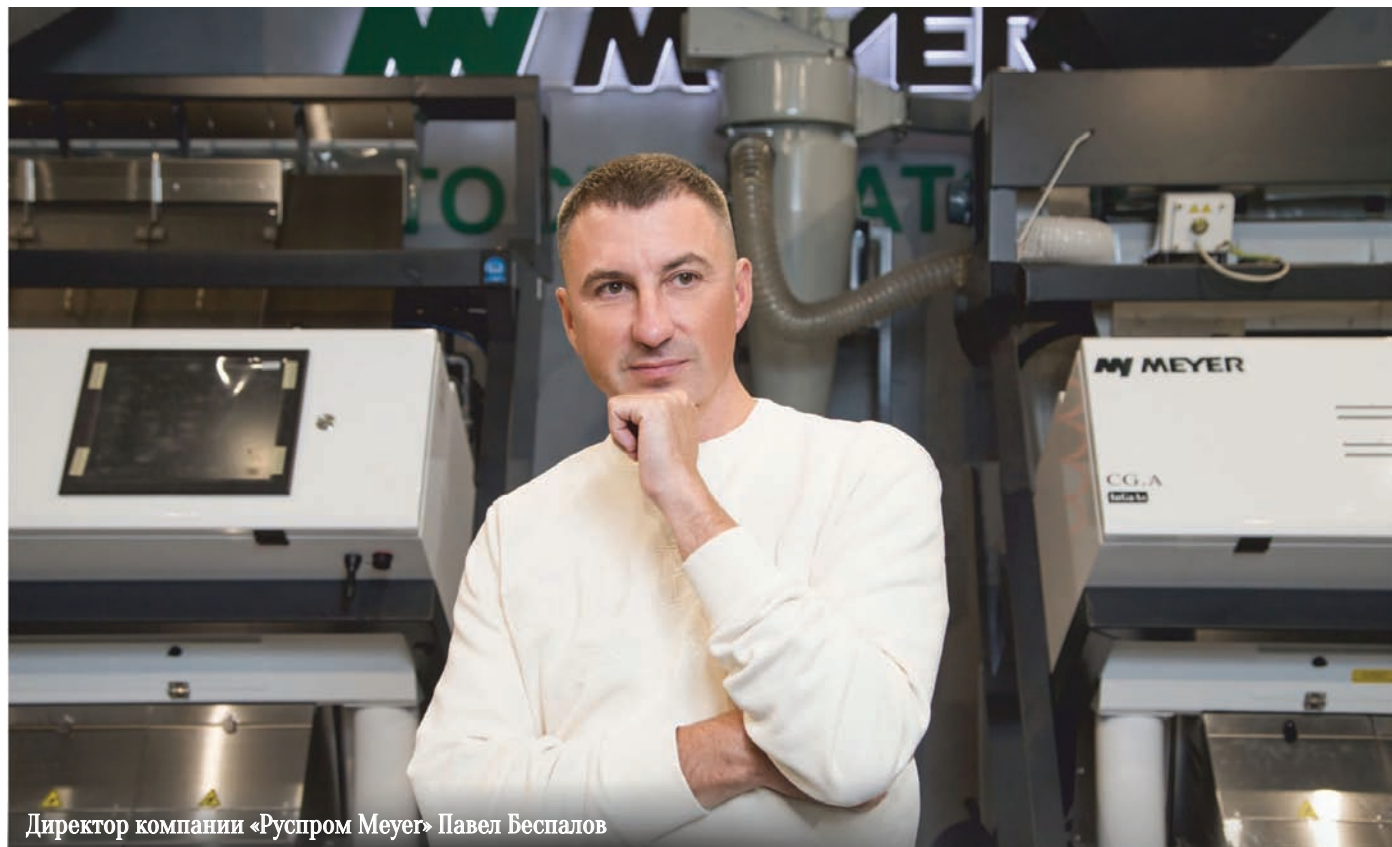
✉ sibsteklo22@mail.ru

🌐 belun.turbo.site

Step by step

Говорят, что восточная мудрость учит нас терпению. Но что происходит, когда российская настойчивость встречается с китайской неторопливостью?

Как психология помогает вести международный бизнес, почему спешка не всегда полезна для дела и как за пять лет развить идею до уровня эксклюзивного представителя мирового бренда, читайте в нашем интервью с предпринимателем, который построил успешный бизнес-мост между двумя великими культурами. Знакомьтесь, **Павел Беспалов**, директор компании «Руспром Меуер».



Директор компании «Руспром Меуер» Павел Беспалов

— Павел, в этом году в компании «Руспром» юбилей — пятилетие со дня открытия направления фотосепараторов Meuer. Пять лет — много это или мало, для того чтобы стать эксклюзивным представителем Meuer в России?

— Знаете, в бизнесе как в искусстве — шедевр создаётся не за счёт потраченного времени, а благодаря качеству работы и тонкости исполнения каждого штриха. За пять лет мы прошли путь от изучения рынка до получения эксклюзивных прав на представление Meuer в России и стали первыми в стране по объёму импорта фотосепараторов в Россию. Но главное — мы доказали: оборудование Meuer лидирует на рынке фотосепараторов по соотношению цена-качество.

— Как вы пришли к такому выводу?

— Мы не просто поверили маркетинговым материалам или отзывам. Мы провели собственное исследование: привозили оборудование разных производителей, тестировали его, сравнивали. Meuer оказался единственным китайским брендом, который успешно продается по всему миру — от Европы до

Америки. И это неслучайно. Завод входит в топ-300 компаний Китая. Это акционерное общество с серьёзным научным подходом. У них множество запатентованных технологий. Они используют только премиальные комплектующие известных брендов: Nikon, Hamamatsu, Toshiba. Когда посещаешь их производство, видишь роботизированные линии, высочайшую культуру производства и заботу об экологии. У Meuer есть свой лозунг: зелёный Meuer, зелёное будущее — и они следуют ему. Это совсем другой уровень.

— А как удалось стать эксклюзивным дилером такой серьёзной компании?

— Step by step — так говорят китайцы (с улыбкой). Мое образование психолога очень помогло в переговорах. В Китае все делается иначе, чем в России. Мы привыкли к быстрым решениям: собрались и побежали. А там... Там каждая договорённость — это результат многомесячной работы.

В 2019 году начались первые контакты: просто холодная встреча, экскурсия по заводу, знакомство с менеджером. Никаких

особых прав, никаких предпочтений. Весь 2020 год мы доказывали свою состоятельность поставками, сервисом, обучением персонала, ответственностью и надежностью. И только после этого получили эксклюзивное дилерство.

— **Сложно было перестроиться под такой темп ведения бизнеса?**

— Мне помогла личная гибкость. Хотя, признаюсь, до сих пор иногда кажется, что все движется слишком медленно. Но я понял главное: переговоры с китайцами — это как игра в шахматы. Ты всегда думаешь на несколько ходов вперед. Сеешь зерно идеи, которое прорастет через месяцы.

Нельзя просто прийти и требовать немедленных решений. Можно задать два-три вопроса, но четвертым рискуешь все испортить. Нужно чувствовать грань, уметь отступить — на час, на сутки, на неделю. А потом начать сначала, продвинуться чуть дальше. И так шаг за шагом.

— **Что вы считаете главным достижением за эти пять лет?**

— Мы сделали Meuer узнаваемым брендом в России. Поставили более 200 единиц оборудования по всей стране. И главное — у нас появились довольные клиенты, которые возвращаются к нам снова и снова. Есть компании, которые перешли на Meuer с европейских брендов. Есть те, кто работал на других китайских или отечественных фотосепараторах. Но Meuer стал для них золотой серединой: качество на уровне европейских производителей, но по более разумной цене.

Сейчас у нас пять филиалов по России, три шоурума для демонстрации оборудования. Мы создали крупнейший склад запчастей — в пять раз больше, чем у любого конкурента. А недавно завод Meuer предложил нам разработать эксклюзивный фотосепаратор специально под российский рынок. Это высшая степень доверия.

— **Павел, мы живем в эпоху стремительного развития технологий. Как искусственный интеллект меняет отрасль сортировки?**

— Искусственный интеллект в нашей сфере — это опытный наставник, который учится вместе с вами. Мы просто задаем ему базовые понятия «хорошего» и «плохого», а дальше он сам выстраивает алгоритмы и совершенствуется в процессе работы. Это уже не просто механическое удаление дефектов — машина анализирует, думает, принимает решения.



Еще несколько лет назад такие технологии казались фантастикой. Сегодня они реальность — и в вертикальных фотосепараторах, и в ленточных, и в рентген-детекторах. Мы наблюдаем, как техника становится всё умнее, и это захватывающий процесс.

— **А как изменилось отношение российского бизнеса к китайскому оборудованию? Ведь раньше все стремились купить европейское...**

— Существует стереотип, что китайское — значит дешевое и плохое. Он появился в те времена, когда первые челноки привозили из Китая самые дешевые товары. Но Китай — это как огромный универсам: там есть товары любого качества и цены.

Мы могли бы привезти фотосепараторы в пять раз дешевле Meuer. И да, они бы работали. Но это как с автомобилем — можно купить самый дешевый или выбрать надежный. Разница проявится в пути.

Представьте ситуацию: у вас контракт на тысячу тонн чечевицы для экспорта. Сжатые сроки, заказаны контейнеры, ежедневная отгрузка. И вот вы стоите перед выбором: купить проверенное оборудование или сэкономить.

Если вы выберете дешевый вариант, рискуете столкнуться с тем, что оборудование начнет зависать, сойдутся настройки камер, придется заново запрашивать программное обеспечение... Это дни или даже недели простоя. А теперь посчитайте: сколько вы сэкономили и сколько потеряете на сорванном контракте? Иногда экономия оборачивается большими потерями.

— **То есть оборудование Meuer уже доказало свое качество на российском рынке?**

— Безусловно, и это не просто мои слова — это мнение заказчиков, которые голосуют рублем. И знаете, в чем секрет? Meuer не просто производит оборудование — они создают надежность. А надежность в бизнесе — это как доверие в отношениях: его сложно заработать, но легко потерять. Поэтому мы очень внимательно относимся к выбору партнеров и оборудования, которое предлагаем нашим клиентам.

— **Расскажите о результатах вашего недавнего делового визита на завод Meuer. Каких договоренностей удалось достичь?**

— Мы обсуждали три ключевых направления. Первое — расширение дистрибуции в странах СНГ. Хотя моментальных договоренностей достигнуто не было, руководство корпорации отнеслось к этому позитивно. Я надеюсь включить это в дилер-





ский контракт на 2025 год, но для этого предстоит провести еще несколько раундов переговоров.

Второе направление — организация совместного производства в России. Завод проявил заинтересованность, и теперь ход за нами. Нам предстоит детально проработать требования российского законодательства, изучить возможности получения субсидий для конечных потребителей. Главная задача — найти способы сделать продукцию более доступной для российского заказчика.

Третье направление — совместное продвижение: участие в выставках, конференциях, маркетинговая поддержка. Здесь мы уже активно сотрудничаем.

— **Кто является основными клиентами вашей компании?**

— За пять лет мы наработали базу клиентов по всей России — от Владивостока до Санкт-Петербурга. Это предприятия, занимающиеся выращиванием и подготовкой семян, производством круп, переработкой орехов и дикоросов. Отдельное направление — промышленная сфера: сортировка металла, пластика, стекла. Это важная часть экологического направления — переработки отходов.

— **В чем заключается главная миссия вашей компании?**

— Обеспечение российских предприятий качественным оборудованием и его профессиональным обслуживанием. Мы понимаем прямую связь: чем качественнее оборудование, тем лучше конечный продукт. Возьмем, например, рис или гречневую крупу — от качества сортировки напрямую зависит то, что мы видим на прилавках магазинов.

Но есть и внутренняя миссия — создание достойных рабочих мест с хорошей заработной платой и условиями труда. Мы давно переросли этап выживания, характерный для 2007–2009 годов, когда главной целью было просто удержаться на рынке. Сейчас у нас сильная социальная составляющая. За последний год численность сотрудников компании выросла до 130 человек, среди них высококвалифицированные инженеры и менеджеры, которые обучались в Китае. В планах на ближайшее время расширение штата до 147 человек. Мы развиваем корпоративную культуру, обеспечивая не только комфортное рабочее место и интересные задачи, но и насыщенную жизнь за пределами офиса. HR-отдел регулярно организует мероприятия на любой вкус: интеллектуалам — квиз, любителям просвещения — культпоходы в театры, музеи, спортсменам — командные соревнования, и в их распоряжении собственный тренажерный зал. Особое внимание уделяется семьям сотрудников — дети получают подарки к праздникам, для них отдельно проводим утренники.

Я убежден: если единственная цель компании — деньги, у такого бизнеса нет будущего.

— **Каковы ваши главные принципы как руководителя?**

— Честность. Честность в отношениях с партнерами и сотрудниками. И требование такого же отношения в ответ. Это включает справедливый взаимообмен: компания обеспечивает достойные условия труда, а сотрудник должен соответствовать своей должности, постоянно развиваться и совершенствоваться.

Я никогда не буду работать с компаниями-клиентами, использующими серые схемы или замешанными в махинациях — это противоречит моим личным принципам.



— Какой совет вы бы дали тем, кто хочет стать управленцем?

— Учиться и не спешить. В управлении спешка редко приводит к хорошим результатам. Руководитель должен быть логичным и последовательным — его требования не могут меняться с красного на белое день ото дня. И, конечно, важно образование. Оно учит главному: думать, анализировать информацию и не бояться двигаться вперед. Лучше ошибиться в движении, чем стоять на месте из страха совершить ошибку.

— Что помогает справляться с трудностями?

— Семья. И возможность хотя бы иногда отключиться от работы. Раньше бывало, что я работал по два-три года без отпуска. Сейчас стараюсь минимум дважды в год выбираться с семьей на отдых.

— Каким вы видите будущее компании еще через пять лет?

— Мы стремимся не просто быть дилерами, а начать собственное производство. Хотим создавать качественный продукт, который будет доступнее для российского рынка. А может быть, даже выйдем в производство продуктов питания — все-таки мы хорошо знаем кухню этих производств изнутри.

— Продолжите фразу: Когда-нибудь я обязательно...

— ...посвящу время себе. Хочу оставить цейтнот в прошлом и перестать бежать без остановок.



В разговоре с Павлом Беспаловым чувствуется глубокое понимание не только бизнес-процессов, но и человеческой психологии. Его подход к ведению дел — это редкий симбиоз восточной мудрости и западной эффективности, приправленный российской предприимчивостью. История успеха «Руспром Мейер» доказывает: иногда нужно замедлиться, чтобы двигаться быстрее.



«Руспром Мейер»

Адрес: г. Барнаул, ул. Попова, 208а

☎ 8 (800) 200-93-04

✉ barnaul@meyer-corp.ru

🌐 meyer-corp.ru

Быстро. Вкусно. Полезно

Мнение о том, что домашняя еда лучше ресторанной, уже давно в прошлом. Сейчас вовсе необязательно весь вечер стоять у плиты, чтобы побаловать себя и своих близких вкусным обедом или ужином: службы доставки сделают всю работу за вас. Яркий пример тому — КУХНЯ 6.9. Это ресторан доставки готовых блюд для всей семьи с авторским подходом к гастрономии. Данный проект — прямое доказательство того, что блюда сервиса доставки могут быть вкусными, качественными, сбалансированными и разнообразными. Более подробно о работе заведения рассказал основатель ресторана готовых блюд «КУХНЯ 6.9» **Максим Дергунов**.



Основатель ресторана готовых блюд
«Кухня 6.9» Максим Дергунов

— **Максим Васильевич, какая концепция лежит в основе вашего ресторана доставки готовых блюд?**

— В нашем меню мы объединили 6 кухонь мира и 9 направлений, чтобы каждый мог найти себе блюдо по душе. При этом наша кухня работает по принципу полного цикла. Это означает, что мы готовим все ингредиенты сами — от соусов и заправок, до колбасок и хлеба. Такой подход позволяет гарантировать высокое качество блюд.

— **В последние годы рынок доставки еды очень сильно сегментировался. Что он сегодня собой представляет?**

— Индустрия доставки еды стремительно развивается, подстраиваясь под меняющиеся предпочтения потребителей и внедряя новые технологии. Мы живем в такое время, когда доставка готовой еды уже перестала быть событийной услугой, превратившись в инструмент экономии времени. Сегодня данный

рынок доставки очень разнообразен — от готовых простых блюд до высокой кухни. При этом он всё ещё страдает от стереотипов о некачественной пище.

— **Вы имеете в виду, что готовая еда — это пицца, шаурма и т.д.? Трудно ли искоренить этот стереотип? Как вы с этим боретесь?**

— Наша цель — показать людям, что блюда ресторана доставки качественные и сбалансированные.

— **Вы работаете на рынке уже год: какие достижения и успехи могли бы отметить?**

— За год мы запустили несколько направлений: доставка готовых блюд, кейтеринг и выездной бар. Также хочется отметить, что за этот год мы успели поучаствовать в знаковых мероприятиях города в качестве партнера: это День города, открытие Спартакиады, бизнес-форум MFS и многое другое.

— **Были ли факаты и какие выводы из них сделали?**

— Ничего такого не припоминаю, если что-то и было, то решалось в моменте.

— **Есть ли сложные блюда в вашем меню?**

— Мы стараемся дать людям простое и понятное меню, но с ресторанной подачей.

— **Что больше всего востребовано у ваших клиентов?**

— Несравненный лидер — это борщ с домашним смальцем, салат «Цезарь», говядина по-строгановски с картофельным пюре — это как раз дополняет предыдущий ответ про сложные блюда. Сейчас у людей, напротив, есть потребность в простых, домашних блюдах. Все немного уже устали от ресторанных изысков, и хочется простого русского борща (улыбается).

— **Насколько трудно конкурировать с традиционными ресторанами?**

— Мы находимся в разных нишах, потому что обеспечиваем людям прежде всего экономию времени и облегчение жизни. А также избавляем от извечного вопроса: «А что же сегодня приготовить на ужин?» То есть у нас можно накормить и мужа, и жену, и детей — все останутся сытыми и довольными.

— **С какими проблемами сталкиваются рестораны доставки?**

— Благодаря крупным агрегаторам сегодня все привыкли к доставке за 15–30 минут, но если речь идет о полноценном блюде, то тут другое время. А также пробки, на которые мы, к сожалению, никак не можем повлиять.

— **Как часто проводите акции?**

— Мы тестируем разные активности и разные каналы продаж, что-то работает хуже, что-то лучше, тут нет определенного сценария. Рынок настолько нестабилен, что даже то,

что вчера приносило хороший результат, сегодня уже может не работать.

— **Вы согласны с тем, что в ресторан идут за атмосферой, а на дом еду заказывают для экономии?**

— Если только для экономии времени. Ресторан и доставка — это два разных сценария: ресторан — это атмосфера, а заказ готовой еды ресторанного качества — это про то, когда ты хочешь вкусно и качественно поесть, но не имеешь свободного времени на поход в ресторан.

— **Назовите три причины, почему нужно заказать еду именно у вас.**

— Первая: у нас вкусно. Вторая: у нас качественно, так как все блюда сбалансированы. Третья причина: у нас красиво — мы делаем ресторанный подачу блюда и обеспечиваем качественную упаковку.

— **Что, по-вашему, служит залогом успеха ресторана в наше непростое время?**

— Любовь к своему делу и движение вперед (улыбается). На самом деле это постоянное держание руки на пульсе и отслеживание тенденций потребления и поведения клиентов. Мы всегда прислушиваемся к обратной связи, и, если гости хотят увидеть бургер в меню — значит, мы вводим бургер, но соблюдая принципы нашей концепции.

— **Как далеко простираются ваши амбиции? Чего хочется добиться?**

— В 2025 у нас по плану запуск еще одного проекта, но уже в offline-формате, следите за нашими социальными сетями.

— **Скоро Новый год — чем будете удивлять клиентов?**

— Мы знаем, как утомительно стоять весь день 31 декабря на кухне и строгать салаты, поэтому берем это на себя, чтобы наши клиенты смогли в этот день заняться подготовкой к празднику. Мы будем принимать предзаказы на Новый год на традиционные новогодние блюда и готовить их в больших объемах, при этом уже придумали веселое рабочее название — «тазик оливье».



Сервис доставки «КУХНЯ 6.9»

г. Барнаул, ул. Энтузиастов, 69

59-13-03

kitchen69.ru

vk.com/kitchen69ru

Солнечная сладость

Всем чурчхелам чурчхела! По-другому о грузинском лакомстве, которое с душой и любовью делает жительница Барнаула **Анна Меликшвили**, и не выразиться. Недаром ее кулинарное увлечение очень быстро переросло в бизнес: сибиряки по достоинству оценили чурчхелу, приготовленную настоящей грузинкой по старинному грузинскому рецепту!



Предприниматель Анна Меликшвили

Анна Меликшвили, а по-грузински Анука, родилась в Тбилиси, но, когда ей было три годика, родители переехали в Алтайский край. Окончив в Барнауле университет и получив образование в сфере управления пищевой промышленностью, Анна решила уехать на родину, в горячо любимую Грузию — страну солнца, гостеприимства и вина. Там начала работать в сфере туризма. Водила экскурсии и авторские туры, став настоящей путеводной звездочкой для туристов. Дела шли хорошо, Анна даже открыла свое туристическое агентство. Но тут в ее жизни случилась... любовь! В 2019 году она вышла замуж за русского парня по имени Денис, который увез ее из солнечной Грузии обратно в... Барнаул! Вот такая ирония судьбы!

Случилась магия!

— Будучи беременной, я решила приготовить для себя чурчхелу. Запасы, которые привозила с собой из Грузии, закончились, а найти в Барнауле настоящую чурчхелу, к которой я привыкла, не смогла. Тогда я купила виноград, выдавила сок, надела орешки на ниточки и начала пробовать готовить чурчхелу как учили в Грузии: без добавления сахара, по старинному грузинскому рецепту! — вспоминает Анна.

Весь процесс она выкладывала в соцсети — признается, что в тот момент и мыслей про бизнес не было. Просто хотелось поделиться с друзьями и подписчиками своим увлечением и достижениями.

— И тут случилась магия! Мои подписчики сразу оценили чурчхелу, ведь она была сделана только из натуральных продуктов, без добавления сахара и красителей. Только сок, орехи и мука. Пошли первые заказы, а потом я и вовсе утонула в сотнях экземпляров, — вспоминает Анука.

Путем проб и ошибок

Со временем чурчхела была доведена до ума: выверена рецептура, технологический процесс, оформлена упаковка, маркировка, декларация соответствия, потом произошел запуск на Wildberries...

— Но не все знают, что были неудачи! Во-первых, оказалось, что нужно правильно сварить бадаги (сгущенный виноградный сок). Он получался то слишком густой, то слишком жидкий. Соответственно, чурчхела либо высыхала и становилась твердой за три дня, либо получалась очень тоненькой и худенькой, — рассказывает Анна. — Во-вторых, способ нанизывания ореха тоже оказался очень важным звеном привлекательного внешнего вида. Мы долго тренировались со свекровью. Играли также с длиной и весом. В-третьих, все время был риск, что чурчхела испортится. Если я не заворачивала палочки в целлофан, они пересушивались. Пару раз чурчи задохнулись и заплесневели. Это было крайне неприятно. Потом муж Денис подсказал идею с упаковкой в вакуум, и я вздохнула с облегчением. Со временем мои чурчи стали почти идеальны. Почти, потому что предела совершенству нет.

Сейчас Анна делает 6 видов чурчхелы: из красного и белого винограда, граната, вишни, абрикоса и недавно появилась новинка из облепихи.

— У неё очень яркий вкус, с приятной кислинкой. В этой чурчхеле мы соединили Алтай и Грузию — два прекрасных места на земле! — улыбаясь, говорит Анна.

Постепенно производство чурчхел с домашней кухни переехало в отдельную мастерскую. В настоящее время Анука делает 500 палочек в неделю. Также в ассортименте есть традиционные грузинские гозинаки — конфеты из грецких орешек с медом. Этот продукт в последнее время начинает даже перебивать популярность чурчхелы.

Помимо Wildberries продажа лакомства налажена и в отделах Логовской сыроварни. А в данный момент идут переговоры с «Калина - Малина».

Мастер-классы

Чтобы популяризировать грузинскую кухню, последние пару лет Анна проводит мастер - классы по этому направлению. Правда, слово «мастер-класс» в данном случае не совсем

уместно, ведь это настоящие аутентичные кулинарные вечера! Причем под каждую компанию подбирает индивидуальное меню и программу.

Помимо совместного приготовления, например, хинкали или хачапури, хозяйка угощает гостей грузинским вином, рассказывает истории о своей родине и даже поет на грузинском языке. Вокальные данные у Анны прекрасные. В свое время Анна даже состояла в ансамбле «Алтай» и участвовала в проекте «Битва хоров». Недаром говорят, что талантливый человек талантлив во всем!

А еще Анука участвовала и даже стала победителем телешоу «Гость у порога» на телеканале «Пятница».

— Хотелось очень удивить гостей, но при этом соблюсти традиции грузинской кухни. Поэтому решила приготовить хинкали, но не простые, а в соусе, хотя так не положено делать. А еще испекла хачапури и угостила домашней чурчхелой, — рассказывает победительница шоу.

За победу Анне перевели 50 тысяч рублей, которые она пустила в дело — купила тестомес и специальную раскатку для хинкали.

Женщина или предприниматель

Мама Анны — грузинка старой закалки, хранительница семейного очага, но при этом всю свою жизнь работала. В семье всегда считали, что девушка должна быть самостоятельной, стремиться к развитию. Да и бабушка учила Ануку: «Девочка моя, ты должна быть образованной и самодостаточной леди». Так оно и произошло — ее внучка нашла себя, занявшись чисто женским видом деятельности!

На вопрос о том, для чего все это — ради заработка, реализации амбиций или удовольствия, Анна отвечает не задумываясь:

— Все должно быть в балансе и гармонии. Финансовая сторона очень важна, но при этом необходимо получать удовольствие от того, чем занимаешься. И, конечно, не терять свое женское начало за ширмой статуса предпринимателя.



ANUKA
— ГРУЗИНСКИЕ РАДОСТИ —

Мастерская ANUKA

Адрес: г. Барнаул, Павловский тракт, 162

8-995-929-34-24

anuka.taplink.ws

То самое место!

За плечами у предпринимателя Наталья Кузнецовой почти 20 лет работы в сфере общественного питания Барнаула. Наталья всегда мечтала о своем заведении. И вот пять лет назад решилась. Сначала открыла бар. Потом по зову сердца караоке - клуб. А в сентябре этого года ресторан «То место» на 80 посадочных мест. В интервью журналу «Предприниматель Барнаула» **Наталья Кузнецова** рассказала о своем пути, мотивации и мечтах.



— Мне все в окружении говорили, что с моим опытом пора открывать свое дело. И однажды этот день настал. Мне захотелось свое заведение, вкладываться в свое, а не работать на кого-то! — говорит Наталья. — И вот при поддержке семьи благодаря кредитам и некоторым сбережениям начался мой нелегкий путь предпринимателя. Было страшно интересно!

— **Наталья, похоже, вы оптимистка по жизни!**

— Да, я оптимистка! Верю только в успех своих предприятий!!!

— **И все же, как считаете, риск в бизнесе — дело оправданное?**

— Если у тебя нет опыта в общепите, будет сложно. Сейчас в этой сфере стало еще сложнее, нам каждые два месяца придумывают какие-то новые отчетности и т.д.

— **Были ли ошибки, из которых пришлось вынести урок?**

— Конечно. Была потеря арендуемого помещения из-за незнания законов юриспруденции. Как говорится, век живи — век учись. Но я всегда придерживаюсь мнения, что все, что ни делается, к лучшему. И это действительно так. Мы переехали в новое помещение, и дела пошли лучше.

— **Во сколько вам обошлось открытие бизнеса?**

— Сейчас это большие суммы, чем мы вкладывали при открытии первого бара, но это и понятно — разные уровни заведений, разный интерьер, и все-таки 5 лет прошло. Цены на все растут.

— **Каков срок окупаемости ресторана?**

— Это все индивидуально. Года три как минимум. Многие думают, что если у тебя есть ресторан, то ты гребешь деньги лопатой. Это все далеко от реальности. Слишком много затрат у общепита. К тому же в городе довольно большая конкуренция среди ресторанов и кафе. Да и люди стали очень разборчивы и притязательны к еде и сервису. Нужно очень постараться, чтобы выбирали именно нас.

— **Расскажите о концепции своего нового ресторана.**

— Ресторан «То место» выполнен в стиле эклектики — это смесь различных направлений, которые подчинены общей идее: самобытность и природа. В деталях интерьера присутствуют разные природные материалы: дерево, камень, растения. В центре зала у нас находится дерево, которое является символом пути к высотам и создает атмосферу радушия, тепла и уюта.

— **В чем кардинальное отличие вашего ресторана от конкурентов?**

— Очень сложно придумать какое-то кардинальное отличие, по большому счету у всех всё одинаково. Например, у нас есть авторская подача блюд, живая музыка, вечерние программы, но это есть и в других ресторанах. На мой взгляд, в настоящее время наше главное преимущество — новизна. Людям надоело ходить в прежние рестораны, там уже все приелось, поэтому они идут в наш с целью сменить обстановку, попробовать новые блюда и т.д. Ведь когда ресторан давно работает, то немножко подзатухает — увы, но такое имеет место быть.

— **Какая кухня у вас в ресторане?**

— Европейская кухня в авторском исполнении. Особое внимание в приготовлении блюд уделяем локальным и фермерским продуктам. У нас очень крутой шеф — молодой и амбициозный Алексей Журавлев. Вообще хорошая команда — это залог успеха.

В настоящее время наш шеф разрабатывает свое фирменное блюдо, и скоро мы представим его гостям. В ноябре мы провели первый гастроружин, на котором были представлены эксклюзивные блюда ресторана. Их презентацию проводили лично шеф и сушеф, которые рассказывали, из чего блюда приготовлены, в чем их особенность и т.д. После этого посетители пробовали и по желанию могли дать обратную связь. Планируем сделать гастроружин традиционным мероприятием.

— **Какие блюда ресторана вам самой очень нравятся?**

— То, что я не могу дома приготовить.

— **Как оцениваете свой ресторан? Реальность совпала с ожиданием?**

— С открытия прошло всего три месяца, мы только набираем обороты. Конечно, мне хочется завоевать репутацию од-



ного из лучших ресторанов Барнаула, поэтому буду внедрять все больше и больше каких-то интересных фишек. Идей на самом деле очень много. Уже сейчас готовим эксклюзивную подачу новых авторских коктейлей.

— **Как часто в зале бывает полная посадка?**

— Каждые выходные. По будням меньше народу, но пусто никогда не бывает, наши люди любят вкусно поесть и культурно отдохнуть.

— **Какой средний чек?**

— В выходные — 4 тысячи рублей.

— **На ваш взгляд, каким должен быть идеальный ресторан?**

— На кухне все должно быть удобно для поваров. А в зале для гостей, чтобы было четкое зонирование.

— **Вы сами часто ходите по ресторанам?**

— Нет, очень редко, мне просто некогда, так как много работы.

— **По каким критериям вы оцениваете рестораны?**

И что вам не нравится?

— У меня был случай, когда мы пришли в ресторан, а нас даже не встретили. Было крайне неприятно. Поэтому у себя в ресторане я очень серьезно отношусь к этому вопросу: когда гости заходят и направляются к гардеробу, охрана нажимает кнопку, и сразу выходит администратор с улыбкой на лице.



— **Есть ли у вас мечта?**

— Достойный уровень жизни.

— **Бывают ли у хозяйки трех заведений выходные?**

— Практически нет.

— **И все-таки как удается находить баланс между баром, караоке и рестораном?**

— Нужно найти правильных людей, которые будут болеть за твоё дело как за своё. А это почти нереально. Мне в этом частично повезло. Но все равно я всегда придерживаюсь позиции: хочешь сделать хорошо — сделай сам!



Ресторан «То место»

Адрес: г. Барнаул, ул. Малахова, 138а

☎ 25-29-24

☎ 8-962-816-32-86

🌐 vk.com/to_mesto_barnaul

Все будет в шоколаде!

Предприниматели **Алексей Доренский** и **Светлана Самодурова** основали в Барнауле бизнес по выпуску шоколадных посланий. При этом оба не кулинары и не кондитеры. Он инженер и бывший ученый, который в свое время занимался разработкой приборов для атомных станций. Она бухгалтер и просто красивая девушка. Но однажды они решили кардинально поменять свою жизнь. Свое решение Алексей объясняет так: «Мне захотелось освободить супругу от работы по найму». И чтобы жизнь была в шоколаде, в 2013 году основали компанию «ШокоЛана», которая превратилась в семейный бизнес. Алексей отвечает за выпуск кондитерского оборудования. Светлана — за выпуск шоколада и конфет. Подробности своей истории Алексей рассказал журналу «Предприниматель Барнаула».



Предприниматели Алексей Доренский и Светлана Самодурова

Из ученых — в бизнесмены

Алексей от природы — талантливый технарь. Супруга называет его гением. Во время учебы в политехе он даже был ползуновским стипендиатом и лучшим студентом факультета. Так, на третьем курсе молодой учёный уже принимал участие в разработке приборов для атомных станций, а на пятом самостоятельно создал оптико-электронный прибор для контроля качества пластиковых бутылок и благодаря этому даже выиграл грант в миллион рублей! Наверняка если бы пошел по научной стезе, то точно оказался бы в каком-нибудь НИИ и создавал ракеты, не иначе...

Светлана же окончила экономический факультет политеха и работала бухгалтером в быстро развивающейся фирме, соз-

дающей компьютерные игры. Однако у нее всегда была мечта открыть свое дело, иметь хоть маленький, но свой собственный магазинчик...

— Но она никак не решалась на этот шаг. Поэтому я четко осознавал, что действовать нужно мне, — говорит Алексей. — У нас дома всегда была гора разных шоколадных конфет, батончиков, которые Лана очень любила и запасалась ими будто бы на год вперед. Я подумал, вот что может стать любимым делом и приносить радость — вкусняшки! Мы изучили сладости во всех магазинах города и поняли, что идея заняться шоколадом ручной работы имеет хорошую перспективу. Проблема была в оборудовании — российского на рынке не было, а итальянское стоило бешеных денег. Но ведь изобретать приборы — это же моя стезя. И я с удовольствием этим занялся.

Так, в ноябре 2012 года Алексей создал свой первый прибор для шоколада. К его удивлению, практически сразу же откликнулся первый покупатель — это была кондитерская Rumas из Зеленограда.

— Работать с шоколадом на самом деле не так просто, как кажется. Чтобы он не таял в руках и имел глянцевый вид, его нужно кристаллизовать в определенную форму. Этих форм в шоколаде пять, а процесс создания в шоколаде нужной кристаллической формы называют темперированием. То оборудование, которое я начал выпускать, выполняло именно эту задачу. При этом стоило гораздо меньше, чем иностранные аналоги, — объясняет Алексей. Так в нашем распоряжении появились приборы для работы с шоколадом.

Из кухни — в собственный цех

Однажды предпринимателю поступил заказ на изготовление форм для отливки букв из шоколада. Один клиент из Казахстана хотел делать наборы конфет с буквами. Это подсказало оригинальную идею для того, чтобы самим освоить производство букв и составлять из них шоколадные послания. Этим занялась Лана. Первое время каждый день после работы у нее начиналась вторая смена дома на кухне: штамповала шокоалфавит, собирала красивые фразы-послания, красиво упаковывала и потом выставляла творения в группе «ВКонтакте».

— Через три месяца ее заработок на шоколадных посланиях достиг уровня зарплаты бухгалтера. И тогда мы приняли решение, что она увольняется и полностью посвящает себя этому бизнесу, — говорит Алексей.

— На четвертый месяц заказов стало столько, что Лана перестала справляться. Стало очевидно, что бизнес перерос кухонные объемы. Мы арендовали помещение и открыли свой цех, приняв в него первого сотрудника. На пятый месяц к нам



обратилась девушка из Петрозаводска и попросила отправить готовый алфавит оптом, чтобы она тоже смогла собирать послания для своих клиентов в Петрозаводске — так у нас появился первый эксклюзивный представитель. А далее понеслось: Сургут, Кемерово, Санкт-Петербург, Набережные Челны... Мы даже открыли производственный центр в Болгарии, который работает и сегодня.

Пик спроса на шоколадные послания происходит перед Новым годом, на 8 Марта и 23 Февраля.

— Честно сказать, мы думали, что шоколадные послания будут покупать мужчины в качестве подарка своим прекрасным девушкам, которые любят шоколад. Но получилось наоборот: 99 % наших заказчиц — это женщины. Они дарят послания мужьям, подругам, мамам, коллегам, — объясняет Алексей.

Самые популярные послания мы собираем на темы: «Мама, я тебя люблю!», «С годовщиной!», «5 лет нашей семье», «С днем рождения!» или что-то подобное, но в шуточной форме — «С днем рождения, старая клюшка!». Буквы создаются из молочного шоколада Barry Callebaut. Это бельгийский производитель, являющийся гарантом качества и лидером рынка премиального шоколада.

Каналы продаж

До известных всем событий основной площадкой продаж были аккаунты в соцсетях, причем большую часть продаж создавали представители.

— Мы отдаем представителям продукцию по оптовой цене, они потом продают по розничной. Со своей стороны мы предоставляем партнерам уникальную CRM-систему для учета заказов и складских остатков, ведь у них ни много ни мало —

пара сотен позиций таких или сяких конфеток, без CRM легко запутаться, — поясняет бизнесмен. — Кроме того, у нас масса фото и видеоконтента для того, чтобы представитель мог начать свои продажи.

Сейчас часть товара «ШокоЛаны» уходит через маркетплейсы. Продажи подобных товаров после ковида перетекли туда, и реальность на сегодня ставит под вопрос целесообразность работы с партнерами. Многие партнёры покинули этот бизнес во время ковида, так как продажи упали.

Тяп-ляп

Кстати, сейчас компания начала развивать еще одно направление — конфеты мягкий грильяж, это большие и вкусные ореховые или ягодные конфеты, в которых много натуральных и полезных ингредиентов. Сахар заменяет алтайский мед и сироп топинамбура.

— Тяп-ляпки — так мы их в шутку называем — это личная история из моего детства, конфеты по дедовскому рецепту, когда берешь побольше жареных орехов или тыквенных семечек, добавляешь туда вяленой ягоды, меда, тяп-ляп, и всё готово. И вкусно, и просто, и максимально полезно, так как все натуральное, и что самое важное, готовится как по щелчку пальцев. Мой дедушка — холостяк и травник, ему не до кулинарных шедевров, — рассказывает Алексей, — он предпочитает то, что растет на Алтае, и то, что занимает минимум времени в приготовлении. На кухне он как ниндзя — выбирает самый короткий и эффективный путь, и если что-то можно не делать — не делает.

Совсем скоро Новый год. А что слаще любых слов? Конечно, шоколадные послания! В общем, вы поняли, что перед праздниками их разбирают очень быстро!


ШОКОЛАНА
шоколадные послания

Компания «ШокоЛана»

г. Барнаул, ул. Власихинская, 164

☎ 8-903-958-26-17

🌐 shokolana.com

📌 vk.com/shokolana_barnaul

Искусство жить в гармонии

Получать удовольствие от окружающего пространства, своей деятельности и людей вокруг — таков главный принцип компании «Магия момента». Ее создали две молодые мамы в декрете, в какой-то момент решили сделать свое домашнее пространство более уютным и праздничным. К красоте потянулись и другие люди. Сейчас «Магия момента» активно наращивает обороты, прочно заняв свою нишу на рынке. Как удалось развить бизнес, журналу «Предприниматель Барнаула» рассказала директор компании **Светлана Квасова**.



Слева — директор компании Светлана Квасова

— **Светлана, расскажите, пожалуйста, вашу историю мамы-предпринимателя.**

— Все началось в 2020 году. Тогда у нас с подругой почти одновременно родились дети, и мы сели в декрет. Адаптировавшись к роли мам, стали думать — а чем бы еще заняться? Так как мы проводили много времени дома, то буквально в воздухе витала идея о создании эстетичного пространства, ну хотя бы в зоне обеденного стола. Хотелось как-то украсить свои будни. Параллельно прорабатывали несколько идей от текстиля до растущих композиций на стол. По нашим задумкам, кухонный текстиль должен не просто создавать атмосферу уюта, но и быть применим в ежедневном формате с детьми. В результате мы начали использовать специальную хлопковую ткань с водоотталкивающим покрытием, отшили образцы, очень много усилий

потратили на создание контента. Идея зашла. У нас начались продажи.

— **Что было самым сложным вначале?**

— Через год случился переломный момент. Стало понятно, что нужно искать помимо социальных сетей иные каналы. Мы растерялись, не понимали, как продавать наш товар массово. К тому моменту у меня родился второй ребенок, а подруга вернулась на работу в найм. Честно сказать, хотелось опустить руки и все бросить. Это был момент, когда наш проект пережил кризис веры. Но все-таки решили продолжать и сделали упор в продажах на маркетплейсы.

Постепенно заметили, что на маркетплейсах товары с брендом «Алтай», «Сделано на Алтае» более востребованы, они лучше и легче продаются. Поэтому мы добавили в ассортимент подарочные наборы с пищевой продукцией от проверенных

алтайских производителей (мед, травяной чай, кедровый орех, варенье, вяленые ягоды, десерты и т.д.) и сформировали готовые боксы. Наборы красиво оформлены, разработаны по принципу экологичности, идеально подходят в качестве подарка для родных, партнеров, коллег, гостей Алтая и т.д. Таким образом, мы постепенно нащупали еще одно направление развития — подарочные наборы для бизнеса, корпоративные подарки. И даже создали под это отдельный бренд, который сейчас активно развиваем — это «Магия момента».

— **Почему было выбрано такое название?**

— Главная цель нашего бренда — создать настоящую магию в момент вручения подарка. Это магия эмоций, искренних чувств и пожеланий. Ведь вместе с подарком человек всегда передает частичку своей энергии. В большинстве наших подарочных наборов есть открытка — при желании дарящий может вписать туда свои теплые слова пожеланий.

— **А продажи текстиля у вас сохранились?**

— Да, конечно. Сейчас у нас два основных направления: столовый, постельный и домашний текстиль в подарочной упаковке, а также подарочные боксы.

— **Какие основные каналы продаж?**

— В настоящее время у нас два основных канала продаж — маркетплейсы, преимущественно Вайлдберриз. И второй канал — B2B: прямые продажи крупным компаниям. Также мы активно развиваем продажи через собственный сайт, постоянно участвуем в крупных московских выставках по направлению корпоративных подарков и сувениров — это тоже помогает найти новых крупных клиентов.

— **Пользовались ли господдержкой?**

— Я постоянно слежу за новостями и обучающимися семинарами центра «Мой бизнес» и стараюсь максимально во всем участвовать. Например, этим летом прошла обучение по федеральной программе «Мама - предприниматель». Это просто перевернуло мою картину мира. Оказавшись в кругу единомышленниц — таких же, как я, мам с детьми, у меня появилась дополнительная мотивация. Мы все заряжались друг от друга энергией, идеями, поддержкой! Это был настоящий курс трансформации, который дал мне вдохновение развиваться дальше, тестировать разные продукты и гипотезы. Для начинающих предпринимателей это очень важно.

— **Удалось ли реализовать какие-то идеи после курса «Мама - предприниматель»?**

— Обучение вдохновило меня на разработку собственных мастер-классов по созданию подарков своими руками. Это является социальной направляющей нашего бизнеса. Главная суть проекта по мастер-классам — сформировать в детях ценность дарить подарки, которые сделаны с душой своими руками. Современные дети искушены разными игрушками, а наша задача — рассказать и показать, что смысл не в стоимости подарка, а в том, что он сделан своими руками и с любовью. Первый мастер-класс мы провели в детском саду — вместе с ребятами делали подарки ко Дню матери.

— **Что пользуется наибольшим спросом?**

— Конечно же, продукты, сделанные с душой, в которых есть стиль и эстетика. Очень важно, чтобы клиент ассоциировал продукт с собой, поэтому мы предоставляем возможность нанести на подарочные наборы свой логотип.

— **На ваш взгляд, в чем залог успешности бизнеса?**

— Во-первых, в тестировании разных гипотез, товаров, каналов сбыта и т.д. Во-вторых, если что-то не получается, не надо опускать руки, как это делают многие. Надо постоянно генерировать идеи, придумывать и делать что-то новое, анализировать, как можно выгодно использовать сильные стороны бизнес-проекта. И, конечно же, важны самодисциплина, организованность, умение в нужный момент взглянуть на происходящие процессы со стороны. Первые годы ведения бизнеса самые сложные, ведь процессы еще не отстроены и все завязано на тебе, твоей вовлеченности, поэтому энергия основателей проекта имеет первостепенное значение.



Компания «Магия момента»

Адрес: г. Барнаул, ул. Пушкина, 36

☎ 55-55-61

🌐 magic-moment.shop

Результат налицо

Возможно, вы удивитесь, но косметолог — не просто специалист, который назначает подходящий крем и маскирует морщины. Настоящий косметолог — это грамотный врач, способный изменить судьбу. В Алтайском крае лучшими врачами-косметологами по версии Всероссийской премии «ПроДокторов» снова стали эксперты SKV Clinic. Они второй год подряд подтверждают высокий уровень профессионализма и забирают весь пьедестал. Команда дважды входит в топ-10 частных клиник Алтая по рейтингу «ПроДокторов». А еще в этом году главного врача SKV признали лучшей на престижном всероссийском конкурсе косметологов Doctor Star. Она представила поистине уникальные работы по преображению пациентов. Журнал «Предприниматель Барнаула» взял интервью у пластического офтальмохирурга, руководителя SKV Clinic и просто красивой женщины **Инны Сковородниковой**.



Руководитель клиники эстетической медицины SKV Clinic Инна Сковородникова

— Инна, поздравляем с победами! Уверены, это очень заслуженно. Расскажите истории пациентов, которые принесли вам призовые места.

— Это по-настоящему вдохновляющие истории! Обе героини, результаты которых я представила на конкурсе в 2024 году, воодушевились трансформациями своей внешности и кардинально изменили жизни: ушли из найма, открыли бизнес и успешно его развивают. На первом этапе они основательно занялись собой, похудели. При этом, как часто бывает, у девушек обострились возрастные изменения на лицах. Мы провели комплекс процедур, избавив от несовершенств и подарив безграничную веру в себя.

В прошлом году мы показали реабилитацию пациентки с трагической историей. В свое время она жила на Севере, и однажды к ней в дом забрался медведь. Смелая женщина едва не погибла, спасая от зверя маленькую дочь, и получила тяжелые увечья и сорванный скальп... Героиня долгое время

лежала в больнице, однако врачам не удалось полностью восстановить ее лицо. Жизнь разделилась на до и после. Спустя много лет она обратилась ко мне. Был разработан план. Сделали операцию на веке, восстановили симметрию лица при помощи нитевого лифтинга, восполнили недостающие объемы филлерами, которые производитель предоставил на благотворительной основе, сделали татуаж... И она вышла из клиники уверенной в себе цветущей женщиной! Сейчас у нее все хорошо. И я безгранично рада, что смогла помочь.

Вторую историю мы представили на «Параде клиник». У мужчины случился паралич лицевого нерва, из-за чего один глаз перестал полностью закрываться. Естественно, начала страдать роговица, и врачи приняли решение зашить глазную щель... Жизнь мужчины полностью поменялась — пришлось уволиться с работы водителем. Когда он попал ко мне и я расшила глазную щель, оказалось, что его глаз зрячий, с хорошими зрительными функциями. Встал вопрос о том, как обезопасить глаз, ведь моргать он не мог. Мы поставили нити в область лба, века, щеки, сделав конструкцию, которая может поддерживать веко. Все получилось. В итоге пациент вновь сел за руль, у него открылось второе дыхание к жизни! Члены жюри были настолько впечатлены проделанной работой, что пригласили меня приехать на финал вместе с пациентом, чтобы воочию увидеть результат процедур и показать ему Москву.

— Вы пришли в эстетическую медицину из офтальмологии и офтальмохирургии. И все-таки сейчас кем себя больше считаете — хирургом или косметологом?

— Я окончила медицинский университет и ординатуру по офтальмологии. Затем 10 лет отработала на кафедре и в городской больнице № 8. Оперировала заворот, выворот, несмыкание века, исправляла травматические повреждения. Так я приближалась к эстетической хирургии и очень увлеклась ею. Постепенно пришла к блефаропластике, и сейчас это одно из основных моих направлений наряду с нитевым лифтингом. Эстетическая медицина занимает большую часть работы, но офтальмологию я не оставляю, регулярно веду приемы в клинике микрохирургии глаза.

— Практика практикой, а остается ли время заниматься наукой?

— На самом деле это сильно отличает нас от большинства клиник региона. Мы не просто делаем людей красивее. На базе SKV проходят клинические исследования оборудования для косметологов. Производители нас знают и часто обращаются с просьбой разработать эффективные протоколы лечения. Результаты проведенных исследований представляем на всерос-

сийских и международных конгрессах, где я являюсь постоянным спикером. И это меня очень драйвит, дает ощущение важности и необходимости того, чем занимается клиника. Так что наша работа точно далека от ежедневной рутины.

— **Какие косметологические процедуры вы посоветуете проходить зимой?**

— Зима — идеальное время для интенсивных и радикальных омолаживающих процедур, так как в это время года солнечное излучение становится менее агрессивным и вредным. Базовый уход зимой — это курс процедур фотоомоложения. Он направлен на эффективное устранение сосудистых звездочек, пигментации, мелких морщинок, неровностей рельефа кожи. Благодаря фотоомоложению кожа становится гладкой, подтянутой и упругой. Многие сравнивают ее эффект с фотопомом, который помогает скрыть изъяны. Также зимой я бы посоветовала инъекции, которые снимают мышечное перенапряжение, уменьшают морщины и придают коже молодость и свежесть.

— **Кстати, а как часто мужчины становятся клиентами клиники эстетической медицины?**

— Сейчас это уже распространенное явление. Как правило, косметологов посещают мужчины публичных профессий, а также те, кто ведет социально активный образ жизни. Для них очень важно выглядеть ухоженно, так как от этого в том числе зависит социальный статус и финансовый успех. Поэтому ухоженная и здоровая кожа — это не только женский тренд. Мужчин также интересуют процедуры, которые позволяют откорректировать и уменьшить морщины, убрать покраснения кожи, улучшить ее качество.

— **Косметология — это для всех?**

— Мы предлагаем врачебную косметологию в чистом виде. Наша целевая аудитория начинается от подростков, которых мы учим ухаживать за своей кожей, до людей в возрасте, которым проводим процедуры нитевого лифтинга и рассказываем, как важно следить за своим питанием и соблюдать здоровый образ жизни, чтобы продлить молодость тела.

В основе подхода нашей клиники — эффективная косметология, результат которой, как говорится, налицо и на лице! Именно поэтому уделяем большое внимание диагностике, в том числе аппаратной. Перед проведением косметологических процедур доктор сканирует кожу, измеряет глубину морщин, выраженность пор, изучает рельеф лица, пигментацию, сосудистые изменения. При необходимости назначаются анализы и лечение с целью приведения состояния организма в норму. Ведь когда мы делаем процедуры, например, стимулирующие выработку коллагена, очень важно понимать, что у пациента нет дефицитных состояний. Только в этом случае можно получить адекватный отклик тканей и яркий результат от процедуры.

— **А можно ли без сдачи дорогостоящих анализов определить, есть ли в организме дефицит витаминов и микроэлементов?**

— Да, можно. По коже, ее состоянию и цвету, волосам, ногтям, бровям можно определить нехватку того или иного

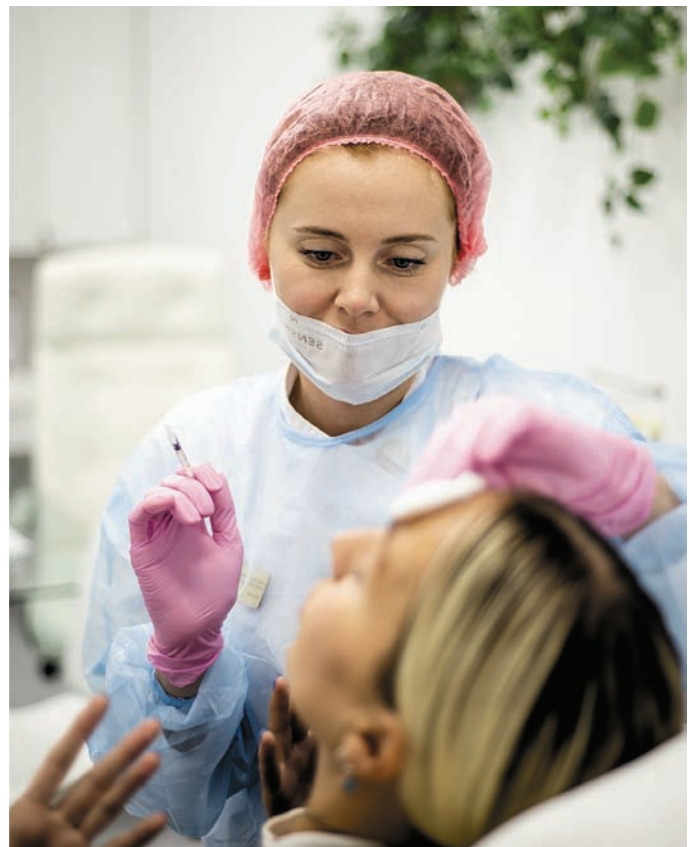
витамина или микроэлемента. Например, отечность на лице — показатель йододефицита, белые пятна на ногтях — цинка, нарушение пигментации кожи и ранняя седина — дефицит такого элемента, как медь, светочувствительность — нехватка витамина Е, ослабленные, секущиеся волосы говорят о дефиците железа и т.д. В зависимости от наличия или отсутствия дефицитных состояний одна и та же косметологическая процедура может дать совершенно разный результат: у одного человека проявится ярко и эффективно, у другого изменения будут практически незаметны. Чтобы увеличить отклик своего тела, нужно привести организм в ресурсное состояние.

— **Что для вас значит хорошая команда? Опишите качества, которыми должны обладать люди, работающие с вами рядом.**

— Для врача любой специальности самое главное — быть добрым человеком и любить людей. Второе важное качество — жажда знаний. Глупо считать, что ты знаешь все. Нужно постоянно профессионально расти, узнавать что-то новое. Несмотря на то, что косметология — это коммерческое направление, врач никогда не должен заикливаться на финансовой выгоде. Мы, прежде всего, несем пользу людям.

— **Что пожелаете женщинам на Новый год?**

— Прежде всего, крепкого здоровья, счастья, душевной стойкости, уверенности в себе и своей красоте, оптимизма!



Клиника эстетической медицины SKV CLINIC

Адрес: г. Барнаул, ул. Анатолия, 35а

☎ 56-05-61

✉ cosmetology@skv-clinic.ru

🌐 skvclinic.ru/about



— SKV CLINIC —
КЛИНИКА ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ

Если берешься — делай хорошо!

Зачем выбирать между бизнесом и семьей, если можно успешно совмещать! Именно так считает **Оксана Третьякова** — генеральный директор, главный врач клиники эстетической медицины и IV-терапии Best Therapy, создатель бренда уходовой косметики DOC.TRETIKOVA, владелица сети кофеен COFFEE TOS, мама троих детей и просто счастливая женщина.



Генеральный директор, главный врач клиники Best Therapy Оксана Третьякова

— Мой главный принцип жизни: если за что-то берешься, то делай это хорошо и главное — с удовольствием, — говорит Оксана Третьякова.

О своем пути успешная бизнес-леди рассказала журналу «Предприниматель Барнаула».

Про путь в профессию

— Свой профессиональный путь я начала с государственной медицины — врачом-физиотерапевтом в городской больнице. Шесть лет работы дали четкое представление о системе оказания медицинской помощи и сформировали мои цели на будущее.

Второй декрет дал мне толчок в принятии решения о переходе в частную практику. Так началась моя карьера в косметологии. В 2011 году я открыла свой первый кабинет. Цель моей косметологии была и остается сохранение изначальных пропорций лица с улучшением качества кожи.

Я всегда была амбициозна и в 2018 году открыла свою первую лицензированную клинику площадью 150 квадратных метров. Затем были открыты еще две клиники.

На сегодняшний день мой опыт работы в косметологии составляет уже более 13 лет. И я могу однозначно сказать: внешняя красота напрямую зависит от здоровья. Именно поэтому в моей клинике представлены медицинские услуги по обследованию, ведению и профилактике красоты и здоровья. Принцип работы клиники Best Therapy — красота через здоровье.

Про принципы в бизнесе

— Все мои проекты создаются с четким пониманием ниши и подтверждаются расчетами. Именно поэтому все они рентабельны. Мне часто задают вопрос: «Как удастся проявляться не только в своей профессиональной медицинской деятельности, но и в других сферах?» На самом деле все просто: зная алгоритмы построения бизнеса, остается только изучить специфику новой сферы.

Да, мне порой бывает трудно с моими принципами, так как всегда стараюсь брать высокую планку как в уровне сервиса, так и в качестве продукта. С этим напрямую связано и то, что вторая кофейня была открыта только через два года — столько времени потребовалось, чтобы эффективно выстроить все процессы и выйти на стабильный рост прибыли.

Так сложилось, что все проекты в моей жизни идут в параллель. Одновременно с рождением третьего ребенка произошло открытие кофейни и запуск собственного бренда уходовой косметики.

Про семью

— Дети никогда не мешали мне проявляться в жизни, наоборот, с каждым ребенком связан этап роста моей личности и профессиональной деятельности. Да, были трудности, но это еще больше дисциплинировало и способствовало более эффективно планировать свои 48 часов в сутках. Хочу заметить, что все процессы, связанные с моими детьми, — это моя зона ответственности. Свой ежедневный график я стараюсь выстраивать вокруг них, чтобы всем хватило внимания.

Про баланс в жизни

— На мой взгляд, успешным можно назвать того человека, который одинаково хорошо развивается во всех жизненных

сферах: работа, семья, увлечения, путешествие, спорт и т.д. Этот путь может приносить максимальное удовольствие и реализацию только при сохранении баланса.

Да, иногда некоторые рабочие процессы требуют большего включения и внимания, в таких случаях главное, чтобы близкие это понимали и не требовали невозможного.

Про достижения

— Всем известно, что с взрослением детей их потребности тоже растут, и я стараюсь успевать за этим. Поэтому 2024 год был связан с запуском кофейни в центре города, с производством новой линейки косметики DOC.TRETIKOVA и выходом на маркетплейсы.

На сегодняшний день все мои проекты успешно работают и в принципе не требуют моей тотальной включённости, и в такие периоды своей жизни я, как обычно, начинаю рассматривать новые возможности реализации себя.

Блиц - интервью

Какую сказку вы любили в детстве?

— Сказка про Ваньку-дурачка в маминской интерпретации.

Как бы вы описали себя одним словом?

— Неординарная.

Представьте себя через 20 лет. Кто вы?

— Слегка утомившаяся взрослая женщина.

Какой у вас идеал красоты?

— Нет идеала, искренне считаю, что каждый красив по-своему.



Самый приятный комплимент, который вы получали?

— Ксюха, ты как всегда баба-огонь!

Какое самое важное качество в мужчине?

— Ум и юмор.

Чем вы занимаетесь в свободное время?

— Работаю.

На сколько лет вы себя чувствуете?

— На 40 лет.

А сколько вам на самом деле?

— 41 год.



BEST THERAPY

Клиника Best Therapy

г. Барнаул, ул. Партизанская, 44

☎ 8-913-244-1314

☎ 8-913-212-34-06

25 лет: секреты успеха «Ренессанс Косметик»

Осенью 2024 года барнаульская компания «Ренессанс Косметик» отметила свое 25-летие. История предприятия начиналась с небольшого цеха, сейчас же это один из лидеров отрасли с производственной площадкой в 20 000 м². О ключевых достижениях и уникальных фактах о компании журналу «Предприниматель Барнаула» рассказала учредитель и директор по развитию **Екатерина Косихина**.



Учредитель и директор
по развитию Екатерина Косихина

Главные достижения

«Ренессанс Косметик» основал Виктор Косихин в 1999 году в ответ на вызовы дефолта 1998, поняв, что самое главное в экономике — это производство. В то время на рынке было мало отечественных товаров в категории персонального ухода, поэтому уже тогда начали внедрять меры по импортозамещению. Первым продуктом, выпущенным на линии, стал шампунь «Роса». Основные принципы работы заключались в обеспечении качества и доступности. Благодаря этому миллионы людей получили возможность приобретать средства личной гигиены и бытовой химии, не потратив на это внушительную сумму. В данный момент «Ренессанс Косметик» производит более 15 категорий товаров, таких как шампуни, бальзамы, мыло, зубная паста, ополаскиватели для полости рта, а также все категории бытовой химии.

К своему 25-летию компания пришла с внушительными достижениями. Товары «Ренессанс Косметик» стали неотъемлемой частью жизни миллионов покупателей.

— На протяжении всех этих лет мы постоянно работали над совершенствованием и развитием нашего предприятия. Сегодня мы практически независимы от внешних источников, обеспечивая почти полный замкнутый цикл производства: от разработки идеи до её реализации, включая собственное производство упаковки, — рассказывает Екатерина Косихина. — Отметим, что «Ренессанс Косметик» использует до 80 % переработанного пластика в своем производстве. Чтобы оставаться конкурентоспособными, мы непрерывно модернизируем и инвестируем в наше производство. Только за текущий год производственный парк пополнился новым высокоскоростным экструдером для изготовления флаконов, линией для фасовки сыпучих смесей, растаривателем биг-бэгов и многим другим, что значительно улучшает производительность труда.

Социальная ответственность

Безусловно, любые достижения начинаются с команды. С самого начала «Ренессанс Косметик» строился как коллектив единомышленников, готовых трудиться ради достижения общей цели. Этот принцип сохранен и сегодня. В компании заботятся о каждом сотруднике, предлагая программы социальной поддержки, медицинского обслуживания, подарки и поощрения за вклад в общее дело.

Екатерина Косихина говорит о корпоративной культуре как о важной части бизнеса:

— Для нас важно, чтобы каждый сотрудник чувствовал себя частью команды и знал, что его труд ценен. Мы стараемся поддерживать и развивать каждого, кто разделяет наши ценности.

В компании также регулярно проводятся тренинги и семинары, направленные на развитие профессиональных и личных качеств сотрудников. Предприятие организует внутренние мероприятия, такие как корпоративные праздники, спортивные соревнования, которые помогают укрепить командный дух и создать дружескую атмосферу в коллективе.

Образовательные и научные проекты

С 2008 года «Ренессанс Косметик» располагает собственной аттестованной научно-исследовательской лабораторией, где разрабатываются и тестируются новые рецептуры, а также осуществляется входной и исходящий контроль качества продукции. Безусловным приоритетом компании является стабильное и исключительное качество выпускаемой продукции.

Также предприятие активно сотрудничает с образовательными учреждениями, создавая возможности для обучения и про-



фессионального развития студентов. Многие из них, окончив обучение, выбирают карьеру в «Ренессанс Косметик».

Взгляд в будущее: планы и амбиции на следующие 25 лет

Компания «Ренессанс Косметик» планирует расширять ассортимент и географию поставок, продолжая укреплять свои позиции на российском и международном рынках.

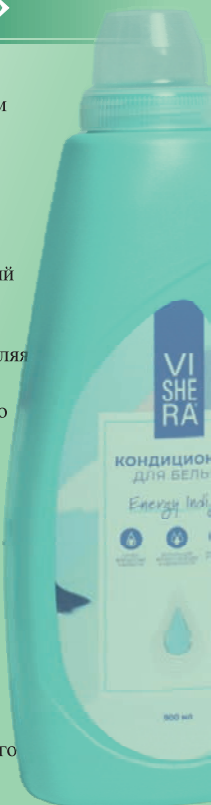
— Мы уверены, что впереди у нас ещё много новых проектов и свершений. Мы готовы принимать вызовы и уверены,

что следующие 25 лет принесут компании ещё больше успехов, инноваций и вкладов в жизнь региона и страны, — делится своими мыслями о будущем Екатерина Косихина.

Можно с уверенностью сказать, что компания «Ренессанс Косметик» достойно прошла путь длиной в четверть века. Успехи компании, её социальная ответственность и приверженность высоким стандартам делают её не только крупным производителем, но и важной частью общества.

25 фактов о компании «Ренессанс Косметик»

- 1 Компания «Ренессанс Косметик» основана в 1999 году в городе Барнауле.
- 2 Семейный бизнес: основателями и владельцами компании являются Виктор Павлович Косихин и Екатерина Сергеевна Косихина, что подчеркивает семейный характер бизнеса и его преемственность.
- 3 Первый продукт: начало пути было положено с шампуня «Роса».
- 4 Первые 3 года компания работала на одной полуавтоматической производственной линии и небольшой командой единомышленников.
- 5 Высокие стандарты качества: в 2008 году заработала собственная научно-исследовательская лаборатория.
- 6 Расширение и рост: в 2014 году компания стала заметным игроком среди производителей бытовой химии в России, расширив свои поставки по всей стране.
- 7 Ассортимент насчитывает более 700 наименований продукции.
- 8 Производится 15 категорий товаров.
- 9 Собственные бренды: LAROSSA, Sanchist, Brand, Ренессанс Косметик, Первоген, Выгодная уборка, Vishera, Выгодная стирка, Shalet, Ecoterapy.
- 10 Масштабы: 20 000 м² производственно-складского комплекса, 114 производственных линий.
- 11 Система WMS внедрена с 2017 года.
- 12 Lean технологии: в 2019 году успешно начали внедрение бережливого производства.
- 13 Надежный партнер в борьбе с Covid-19.
- 14 Численность сотрудников более 200 человек.
- 15 Крупный производитель: «Ренессанс Косметик» является крупнейшим на рынке производителем СТМ косметики и бытовой химии.
- 16 Федеральные сети: многолетнее сотрудничество с такими сетями, как Магнит, X5 retail group, Мария Ра, Лента, Светофор и др.
- 17 Контроль качества: каждый продукт проходит строгий контроль качества на всех этапах производства.
- 18 Экологические стандарты: компания активно внедряет переработанный пластик в упаковку своей продукции.
- 19 Поддержка молодежи и образовательные проекты: «Ренессанс Косметик» сотрудничает с учебными заведениями региона, предоставляя студентам возможность проходить практику на производстве.
- 20 Экскурсии и промышленный туризм: компания проводит экскурсии по производству для школьников, студентов и других гостей, развивая промышленный туризм.
- 21 Социальная ответственность: на предприятии предоставляют полный соцпакет и поддержку сотрудников.
- 22 Благотворительность: в 2023–2024 годах компания уделила большое внимание поддержке нуждающихся, включая сбор гуманитарной помощи в рамках СВО.
- 23 Профессиональные сообщества: Алтайская торгово-промышленная палата, Российская парфюмерно-косметическая ассоциация, Союз промышленников.
- 24 Цифровизация: компания успешно внедрила тренд на предприятии.
- 25 Награды: «Ренессанс Косметик» имеет более 200 наград регионального и федерального значения.



Компания «Ренессанс Косметик»

Адрес: г. Барнаул, Алтайский край, ул. Звездная, 15б

☎ 73-02-11

✉ rk@ren-cosm.ru

🌐 ren-cosm.ru

Все на ярмарку!

«Эко - Ярмарка» является самым молодым рынком в Барнауле, но при этом самым большим в Сибири. Общая площадь составляет 11 тысяч квадратных метров, на которых работают более 150 арендаторов! Свободных торговых мест практически нет. Недаром рынок становился победителем конкурса «Торговля России» в номинации «Лучшая ярмарка». В чем секрет успеха, в интервью журналу «Предприниматель Барнаула» рассказала директор **Марина Капиева**.



Директор рынка «Эко - Ярмарка» Марина Капиева

— При открытии ярмарки ставка была сделана на продукцию алтайских производителей. Сейчас этот тренд сохранился?

— В тот момент многие пошли по этому пути, в том числе и мы. Сейчас тренды меняются. У нас до сих пор представлено много алтайских производителей, но мы уже не делаем на них ставку, так как интересы и покупательский спрос намного шире. На ярмарке присутствуют как крупные ретейлеры «Пакетон», «Чижик», Fix Price, так и частники, которые торгуют монопродукцией — например, пасечники, частные сыровары и т.д. Мы старались подбирать арендаторов таким образом, чтобы покупатели могли найти на рынке все необходимые товары. Кроме того, главная цель, которую мы ставим перед собой, — сделать ценовую политику максимально доступной, стараясь удовлетворить запросы разных категорий покупателей — есть и дорогая продукция, и дешевая.

— Какова проходимость ярмарки?

— Примерно 6–7 тысяч человек в день, в выходные больше. Сейчас рядом строятся новые дома, поэтому ожидаем, что поток увеличится. Но хочется отметить, что к нам едут покупатели из разных районов города, ведь мы стараемся представить товар, которого нет на других рынках.

— О каких отделах и товарах идет речь?

— Именно у нас находится самый большой отдел белорусской продукции в городе. Также есть уникальные магазины, в которых представлены товары из Узбекистана, Казахстана, Таджикистана — это и восточные сладости, и хороший рис, и подсолнечное масло. Не так давно открылся большой отдел халяльной продукции со всего мира. Есть эксклюзивный магазинчик, в котором можно купить оленину Таймыра! И, конечно, наша гордость — это частные сыроварни Логовская и ПК «Формула» (ТМ «Два сыровара»). Кстати, цех последней находится непосредственно на территории ярмарки. В составе продукции только натуральные ингредиенты, а сыры делаются по собственным разработкам. Также у нас на территории работает цех по изготовлению домашних полуфабрикатов «Старые традиции», которые выпускают очень вкусные пельмени, вареники, манты. Это семейный бизнес, который основали мама и сын.

— Как часто у вас меняются арендаторы?

— Очень редко. У нас сложился устойчивый коллектив арендаторов, многие из которых работают с момента открытия. И мы ценим каждого. Сейчас вообще довольно сложно найти арендаторов.

— Какие самые большие сложности у арендаторов ярмарки?

— Конечно же, это подъем цен на коммуналку и, соответственно, аренду, получение патентов, налоговая нагрузка. Обязательства огромные, но, увы, уже нет той покупательской способности, которая была раньше у посетителей рынков. Еще одна очень актуальная проблема — клиенты уходят на маркетплейсы, хотя зачастую там аналогичная продукция бывает даже выше по стоимости.

— Сколько времени нужно новому арендатору, чтобы расторгнуться?

— Если раньше хватало полгода, то сейчас примерно год. У покупателей годами формируется путь — они целенаправленно заходят в уже проверенные отделы. А свои привычки менять очень сложно.

— Как сказывается уровень жизни горожан на продажах?

— К сожалению, объемы продаж снижаются вслед за уровнем финансового благополучия людей. Тенденция такова — жизнь дорожает, а средний чек покупок падает. Если раньше,



например, человек брал килограмм мяса, то теперь на эту сумму только полкило... Увы, но это реалии жизни.

— Обычно на рынках есть собственная ветлаборатория. «Эко-Ярмарка» может этим похвалиться?

— Разумеется! Сотрудники нашей ветлаборатории внимательно проверяют качество всей продукции, представленной на рынке: мяса, птицы, колбас, сыров, овощей, фруктов и т.д. Кстати, фрукты для проверки берутся непосредственно с прилавков, а не со склада, как это делается у многих. Кроме того, в течение всего дня специалисты ходят по рынку и контролируют, чтобы не было просрочки.

— Какие достижения могли бы отметить?

— Во-первых, мы начали облагораживать фасад и расширять территорию рынка, пристраивая дополнительные площади. Во-вторых, благоустраиваем территорию вокруг здания ярмарки: по периметру высадили яблони и пирамидальные тополя. На следующий год возле ярмарки, на месте, где сейчас находится пустырь и овраг, планируется обустроить парк. Эту территорию выдвинули в качестве претендента на благоустройство в 2025 году в рамках нацпроекта. В прошлом году развитие парка поддержал бизнес в лице Союза предпринимателей Алтайского края и бизнесменов «Эко - Ярмарки». Мы очень ждем, когда эта территория будет облагорожена и оживет.

— Остались ли у вас на рынке места для бабушек, которые торгуют овощами с огородов и домашними заготовками?

— Да, конечно, это же святое место! Таких бабулек немного, но они есть! Одной мы даже помогли оформить сертификат на производство квашеной капусты и разных салатов.

— Совсем скоро Новый год. Наблюдается ли в наше время предновогодний ажиотаж на рынке?

— Такого, как было раньше, когда ажиотаж начинался за полтора-два месяца до праздника, уже нет. Сейчас продажи значительно оживляются за пару недель до Нового года. Ну а мы традиционно готовим подарки для наших дорогих арендаторов — дарим шампанское или конфеты! Хочется пожелать, чтобы в следующем году уровень продаж у них увеличился!



Рынок «Эко-Ярмарка»
г. Барнаул, ул. Взлётная, 2к
☎ 55-67-55

По самые помидоры

История компании «Аура вкуса» началась с того, что однажды вице-чемпион мира по плаванию, тренер спортивной школы олимпийского резерва Илья Никитин приготовил для своей любимой семьи вяленые помидоры в духовке. Блюдо смели в мгновение и попросили добавки. Потом еще. И еще. А вскоре у его жены Юлии, которая в тот момент сидела в декрете с третьим ребенком, появилась идея монетизировать кулинарный шедевр мужа. Как удалось реализовать этот необычный и амбициозный проект, **Юлия Никитина** рассказала журналу «Предприниматель Барнаула».



Создатели компании «Аура вкуса»
Илья Никитин и Юлия Никитина

— Юлия, это было очень смелое решение — с третьего декрета уйти в бизнес. За плечами был какой-то предпринимательский опыт?

— Нет. Я была госслужащей, работала в Министерстве социальной защиты Алтайского края. Когда появился третий ребенок, нужно было еще больше времени посвящать семье, поэтому работа с четким графиком мне уже не подходила. И тут вдруг любимый муж вдохновил меня своим гастрономическим шедевром. Будучи профессиональным спортсменом, он ездил по многим странам, пробовал национальные блюда. А я до этого ведь в жизни никогда не ела вяленые помидоры. Супруг в бук-

вальном смысле открыл их для нашей семьи. Это было из серии: «Пришла любовь. Заявлю помидоры». Илья, кстати, первоначально очень сильно сомневался в идее масштабировать процесс производства, но потом все-таки согласился попробовать. Вот так мы ввязались в бизнес по самые помидоры (смеется).

— Но ведь одно дело приготовить вкусный продукт — совершенно другое суметь его продать...

— Все закрутилось как-то само собой. Летом 2022 года мы сделали первую партию вяленых помидоров. Вышло 500 банок. И тут моя знакомая предложила поучаствовать в бизнес-конференции «Алтай — земля возможностей». На выставке нас заметила торговая сеть «Логовская сыроварня» и предложила сотрудничество: наши вяленые томаты прекрасно сочетались с их сырами. Мы отдали им под реализацию первые 50 банок. Через два дня все было раскуплено. Так очень быстро разошлась вся первая партия — нам даже не пришлось продвигать свой товар. Мы быстро зашли на рынок, но так быстро и ушли, так как продукция закончилась. Поэтому к следующему сезону решили подойти более основательно. В 2023 году я написала бизнес-план, подала заявку в комитете соцзащиты населения Барнаула и получила социальный контракт на 330 тысяч рублей. Нас как многодетную семью, которая пытается организовать свое дело, без проблем поддерживали. На полученные деньги мы купили 10 дегидраторов (профессиональных сушильных шкафов).

— И тут тоже все пошло как по маслу?

— Вот тут-то как раз масло и подвело (смеется!). Первая партия помидоров в дегидраторах взорвалась. Мы залили вяленые томаты холодным подсолнечным маслом, а его нужно было сильно подогреть. На самом деле пришлось много экспериментировать, чтобы довести технологию до совершенства.

— Помидоры используете алтайские?

— Да, обязательно алтайские, причем грунтовые, а не тепличные. Из тепличных конечный продукт получается не таким вкусным. Мы испробовали много разных сортов помидоров, в итоге нашли идеальный вариант, у которого кожица просто тает во рту. Заключили договор с рубцовским фермером на поставку этих помидоров. Наш бизнес сезонный — летом делаем продукт, зимой продаем.

— Какие сейчас объемы производства?

— В первый сезон мы сделали 500 банок, во второй — 5 тысяч банок, а в этом году еще вдвое увеличили объемы. На домашней кухне стало тесно, поэтому мы организовали производственную площадку — сначала снимали, а недавно у нас появилось свое помещение. В настоящее время спрос на нашу продукцию сильно превышает предложение, поэтому в следующем сезоне планируем еще увеличить мощности. Пока что

закрываем потребность нашего основного партнера, но есть много предложений и от других.

— **В городских праздниках участвуете?**

— Уже два года подряд мы участвуем в гастрономическом фестивале «Алтайские бренды. Из сердца Алтая», на котором проводим дегустацию — делаем брускетты с творожным сыром и нашими вялеными помидорами. Это безумно вкусно! Те, кто пробует, потом обязательно берут несколько баночек помидоров и становятся нашими постоянными покупателями.

— **С чем связано столь необычное название бренда «Аура вкуса»?**

— Дело в том, что, помимо прочего, я еще увлекаюсь дизайном человека. Это система самопознания, которая описывает свойства личности и, учитывая эти данные, помогает сделать жизнь человека более гармоничной. От каждого из нас исходит определенная энергия, и у всех есть своя аура — это некая неуловимая оболочка человека. Когда я ела наши вяленые томаты, то для меня их вкус казался прекрасно неуловимым и ассоциировался именно с аурой. Так и появилась «Аура вкуса».

— **Дизайн личности как-то помогает вам в бизнесе?**

— Во всем помогает: и в бизнесе, и в жизни, и в воспитании детей, и в понимании себя. Обычно после 30 лет мы начинаем задаваться вопросами, кто я и зачем здесь. Дизайн личности помогает найти эти ответы.

— **Вы для себя нашли эти ответы — кто я и зачем здесь?**

— У каждого человека может быть несколько предназначений, они меняются в течение жизни в зависимости от эволюции человека. Моя главная миссия — быть мамой. Также мое предназначение — это служение. Я помогаю людям, занимаясь бизнес-наставничеством.

— **В чем заключается ваше бизнес-наставничество?**

— Около года назад мы создали клуб для начинающих предпринимателей. Я веду в нем два направления. Первое — инвестиционная поддержка: рассказываю, как привлечь гранты для развития бизнеса. Второе направление — дизайн человека: как это помогает в предпринимательстве.

— **В каком направлении будете развиваться дальше?**

— Будем расширять производство вяленых томатов. Кроме того, сейчас разрабатываем новый интересный проект, аналогов которому в Барнауле еще нет. Хотим сделать в городе «Станцию «Раменную», поддержав тему барнаульского метро. Это будет кафе быстрого питания, гости которого смогут сами приготовить свой рамен мечты — это блюдо, представляющее собой пшеничную лапшу в горячем бульоне с различными добавками. Причем есть идея делать лапшу из алтайской муки.

— **Каков ваш главный принцип в жизни?**

— Жить в моменте — здесь и сейчас. Быть собой.



*Аура
Вкуса*

Компания «Аура вкуса»

Адрес: г. Барнаул, ул. Власихинская, 81

☎ 8-960-966-88-08

Бизнес как по маслу

Компания «Ореховый Алтай» получила знак качества, а ее продукция второй год подряд признана лучшей на конкурсе «Лучший алтайский товар 2024 года». В жюри вошли опытные эксперты из различных отраслей науки и экономики региона. Чтобы получить знак качества, предприятие прошло строгий отбор на соответствие пяти основным критериям: качеству продукции, ее безопасности, внешнему виду, соответствие нормативно-техническим нормам и требованиям законодательства. Журнал «Предприниматель Барнаула» взял интервью у директора по развитию компании «Ореховый Алтай» **Евгении Шипулиной**.



Директор по развитию компании «Ореховый Алтай»
Евгения Шипулина

— **Евгения, с чего началась история компании?**

— История началась в 1999 году с заготовки кедрового ореха. У нас в офисе до сих пор висит фото с первых орешников, где производилась рушка. Орехи продавали в Барнауле как целиком, так и делали из них масло. Поэтому именно кедровое масло стало началом всех начал. На его основе было проведено и отработано множество экспериментов. Постепенно небольшое производство одного вида масла стало разрастаться и развиваться. В настоящее время компания производит 23 вида растительных масел под брендом «Алнат». Среди них есть и экзотические: масло арбузное, черного тмина, макадамии, авокадо и др.

— **Откуда берете сырье для производства продукции?**

— Кедровый орех привозим из Горного Алтая — Усть-Кокса, Кош - Агач, Онгудай. Всё, что произрастает в России, закупаем в РФ. Импортное сырье: грецкий орех, авокадо, черный тмин и т.д. — прямой импорт.

— **В чем преимущество вашего масла?**

— Больше 25 лет мы производим масла по технологии холодного отжима и знаем, как произвести продукт по оптималь-

ному соотношению цена-качество. Сегодня мы можем изготовить масло практически из любого сырья. Например, сейчас мы прорабатываем возможность производства масла из семени шиповника.

Вообще хотела бы отметить, что нерафинированные растительные масла холодного отжима занимают особое место в качественном питании. Включение их в ежедневный рацион на протяжении месяца может оказать положительное влияние на здоровье и общее состояние организма.

— **Каковы особенности рынка вашего сегмента? Какие основные тенденции?**

— Мы, как и все производители, зависим от множества факторов: начиная от погодных условий и неурожая кедровых орехов, заканчивая ростом цен на все вспомогательные материалы, сырье и т.д. В нашем деле важно иметь постоянных проверенных поставщиков, которые гарантируют качество, бесперебойность и надежность партнерства.

Сейчас основной тренд российского рынка — импортозамещение. Мы стали больше работать с фармацевтическими предприятиями, с производителями косметики и даже производителями кормов для животных.

Мы работаем на растущем рынке, многое делаем в тестовом режиме и стараемся дать нашим клиентам и партнерам лучшие условия и качество. И параллельно расширяем свои производственные мощности.

— **Как удалось создать из продукта бренд?**

— Само название торговой марки «АЛНАТ» родилось в 2014 году, оно состоит из двух слов «Алтай натуральный». Мы начали работать не только на объем, как оптовые поставщики, но и на узнаваемость — стали принимать участие в различных дегустационных конкурсах, вести соцсети, планировать коллаборации, искать пути развития и узнаваемости торговой марки. Это ежедневная работа всей нашей команды и постоянная обратная связь с покупателями.

— **Как меняется спрос потребителя?**

— Уже несколько лет в России и в мире наблюдается тренд на здоровое питание и здоровый образ жизни. Это растущий тренд, и пока он своего пика не достиг. Потребители всё больше начинают разбираться в различных видах масел, их достоинствах и пользе каждого из них.

В питании появились такие направления, как нутрициология и кето-диета, где полезные жиры и нутриенты имеют большое значение. Это дает нам возможности для роста. Спрос на нашу продукцию растущий и продолжает расти.

— **Какие необычные способы продвижения продукции вы используете?**

— В конце года мы провели ЗОЖ-марафон «Я худею». Такой формат для продвижения продукта использовался нами впервые.

Для приготовления полезных блюд мы советовали использовать наши масла. На протяжении месяца участников сопровождали профессионалы: гештальт-психолог, нутрициолог, врач, сертифицированный коуч, спортивный тренер, шеф-повар.

Изначально планировали собрать 100 участников, однако статистика показала, что в марафоне зарегистрировались почти 300 человек — жители Барнаула, Москвы, Санкт-Петербурга, Кемерово, Череповца, Прокопьевска, Читы, Новосибирска, Томска, Сочи. Это та «теплая» аудитория, которой не нужно доказывать пользу здорового питания. Таким образом, охват превысил ожидаемый.

— Как искали партнеров для проекта?

Мы рассказали о марафоне знакомым предпринимателям, в чате предпринимателей Алтая и в чате заместителя начальника Управления по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям Алтайского края. И к нам начали обращаться производители полезных продуктов. Все продукты, которые мы брали в проект, утверждали с нутрициологом.

Партнёры марафона для участников предоставили специальные промокоды на покупку своей продукции. Участники на протяжении всего марафона и челленджа могли заказать любой продукт на специальных условиях.

— Повысились ли продажи продукции благодаря марафону?

Что касается запланированных продаж, мы не ожидали их бурный взрыв. Наша задача была познакомить участников марафона с удобной упаковкой масел и рассказать о том, как их можно использовать в приготовлении полезных блюд. Отдельно хочу отметить, что марафон позволил познакомиться с компаниями, которые нам интересны для дальнейших коллабораций и сотрудничества.

— Какие планы компании на ближайшее будущее?

Сейчас у нас два крупных проекта. Первый — строительство нового цеха на 1,5 тысячи квадратов. Уже закончен нулевой цикл, и мы планируем запустить новое производственное помещение в ближайшие несколько лет.

Второй проект — запуск нового направления. Больше года мы разрабатывали формулу косметики на основе именно нерафинированных масел, чтобы сохранить их пользу. Проводили тестирования с замечательными технологами нашего города. И совсем скоро будем готовы презентовать еще одно наше детище — новый бренд косметики на базе масел «АЛНАТ».

КОММЕНТАРИЙ МАРКЕТОЛОГА

Как родилась идея марафона «Я худею»

Наталья Майер:

Идея проведения марафона родилась сама собой. В конце августа я взяла на пробу новый продукт компании «Ореховый Алтай» — набор нерафинированных масел в стиках под брендом «АЛНАТ». И после курса приёма набора «ДЕТОКС» получила заметный эффект. Так совпало, что примерно в это же время я проходила реабилитацию в медицинском центре «Территория здоровья».

И вот это сочетание: правильное питание, масла, аквааэробика и лечебная физкультура — дали просто потрясающий эффект. Моё здоровье улучшилось, и я немного похудела. Я побывала на производстве масел и посмотрела, в каких условиях они делаются и фасуются. Мне очень понравилась компания, поэтому я приняла решение работать с производителем полезного продукта как маркетолог.

Когда мы с директором Евгенией Шипулиной обсуждали варианты продвижения нового продукта — масел в стиках, то пришли к выводу, что, помимо прямой рекламы, нужно рассказать людям о пользе жидких нутриентов и предложить попробовать. Так родилась идея марафона.

Цели заработать у нас не было. Участие в марафоне было бесплатным. Мы получили взносы от партнеров, но эти деньги ушли на оплату аренды студии, услуг по разработке чат-бота, формирование подарков. Так что денег мы не заработали, но получили колоссальный опыт по обкатке нового вида продвижения с вовлечением аудитории в использование продуктов. Уверена, что он нам очень пригодится и в будущем проведем марафоны уже с целью получения прибыли.



ООО «Ореховый Алтай»

г. Барнаул, ул. Ползунова, 396

☎ 57-01-58, 8-929-397-01-58

🌐 altaioil.com

📱 vk.com/altaioil22

Стильно. Тепло. Уникально

Коко Шанель, имя которой давно стало синонимом утонченного стиля и превосходного вкуса, говорила: «У вас не будет второго шанса произвести первое впечатление». Бренд одежды Outwear, созданный жительницей Барнаула **Ксенией Кряжевой**, рассчитан на женщин, которые имеют смелость сообщить миру о своей красоте и готовы произвести то самое эффектное впечатление. Еще несколько лет назад Ксения сама дефилировала по подиумам Франции, Китая, Сингапура, участвовала в показах высокой моды. А сейчас полностью посвятила себя любимому делу — созданию новых коллекций собственного бренда одежды. В интервью молодой и амбициозный предприниматель рассказала о своем пути в моделинге и бизнесе.



Создатель бренда одежды Outwear Ксения Кряжева

— Ксения, расскажите о своей карьере модели. На каких подиумах удалось выступать?

— В моделинг я попала случайно. Мне тогда было 17 лет. Однажды на автобусной остановке ко мне подошел скаут модельного агентства из Томска, предложил попробовать себя. Мне сделали пробные съемки, после чего почти сразу пригласили поучаствовать в неделе моды в Милане. Конечно, для меня, 17-летней девчонки из Барнаула, это казалось какой-то сказкой. Однако в тот момент я только поступила в политех, и учеба для меня все-таки была на первом месте. Поэтому активно заключать контракты по модельному бизнесу начала лишь после того, как досрочно сдала экзамены. Участвовала в показах в Пекине, Шанхае, Париже, Милане, Гонконге, Сингапуре и т. д. Я оказалась в закулисье мира большой моды, видела, как все это создается — каталоги, съемки, показы. В моделинге я проработала почти 10 лет, он привил мне любовь к красивой одежде и к качественным тканям. В итоге неожиданно для себя самой я пришла к тому, чтобы в Барнауле создать собственный бренд одежды.

— С какими известными брендами приходилось работать, будучи моделью?

— Пожалуй, больше всего запомнилась работа на показах бренда Oscar de la Renta, которые проходили в Париже. Во-первых, это были самые красивые вещи. Во-вторых, именно там я прочувствовала всю атмосферу высокой моды. В Париже вообще зачастую отношение к моделям было очень заботливое и бережное — бывало, что нам на завтрак приносили кофе с круассаном. Это так мило! Также я работала с таким крупным брендом, как ELIE SAAB, но чаще всего с небольшими местными. Кстати, однажды в Китае выходила на один подиум со знаменитой американской моделью Кендалл Дженнер. Она на

тот момент была настоящей звездой! Помню, как все другие модели её тогда обступили и просили автограф.

— Каковы были ваши вложения в бизнес на старте?

— Мои вложения на старте были в размере около 100 тысяч рублей. Все началось с того, что я не могла найти для себя в Барнауле стильную и качественную верхнюю одежду, которая не стоила бы огромных денег. И тут в голову пришла мысль: если у меня есть такая проблема, значит, и у других тоже. Я привезла из Китая первую пробную партию верхней одежды очень хорошего качества и выставила у себя в соцсетях. На тот момент у меня даже не было точки продажи. Первая стойка с одеждой находилась у меня в квартире, куда люди и приходили на примерку. Уже позже я арендовала помещение в ТЦ «Ультра».

— С какими трудностями сталкивались в начале пути?

— За первую доставку из Китая с меня неожиданно взяли довольно крупную сумму, так как я не уточнила все нюансы. Сделала вывод и больше подобных ошибок не допускала. Кроме этого, в первый месяц, когда мы встали в торговый центр, вообще не было продаж. Точка просто была мертвой. То, что я заработала благодаря продажам через свои соцсети, отдала за аренду и купила новую коллекцию. Просидев месяц впустую, поняла, что для ТЦ нужна другая тактика, и начала вкладываться в продвижение и рекламу. В итоге со второго месяца у меня начались стабильные продажи. Через несколько лет у арендодателя нам стало тесно, и мы перебрались в своё пространство.

— Страсть к красивой одежде у вас от природы?

— Думаю, что это появилось с насмотренностью. Мне очень нравится, когда люди красиво одеваются, умеют выделяться из толпы, когда есть чувство стиля. Я и сама начала заниматься собственным брендом, чтобы показать, как можно проявить и подчеркнуть свою индивидуальность с помощью одежды.

— Сейчас у вас собственное производство. Пришлось ли учиться шить?

— У меня высшее образование по специальности «Государственное и муниципальное управление». Я не умею шить, совершенно не разбираюсь в этом деле. Поэтому доверилась команде профессионалов. Мы работаем в тандеме с модельером-конструктором, которая является грамотным специалистом.

— Какие позиции бренда наиболее популярны?

— Изначально я начинала свой бренд с пальто и дубленок, но в итоге самыми ходовыми товарами стали пуховки и куртки. Они не толстые, но при этом очень теплые благодаря высококачественному наполнителю, который, кстати, используется при пошиве одежды для спортсменов. Такую одежду можно без проблем стирать в машинке. Наши пуховики уже проверены годами и имеют самые хорошие отзывы. Сейчас мы разрабатываем наш уникальный принт — леопардовый, цветочек и т. д.

— Что можно назвать культовой вещью вашего бренда?

— Наш бестселлер — брюки палаццо. Я знаю, что у покупательниц есть по несколько таких брюк в разных цветах.

Также в числе культовых вещей — пуховики базовых оттенков и базового кроя. Их можно носить как с классической одеждой, так и со спортивным костюмом.

— **Вы сама модель своей одежды?**

— Так как сейчас любой бренд держится на человеке, то я, конечно, стараюсь появляться в качестве модели своей одежды. Однако чаще всего мы используем профессиональных моделей, так как очень важно видеть со стороны как смотрится твоя вещь.

— **Какими принципами руководствуетесь при создании коллекции?**

— При создании коллекции прежде всего учитываю тренды. Речь идет не о быстрых трендах, а о тех, которые останутся с нами надолго. Это позволяет вещи быть актуальной много лет.

— **На какого покупателя вы ориентируетесь?**

— Наша аудитория — это люди в возрасте от 20 лет до 55+, для которых важно качество, уникальность и тот факт, чтобы гардероб был базовый. Все наши вещи прекрасно сочетаются друг с другом. Мы очень ценим покупателей, которые осознанно подходят к выбору вещей, следят за модой и хотят быть в тренде.

— **Охарактеризуйте образ вашего бренда тремя прилагательными.**

— Стильный. Теплый. Уникальный.

— **За кем следите из российских коллег? Чьи вещи носите?**

— Я слежу за многими брендами, которые меня вдохновляют. Большинство из них находятся в Екатеринбурге либо являются выходцами из этого города. Там очень много крутых дизайнеров, которые шьют просто невероятные вещи со сложным кроем из потрясающих тканей.

90 % моего гардероба — это вещи собственного бренда, есть даже 5-летней давности. Я очень люблю верхнюю одежду Outwear. Да, ценник на нее выше, чем на масс-маркете, но гарантирую, что наши куртки и пуховики прослужат долгие годы. При этом всегда будут в тренде. Оставшиеся 10 % моего гардероба — это вещи других дизайнеров. Например, очень люблю бренд M'STUDIO ex.MINISHO, постоянно покупаю их джинсы.

Вообще меня очень радует, что сейчас российские бренды находятся на пике популярности, мы производим очень красивые и качественные вещи. Я смотрю на все это, и меня охватывает гордость за отрасль!

— **Лучшее, что может надеть девушка?**

— Наверное, многие скажут, что это платье. Но, на мой взгляд, это корсет, который выглядит невероятно женственно. Наши корсеты сделаны из атласа. Я их очень люблю. И если

вечером куда-то иду, часто выбираю корсет для вечернего образа и чувствую себя в нем роскошно.

— **Если бы была возможность открыть магазин в любой точке мира, где бы это случилось?**

— Наверное, я бы мечтала открыть магазин с нашей летней коллекцией на Бали.

— **Что вас наполняет и вдохновляет?**

— Первое — путешествия, во время которых я очень люблю посещать магазины разных брендов. Второе — люди, которые рассказывают про свой нелегкий предпринимательский путь. Третье — спорт. Тренировки помогают разгрузить голову. А еще я очень люблю животных, которые помогают расслабиться.

— **Хватает ли вам 24 часов в сутках? Как вы всё успеваете?**

— 24 часов мне вполне хватает! Я сова, поэтому не встаю рано, обязательно высыпаюсь, обязательно вкусно завтракаю, а вечером, чтобы разрядиться от всех рабочих моментов, иду на тренировку.

— **Что, по-вашему, нужно для того, чтобы добиться успеха? Талант или трудолюбие?**

— Одного таланта, увы, мало. Главные составляющие успеха — трудолюбие и упорство. Важно не прекращать даже в самый сложный момент делать то, что ты любишь, всегда идти к цели до победного, всегда учиться чему-то новому и обязательно прислушиваться к советам людей, которые добились чего-то большего, чем ты.

— **Дайте совет тем, кто тоже хочет свой бренд, но пока не решается. Стоит ли оно того?**

— Если вы готовы и чувствуете в себе силы пройти довольно сложный путь — пробуйте! Главное — не бояться и понимать, что в собственный бренд всегда нужно будет вкладываться, несмотря на все кризисы и сложности. Когда у меня возникали трудности, были мысли бросить все это. Но потом приходило понимание, что любые падения — это опыт, который делает тебя сильнее. И чем больше ты растешь, тем серьезнее будут препятствия на твоём пути. Главное — никогда не сдаваться.

— **Считаете ли себя законодателем моды в Барнауле?**

— Нет, не считаю. Мой бренд — это, скорее, не про моду, а про стиль. Мы с командой создаем свой фирменный стиль, в котором люди не боятся выделиться. Миссия бренда Outwear в том, чтобы все могли позволить себе купить стильные и качественные вещи, поэтому нацелены на среднюю ценовую политику.



OUTWEAR

Бренд одежды Outwear

Адрес: г. Барнаул, ул. Мало-Тобольская, 28г

☎ 8-901-209-1616

🌐 oouterwear.ru

✉ outwear22@gmail.com

Как и чем задобрить символ 2025 года

Покровительницей наступающего 2025 года является Зеленая Деревянная Змея. На Востоке она является символом мудрости, спокойствия и проницательности. Змея ценит гармонию, поэтому новогодний стол должен быть элегантным и изысканным.



Что приготовить

Не забывайте, что змея — хищница, поэтому на праздничном столе обязательно должны быть мясные и рыбные блюда. А с учетом того, что символ года любит все изысканное, то будут очень уместны, например, утка по-пекински, мясо в ананасах, фаршированная щука, кролик и т.д. Чтобы соблюсти цветовую гамму праздника, можно добавить к горячему зеленый овощной гарнир — например, брокколи.

По совету астрологов идеально поставить на праздничный стол овощи зеленого и темных оттенков — огурцы, зеленый перец, сельдерей и т.д. Украсить их можно зеленью — петрушкой, базиликом, шпинатом. Либо вообще приготовить из всего этого салат с легкой заправкой. Для поддержания змеиной тематики закуски можно выложить змейкой.

Не забывайте про фруктовую тарелку. Для новогоднего стола выбирайте также фрукты зеленых оттенков: яблоки, виноград, груши, киви, фейхоа. Они украсят стол и точно понравятся символу года.

Как оформить новогодний стол

Змея очень любит красивые и изысканные предметы, поэтому постарайтесь задобрить ее. Используйте текстиль и посуду в зеленом, золотом, коричневом и белом оттенках. В центр стола можно поставить фигурку змеи, тем самым подчеркнув уважение к символу года. И обязательно должен присутствовать хотя бы один элемент из дерева, ведь 2025 — это все-таки год Деревянной Змеи! Как вариант, это может быть еловая веточка, шишки, деревянное блюдо и т.д. Так как змея любит минимализм и символизм, не надо перегружать праздничный стол лишними предметами.

Новогодние рецепты



Рецепты к новогоднему столу от шеф-повара
ресторана «Горная аптека» Вячеслава Бессонова

Фаршированная щука

Понадобится:

Щука – 1 кг
Белый хлеб – 200 г, замоченный в 300 мл молока
Яйца отварные – 4 шт.
Лук репчатый – 2 шт.
Морковь – 2 шт.
Соль, перец, чеснок и зелень по вкусу
Масло растительное

Приготовление:

- Очистить щуку от чешуи, промыть, вынуть жабры.
- Сделать надрез ножом внизу головы рыбы, вытащить хребет с помощью ножниц, вынуть внутренности.
- Отделить мясо от костей при помощи столовой ложки, убрать мелкие косточки.
- Перекрутить в фарш и заранее замоченный в молоке хлеб, отварные яйца, нарезанные и пассерованные на масле (0,5 ложки) лук и морковь, мясо рыбы, добавить по вкусу соль, перец, чеснок и укроп.
- Зафаршировать рыбу при помощи корнета (кондитерский мешок).
- Запекать щуку на пергаментной бумаге, смазанной растительным маслом, при температуре 150 градусов без конвекции 40-50 минут.



Лукковые тартелетки с утиной сбродкой и печеным перцем

Понадобится:

Тесто для тартелетки: мука – 200 г, масло сливочное – 100 г, сметана – 60 г, соль по вкусу, лук репчатый жаренный – 60 г.

Начинка для одной тартелетки: утка копченая (филе) – 15 г, сметанно-горчичный соус – 15 г, печеный перец, маринованный в травах – 10 г, огурец свежий – 5 г., семя льна – 1 г.

Способ приготовления:

Взбить яйцо с маслом миксером, либо ручным венчиком, добавить сметану, жареный лук, посолить. В полученную массу всыпать просеянную муку и замешать тугое песочное тесто. Из полученного теста скатать 10 шариков по 15 г и выложить в силиконовые формочки для запекания. Выпекать в духовой печи 15 минут при температуре 160 °C.

В полученные корзинки выложить начинку в следующем порядке: сметанно-горчичный соус, огурец, печеный перец, утку, нарезанную слайсами, семя льна, можно добавить любимую зелень для украшения.

Успеть до Нового года

Последняя неделя декабря — идеальное время для подведения итогов года уходящего и выстраивания планов на будущий. Вместе с барнаульским бизнес-тренером **Анной Немчиновой** мы составили 10 советов для предпринимателей, которые помогут сделать этот переход максимально эффективным.



Бизнес-тренер Анна Немчинова
Фото Владимира Игнатова

1. Проведите годовой анализ. Оцените сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, достижения и неудачи, сверив результаты с планами. Это поможет выявить слабые места и наметить новые цели на следующий год. Не бойтесь быть критичными к себе — это залог роста. Помните, что каждый вывод — это шаг к успеху.

2. Обновите бизнес-стратегию. Условия на рынке быстро меняются, и важно оставаться на плаву. Обсудите с командой новые идеи и подходы, которые могут повысить конкурентоспособность. Это время зарядиться энергией и мотивацией для будущих свершений. Помните, что инновации — ключ к успешному бизнесу.

3. Проведите финансовую ревизию. Сейчас самый подходящий момент для анализа бюджета, расходов и доходов. Сократите лишние траты и выявите области для инвестиций. Выделите средства на обучение и развитие команды. Так вы создадите прочный финансовый фундамент для нового года.

4. Установите или пересмотрите KPI. Четкие критерии успеха помогут мотивировать команду и отслеживать прогресс. Обсудите с сотрудниками, как можно улучшить показатели. Это создаст атмосферу командной работы. Главная цель — всем вместе двигаться к достижениям.

5. К концу года стоит подумать о веселом способе запечатлеть ваши достижения. Создайте мемы о кризисах и успехах своего бизнеса, и пусть команда участвует в создании юмористического контента. Возможно, вы найдете себе новые хобби. Не бойтесь смеяться над собой!

6. Подарите себе и команде отдых. После напряженных месяцев забудьте о рутине и стрессе. Организуйте корпоратив с играми, конкурсами и веселыми моментами. Такой подход позволит зарядить команду оптимизмом и поднять боевой дух. Не забывайте: как Новый год встретите, так его и проведете!

7. Продумайте новогодние акционные предложения. Привлечь клиентов можно интересными скидками и подарками. Важно заранее подготовить маркетинговую стратегию и заготовить материалы. Это создаст ажиотаж и повысит интерес к вашему бизнесу. Сами же наслаждайтесь атмосферой праздника!

8. Обновите свой личный бренд. Время от времени стоит задумываться о том, как вы выглядите в глазах клиентов и партнеров. Позаботьтесь о социальных сетях и обновите профили и фотографии. Это освежит ваше присутствие на рынке и принесет нотку новизны. Ведите свой бизнес с энтузиазмом!

9. Подготовьте подарки для клиентов. Простой знак внимания может значительно укрепить ваши деловые отношения. Выберите что-то полезное и оригинальное, что запомнится вашим партнёрам. Не стоит забывать о старых клиентах — они важны для надежного бизнеса. И помните, что бесплатный сыр только в мышеловке!

10. Соберите команду на сбор подарков. Каждый может запаковать пару коробок, и надо обратить внимание на креатив. Не забывайте, что пока команда формирует подарки, новые идеи могут возникнуть сами собой. Возможно, вы откроете неожиданные таланты внутри команды! И, в конце концов, кто сказал, что труд нельзя превращать в праздник?

Под знаком Зеленой Деревянной Змеи

Как Новый год встретишь, так его и проведешь. Поэтому постарайтесь сделать для себя этот праздник ярким и незабываемым. Журнал «Предприниматель Барнаула» изучил рекомендации стилистов, астрологов, специалистов по фэншуй и собрал главные праздничные тренды.

О символе года

Символ 2025 года — Зеленая Деревянная Змея. В восточной астрологии это животное лишено привычных негативных характеристик, которыми ее наделяют на Западе. Змея символизирует гибкость, мудрость и умиротворение, стихия дерева — рост и творчество, а зеленый цвет говорит о прогрессе, под знаком которого пройдет год.

Как правильно украсить елку

Украшая елку, обратите внимание на форму игрушек — предпочтение следует отдать более округлым и плавным украшениям. Если найдете игрушку в виде змеи — это вообще отличный вариант! А вот фигурок других животных в этот раз на новогодней красавице быть не должно.

Учитывая, что 2025 — это год Зеленой Деревянной Змеи, не забудьте про деревянные украшения. Как минимум это могут быть шишки. В качестве натуральных украшений также подойдут палочки корицы, засушенные дольки апельсина, яблок или груш. Также Змее однозначно понравятся гирлянды и дождик золотого или серебряного цвета. Ну а эксперты фэншуй советуют повесить на елку символы удачи: золотую подкову или монетку.

В каких цветах встречать праздник

Змея ассоциируется с таинственностью и элегантностью. Чтобы угодить хозяйке года, выбирайте блестящие материалы либо используйте в образе элементы, отражающие свет: ткани с блестящим покрытием, платья с люрексом, пайетками, кристаллами и т. д. Переливаясь при передвижении, они будут создавать эффект змеиной чешуи. Кстати, как уверяют специалисты, блестящие элементы активизируют энергию изобилия и процветания. Так что для бизнесменов — к выполнению обязательно!

Что касается рекомендаций по цвету новогоднего наряда, то первый в списке — зеленый. Также очень благоприятны любые его оттенки: фисташковый, изумрудный, травянистый и т. д. Эти цвета привлекут в жизнь свежесть и рост, а также помогут укрепить здоровье и семейные отношения.

Отлично подойдут для встречи года Змеи и образы в серебристом цвете. К тому же серебро является модным трендом этого сезона во всех его проявлениях, включая обувь и аксессуары.

Не стоит обходить стороной и главный цвет сезона 2024–2025 — глубокий бордовый. Он точно будет актуален как минимум несколько месяцев, поэтому вы сможете использовать наряд еще не раз. Бордовый является символом энергии и успеха и защищает от негатива. Это отличный выбор для людей с амбициями.

Классический черный тоже будет неплох. К тому же он всегда придает образу загадочность, свойственную змее. Кстати, змеиный принт для встречи 2025 года придется весьма кстати.

Этот узор олицетворяет грацию, силу, внутреннюю уверенность и придает силы справляться с переменами и вызовами.

И еще один важный нюанс: Деревянной Змее важно, чтобы вещи были из натуральных тканей — хлопка, льна или шерсти. Хозяйка года оценит естественность и элегантность без лишнего пафоса.

Как правильно отмечать праздник

За несколько дней до Нового года необходимо провести расхламление и избавиться от всего лишнего. Выбросите или

раздайте вещи, которые вам не нужны

и лежат мертвым грузом, проведите генеральную уборку, почистите свое информационное пространство — как минимум удалите из телефона старые контакты, постарайтесь привести все дела в порядок — символ года не любит хаос.

Встречать год Змеи в одиночестве не рекомендуется, так же как и в шумных компаниях. Идеальный вариант — среди близких людей. Мудрая хозяйка года предпочитает домашнюю атмосферу и уют. Либо, как вариант, можно выехать с родными на природу, сняв какой-нибудь загородный домик.

Ну а чтобы 2025 год прошел в изобилии, в полночь проведите такой ритуал: под бой курантов сожмите в ладони монетку и нашепчите свое желание. С последним ударом киньте ее в бокал с шампанским. После храните эту монетку в кошельке — она будет символом удачи, благосостояния и напоминанием про ваши цели и желания.



События 2024 года

В Барнауле прошли тематические мероприятия: ярмарка «Выбирай своё!» в рамках празднования Дня российского предпринимательства и фестиваль «Барнаул семейный!» в рамках празднования Дня города. Мероприятия помогают товаропроизводителям обеспечивать дополнительные рынки сбыта и заявить о себе.



Заседания Координационного совета предпринимателей города Барнаула, целью которых является выстраивание диалога бизнеса и власти.



Компания «ВелКен» стала дипломантом всероссийского конкурса «100 лучших товаров России» и получила почетный знак «Отличник качества».



Победители регионального конкурса «Лучший товар и лучшая услуга Алтайского края»:

ООО «Ренессанс Косметик», АО «Барнаульский молочный комбинат», ИП Каныгин А. А., торговая марка «Бродич», ООО «АгроСевТорг», «Научно-производственное предприятие «Интер-Масло», ЗАО «Союзмука», ООО «АкваМастер», ООО «Мартика», ООО «Тонар Агро», ООО «Тонар плюс» и другие.



В рамках Российской агропромышленной выставки «Золотая осень — 2024» золотых медалей выставки удостоена продукция АО «Барнаульский молочный комбинат».

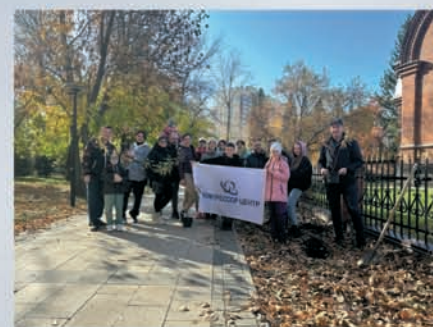
Победители краевого трудового соревнования за достижение наивысших результатов в производственной деятельности:

АО «Барнаульский молочный комбинат»
ОАО «Барнаульский пивоваренный завод»



В барнаульском парке «Центральный» состоялась закладка Аллеи семейных компаний Алтайского края, приуроченная к Году семьи. Инициативу поддержали магазин «Дом меда», ООО «Магия трав», ООО «Дары Алтая», агропромышленная группа «Алтайские закрома» и другие.

В барнаульском парке «Изумрудный» команда «Компрессор Центра» высадила кустарниковую аллею.





БАРНАУЛ



2 0 2 5

С Новым годом и Рождеством!



Задай вопрос!
на официальном
интернет-сайте города



Страница комитета
по развитию
предпринимательства,
потребительскому
рынку и вопросам труда

Над проектом работали:

Комитет по развитию предпринимательства,
потребительскому рынку и вопросам труда
администрации г. Барнаула, ул. Гоголя, 48,
тел.: (3852) 37-04-61, 37-04-70,
trade@barnaul-adm.ru

Наталья Кротова
Наталья Крылова
Алина Постникова
Ольга Колмакова

Подписано в печать 23. 12. 2024 г.
Тираж 1300 экз.
Отпечатано в типографии ООО «Азбука»;
г. Барнаул, пр. Красноармейский, 98а;
тел.: (3852) 62-91-03, 62-77-25