

СОДЕРЖАНИЕ

Строительный рынок	2
Князев Павел Владимирович директор ООО «УК «МОЙ ДОМ»	
Начать и удержать лидирующие позиции	6
Компания по производству изделий из пластмасс ООО «Полимерпласт»	
Новые технологии	8
Компания «Алтай 3D»	
Аграрный рынок	10
Компания ООО «АгроХимСервис»	
В ногу со временем	12
Компания АНО «Алтайское бизнес-сообщество»	
Лидер рынка	14
Проектно-инженерная компания «ГидроСибирь»	
Стильный образ	16
Компания по производству детской одежды под маркой MilleFaMille ООО «Мини-Ми»	
Площадка для развития бизнеса	18
Руководитель развития управляющей компании «Глобус» Георгиев Александр Анатольевич	
Лучшие в Барнауле	20
Победители конкурса «Лучший предприниматель Барнаула»	
Досуг и отдых	32
ООО «Барнаульский зоопарк «Лесная сказка»	
Здоровый бизнес	36
ООО Туристический центр «Горная Аптека»	
Семейный бизнес	38
Компания по производству соковой продукции ООО «Сократика»	
Вкусные тайны	40
Ресторан «Bufette»	
Молодежное предпринимательство	42
Кофейня «Coffee bull»	
Природная формула	44
Компания ООО «Синевожье»	
Сладкая жизнь	46
Магазин свежих ягод и экзотических фруктов «Berry shop»	
Удобно и практично	48
Кафе быстрого питания «Puree»	
Точка роста	50
Ресторан быстрого питания ООО «Гриль 1»	
Женское предпринимательство	52
Кафе «Ардекофе»	
Яркие события 2024	54

Курс – на совершенствование

Девелопер «Мой дом» вводит в Барнауле новые стандарты качества в сфере строительства коммерческой и жилой недвижимости. Это первая компания, которая начала создавать современные офисные пространства и благоустраивать территории за пределами своих строительных площадок. И первый застройщик, который так тщательно сохраняет все зеленые насаждения и выстраивает бизнес-стратегию, основываясь на принципе: «Люди должны любить место, где они живут». На самые актуальные вопросы журнала «Предприниматель Барнаула» ответил директор компании **Павел Князев**.



Директор компании «Мой дом»
Павел Князев

— Павел, какие тренды вы бы выделили в сфере недвижимости в настоящее время?

— Если говорить глобально, рынок недвижимости идет по пути повышения качества. Осваивая новые проекты, застройщики стараются сделать их лучше, чем прежние. Во главе угла сейчас человеческий девелопмент. Проще говоря, удовлетворение потребности в комфорте и удобстве будущих жильцов — наличие парковок, прогулочных зон, спортплощадок, магазинов. Ставка делается на продукт, который действительно будет нравиться человеку.

— На ваш взгляд, насколько сильным ударом для рынка окажется закрытие льготных ипотечных программ?

— По опыту прошлых кризисов могу сказать, что продажи в подобные периоды снижались примерно на 30 %. Но со временем рынок, так или иначе, найдет способы перестроиться.

С льготными ипотеками или без, но нам все равно нужно будет продавать квартиры. При этом необходимо понимать, что требования покупателей к качеству жилья будут расти. Чтобы продавать лучше, чем другие, нужно предложить, соответственно, лучший продукт, за который люди будут готовы платить. И это вновь ведет к вопросу о качестве, стандарты которого растут.

— Как застройщики могут минимизировать последствия завершения программ льготной ипотеки?

— Застройщики, особенно те, кто занимает проактивную позицию, будут договариваться с банками, осуществляющими проектное финансирование, выводить на рынок свои ипотечные инструменты. Уверен, что при отсутствии льготных ипотек застройщики предложат покупателям альтернативную форму расчета. Например, рассрочку. Однако нужно понимать, что это увеличит себестоимость и отразится на ценовой политике.

— Кстати, каков ваш прогноз относительно ценовой политики рынка недвижимости — цены за квадратный метр будут и дальше расти?

— Да, это так. Строительные материалы постоянно растут в цене, и надежд на то, что этот процесс остановится, честно говоря, нет. Еще одна важная составляющая — ставка рефинансирования, которая также не снижается.

Оценивая ситуацию объективно, я как застройщик пока не вижу возможности для снижения себестоимости недвижимости, соответственно, и для остановки роста цен на квартиры. На моей памяти системного снижения цен на рынке недвижимости никогда не было, только временная стагнация. Эта система как маховик, который постоянно крутится, и мы на себе ощущаем рост издержек, процентов и стоимости материалов.

— Что сейчас популярно? Какая недвижимость пользуется спросом?

— На самом деле спрос — это всегда про разнообразие. Из своего опыта могу сказать: на старте проекта, как правило, разбирают в первую очередь маленькие квартиры. Чем дальше стройка, тем выше спрос на большие квадратные метры. А в конце, когда дом уже готов, с удовольствием покупают и трехкомнатные квартиры, потому что люди приходят и видят, насколько могут улучшить свои жилищные условия. Кроме того, на спрос очень сильно влияет локация. Для потенциального покупателя важно, чтобы были удовлетворены три главных запроса — продукт, место и цена.

— Чем философия вашей компании отличается от других?

— Наш главный принцип — люди должны любить место, где они живут, они должны находить здесь удовлетворение своих запросов, чувствовать себя очень комфортно. Поэтому первый принцип — мы придерживаемся комплексного осво-

ения участков. Второй — обеспечиваем наличие локальной социальной инфраструктуры. Третий — вопрос эстетики: дом должен быть красивым и гармонично встроенным в окружающий контекст. Четвертый — планировки квартир. В этом плане мы уходим от общепринятых стандартов. Каждая квартира разрабатывается под индивидуальные особенности будущего хозяина и его жизненный стиль. Это может быть и пентхаус, и двухэтажная квартира с отдельным входом, и даже жилье с большим окном в ванной комнате. Пятый принцип — повышение качества проживания с помощью увеличения функциональности. Например, наличие кладовых для хранения вещей и разнообразные летние помещения.

— **Вы являетесь новатором в возведении офисных зданий новой формации в Барнауле. Какие современные решения используете?**

— 70 % своего времени мы проводим на работе, поэтому очень важно создать условия, которые могли бы повышать как работоспособность, так и качество жизни. Согласитесь, комфортный офис — это помещение, в котором светло, красиво и уютно. Все эти составляющие влияют на эффективность работы, а значит и на достижения компании в целом.

Мы обеспечиваем высокую естественную освещенность офисных зданий с помощью витражных фасадов. Второй важный аспект — стильный интерьер внутри. Третье — современные инженерные решения, включающие вентиляцию, кондиционеры, эксплуатируемые террасы, на которых можно проводить короткие совещания или отдыхать.

— **Какие объекты планируете построить в ближайшие годы?**

— У нас достаточно большой портфель. За последние два года компания значительно увеличила земельный банк. Если говорить про Барнаул, готовим около 10 проектов — офисные и жилые здания, здания смешанной застройки, также есть экспериментальный проект домов совершенно новой типологии. Помимо города, у нас в разработке несколько проектов апарт-



отелей в туристическо-рекреационных зонах Горного Алтая и Шерегеша. В целом на данный момент наш объем проектных и строящихся объектов составляет около 150 тысяч квадратных метров.

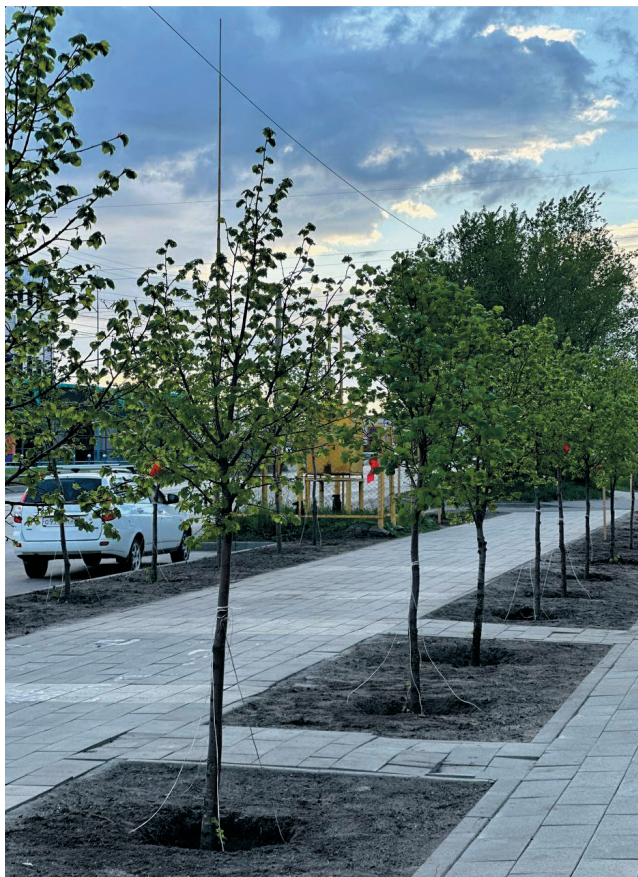
— **Каким объектом особенно гордитесь?**

— Это как ответить на вопрос: «Кого вы больше из детей любите?». Я участвую лично во всех проектах, поэтому мне сложно выделить. Как вариант могу назвать проект «Вышка» — это комплекс, который максимально обустроен для комфортной жизни. Квартиры здесь очень хорошо покупают. Тем не менее мы с каждым разом пытаемся сделать наши проекты еще лучше, учитывая свои ошибки, а также отзывы и потребности покупателей. Наш главный курс — на совершенствование.

— **Жители Барнаула всегда остро реагируют, когда застройщики сносят деревья. Как вы относитесь к этому вопросу?**

— На каждом своем проекте мы сталкивались с подобной ситуацией и каждый раз делали выбор в пользу деревьев. Например, на «Вышке» сохранили аллею, хотя это стоило довольно дорого. Дело в том, что, если срубить эти деревья и где-то рядом высадить новые, они станут такими же большими и красивыми только через 50–60 лет. А жить люди в этом районе будут здесь и сейчас. Также у нас был опыт, когда мы с застраиваемой территории на улице Сизова перенесли несколько елей в парк «Изумрудный», чтобы их сохранить. Кроме того, в рамках соглашения с мэрией Барнаула нами была обновлена аллея на улице Челюскинцев, рядом с офисным зданием «Капитал» — здесь высадили около 50 молодых лип. Участие в озеленении города — это инвестиции в будущее. Наша компания активно занимается этим направлением не только с точки зрения экологической необходимости, но и считает это своей социальной ответственностью. Это стратегически важное решение, направленное на улучшение городской среды





в целом. Нельзя думать только про деньги, есть общественно важные проекты, которые просто необходимо поддерживать. Бизнес должен не только иметь прибыль, но и служить обществу.

— **Какие социальные инициативы вы еще поддерживаете?**

— Мы поддерживаем и всегда будем поддерживать детский спорт, ведь это основа здорового общества. Также активно сотрудничаем с Алтайским региональным фондом поддержки ветеранов войн, спецопераций и семей погибших, помогаем в проведении различных мероприятий, содействуем социальной адаптации участников боевых действий и их семей. Отправляем гуманитарную помощь на СВО. А недавно в рамках патриотической повестки установили бюст маршалу Жукову. Уверен, что памятник станет не только архитектурным украшением Барнаула, но и символом, объединяющим людей в памятные события.

— **Как вы относитесь к выражению «фортуна любит смелых»?**

— Я очень философски отношусь к бизнесу и большинство решений принимаю на уровне интуиции. Порой приходится принимать смелые решения и рисковать, чтобы развиваться и двигаться дальше. Уж не знаю, фортуна это или нет, но интуиция всегда помогает мне выбрать правильный путь.

— **Какой вы видите вашу компанию через 5 лет?**

— Я считаю, что у нас очень большие шансы войти в лидеры по качеству строящейся недвижимости. По крайней мере, такие амбиции точно есть. Лично я в своих силах уверен, так как уже 20 лет занимаюсь человеческим девелопментом и могу вас заверить, что это точно востребовано!

Компания «Мой дом»

Адрес: г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 118

☎ +7 (3852) 533-991

✉ info@moydom.su

Бизнес с синдромом отличника

На долю барнаульского предприятия «Полимерпласт» приходится 60 % произведённой в стране ПВХ-изоленты. Выпускаемая продукция используется в быту, строительной отрасли и даже на подводных лодках! Как на протяжении 20 лет удается оставаться лидером отрасли, журналу «Предприниматель Барнаула» рассказал совладелец и заместитель директора ООО «Полимерпласт» Олег Шелудяков.



Заместитель директора ООО «Полимерпласт»
Олег Шелудяков

— Олег Александрович, как начинался ваш путь предпринимателя?

— Предпринимательской деятельностью я начал заниматься 34 года назад. В то время был широко распространен бартер — одни товары меняли на другие. И вот в результате бартера у меня просто тоннами появлялась изолента. Я продавал ее через ИП Филипчук (сейчас это торговая сеть «Новэкс») и получал хорошую прибыль. Будучи по образованию химиком, просчитал, что если выпускать изоленту самому, то выгода будет в четыре-пять раз больше, поэтому задумался о собственном производстве. В этот же период времени я отучился по Президентской программе переподготовки управленческих кадров, а потом уехал на полгода на стажировку в Германию. Эта поездка стала для меня ключевой в принятии решения открытия своего производства. На примере немецких частных предприятий я увидел, как можно самостоятельно организовать собственный небольшой химический завод. Не поверите, но инвесторов тогда мы с партнером Дмитрием Наземцевым искали через сайт объявлений! Откликнулись

28 человек. Одним из них был Алексей Атаманцев, который уже несколько лет занимался оптовой продажей изоленты в Москве, у него был отлаженный канал сбыта. Так, в 2003 году появился «Полимерпласт», учредителями которого стали мы троим. Я и Дмитрий занялись выпуском изоленты, Алексей — продажами. С первых дней сбыт сразу был налажен в столице.

— До сих пор ваш основной рынок сбыта — это Москва?

— В настоящее время 50 % выпускаемого компанией объема изоленты идет в Москву. Каждую неделю поставляем в столицу 20 тонн продукции. Ещё 35 % продукции отправляем на экспорт в Казахстан, Азербайджан, Туркмению, Узбекистан, Армению, Киргизию и другие страны.

— Пользуетесь поддержкой центра экспорта Алтайского фонда МСП?

— Конечно, мы активно сотрудничаем с центром экспорта — участвуем в обучающих семинарах, ознакомительных миссиях. Для предпринимателей это отличная поддержка.

— А финансовую поддержку от государства получали?

— У меня есть отличный кейс, которым я очень горжусь. Нам удалось выиграть грант в размере 10 миллионов рублей на производство липкой ленты для трубопроводов. Далеко не каждой компании удастся получить такие суммы. Это говорит о том, что государство считает нас надежным партнером, а продукция отличается высоким качеством.

— Много ли в стране на данный момент производителей изоленты?

— В свое время, когда мы начинали, конкуренция была просто бешеная. Только в Барнауле работало несколько производств. Однако со временем большая часть закрылась — одни сдулись, другие обанкротились. Нам удалось не только остаться на плаву, но и развиваться. В настоящее время в стране всего два основных производителя изоленты — в Барнауле и Стерлитамаке. На долю «Полимерпласта» приходится 60 % произведённой в России ПВХ-изоленты. Мы зашли в такие крупнейшие сети, как «Лента» и «Ашан» — наша продукция продается во всех магазинах от Владивостока до Москвы. Главным нашим конкурентом на сегодняшний день является Китай, где работают 80 фабрик производства изоленты.

— И как удается выигрывать конкуренцию с Китаем?

— Первое — низкая цена. Второе — высокая производительность. Нам удалось снизить затраты за счет автоматизации производства, сокращения объема отходов до нуля. Мы ничего не выбрасываем, все продаем — картонные втулки, обрезки и т.д., то есть полностью все переводится в деньги. Маржинальность производства составляет 5 %.

— Налажена ли у вас переработка вторсырья?

— Предприятие вносит вклад в улучшение экологии, перерабатывая тысячи тонн вторичного пластика — полиэтилена

и поливинилхлорида. В свое время я прошел обучение в рамках программы по вопросам современного состояния переработки вторичных отходов в Германии и начал внедрять это на своем производстве. Из вторичного сырья мы изготавливаем нефтегазовую изоляцию для труб. Для этого скупаем отработанный ПВХ у разных компаний. Готовые изделия из «вторички» примерно на 80 % уходят на экспорт.

— Слышала, что вы сами собираете производственное оборудование?

— Да, по возможности собираем сами. Мы берем советское оборудование и доделываем его под наши цели. Вообще у технологического оборудования есть такое свойство, как ремонтпригодность. Если ты сделал оборудование сам, то и ремонт его очень простой и дешевый. С дорогим многомиллионным оборудованием такой фокус не пройдет. Однажды на китайском станке произошла поломка, перепрограммировать его работу самим невозможно — это может сделать только производитель, нам пришлось делать ему запрос, в итоге, пока все наладили, простой был почти месяц. Я так скажу, покупателю неважно, на чем вы работаете, он платит не за красивый станок, а за продукт.

— Самая ходовая изоляция — синяя?

— До сих пор 70 % продаж приходится на синюю изоляцию, 15 % на черную и ещё 15 % на другие цвета — красную, желтую. Дело в том, что синяя изоляция содержит фталоцианиновый пигмент, благодаря которому не выгорает на солнце. А вот желтая или красная изоляция могут выцвести. Ну и вообще у нас люди еще с советских времен больше привыкли к синей изоляции, это как своеобразная традиция. На Западе, кстати, такого нет.

— Были ли какие-то серьезные ошибки или провалы за 20 лет существования компании?

— Нет, такого не было. Я стараюсь всегда учиться на чужих ошибках, в своей работе всегда все четко просчитываю

и стремлюсь к высоким результатам, которых, собственно говоря, и удается добиваться. За 20 лет существования компании мы произвели и продали тысячи тонн изоляции на несколько миллиардов рублей.

— Выручает синдром отличника?

— В точку попали! Я по жизни круглый отличник. В свое время получал Ленинскую стипендию — сейчас это равносильно президентской стипендии. Выступал за команду РСФСР на олимпиаде по химии Советского Союза и показал лучший результат. Обучаясь в томском вузе, дважды занимал второе место в олимпиадах по высшей математике, уступив лишь типичному вундеркинду. И так всегда и во всем. Например, в этом году мы с семьей приняли участие в народном конкурсе «Это у нас семейное» президентской платформы «Россия — страна возможностей» и представляли Алтайский край в финале, который проходил в Москве.

— Для вас бизнес — это образ жизни?

— Бизнес — это командная азартная игра на деньги. Можно победить, можно проиграть, можно выиграть какие-то деньги. Тут как в спорте: хотите играть в футбол — изучите правила, потренируйтесь, поиграйте в разных командах.

— А как победить в этой игре и стать успешным бизнесменом?

— А тут уже как в шахматах — главное, правильно произвести расчет на несколько шагов вперед: разработать грамотный бизнес-план, найти инвестора и реализовать идею в продукт. При этом первоначально важно выстроить систему продаж, создать финансовый поток. Я, кстати, из тех, кто предпочитает создать этот финансовый поток в самом начале — оцениваю, кто будет покупателем, какие будут продажи. Ведь в чем чаще всего главная ошибка многих предпринимателей — они сначала делают продукт, а потом жалуются, что его никто не покупает. А нужно наоборот. Тогда и успех будет!



ПОЛИМЕРПЛАСТ
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

ООО «Полимерпласт»

Адрес: г. Барнаул, ул. Победная, 110

☎ +7 (3852) 69-85-72, 62-34-41

🌐 altaiplast.ru

Бизнес с вау-эффектом

Барнаульский предприниматель Игорь Еремин первым в Алтайском крае организовал мобильный 3D-кинотеатр. Начиная с того, что ездил по небольшим селам и городам региона и показывал местным жителям фильмы в формате 3D. Вскоре компания выросла до уровня, когда начала сама заниматься поставкой оборудования мобильных 3D-кинотеатров по России и странам СНГ. А с недавних пор «Алтай 3D» создает образовательные 3D-фильмы. Историю своего успеха **Игорь Еремин** рассказал журналу «Предприниматель Барнаула».



Игорь Еремин,
основатель компании «Алтай 3D»

— Игорь, расскажите, почему вы выбрали в качестве бизнеса именно мобильный 3D-кинотеатр?

— В 2013 году, когда я учился на 5 курсе, осознал, что двигаюсь не в том направлении в жизни. Меня пригласили пройти программу «Ты предприниматель». Я зацепился за эту возможность. Три недели ходил на занятия, узнавал про основы предпринимательства. Изначально даже не знал, какой бизнес хочу. Начал рассуждать — а что люблю я сам? Люблю ходить в кино, но в деревне, где я вырос, кинотеатра нет. И тут возникла идея — а почему бы не организовать мобильный 3D-кинотеатр. Начал составлять бизнес-план — по три раза в неделю консультировался с бизнес-тренерами, спрашивал, а как здесь написать, а что лучше здесь, и мне помогали, я был настойчив. И вот моя рукопись по проекту «Передвижной 3D-кинотеатр» была готова...

— Для любого бизнеса нужен стартовый капитал...

— Я подал заявку на участие в гранте. При этом был на 100 % уверен, что выиграю. Так и случилось. Плюс, конечно, пришлось брать кредит.

— Не имея за спиной предпринимательского опыта, не было ли страшно?

— Признаюсь, внутри сидел страх чего-то непонятного, неизвестного, его можно описать чувством, когда кажется, что нужно все оставить и ничего не предпринимать, кажется, что тебе это не нужно и так все нормально, но нет... Самое важное в такие моменты перебороть себя и сделать следующий шаг навстречу. Именно через страх и боль идет твой рост. При этом нужно верить в себя, в свои силы и не сдаваться. Даже если упал — встань и сделай еще раз и еще, да сколько угодно, пока у тебя не получится, иначе в чем смысл? Твой смысл!

— Первое время вы сами ездили по деревням и показывали фильмы?

— Да, с осени 2013 года я начал кататься с кинотеатрами по селам Алтайского края. Сначала это было здорово, интересно, головокружительно, потому что это было чем-то новым. На самом первом кинопоказе, как сейчас помню, заработал 7,5 тыс. рублей за пару часов! Для меня, вчерашнего студента, это было вау-эффект! Я давал людям позитив, море эмоций, а они взамен возвращались вновь и вновь, ждали с нетерпением следующего приезда.

Это было хорошее начало! И дальше все развивалось стремительными темпами! Показы стали проходить по 6 раз в неделю, ежедневная выручка от показов — свернутые в трубочку столы и полтинники, именно так дети в селах приносили деньги в кинотеатр, а также горы железных монет от проданного попкорна наполняли нашу копилку, это было клёво!

— Но ведь одними показами вы не ограничились...

— Спустя пару месяцев я уже работал над своим сайтом, а в конце ноября 2013 года нашел первого клиента на покупку оборудования для передвижного 3D-кинотеатра. Как сейчас помню, это был полковник МЧС одного из регионов, вышедший на пенсию и давно мечтавший о таком бизнесе. И тут увидел мое объявление, мое первое объявление на «Авито»!

— То есть вы искали клиентов через сайт объявлений?

— Я расписал в объявлении всё как есть, от чистого сердца, всё как было на самом деле, и мне начали звонить. Мы встретились в кафе лично, поговорили, побеседовали и недельки через две встретились еще раз, уже подкрепив сделку на поставку кинотеатра 100 % предоплатой. Тогда у меня горели глаза, это был мегапрорыв, я был тогда поистине счастлив! Люди заряжались моим энтузиазмом и покупали оборудование для мобильных кинотеатров. Это были представители самых разных возрастов и профессий: юристы, бывшие военные и госслужащие, фотографы, предприниматели, пожилые люди, вышедшие на пенсию и решившие как-то разнообразить свою жизнь, студенты. Кто-то развил это дело до 5–6 передвижных



киноустановок в своем регионе и активно развивает дальше, я ими горжусь, кто-то относится к этому как к хобби, в любом случае каждый получил свой необходимый и уникальный опыт. Помню, как из Якутии звонит человек и просит помочь с настройками 3D, говорит, у нас люди с перевернутыми очками сидят и смотрят фильмы, присылал фото, это было очень смешно.

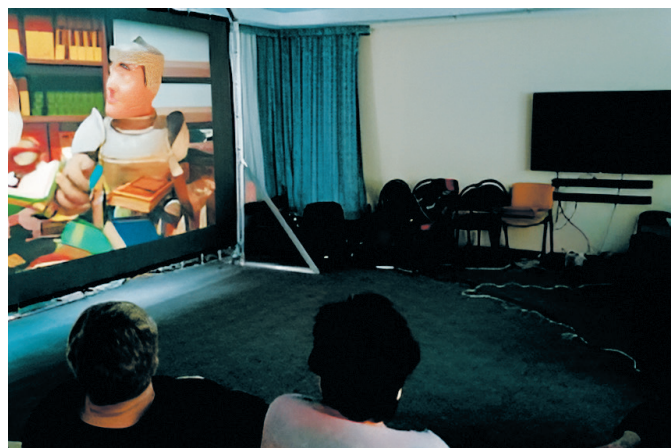
За 10 лет работы с нашей помощью было запущено более 250 таких кинотеатров по России и СНГ. Моя цель сегодня — это сделать 3D-кино доступным для регионов, чтобы каждый житель села и деревни мог прийти на киносеанс, привести своего ребенка и, наслаждаясь вкусом сладкого попкорна, прожить одну виртуальную историю.

— Если показом фильмов в селах сейчас занимаются ваши партнеры, то какая основная функция осталась за компанией «Алтай 3D»?

— Сегодня «Передвижной кинотеатр» превратился в «Образовательный 3D-кинотеатр» — мы создаем 3D-фильмы для школ и детских садов. А это еще одна история, большая история! Кроме того, по-прежнему занимаемся поставкой оборудования для малых и мобильных 3D-кинотеатров.

— Какие образовательные фильмы были вами выпущены?

— За эти годы работы мы постарались внести неоценимый вклад в развитие киноиндустрии как культурного досуга и информационно-познавательного образования детей. Нами были выпущены такие информационно-познавательные фильмы, как «Правила пожарной безопасности», «Правила



дорожного движения», «Основы безопасности жизнедеятельности», «Здоровый образ жизни», «Безопасность в интернете» для образовательных организаций, дополнительного образования и семейного просмотра. В фильмах демонстрируют типичные жизненные ситуации в городской среде, несущие скрытые опасности для здоровья и жизни человека при неправильном поведении, а также логические пути их решения, позволяющие формировать навыки безопасного поведения в условиях города. Так, в 2024 году, в Год семьи, компанией был создан новый символический стереоскопический документальный фильм «Я семья. Семейные ценности» для образовательных, культурных и духовных целей, представляющий семью как ценность и значимость для всей страны.

— Проходят ли ваши фильмы какую-то оценку качества?

— После создания фильма проходит экспертиза и заключение определенных организаций. Например, на новый фильм «Я семья» мы получили экспертное заключение от Роскомнадзора.

— Как считаете, эта сфера уже занята? Или еще есть шанс построить на мобильных кинотеатрах успешный бизнес?

— По моему мнению, сфера занята, в настоящее время практически во всех регионах страны есть передвижные кинотеатры, которые ведут работу по показам в школах и садах. Поэтому мы многим, кто к нам обращается, отказываем в продаже оборудования, так как им физически негде будет вести свою деятельность.



Компания «Алтай 3D»

Адрес: г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 51а

☎ +7 (933) 311-70-60

🌐 3daltay.ru

📍 vk.com/3dmobil

«От совместной работы выигрывают все»

Лето — жаркая пора не только для сельхозпроизводителей. У компании «АгроХимСервис», являющейся крупнейшим в Алтайском крае поставщиком удобрений и средств защиты растений (СЗР), сезон тоже в самом разгаре. Ежегодно применение удобрений в регионе растет. Если в 2022 году объем вносимых удобрений составил 220 тысяч тонн, то в 2023 — 310 тыс. тонн. О специфике рынка СЗР и результативности совместной работы с аграриями рассказывает генеральный директор «АгроХимСервис» **Татьяна Эйсмонт**.



Генеральный директор
«АгроХимСервис» Татьяна Эйсмонт

— Татьяна Васильевна, как сегодня складывается ситуация на внутреннем рынке средств защиты растений?

— В наше время производство сельхозпродукции невозможно представить без средств защиты растений. Чтобы добиться высоких показателей урожайности и качества продукции, необходимо своевременно защитить растения от сорняков, вредителей и болезней.

Сорняки обделяют культуру питательными веществами и являются переносчиками заболеваний растений. Поэтому защита растений от влияния негативных внешних факторов — это работа на эффективное выращивание растений и получение хорошего урожая. Тот, кто работает на результат, всегда будет использовать СЗР в своей работе. Спрос на СЗР есть,

значит, будут и предложения. В нашей стране есть производители, хорошо зарекомендовавшие себя на рынке.

В 2022 году была запущена система «Сатурн», которая контролирует оборот СЗР, движение от производителя до конечного потребителя. Все это, безусловно, говорит о том, что рынок растет и развивается.

— Алтайский край — аграрный регион, рынок средств защиты растений у нас высококонкурентный. Как удается сохранять лидерские позиции?

— Компания предлагает широкий ассортимент препаратов разных производителей, позволяющий потребителю выбрать необходимый препарат, исходя из потребности.

Штат состоит из высококвалифицированных специалистов, ищущих индивидуальный подход к каждому клиенту. Наш потребитель получает не только необходимый препарат, но и ценную консультацию по его свойствам, регламенту, необходимости применения препарата, исходя из сложившейся ситуации на поле.

Если говорить о конкурентоспособности, очень важным фактором является удобная транспортная развязка, большая территория, позволяющая комфортно проводить погрузочно/разгрузочные работы. Возможность задействования не только автомобильного, но и железнодорожного транспорта.

— Расскажите об основных направлениях работы вашей компании.

— Сегодня компания работает в трех направлениях по реализации: средства защиты растений, семена, удобрения.

— Кто является вашим главным поставщиком средств защиты растений? Насколько продуктивно складывается сотрудничество?

— Много лет мы сотрудничаем с АО фирма «Август», являемся ее официальным дистрибьютором в Алтайском крае. Фирма «Август» — один из лидеров российского рынка производителей химических средств защиты растений. Качество препаратов этой фирмы проверено временем.

Не первый год партнером для нас является и ООО «Фос-Агро» — крупнейший европейский производитель фосфорных удобрений. Также надежным поставщиком удобрений много лет является компания «Агронова-Саратов».

Мы рады новым партнерам. Наряду с компаниями, с которыми мы сотрудничаем не первый год, появляются новые поставщики. Одним из них в этом году стало ООО «Чусовские минеральные удобрения».

— Насколько за годы существования компании изменился запрос потребителя? Какие средства защиты растений пользуются наибольшим спросом на рынке сегодня?

— Еще каких-то 10 лет назад аграрии не уделяли должного внимания защите растений. Многие не обрабатывали семена перед посевом. На сегодняшний день ситуация изменилась. Сельхозпроизводители используют в работе интенсивные сорта растений и гибриды, требующие должной защиты от сорняков, вредителей и болезней. Запросы потребителя, конечно, растут.

— Отслеживаете ли вы результаты применения ваших средств на полях хозяйств? Каковы результаты?

— Задачей наших специалистов является не только реализовать СЗР, но и консультационно сопроводить потребителя при использовании препаратов на всем пути выращивания культуры — от посева до сбора урожая.

Наши агрономы постоянно выезжают на поля, где используются реализуемые нами препараты. Отслеживают результат обработки полей СЗР, используют сравнительный подход, наблюдая за действием разных препаратов на одну и ту же культуру, фиксируют результаты.

Накопленный годами опыт помогает агрономам компании оказывать действительно квалифицированную помощь аграриям при выборе необходимого препарата, давать профессиональные консультации по всем агрономическим вопросам. От такой совместной работы выигрывают все.

— Сейчас во многих сферах бизнеса основной тренд — разворот на Китай, сотрудничество с этой страной. Вы развиваете с Китаем партнерские отношения?

— В этом году компания «АгроХимСервис» начала сотрудничество с китайской компанией РЕЙНБОУ. Сегодня «Рейнбоу» — одна из ведущих мировых компаний по производству и продаже средств защиты растений. Виден большой интерес сельхозпроизводителей к продукции этой компании.

— Вы постоянно участвуете в агропромышленном форуме «День сибирского поля». Как можете оценить результаты?

— «День сибирского поля» — масштабное мероприятие для сельхозпроизводителей. Это прежде всего встречи. Встречи с партнерами, друзьями, сотрудничество с которыми длится долгие годы. Это новые знакомства, заключение новых

контрактов. Это живое общение, обсуждение планов, идей, возможность поделиться опытом и перенять его.

С каждым годом интерес к этому мероприятию растет, растет и количество участников в нем. Особый колорит мероприятию придает возможность обсудить вопросы в дружеской, непринужденной обстановке.

— Есть ли в компании проблемы с кадрами? Как вы их решаете?

— Проблемы с кадрами есть у всех, в том числе и у нас. В большей степени наблюдается проблема с кадрами рабочих специальностей. Компания нацелена на сохранение штата сотрудников. Поэтому мы своевременно индексируем заработную плату, которая выше рыночной в крае, в 2024 году индексация прошла уже дважды. Также работаем над улучшением условий труда своих сотрудников, повышением уровня квалификации. Компания сотрудничает с образовательными учреждениями, оплачивает обучение, прохождение курсов своим сотрудникам.

— Есть ли в штате кандидаты или доктора сельскохозяйственных наук?

— Да, в нашей компании есть кандидат сельскохозяйственных наук, это один из основателей компании Ильин Алексей Владимирович. Стоит отметить, что наши специалисты не останавливаются в своём образовании. Аспирантом кафедры биохимии Алтайского государственного университета на сегодняшний день является руководитель агрономического отдела Белоносов Александр Андреевич.

— Существует мнение, что сельское хозяйство — это черная дыра, в которую сколько ни вкладывай средств, ничего не получишь. Вы согласны с этим?

— Не стоит забывать, что Алтайский край — аграрный регион. С появлением новых технологий, технического оснащения появились возможности оптимизировать расходы при выращивании сельскохозяйственных культур. Работать в сельском хозяйстве стало намного интереснее. А если применять к сельскому хозяйству сочетание черная дыра не в качестве афоризма, а как к точке в космосе, гравитация в которой настолько велика, что никакой энергии не хватит, для того чтобы сдвинуться с нее. Сельское хозяйство нужно любить, жить им, отдавать ему силы и время. Тогда и отдача нужная будет.



Компания «АгроХимСервис»

Адрес: г. Барнаул, ул. Власихинская, 153

☎ +7 (3852) 25-75-05

✉ agro@axc-altai.ru

🌐 axc-altai.ru

Клуб «твердого бизнеса»

Уже несколько лет в Барнауле существует Алтайское бизнес-сообщество — это профессиональный клуб, членами которого являются предприниматели. Сейчас в нем состоят более 100 участников из самых разных отраслей бизнеса: производственные предприятия, строительные и IT-компании, рестораны, торговля и т.д. Главная цель клуба — взаимодействие по профессиональным вопросам и решение сложных бизнес-задач. Кто может стать участником, какие активности проводятся и почему для бизнесменов это важно, рассказала основатель Алтайского бизнес-сообщества **Маргарит Агекян**.



Основатель клуба «Алтайское бизнес-сообщество» Маргарит Агекян

— Да, порог для входа действительно есть. Мы смотрим на экономические показатели бизнеса, сферу деятельности, деловую репутацию компании. Также принципиальное значение имеет то, какова цель бизнесмена при вступлении в клуб. Я лично встречаюсь с каждым желающим вступить в сообщество, и, если человек подходит по всем вышеуказанным критериям и у него есть обоюдный интерес, принимается положительное решение, и в клубе появляется новый член. В настоящее время в нашем сообществе 75 % — это мужчины-предприниматели, 25 % — бизнесвумен. Средний возраст участников — 35+.

— Маргарит, как сегодня клубы для предпринимателей влияют на бизнес-среду?

— Клуб клубу рознь, поэтому я могу ответить только на примере работы своего сообщества. На сегодняшний день мы объединяем около 100 собственников «твердого бизнеса», делая упор на качественный состав участников. Они регулярно обмениваются своим экспертным мнением, советуются по разным вопросам бизнеса и инвестиций, находят партнеров, создают совместные проекты, решают друг через друга локальные задачи. Таким образом, клуб через личностное развитие участников способствует развитию бизнес-среды в целом, стимулируя инновации, сотрудничество и профессиональное развитие.

— Какова главная задача Алтайского бизнес-сообщества?

— Нам важно, чтобы в состав клуба входили предприниматели из реального сектора экономики, которые могут быть друг для друга крепкой опорой и обмениваться качественными знаниями. Объединяя владельцев «твердого бизнеса», мы даем им платформу для обмена экспертизой, инсайдами, выход на новых партнеров и решение важных стратегических задач.

— Кто может вступить в клуб? Есть ли порог входа?

оборот компаний — 55 млн рублей в месяц.

— Почему у предпринимателей возникла потребность объединяться в клубы? Это можно назвать тенденцией?

— Это растущая, развивающаяся тенденция. На протяжении уже многих лет бизнес-сообщества на деле показывают свою эффективность. Многие наши участники неоднократно отмечали, что именно клуб — это то место, где они в первую очередь решают вопросы по бизнесу. Да и не только по бизнесу. Это отчетливо видно по закрытому чату клуба, где регулярно поднимаются вопросы о поставщиках, экспорте, поиске контрагентов, оборудовании, выстраиванию логистики. Причем часто эти вопросы решаются в формате «здесь и сейчас», буквально с помощью одного звонка. Предприниматели — это люди, которые умеют считать время и деньги, поэтому видят прямую выгоду и заинтересованность в том, чтобы любая задача решалась оперативно. И деловая среда — идеальный вариант для этого.

— Какие сферы экономики и бизнеса представлены в сообществе? Какова динамика прироста клуба новыми предпринимателями?

— Представителями самой многочисленной сферы бизнеса, представленной в сообществе, являются производственники — 21 %. Далее: 14 % — это торговля и услуги, 13 % —

строительство, 6 % — HoReCa, по 5 % — экспорт, медицина и IT, 4 % — логистика, по 3 % — недвижимость и агросектор. По поводу динамики могу ответить, что у нас происходит органичный количественный рост числа участников. При этом отмечу еще раз, что главная задача — именно качественный состав участников, создание доверительный и открытой атмосферы между ними.

— **Что самое непростое, с вашей точки зрения как основателя, в создании профессиональных комьюнити?**

— В небольших регионах развивать клуб достаточно непросто. Чтобы делать это на высоком уровне, нужны дополнительные усилия.

— **Какие существуют формы взаимодействия участников в клубе?**

— Форм взаимодействия очень много: инвестиционный клуб, бизнес-бранчи, бизнес-разборы, визиты на предприятия, слеты с сообществами из других регионов, неформальные спортивные встречи, а также отраслевые встречи, когда участники определенных отраслей встречаются и взаимодействуют между собой. Все темы для встреч подбираются с упором на предметность, ничего абстрактного, обсуждаются только конкретные инструменты развития бизнеса, конкретные вопросы по инвестированию бизнес-процессов.

— **На ваш взгляд, бизнес-клубы помогают участникам сегодня — в период политической и экономической турбулентности?**

— Да, конечно, в такие периоды все очень быстро меняется и часто проблемы носят внезапный характер. И когда ты находишься в сильной команде, имеешь поддержку профессионального сообщества, вопрос решается быстрее и лучше, чем в одиночку.

— **Расскажите об интересных кейсах, в рамках которых в сообществе создавались и успешно реализовывались совместные партнерские проекты.**

— Таких историй достаточно много. Это и совместные инвестиции в недвижимость, и совместная логистика, также были проекты между строителями из разных направлений, которые объединялись в единый проект, открытие франшиз и т.д.

— **Можно ли как-то оценить эффективность сообщества?**

— Учитывая тот факт, что большинство членов клуба состоят у нас уже по 5–8 лет и не выходят из него, а это опытные

бизнесмены, руководители, которые имеют сильные позиции на рынке, можно оценить эффективность клуба как довольно высокую. Значит, бизнес видит смысл в этом клубе. Однако всегда есть над чем работать.

— **Сообщество как-то взаимодействует с государством?**

— На протяжении долгих лет мы взаимодействуем с структурами в рамках мероприятий клуба, на которых выступают представители власти. Кроме того, я также участвую в общественных советах при органах власти, отвечающих за взаимодействие с бизнесом.

— **Случалось ли, что люди выходили из сообщества, решив, что оно им не подходит?**

— Да, такое бывало. Продукт не может быть полезен абсолютно всем. Текучка, хоть и небольшая, у нас все же есть. Это нормально.

— **Какие планы и цели у сообщества на ближайшее будущее?**

— Планов много. Одно из направлений, которое мы развиваем, — обмен опытом с предпринимателями из других регионов страны. Также мы заинтересованы, чтобы в клуб вступали новые интересные предприниматели, которые усилят нас своим опытом.



Клуб предпринимателей

Клуб «Алтайское бизнес-сообщество»

Адрес: г. Барнаул, пл. Баварина, 2, БЦ «Парус», оф. 403-1

☎ 8-923-649-04-08

🌐 altaibs.com

«Стоять на месте – вообще не про меня!»



Основатель и директор Проектно-инженерной компании «ГидроСибирь» Юлия Девятаева

Проектно-инженерная компания «ГидроСибирь» является единственной в Алтайском крае и Республике Алтай, оказывающей комплексную поддержку в сфере недропользования. Возглавляет ее грамотный руководитель, высокопрофессиональный специалист своего дела, потомственный гидрогеолог и просто эффектная женщина **Юлия Девятаева**. В интервью журналу «Предприниматель Барнаула» она рассказала, как всего за пять лет удалось стать лидером рынка.

— **Юлия, вы потомственный гидрогеолог. Расскажите о вашей семье, как родителям удалось вас заинтересовать этой сферой?**

— Действительно, все идет из семьи. Родители всегда были и остаются моим главным примером. Мама и папа всю свою жизнь посвятили любимой профессии. А поскольку их деятельность напрямую связана с тем, чем я занимаюсь сейчас, было и много работы «в полях». Приятно видеть человека, полностью погруженного в профессиональную деятельность. Я росла и понимала, насколько важно любить то, что ты делаешь. Любить и постоянно учиться, совершенствоваться в этом. Пожалуй, это и сейчас основополагающее правило моего развития. Неудивительно, что я пошла по стопам родителей.

— **А как пришли к тому, чтобы создать свою компанию?**

— Будучи в декрете, я продолжала работать из дома самостоятельно как проектировщик. Мне, как высокопрофессиональному специалисту, стало приходиться очень много крупных заказов, и в итоге все сложилось как-то само собой: оперативно придумалось название, создалось юрлицо. Никто за мной не стоял, более того, на тот момент компанию я создавала одна, находясь на стадии развода, с ребенком на руках. В тот момент пришло четкое осознание, что бизнес — это отсутствие страха и всегда про действие в моменте. Не надо думать много, надо делать! Я арендовала кабинет, открыла ноутбук — и начала работать. Через месяц в штате появился первый сотрудник. И так все закрутилось.

— **Насколько конкурентна ваша отрасль?**

— Я живу с четким убеждением, что у нашей компании нет конкурентов. Мы оказываем весь спектр необходимых услуг в сфере недропользования и водоснабжения, поэтому готовы выполнить любой заказ под ключ. Скорость выполнения работ, эффективное решение поставленной задачи под запрос клиента, безопасность — это те важные составляющие, которые получает заказчик при работе с Проектно-инженерной компанией «ГидроСибирь».

— **Какие качества помогают вам быть успешной в бизнесе?**

— Сила духа, оптимизм, умение рисковать, отсутствие страха, решительность, вера в себя.

— **Как вы подходите к формированию команды?**

— Ни для кого не секрет, что сейчас сложился острый дефицит квалифицированных кадров на рынке труда, особенно в нашей сфере, профессионалы просто на вес золота. И все они на данный момент работают в компании «ГидроСибирь» (улыбается). Сотрудники постоянно повышают квалификацию, получают дополнительное профессиональное образование. Также мы внедрили систему наставничества, которая у нас успешно работает. В нашем штате присутствуют мастодонты гидрогеологии в возрасте 50+, которыми мы гордимся и которые передают свой опыт молодому поколению — консультируют, проводят обучения для сотрудников, в том числе менеджеров отдела продаж. Есть еще один важный момент — сотрудники находятся в доступе у компании 24/7. И это происходит не по принуждению, а оттого, что каждый, кто у нас работает, живет своим делом! Ни одна схема взаимодействия с сотрудником на субподряде или модном сейчас фрилансе не даст такой вовлеченности и ответственности специалиста в рабочие процессы компании.

— **Расскажите, какие услуги оказывает Проектно-инженерная компания «ГидроСибирь»?**

— Мы проводим все виды изысканий, проектируем все, что связано с водой, лицензируем, бурим, строим водопроводные сети, системы орошения, водозаборы. Решаем задачи абсолютно любой сложности и масштаба, эффективно и в кратчайшие сроки.

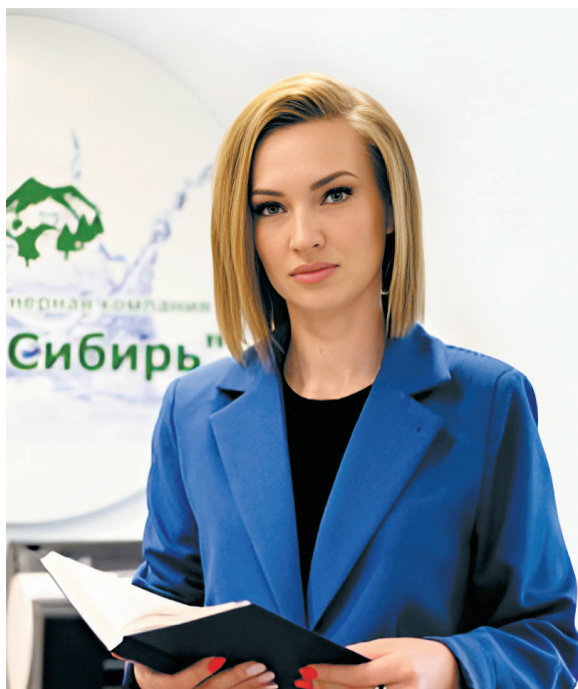
— **Каковы планы на ближайшее будущее?**

— В ближайшее время список направлений деятельности будет расширен. Расширение географии, запуск новых направлений, создание команды профессионалов, участие в крупных специализированных мероприятиях федерального масштаба, в том числе в качестве спикера. В частности, в этом году мы планируем принять участие в специализированном конгрессе во Владивостоке.

Также уже приступили к реализации крупного объекта в Республике Алтай по строительству водопроводных сетей и водозабора. Кроме этого, работаем над созданием совершенно уникального инновационного сервиса — интерактивной карты недропользования со встроенной геологической и гидрогеологической базой данных по Республике Алтай и Алтайскому краю, плюс по Краснодарскому краю.

— **С таким напряженным графиком отдыхать вообще удается?**

— Как говорила моя мама Валентина Викторовна Девятаева, лучший отдых — это смена труда (улыбается)! Поэтому офисную работу руководителя я частенько чередую с работой «в полях». Я бегу, именно бегу дальше. Пока остановиться



ДОСЬЕ

Юлия Девятаева

- Основатель и директор Проектно-инженерной компании «ГидроСибирь»
- Инженер водоснабжения и водоотведения
- Инженер-гидрогеолог
- Преподаватель Алтайского государственного университета, дисциплина «Водное хозяйство промышленных предприятий», географический факультет
- Судебный эксперт в области строительства и проектирования
- Внесена в реестр и является членом ассоциации НОПРИЗ (Национальный реестр специалистов в области инженерных изысканий и архитектурно-строительного проектирования)
- Воспитывает дочь 7 лет

не могу: нужно развивать компанию. Стоять на месте — это вообще не про меня. Также я стараюсь проводить свободное время с семьей. Сейчас это важно как никогда. Мы часто собираемся вместе на даче, смеемся, готовим что-нибудь вкусное и делимся новостями. Выходных у меня не так много, но, как и все, я хочу проводить их в кругу близких людей и не думать о работе, хотя это и не всегда получается. Конечно, уделяю время дочке. Да и вообще в выходные живу жизнью обычной мамы.

— **На ваш взгляд, что является более приоритетным для сильной женщины — карьера или семья?**

— Чтобы быть сильной женщиной, все должно быть в балансе — и семья, и карьера. Мне кажется, что вообще изначально неправильно начинать расставлять приоритеты в этих двух сферах. Как только ты начинаешь ставить во главу угла что-то одно, 100 % будет западать другая сфера, обязательно. А для человека важно и то, и другое, поэтому я ЗА неделение, неразграничение важности этих сфер.

— **Ваш совет всем тем, кто только хочет открыть свой бизнес.**

— Брать и делать, просто брать и делать с тем ресурсом, который есть на данный момент там, где ты есть сейчас. Главное — убрать страх, совсем!

Справка о компании «ГидроСибирь»

5

лет на
рынке

45

человек
в штате

600

Бурение до

метров в глубину.

**Гидро
Сибирь**
ПРОЕКТНО-ИНЖЕНЕРНАЯ
КОМПАНИЯ

Проектно-инженерная компания «ГидроСибирь»

Адрес: г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 77, офис 207

☎ 8 (3852) 56-78-82

🌐 gidrosibir.ru

БЫТЬ ВЫШЕ КОНКУРЕНТОВ

Барнаульская компания «Мини-Ми» производит детскую одежду уже более 15 лет. Пожалуй, в городе нет семьи, в которой для новорожденных не покупали бы их ползунки и распашонки. За годы работы предприятие пережило расцвет офлайн-магазинов, став одним из основных производителей детской одежды в Барнауле, а в последние несколько лет перестроило свою работу под онлайн-спрос. Как привлечь аудиторию в Сети и стать успешным на маркетплейсах, рассказала основатель и директор «Мини-Ми» Елена Роговская.



Директор ООО «Мини-Ми» Елена Роговская

— Елена, какова сейчас ситуация с продажами в обычных магазинах и на маркетплейсах?

— За 15 лет рынок сильно изменился. Мы пытались, но нам не удалось найти формат офлайн-розницы, который бы в полной мере отвечал современным реалиям и позволил бы удерживать трафик, поэтому переориентировались на онлайн.

Продажи на маркетплейсах в последние годы стремительно растут. Мы зашли на «Вайлдберриз» в 2016 году и, признаюсь честно, сначала снимали сливки. Помню, тогда на этом маркетплейсе было всего три-четыре страницы с предложениями распашонок и ползунков. И нам не стоило большого труда заинтересовать покупателей. Потом конкуренция стала расти. Сейчас, если посмотреть, то только по ползункам более 10 тысяч позиций. Конечно, покупатель не будет пролистывать их все... По прогнозам экспертов, конкуренция будет только крепнуть. После введения санкций, когда с рынка ушли известные марки, на маркетплейсы хлынул поток отечественных производителей.

Если раньше, когда была ставка на обычный магазин, нашими конкурентами, по сути, были лишь местные производители, то теперь крупнейшие производители трикотажных изделий, например, из Иванова или Екатеринбурга. Идет борьба за выживание. Мы работаем на площадках маркетплейсов в режиме нон-стоп. Точечно смотрим, на какие позиции идет спрос, пытаемся их улучшить, предложить что-то отличающееся, выделяющееся от остальных.

— Когда на маркетплейсе тысячи позиций, как оказаться в списке выше конкурентов?

— Необходимо тщательно следить за множеством параметров, влияющих на ранжированность: красиво оформленные карточки, уникальное описание товара, логистика и т.д. При этом все равно нет гарантии, что вы окажетесь в лидерах. Большую роль, на мой взгляд, играет искусственный интеллект, который анализирует запросы каждого из нас и ранжирует предложения продавцов по индивидуальному принципу. Мы проводили эксперимент: вводили на «Вайлдберриз» или «Озон» один и тот же запрос с разных смартфонов, но нам выдавались совершенно разные товары... Внутренние механизмы маркетплейсов — это коммерческая тайна, даже аналитические сервисы не могут их определить со 100 % достоверностью.

— А вы в своей работе как-то используете искусственный интеллект?

— Непосредственно в производстве — нет, только для имиджевых целей, например, генерим в нейросетях красивые картинки для ведения соцсетей.

— Вы уже много лет проводите акцию «Помогаю детям» — для чего это вам нужно?

— Когда говорят, что бизнес — это только ради прибыли, я могу поспорить с таким утверждением. Да, прибыль позволяет бизнесу жить. При этом не нужно забывать о главных ценностях жизни. Наш бизнес — социальный, мы хотим нести добро в этот мир и по возможности делаем это. «Помогаю детям» — это акция, в ходе которой мы передаем детскую одежду нуждающимся семьям. К этому часто присоединяются и наши покупатели — когда их детки вырастают из одежды, они ее могут безвозмездно передать тем, кому это очень нужно, а мы в этом помогаем.

— Мамочки любят наряжать своих деток. Есть ли у покупателей какие-то особые требования к дизайну одежды для малышей?

— Если раньше дизайну уделялось незначительное внимание — ползунки и ползунки, главное, чтобы были хорошо сшиты, то сейчас при обилии конкурентов у потребителей появились определенные запросы. Например, в детскую моду пришел тренд из взрослой моды — «тихая роскошь». Это когда даже в роскошных люксовых брендах используется минима-

лизм — спокойные оттенки (индиго, полынь, приглушенный розовый), никаких вычурностей... Клиентам уже не нравятся какие-то яркие рисунки, даже в одежде для малышек они предпочитают однотонные ткани.

— **Сложно ли сейчас создать свой бренд?**

— Я открывала свой бизнес в 2008 году — как раз наступил экономический кризис. Многие недоумевали — зачем, сейчас не время... На самом деле всегда будут какие-то внешние обстоятельства в качестве препятствий, но если тебе есть что сказать и показать миру — не надо бояться, все получится, просто нужно правильно выстроить процессы. Хороший продукт всегда найдут и оценят даже в тысячной толпе маркетплейсов. Есть такое явление, как ДНК-продвижение. Это когда продукт удовлетворяет какую-то важную потребность, отличается от других, тогда его обязательно найдут, даже если потребуется перерывать весь интернет, люди сами начнут его продвигать.

— **Какие у вас главные цели и задачи на этот год?**

— Первая цель прозвучит глобально — выжить. Хотя я и оптимистка, но нельзя недооценивать вызовы, которые

преподносит наше турбулентное время. Нужно оценивать возможные риски и постоянно следить за ситуацией на рынке. Вторая цель — развивать экспертное сообщество MilleFaMille Клуб, которое мы создали на площадках социальных сетей ВКонтакте, «Дзен» и «Телеграм». Наша клиентская аудитория — мамочки, у которых есть маленькие дети. Мы подумали, наверняка им интересна не только одежда для ребят, но и многие другие темы, касающиеся малышей. Например, вопросы грудного вскармливания, разные аспекты здоровья новорожденных, различные товары и услуги для детей и т.д. Поэтому и решили создать сообщество, в котором будет много полезной и интересной информации из первых рук: от профессионалов рынка детских товаров и услуг, врачей — педиатров, неонатологов, неврологов и т.д. Сейчас видим интерес к этому, поэтому намерены развивать экспертное сообщество. Поэтому если у вас есть детки — присоединяйтесь и пользуйтесь советами наших профессионалов, а если вы сами эксперт — будем рады сотрудничеству!



000 «Мини-Ми»

Адрес: г. Барнаул, ул. Цеховая, 58, 34-36 офис

+7 (3852) 56-06-80, 8-961-998-5775

millefamille.ru

https://vk.com/millefamille_club

https://dzen.ru/millefamille_club

https://t.me/millefamille_club

Мозг торговых центров

Рынок торговой недвижимости в России переживает не лучшие времена. За последние пять лет трафик в торговых центрах страны снизился на 21 %. Связано это в первую очередь с развитием онлайн-торговли на маркетплейсах. Действующие ТРЦ ведут борьбу за арендаторов. И мозгом в этом направлении выступают управляющие компании. Их главная цель — привлечение арендаторов и достижение финансовой успешности торговых центров. Журнал «Предприниматель Барнаула» взял интервью у руководителя отдела аренды управляющей компании «Глобус» **Александра Георгиева**, который организует работу пяти барнаульских ТРЦ: «Европы», «Арены», «Гранд Арены», «Норд Веста» и «Пассажа».



Руководитель отдела аренды
управляющей компании «Глобус»
Александр Георгиев

— Александр, чем отличаются полномочия директора и управляющей компании ТРЦ?

— Для успешной работы наших ТЦ мы разделили обязанности. Так, УК осуществляет «управление арендаторами»: ведение переговоров с потенциальными и текущими арендаторами, заключение и контроль исполнения договоров аренды помещений, увеличение доходности объекта, контроль доходов. Директор же осуществляет финансовое управление (бюджетирование, ведение финансовой отчетности, контроль затрат), управление персоналом, обслуживание и техническую поддержку здания и взаимодействие с государственными органами.

— То есть управляющие компании можно назвать мозгом ТРЦ?

— Именно так. Правильное управление — это 99 % успеха торгового центра. И этот успех выражается в цифрах: по ежегодному арендному доходу, по трафику, по выручкам арендаторов.

— Одно время Барнаул постоянно входил в топ лидеров по количеству торговых площадей на душу населения. Как сейчас с этим?

— Торговых площадей и сейчас много, особенно это замечают гости нашего города. Барнаул всегда был в лидерах по этим показателям.

— У вас в портфеле 5 ТРЦ Барнаула. У какого торгового центра самый большой трафик покупателей?

— Конечно, это ТРЦ «Европа». Вообще это исторически торговое место — густонаселенный район, удобная транспортная развязка, качественный пул якорных арендаторов. Но и наша «Арена» уже наступает ей на пятки.

— Какие ТРЦ вы отнесли бы в список самых успешных в Барнауле?

— Когда в Барнаул заходят федеральные бренды, их всегда интересуют только два объекта это «Европа» и «Галактика». В этих торговых центрах всегда имеется очередь из арендаторов.

— Как вам удается привлекать народ в ТРЦ?

— В каждом ТЦ есть свой подход. Небольшие «Пассаж» и «Норд-Вест» из первых ТЦ города стали уютными районными центрами, закрывающими потребности жителей округа. В крупных «Арене» и «Европе», куда едут посетители со всего края, приходится закрывать уже большие потребности, а иногда даже удивлять. В таких ТЦ должны быть точки притяжения — рестораны и кафе, кинотеатры и развлекательные центры, услуги и сервисы. Например, в сентябре в ТРЦ «Арена» появится первый в Сибири подиум. У нас есть арендатор, которая постоянно возит своих дочерей по всему миру на детские показы мод. И она обратила внимание, что нигде в Сибири нет подиума, где дети могли бы развиваться в модельном направлении, и решила это исправить. Это очень интересный, красивый и дорогостоящий проект. В июле в «Арене» открылся МФЦ. А еще один из наших предпринимателей открыл развлекательную комнату с бластерами Nerf: дети и взрослые приходят туда, чтобы пострелять этими игрушечными пистолетами. Это тоже точка притяжения. Кстати, нам первым в Сибири удалось узаконить зоопарк в торговом центре. Люди с удовольствием туда идут.

— Любому арендатору может попасть в торговый центр? В частности, у вас есть какие-то определенные условия?

— Да, у нас есть ряд условий. Мы подбираем арендаторов по типу бизнеса. Торговые центры обычно стремятся к разнообразию арендаторов, чтобы создать привлекательное предложение для посетителей. Также нам важны бренд и репутация. В приоритете известные и уважаемые бренды, чтобы повысить свою привлекательность для посетителей.

— Какие тренды на рынке ТРЦ вы могли бы отметить? И насколько барнаульские торговые центры им следуют?

— Один из основных трендов — активное развитие в торговых центрах детских развлекательных парков. В Барнауле

с этим все прекрасно. В нашем городе есть отличные игровые комплексы типа «Кошки-Мышки» и «Веселкино». Поэтому когда к нам на рынок хотят зайти сторонние компании, то, оценив ситуацию, понимают, что им нечего предложить — ниша уже занята.

Вторая тенденция — ретейлеры, продающие одежду и обувь, стали значительно увеличивать свои площади.

Третий пункт — появилось много частных предпринимателей, так называемые шоурумы. Это непростой бизнес, не всем удаётся продержаться в нём. В наших ТЦ есть примеры, когда предприниматель расширил свой шоурум с 33м2 до 120м2, а затем, почувствовав тенденцию, до 400 квадратов.

Четвертой тенденцией хочу отметить открытие на пустых площадях в торговых центрах термальных комплексов. Как по мне, так это сумасшедшие проекты, так как здания ТЦ изначально проектировались под другие нагрузки, а никак не для бассейнов. К нам в центры тоже просились термы, но мы не поверили в эффективность проекта.

В принципе, в Барнауле сфера развлекательных услуг развита настолько, что, по сути, уже и стремиться не к чему. Предприниматели бы рады, но уже не знают, чем удивить наших искушенных жителей. Вы посмотрите, какое невероятное количество ресторанов открылось в последние два года. И это тоже один из трендов, причем очень модно стало организовывать гастрокорты, гастрохоллы. Сейчас для общепита очень успешное время, он на пике рынка, но, думаю, скоро начнется спад, так как есть большая проблема с кадрами — нет поваров, нет официантов...

— **И все-таки чего сегодня не хватает барнаульским ТРЦ?**

— Наверное, единственное, чем могли бы удивить барнаульские торговые центры, так это магазином «Икея». Но эта компания ушла из России. В Новосибирске, кстати, на месте «Икеи» открылись точки с аналогичным ассортиментом, но по ценам в три раза дороже. Соответственно, за такие деньги никому этот товар уже не нужен.

— **В чём залог успеха успешности магазина? Громкое открытие, уникальный ассортимент, низкие цены?**

— Да если бы кто-то знал этот секрет успеха, то держал бы его под семью замками. Каждый идет своим путем проб и ошибок. Например, мы сейчас совместно с фирмой-вла-

дельцем «Маяк» работаем над проектом, аналогов которого в России пока что нет. Это будет совершенно новая бизнес-модель. Не буду раскрывать всех секретов, но это будет магазин, по ассортименту напоминающий Walmart. Расположится он в ТЦ «Гранд Арена», открытие намечено на сентябрь.

— **Что можете сказать о покупательской способности населения?**

— Традиционно летом трафик в торговых центрах значительно уменьшается, так как люди тратятся на отдых. Первый пик продаж приходится на конец августа, когда люди возвращаются из отпусков и начинают собирать детей в школу. Второй пик — это декабрь, перед новогодними праздниками.

— **Уже много лет ведутся разговоры о том, что онлайн-торговля рано или поздно убьет торговые центры. Вы согласны с этим?**

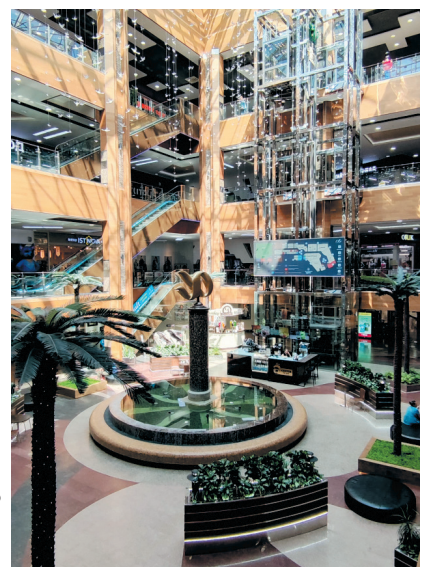
— Все к этому идет. Думаю, что в будущем торговые центры будут не уходить. Их будут реформировать под новые потребности рынка. Сейчас советую всем присмотреться к вертикальному земледелию. Возможно, в будущем территории центров будут использовать именно для этого. Недавно слышал, что в РФ в связи с СВО некоторые торговые объекты перделали под производство дронов.

— **Когда, по-вашему, ждать официальных похорон офлайн?**

— Все будет зависеть от того, как государство отреагирует на ситуацию. Уже сейчас многие говорят о том, что необходим закон, который регулирует маркетплейсы и даст возможность выжить ТЦ. Но не стоит забывать, сейчас мы площадка для торговли и развлечений, а завтра мы можем быть производственной площадкой.

— **Какие книги для успешных людей вы бы посоветовали почитать?**

— Лично я не признаю такие книги, как «Богатый папа, бедный папа» и т.д. Мне кажется, что тот, кто знает секрет успеха, никогда не продаст его за 300 рублей на курсах или в своей книжке. Куда более полезней прочесть «Золотого теленка» или «Двенадцать стульев» и, конечно, не стоит забывать о классике. Пушкин, Есенин, эти авторы общаются с читателем на глубоком душевном уровне или, может, даже где-то на подсознании.



Компания Globus Group

Адрес: г. Барнаул, Павловский тракт, 188

☎ 8-913-275-57-75

🌐 globusmall.com

Городской конкурс «Лучший предприниматель Барнаула» проводится с 1999 года. За это время победителями стали более 140 представителей бизнеса.

Конкурс проводится ежегодно по итогам деятельности субъекта малого и среднего предпринимательства за предшествующий год с целью содействия развитию предпринимательского сектора в городе Барнауле, его общественной значимости, привлечения населения города Барнаула к занятию предпринимательской деятельностью.

Звезды сошлись

Побеждать в конкурсе «Лучший предприниматель Барнаула» для руководителя компании «Звезда Алтая» — это уже добрая традиция. В этот раз **Оксана Анисимова** признана «Лучшим предпринимателем в сфере производства». Как говорится, для «Звезды Алтая» снова все звезды сошлись.



Руководитель компании «Звезда Алтая»
Оксана Анисимова

В настоящее время предприятие выпускает около 300 видов колбасных изделий и мясных деликатесов. Продукцию «Звезды Алтая» не найти в ретейле — торговые сети предпочитают продукцию с большим сроком хранения (до 90 суток).

— Это не отвечает нашим стандартам качества и технологиям. Мы не используем консерванты, поэтому срок годности нашей продукции составляет всего 10–14 дней, — говорит Оксана Викторовна. — Работать в ущерб качеству мы не готовы, так как наши покупатели привыкли к свежим и вкусным колбасам и деликатесам.

Свою продукцию компания реализует через фирменные магазины (в настоящее время в Барнауле работают 6 павильонов, и в этом году планируется открыть еще 3), городские рынки и на продовольственных ярмарках. Кстати, в свое время колбасный цех «Звезда Алтая» стал победителем конкурса среди предприятий-участников социальных ярмарок. В критерии оценки входили уровень цен на реализуемую продукцию, организация торгового места, отсутствие нарушений санитарных норм и т. д. Однако решающую роль сыграли голоса самих покупателей, посетителей ярмарки.

— Мы участвуем в ярмарках с их появления и очень довольны результатом, даже в общегодовой бюджет всегда закладываем эту прибыль, — рассказывает Оксана Анисимова. — Продукцию мы изготавливаем в ночь перед ярмаркой, а в шесть утра уже выгружаем на площадки. К полудню почти весь товар разобран. Люди знают, что у нас всегда свежая колбаса и деликатесы, поэтому прямиком идут к нашим палаткам. Очень хотелось бы, чтобы в Барнауле появились новые ярмарочные точки, особенно в новых микрорайонах.

К сожалению, но уровень платежеспособности не всегда позволяет покупателям приобретать продукцию премиум-сегмента — мясо говядины и индейки. Поэтому наши потребители с удовольствием берут продукцию из более доступного по цене сырья — мяса птицы. Чтобы оставаться доступными, «Звезда Алтая» удерживает себестоимость на прежнем уровне за счет оптимизации производства и расширения ассортимента продукции из мяса птицы.

— Раньше мы закупали сырье из мяса птицы у посредников, а сейчас производим сами! С целью оптимизации расходов полгода назад закупили новое оборудование и открыли цех по переработке мяса птицы. За счет собственного сырья получилось

уменьшить себестоимость конечной продукции, — объясняет директор «Звезды Алтая».

— Также нами были приобретены новые термокамеры немецкого производства, которые улучшают органолептические свойства (цвет, запах, вкус) продукции, а также значительно сокращают расходы электроэнергии. Кстати, для копчения у нас используется щепка только плодовых деревьев — яблони, груши, вишни!

При этом «Звезда Алтая» традиционно использует в своем производстве курицу, выращенную в своем родном регионе. С сырьем проблем нет. Да и качество птицы у алтайских птицефабрик очень достойное! Кстати, о росте потребления птицы свидетельствует и статистика. В последние годы производство мяса птицы в стране показывает стабильный прирост. Что ка-

саемо Алтайского края, по итогам 2023 года в нашем регионе доля мяса птицы в мясной отрасли составляет 59 %.

В планах на ближайшее будущее у компании — запустить линию по изготовлению полуфабрикатов: шашлыков, пельменей, мантов и т.д. Открытие новых цехов позволит увеличить объемы производства и сократить издержки. Готовы расти и расширяться, но есть проблема — кадры. В сфере пищевой переработки просто нет рабочих рук.

— К сожалению, молодое поколение не хочет идти на производство, предпочитают быть блогерами. Поэтому наш основной костяк — это люди, которые отработали на предприятии более 20 лет и, как правило, совмещают по 2–3 должности. Советской закалки, как говорится. На них все и держится! — поясняет Оксана Викторовна.



Мясоперерабатывающее предприятие «Звезда Алтая»

Адрес: г. Барнаул, Южный проезд, 31ж

☎ +7 (3852) 502-340, 502-339, 31-03-46

MEITANGreen: завод по повышению уровня эндорфинов

Алтайская компания МейТан признана лучшим предприятием в сфере торговли в рамках конкурса «Лучший предприниматель города Барнаула». При выборе победителей жюри учитывало деловую репутацию, участие в благотворительной деятельности, общественную необходимость производимых товаров, создание новых рабочих мест и вклад в социально-экономическое развитие Барнаула. Во главе успешного бизнеса стоит профессиональный руководитель, который в первую очередь своим личным примером вдохновляет команду на новые достижения и свершения — активный и целеустремленный президент **Любовь Леванюк**.



Президент компании
Любовь Леванюк

«МейТан» появился на косметическом рынке страны 21 год назад. В настоящее время продукция компании представлена в 350 офисах продаж в регионах России и за рубежом.

— Мы живем в уникальном регионе. И у меня была мечта самым создавать продукты из нашего алтайского сырья, самым выбирать поставщиков и контролировать все процессы, — рассказывает Любовь Леванюк.

И вот, в 2022 году компания открыла в Барнауле фармацевтический завод MEITANGreen, запустив собственное производство фитокапсул, травяных сборов и чаев из алтайского сырья. Проект оказался настолько удачным, что в этом году МейТан удостоен победы на региональном этапе конкурса Национальной премии в области предпринимательской деятельности в номинации «Лучшее предприятие в сфере производства потребительской продукции».

В ближайших планах расширение собственного производства. С этой целью в настоящее время идет строительство второй очереди фармацевтического завода. Для него уже заказано современное оборудование. Пилотными продуктами станут биоэффективные, инновационные, эксклюзивные средства для молодости организма и продления жизни. В том числе они будут направлены и на выравнивание психологического состояния за счет увеличения уровня эндорфинов в организме. Старт второй линии производства MEITANGreen запланирован на осень 2024 года.

— Фармацевтический завод MEITANGreen — это вклад нашей компании в импортозамещение и продвижение бренда Алтайского края. Для производства используется алтайское сырье, которое является достойной альтернативой зарубежным аналогам, — говорит президент компании.

Эффективность нескольких продуктов собственного производства в этом году была подтверждена лабораториями Минздрава России. Так, например, сухие концентраты «Я в ресурсе» и «Клиносорб» прошли лабораторное исследование в институте фармации АГМУ города Барнаула, а концентрат «Дигидрокверцетин 100» — в лаборатории биомедицины СибГМУ города Томска.

— В работе и в жизни я всегда придерживаюсь принципа: принимать изменения, переосмысливать, изобретать новое и самым создавать наше будущее! — говорит Любовь Леванюк.



Свое будущее «МейТан» создает смело и очень успешно, при этом не забывая о социальной нагрузке. В компании активно развивается благотворительный проект «Жизнь одна» по созданию в детских больницах игровых комнат, учебных классов и залов ЛФК. Кроме того, МейТан вносит вклад в благоустройство города: на территории офиса высажено более 50 деревьев и 8-метровый кедр, привезенный из Горного Алтая. А вход в офис украшают живописный розарий и сортовая клубника. Недаром говорят, что если создать вокруг себя красоту, то появляется желание полноценно жить, работать и творить!



Компания «МейТан»
Адрес: г. Барнаул, ул. Ярных, 52
☎ 8 (800) 775-80-72

IT на страже аграриев

Компания «Галэкс» удостоена звания победителя в сфере предоставления услуг на конкурсе «Лучший предприниматель города Барнаула». Предприятие было образовано в 1993 году и на сегодняшний день является одной из крупнейших многопрофильных региональных IT-компаний России.



Заместитель директора компании
«Галэкс» Родион Уваров

Одно из приоритетных направлений деятельности компании «Галэкс» является внедрение агродронов в сельскохозяйственную отрасль. Компания стремится поддерживать прогрессивное развитие и внедрение инновационных решений, которые повышают производительность и устойчивость аграрного сектора. В этом году «Галэкс» впервые принял участие в форуме «День сибирского поля — 2024», где представил экспозицию с парком собственных дронов DJI AGRAS T40. На мероприятии стенд вызывал неподдельный интерес со стороны аграриев, заинтересованных в новых подходах в ведении бизнеса. О преимуществах новых разработок журналу «Предприниматель Барнаула» рассказал заместитель директора компании «Галэкс» Родион Уваров.

— **Родион, для каких целей аграрии чаще всего приобретают дроны?**

— В первую очередь для непосредственной обработки посевов с помощью распыления. Также аграрии все чаще смотрят в сторону применения дронов для мониторинга и анализа состояния посевов, включая выявление болезней и вредителей, для оценки состояния почвы и определения потребности в удобрениях, точной посадки семян и планирования посевных работ.

— **Может ли одна и та же модель ваших агродронов выполнять разные функции?**

— Да, наши агродроны являются многофункциональными и могут выполнять различные задачи. Благодаря сменным мо-

дулям и программному обеспечению одна и та же модель может быть использована для мониторинга состояния полей, распыления удобрений и пестицидов, а также для создания карт местности и анализа данных.

— **Каковы преимущества агродронов перед авиацией?**

— Более низкие эксплуатационные затраты, возможность работать на меньших высотах и в труднодоступных местах, более высокая точность и эффективность при распылении веществ, быстрота развёртывания и простота в эксплуатации, а главное, возможность работы в ночное время, когда более оптимальные погодные условия и исключены риски нанесения ущерба пчелам, если в непосредственной близости поля, где происходит обработка, находится пасажа. А зачастую это соседство — обычная практика.

— **Насколько сложно управлять беспилотником? Нужно ли иметь в штате IT-специалиста?**

— Для управления беспилотником нужно иметь особые навыки, которые необходимы для успешной работы с дронами в сельском хозяйстве. Специалисты «Галэкс» обучались в «Летной школе» АГАУ по таким дисциплинам, как практическая подготовка и эксплуатация сельскохозяйственной беспилотной авиационной системы, основы аэродинамики, авиационные силовые установки и источники энергии. В рамках обучения изучались способы приготовления рабочего раствора для распыления, технология заправки дрона, а также процесс составления маршрутной карты полета и выполнения маневров. На летном полигоне АГАУ проходило практическое обучение полётам на дронах. Только благодаря этим знаниям и практике наши «пилоты» отлично справляются с поставленными задачами, невзирая на трудности, с которыми зачастую приходится сталкиваться во время обработок.

— **Кто основной покупатель такой продукции — крупные предприятия, средние или малый бизнес?**

— Спрос на агродроны постоянно растет, и основной покупатель — это крупные и средние сельскохозяйственные предприятия. Это связано с их возможностью инвестировать в современные технологии для повышения эффективности и продуктивности. Однако и малые фермерские хозяйства начинают проявлять интерес, т.к. стоимость агродрона соизмеримо ниже любой другой самоходной техники, применяемой для обработки.

Для тех, кто не готов приобретать дроны или рассматривает данный вопрос в перспективе, наши специалисты оказывают услугу по обработке полей используя наш собственный парк техники.

— **Каков экономический эффект агродронов? Насколько они позволяют экономить средства хозяйствам?**

— Агродроны существенно повышают экономическую эффективность. Во-первых, это происходит за счет снижения

затрат на обработку полей благодаря точному распылению пестицидов и удобрений. Во-вторых, уменьшение потерь урожая идет за счет своевременного выявления проблем и быстрого реагирования. В-третьих, происходит оптимизация использования ресурсов (вода, удобрения, семена), что также приводит к снижению расходов. И, наконец, точное и своевременное выполнение агротехнических мероприятий увеличивает урожайность.

— **Сотрудничаете ли вы с какими-то научными учреждениями?**

— Компания уже второй год успешно сотрудничает с АГАУ, являясь партнером «Лётной школы» Алтайского ГАУ в реализации программ дополнительного образования в области практического применения беспилотных авиационных систем. Кроме того, в «Лётной школе» АГАУ успешно прошли обучение и сотрудники компании «Галэкс».

— **Насколько применение беспилотной авиации в сельском хозяйстве может стать трендом?**

— Применение беспилотной авиации в сельском хозяйстве уже становится трендом и в будущем будет только набирать популярность благодаря своим возможностям, сравнительным преимуществам, экономичности, а также эффективности применения по точному и быстрому выполнению поставленных задач.

— **Какие главные задачи компании до конца года?**

— До конца года мы планируем увеличить площади обработки, познакомить как можно большее количество хозяйств с данной технологией. Скоро пора обработки от насекомых сменится десикацией. Мы готовы принять вызов и помогать аграриям готовить урожай под сбор с минимальными потерями. Также планируем усиление маркетинговых и информационных кампаний для повышения осведомленности о преимуществах агродронов.



Компания «ГАЛЭКС»

Адрес: г. Барнаул, пл. Баварина, 2

+7 (3852) 501-661

 www.galex.ru

«Плаваю плохо, но ныряю часто!»

Победителем в номинации «Женское предпринимательство» конкурса «Лучший предприниматель города Барнаула» стала индивидуальный предприниматель **Татьяна Владимировна Зорина**.



Индивидуальный предприниматель
Татьяна Зорина

Татьяна управляет тремя разнообразными бизнесами: строительной компанией, консалтинговым центром сопровождения бизнеса «Новые решения» и сетью столовых домашней еды.

Многие удивятся (и, конечно же, восхитятся), но в свое время Татьяна Зорина начинала продавцом колбасы. За короткий период дошла до руководителя филиала крупнейшего производителя колбасных изделий в Сибири. Казалось бы – живи и радуйся. Но стало скучно.

Поэтому в один прекрасный день она уволилась и ушла в совершенно другую сферу, причем на меньшую зарплату.

— Я пришла в одну из строительных компаний, поговорила с руководителями, а так как харизмы у меня хоть отбавляй, они не смогли отказать и предложили руководящую должность.

Правда, потом было два месяца слез, я же ничего не знала про эту отрасль. При этом по знаку зодиака я Близнецы, и вот один мой близнец предательски шептал – возвращайся на колбасу, тебя там ждут и любят, а второй – неужели сдашься? Это был вызов, который дал мне очередной рост, – вспоминает Татьяна Владимировна.

Работая руководителем строительной компании, Татьяна попутно открыла консалтинговый бизнес по предоставлению бухгалтерских услуг. Дело пошло. А спустя несколько лет и свою строительную организацию, на счету которой в настоящее время такие крупнейшие объекты, как Забайкальский зерновой терминал, реконструкция здания Алтайкапиталбанка, строительство завода в селе Ленки и Агроцентра в Барнауле и т.д. Но и это еще не все. Совершенно случайным образом у Татьяны Зориной появился еще один бизнес. Осматривая площади офиса на ул. Попова, она вдруг решила, что здесь нужно сделать столовую. Так появилась сеть общепита.

Татьяна Зорина – личность в предпринимательской среде Барнаула известная. Ее уважают, ценят, а многие бизнесмены называют крестной мамой, так как она помогла им вывести бизнес в прибыль.

— Татьяна Владимировна, мы живем во времена, когда на первое место выходит личность. Как считаете, должен ли руководитель развивать свой личный бренд?

— Личный бренд нужно развивать не только руководителю, но и подчиненным, так как это работает на общий имидж компании, делает ее сильнее. Сейчас это необходимость. Это раньше по-другому ко всему относились. Но тогда у нас и не было дефицита сотрудников, они стояли к нам в очередь, а сейчас мы к ним. Все меняется. Люди сейчас не всегда смотрят на деньги, люди идут на людей. А как по-другому узнать о человеке, как не из личного бренда.

— Некоторые со скептицизмом относятся к женщинам-управленцам. Приходилось вам с этим сталкиваться?

— Обычно говорят, что стремление управлять у женщины идет из детства, когда мама рулила папой. Однако скажу, что у нас в семье все было с точностью до наоборот – во главе всегда был отец.

Да, я требовательный руководитель, у меня не забалуешь, но при этом всегда стараюсь выстраивать со своими сотрудниками партнерские отношения. У меня есть принцип – беру в команду только профессионалов: чему-то я у них учусь, чему-то они у меня, поэтому у нас взаимопонимание.

На мой взгляд, в строительной области женщине быть руководителем гораздо проще, ведь здесь больше мужчин, поэтому где-то улыбнешься, а где-то харизмой возьмешь.

— Назовите главные качества профессионала.

— Это те люди, которые умеют принимать решения и брать за это ответственность.

— **С каким видом спорта вы бы могли сравнить бизнес?**
 — С троеборьем. Бизнес, как и этот вид спорта, постоянная смена декораций и борьба за место под солнцем.

— **Вы владелец трех бизнесов. Приходилось ли терпеть фиаско?**

— Конечно! У меня были и большие взлеты, и после них сильные падения. Но я к этому отношусь спокойно. Упал, поднялся и идешь дальше. Пока ты живой, можно все исправить, нерешаемых ситуаций нет.

— **Учились на своих ошибках или чужих?**

— К сожалению, на своих. Пока шишек не набила, не научилась. Я вообще такой человек, который сначала ныряет, а потом думает, как выплыть. Поэтому сначала открываю бизнес, а потом уже учусь, что с ним делать, как его развивать.

— **А когда ныряете, не страшно?**

— Нет, если бы у меня был страх, то не было бы трех бизнесов. Я плаваю плохо, но ныряю очень часто...

— **Как стать успешным предпринимателем?**

— Надо любить то, что ты делаешь, тогда и бизнес будет приносить прибыль.

— **Но ведь многие с интересом и горящими глазами ныряют в бизнес, но не все так успешно выплывают, как вы...**

— Потому что нужно очень и очень много работать. Это только со стороны кажется, что предприниматель посидел два часа на работе, забрал деньги и ушел. Так не бывает. Если у тебя свое дело, нужно работать 24 на 7. Тогда бизнес отблагодарит тебя и принесет плоды. Еще недавно повсюду была реклама — стань предпринимателем, хватит работать на дядю. Но никто не говорит, что при этом нужно пахать, не жалея себя.



Сейчас столько коучей развелось, блогеров. Все только и делают, что учат...

— **Вас называют крестной мамой бизнесменов — дайте совет молодым предпринимателям.**

— Очень много неопытных предпринимателей экономят на бухгалтерии, из-за чего возникают большие проблемы. Поэтому мой совет: экономьте на чем-нибудь другом, но финансовую отчетность обязательно доверьте профессионалам.

— **Вам сейчас 49 лет, за плечами взлеты и падения, три успешных бизнеса. И все-таки в этом возрасте ведь все только начинается?**

— Конечно! Тем более что я поставила себе план дожить до 102 лет! Недаром говорят, установи сам себе дату смерти, и ты не умрешь раньше. Лично у меня до 102 лет уже все запланировано!



ИП Зорина Т. В.

Адрес: г. Барнаул, ул. Ярных, 6

☎ 8 (923) 006-46-76

🌐 vk.com/new_decisions

Главное в жизни – помогать

Юрист **Анна Пенкина** стала победителем в номинации «Лучший молодой предприниматель» конкурса «Лучший предприниматель города Барнаула».

— Мне нравятся интересные и сложные дела, так сказать, со звездочкой, где нужно посидеть и подумать, проанализировать, найти неочевидные доказательства, выработать стратегию поведения в суде. Больше всего по душе семейные и арбитражные споры, — рассказывает Анна.

Сейчас Анне 31 год. Стать юристом она твердо решила в 9 лет, когда училась в 3 классе. И это точно не назовешь сиюминутными детскими хотелками. Это было взвешенное взрослое решение на тот момент еще маленького человека. Способствовала этому большая семейная трагедия, после которой девочка осталась без родителей и оказалась под опекуном тети.

— С третьего класса я жила мыслью, что хочу стать юристом и помогать людям в сложных ситуациях. Это была моя главная цель в жизни на тот момент, — рассказывает Анна.



Юрист Анна Пенкина

И она с невероятной целеустремленностью шла к ней. Упорству Анны позавидовали бы многие. Школу окончила с золотой медалью. Колледж и вуз — с красными дипломами. Магистратуру — с отличием!

Получив образование, Анна работала в найме, но полтора года назад открыла свое ИП по оказанию юридических услуг и собрала команду профессионалов. В настоящее время они предоставляют услуги по решению самых разных видов споров — от арбитражных до семейных.

Помимо этого, Анна преподает в Алтайском филиале РАН-ХиГС курс «Исполнительное производство» и «Гражданский процесс».

— Это для души! Я сама почти 10 лет училась. Теперь учу студентов. Меня это вдохновляет, помогает всегда быть на волне с молодежью, — признается Анна.

Своим главным направлением в юриспруденции Анна выбрала арбитражные споры и решение семейных конфликтов. Причем последние постоянно набирают обороты. Согласно статистике, за последние десять лет россияне стали реже жениться, а вот разводиться намного чаще. На 10 браков в стране приходится 7 разводов. А для юристов это дополнительная работа, так как разводы приводят бывших супругов в суд с целью раздела имущества, установления отцовства, выплаты алиментов, определения, с кем будут проживать дети, и т. д.

— Был один очень запоминающийся случай в моей практике. Семья уехала жить в Германию по программе переселения. Однако вскоре муж вернулся на Алтай, а его жена с сыном, которому тогда было 8 лет, остались там. В итоге она нашла себе другого мужчину. Однако отношения между ребенком и отчимом не сложились, и однажды мальчик попросился на летние каникулы к родному отцу. Побыв с ним, возвращаться к матери он уже не захотел. Мы начали судиться. При этом вторая сторона была в Германии. Экспертиза с участием судебного психолога изучила, какое влияние на мальчика оказывают мама, папа и бабушка, и суд решил оставить его с отцом. При этом ребенок, который к тому времени уже достиг возраста, когда учитывается его мнение (с 10 лет), также изъявил желание остаться с отцом. Первое время мальчик очень плотно общался с мамой по телефону, потом она родила второго ребенка от нового мужа, и, видимо, свободного времени стало меньше, общение стало уже не таким близким. Прошло несколько лет, а эти мои клиенты до сих пор рассказывают мне, как у них дела, передают приветы. Кстати, что характерно, в моей практике уже не раз бывали дела, когда ребенок после развода родителей в итоге остается с отцом. Возможно, это какая-то новая тенденция...

Тема защиты прав детей для Анны очень близка. Ведь сама она выросла под опекой. Поэтому до сих пор очень трепетно относится к сиротам, постоянно оказывает поддержку и благотворительную помощь детским домам. Есть в ее копилке и благодарственные письма «за поддержку и оказание гумани-

тарной помощи, проявленное милосердие и чуткое отношение к участникам СВО». Помогать людям для Анны — святое дело.

Кстати, в одном из благодарственных писем в адрес юриста Анны Пенкиной за небезразличие к судьбе детей от Алтайской региональной общественной организации социального предупреждения правонарушений «Выбор» приведены слова из притчи Соломона: «Благотворительная душа будет насыщена, и кто напоит других, тот и сам напоен будет». И тут, уж как говорится, комментарии излишни...

БЛИЦ - ОПРОС

Главный принцип успешности

— Человек должен быть развит не только в своей области, но еще и иметь интересы в других сферах жизни.

Главные качества юриста

— Быть в курсе всего, всегда и во всем! Креативность, коммуникабельность, стрессоустойчивость, умение договариваться, быть небезразличным к чужим проблемам. У юриста должно быть стремление к самосовершенствованию и интерес к своей профессии.

Девиз по жизни

— Когда дела совсем плохи, остается только смеяться.

Мечта

— Посетить как можно больше стран. Я уже побывала в 14 странах и 22 регионах России.

Хобби

— Сноубод, ролики, большой теннис, а недавно попробовала эндуро!



ИП Пенкина Анна Анатольевна

Адрес: г. Барнаул, ул. Брестская, 20

☎ 8-923-728-25-11

Быть в тренде

Основатель студии инновационного дизайна YAMOGU **Евгений Пологно** стал самозанятым года в рамках конкурса «Лучший предприниматель города Барнаула». Пару лет назад он ушел из найма, купил оборудование и занялся цифровой росписью стен с помощью вертикальных стеновых принтеров. В настоящее время услугами студии активно пользуются как коммерческие компании региона (оформляют стены в офисах), так и госучреждения (школы заказывают патриотические муралы внутри зданий). Есть в числе заказчиков даже церкви — с помощью настенных принтеров для них печатают иконы!



Основатель студии инновационного дизайна YAMOGU
Евгений Пологно

— Цифровая роспись в строительстве и дизайне — это модный, актуальный тренд. В Китае подобные современные технологии оформления офисов и жилья используются уже давно. В России данная услуга появилась около 4 лет назад, а в Алтайском крае мы начали ее развивать около двух лет назад, но до сих пор многие очень удивляются, узнав, что такое вообще есть, — рассказывает Евгений Пологно.

С помощью цифрового принтера на стену можно перенести точную копию любого изображения. В этом главное отличие принтера от художников. По стоимости картина, сделанная с помощью современных технологий, обходится зачастую не дешевле, чем ручная работа.

— Изначально были опасения, что мы заберем хлеб у художников, но потом поняли, что это совершенно разные виды услуг. Те, кому нужна картина ручной работы, в любом случае обратятся к художнику, а кому какая-то точная копия — к нам, так как человек никогда не сможет сделать 100 % идентичное изображение. Да и вообще, мы дружим с художниками нашего

города. Бывает, что они помогают нам докрасить руками картины под самым потолком, где работать принтером технически очень сложно. Либо, наоборот, мы по их просьбе делаем на их проектах какие-то мелкие детали с помощью принтера, — поясняет предприниматель.

С предложением украсить стены школьных коридоров картинами Евгений Пологно обратился в образовательные учреждения Барнаула. Идея пришлась очень кстати и отлично вописалась в проект Министерства просвещения по созданию специальных школьных пространств. Одной из первых ласточек стала гимназия № 42, где появился портрет знаменитого красноармейца Александра Матросова. А на стену в школе № 103 с помощью цифрового принтера нанесли изображение участницы Великой Отечественной войны Зои Космодемьянской. Школа № 110 накануне Дня Победы украсила свой коридор изображением детей войны. И это далеко не весь список. На данный момент шесть школ Барнаула стали участниками патриотического проекта «Лица героев», в рамках которого на

стенах изображают защитников Родины — от былинных героев до участников специальной военной операции.

— Очень запомнился один заказ из отдаленной сельской школы. Директор протянула мне деньги со словами: «Это все, что есть, но нам очень нужно нарисовать в кабинете литературы Пушкина, в кабинете истории — Петра I, а в коридоре — Гагарина». Денег на все три картины не хватало, но мы все равно нашли выход из ситуации и сделали все три изображения! — делится Евгений Пологно.

Также в числе объектов студии YAMOGU — изображение знаменитых хоккеистов в ледовом дворце Бийска «Прогресс», портреты бойцов мирового уровня в центре смешанных единоборств «Шторм» и даже иконы в церквях!

— Заказчиком стала православная армянская церковь Барнаула. Они передали нам скриншот фото иконы из очень древней книги. Наши дизайнеры около полутора месяцев отрисовывали эту икону в цифровой формат, после чего мы напечатали ее на холсте размером 3 на 2 метра. Эта икона будет размещена в Рубцовске, — говорит Евгений.

Что касается долговечности картин, сделанных с помощью принтера, производитель оборудования дает срок гарантии 7 лет, если изображение находится в помещении, и 5 лет, если снаружи. При этом картины не выгорают на солнце и не подвержены действию дождя.

Накопив хороший опыт в цифровой печати на стенах, студия YAMOGU стала лидером в Сибири по оказанию данной услуги. Поэтому Евгению Пологно пришла в голову идея разработать франшизу, чем он и планирует заниматься в ближайшее время.



Студия инновационного дизайна YAMOGU

Адрес: г. Барнаул, ул. Энтузиастов, 89

☎ +7 (960) 945-66-66

📍 t.me/yamogu_print

«Вся жизнь – ЗООПАРК»

Сергей Писарев возглавляет Барнаульский зоопарк уже 18 лет. Все начиналось с небольшого зооуголка, а сейчас здесь уже более 300 обитателей. Зоопарк стал неотъемлемой частью культурной жизни краевой столицы. Как этого удалось добиться, директор рассказал журналу «Предприниматель Барнаула».



Директор Барнаульского зоопарка Сергей Писарев

— **Сергей Викторович, барнаульцы очень любят зоопарк, но мало кто задумывается, во сколько обходится его содержание. За чей счет происходит финансирование?**

— Зоопарк — это частный проект. Я не помню случаев, чтобы после развала Советского Союза создавались государственные зоопарки. Сейчас зоопарки открывают только настоящие энтузиасты и только за собственный счет. Мы существуем на те деньги, которые зарабатываем, а также спонсорскую помощь.

— **Кто становится спонсорами зоопарка и чем помогают?**

— У нас есть подшефные животные. Например, компания «Бочкари» помогает содержать тигров, строительная компания «Союз» — пантеру, «Киприно» — львов. Индивидуальный предприниматель Светлана Шустова обеспечивает зоопарк рыбой, Алейский мясокомбинат — мясом. На самом деле спонсоров очень много: «Мария-Ра», «Котлоснаб», «Сибкорм» и т. д. Есть

те, кто помогает строить вольеры. Например, при поддержке депутатов Вячеслава Перерядова и Александра Лисицына был сделан вольер для белых тигров, Дмитрием Агановым совместно с компанией «Мейтан» — вольер для леопарда.

— **А кредиты брать приходится?**

— Каждый год зоопарк обязательно берет кредиты, без них не справиться. Это связано с постоянным развитием: расширением территории, увеличением числа животных, ландшафтным оформлением, благоустройством и т. д. Например, этой весной только рассады заказали на 300 тысяч рублей. Так что вложения очень серьезные.

— **А вообще можно ли получать прибыль от зоопарка?**

— Зоопарк — это очень интересный бизнес. Деньги заработал — животные их тут же съели. По большому счету основной наш доход идет на первостепенные нужды и оплату коммунальных услуг, но на хлеб с маслом тоже хватает. А вообще зоопарк — это, конечно, больше социальный бизнес. Мы

создали рабочие места, к нам приходит огромное количество людей, которые получают приятные впечатления, и, что самое важное — зоопарк стал одной из главных достопримечательностей Барнаула.

— **Во сколько обходится содержание одного животного?**

— Все зависит от разных составляющих. Самые прожорливые животные — это лоси. Они просто тоннами съедают ветки, которые нужно заранее заготавливать. А на каждого из кошачьих в зимний период в день уходит до 10 кг мяса. При этом есть экзотические животные, которые, несмотря на свой небольшой размер, тоже являются дорогим удовольствием. Например, обезьянам, дикобразам, сурикатам в рационе необходимы орехи, фрукты, сухофрукты и т.д. Не каждая семья позволяет себе это... Полноценное питание — это залог здоровья животных. А здоровые животные — показатель качественной работы зоопарка. Когда посетители видят у нас довольных, упитанных зверей, то и оценка складывается совершенно иная. Я всегда говорил, говорю и не устану повторять: если буду не способен прокормить животных, то закрою зоопарк, а зверей раздам тем, кто сможет сделать это. Пока что мне никто не жаловался, что наши животные страдают от голода, напротив, только хвалят и восхищаются!

— **В бизнесе показателем успешности является доход. А по каким показателям оценивается успешность зоопарка?**

— Если вы думаете, что главная задача зоопарка — показывать животных, то сильно ошибаетесь. На самом деле одна из главных функций — просветительская, ее активное развитие — показатель успешности.

К нам на практику приходят студенты алтайских вузов — ветеринары, биологи, зоологи. Кроме этого, налажено плотное сотрудничество с преподавателями, учеными. О Барнаульском зоопарке писали научные статьи несколько государственных университетов — Уральский, Московский, Томский, Алтайский. Мы выпустили научную книгу «Лекарственные растения Барнаульского зоопарка и их применение в ветеринарии», автором которой является кандидат ветеринарных наук Вячеслав Наконечников. Что касается школьников, совместно с учителями биологии и географии мы разработали 30 уроков по самым разным темам. Кроме того, у нас работает экскурсовод, который может подготовить как индивидуальную программу, так и экскурсию для целого класса!

Еще одна из важнейших задач зоопарков — восполнение видового разнообразия планеты. И мы прекрасно с этим справляемся! У нас постоянно рождаются детеныши! Например,





недавно на свет появился верблюжонок! Очень часто в зоопарке рождаются и краснокнижные животные — леопарды, пантеры, пумы. Кстати, сохранение редких видов животных и преумножение их численности — это еще один из показателей успешности зоопарка! Приобретая животное, мы всегда стараемся найти для него пару, поэтому у нас очень часто случаются беби-бумы!

— **На какие зоопарки вы ориентируетесь?**

— В мире нет и не может быть одинаковых зоопарков, они все разные, поэтому ориентироваться на кого-то нет смысла. У всех разные условия — начиная от территориальных, заканчивая климатическими. Например, зоопарки в Сингапуре, Сан-Диего, Рио-де-Жанейро представляют собой целые национальные парки. Животные там содержатся в полуволевных условиях. Это здорово, красиво, но стремиться к этому мы даже не пытаемся, так как в наших сибирских условиях создать подобное просто невозможно! А вот перенять какой-то интересный опыт — это очень полезно!

— **В чем наш зоопарк обогнал конкурентов из других городов?**

— Гости, которые бывали в зоопарках разных городов и стран, сходятся во мнении — в барнаульском царит особая атмосфера. И это про любовь к животным! Необычность в том, что у нас на небольшой территории создано множество разных интересных зон — стоянка древнего человека, юрта, розарий, огород и т.д. Это не просто зоопарк, это целый музей под открытым небом. Только древесных растений в зоопарке более 200 видов. Кстати, компактность — одно из главных наших отличий.

Многие посетители рассказывают, как они бывали в огромных по территории зоопарках: устали, ноги истоптали, а увидели в итоге ровным счетом тех же животных, что и в родном Барнауле. Наш зоопарк очень удобный, уютный, комфортный, чистый, аккуратный. Сегодня очень многие, приехав в зоопарк, предпочитают отдыхать в нем весь день. Поэтому мы стараемся создать комфортные условия для этого: открыли кафе, игровые зоны и т.д.

— **Изначально, когда вы возглавили зоопарк, это был небольшой живой уголок, была идея собирать только алтайских животных...**

— Да, было такое, но эта идея провалилась буквально на следующий год. Когда люди узнали, что я начал заниматься зоопарком, стали сыпаться пожелания, каких животных хотели бы видеть, а также предлагать тех, с которыми не смогли справиться. Так, например, у нас появился лев Алтай. Его купила для себя девушка-фотограф, чтобы зарабатывать. Он жил у нее дома. Все было хорошо, пока львенок был маленьким. А потом он начал расти, крушить квартиру, показывать зубы... И она отдала его в зоопарк. Сейчас у нас находятся животные со всей планеты. Очень много тех, кто пострадал в дикой природе. Те же розовые пеликаны, которые живут у нас, сбились с пути во время миграции, а журавля и лебедя подстрелили, после чего они остались на ПМЖ в зоопарке.

— **У какого животного самая необычная история?**

— Пожалуй, у тигрицы Багиры. Однажды мы написали письмо президенту с просьбой подарить нам тигра. И вдруг нам позвонили из Санкт-Петербурга и предложили тигренка. Мы приехали его встречать в аэропорт Новосибирска, там со-

бралась толпа журналистов — новости об этом показывали по федеральным каналам.

— **Кто из животных живет в зоопарке дольше всех?**

— Верблюд Мартик живет у нас 20 лет! Пони примерно столько же. У этих животных длительность жизни составляет примерно 40–50 лет. Очень надеемся, что они проживут у нас еще долго!

— **Многие барнаульцы высказывают пожелания видеть в зоопарке белых медведей и жирафа — это вообще реально?**

— Реально, но все упирается в финансовую составляющую. Содержание белых медведей — это очень дорогостоящее мероприятие. Им необходима морская вода, хорошее питание, уход. Чтобы потянуть белых медведей, посещаемость зоопарка должна составлять не менее 2 млн человек в год, но, увы, наш город не туристический, поэтому такого количества посетителей нет. Белых медведей могут позволить себе только государственные зоопарки — например, новосибирский или красноярский. Что касается жирафа — здесь возникает вопрос строительства огромного отопляемого павильона. Вложения в такой павильон колоссальные. Финансово мне это не вытянуть. Частные зоопарки стараются брать животных, которые экономически менее затратные.

— **Нет ли планов открыть магазин под брендом «Барнаульский зоопарк», который мог бы приносить дополнительный доход?**

— Есть такие мысли, но пока что в стадии размышлений. Мы понимаем, что какого-то большого дохода это не даст,

больше для продвижения бренда. Также думаем открыть ветеринарную клинику при зоопарке.

— **Зоопарк не стоит на месте в своем развитии, каждый год появляются новые животные. Кем удивите в этом году?**

— Каждый год зоопарк покупает новых животных. И этот не станет исключением. Однако сначала нужно построить вольер, который должен пройти приемку Росприроднадзора, и только после этого выдается разрешение на покупку животного. Мы заказали в Московском зоопарке росомуху, теперь нужно подготовить для нее вольер. Так что есть чем заняться.

— **А у вас дома есть животные?**

— Две кошки и собака. Кошек мы спасли, подобрав на улице, а корги я как увидел, то просто не смог отказать себе в этом удовольствии!

— **Как считаете, животное выбирает хозяина или хозяин животное?**

— Конечно, животное выбирает хозяина — к кому-то ластится, а кого-то не признает!

— **Вы руководите зоопарком уже 18 лет... Скажите, стоило ли все это начинать?**

— Конечно, ни разу не пожалел! И буду заниматься этим до последнего вздоха, так как это смысл моей жизни. Зоопарк должен не только быть, но и развиваться! Он очень нужен городу и горожанам.



Барнаульский зоопарк

Адрес: г. Барнаул, ул. Энтузиастов, 12

☎ (3852) 99-62-62

🌐 zoo22.ru

📱 vk.com/zoo_22

Если у вас есть желание оказать поддержку зоопарку, звоните директору по тел. 8-913-210-15-09.

Проект полного погружения

По мнению предпринимателя **Сергея Мухортова**, любая бизнес-история должна начинаться с какой-то важной миссии. Для него эта миссия заключается в сохранении исторического наследия города. Именно благодаря такому подходу в Барнауле появилась «Горная аптека». Но реставрация здания — это лишь одна часть, главное — другое! Нужно было ментально и физически наполнить проект смыслами. Об этом идейный вдохновитель «Горной аптеки» рассказал журналу «Предприниматель Барнаула».



Предприниматель Сергей Мухортов

— Сергей Алексеевич, все мы уже привыкли, что главный туристический объект в Барнауле — это «Горная аптека». А как вы вообще в свое время пришли к реализации данного проекта?

— Все началось с моего увлечения фармацевтикой. Это моя любовь. Здание «Горной аптеки» исторически связано с фармацевтикой. Оно было построено в 1752 году как первая в Барнауле аптека. Почти два века здесь кипела работа: фармацевты готовили снадобья из сырья, выращенного на аптекарском огороде. С приходом советской власти в здании разместили аптечный склад, в годы войны — галеново-фармацевтическую лабораторию. В 1975 году на ее базе создали Барнаульскую фармацевтическую фабрику. Так что это место для фармацевтов, образно говоря, намоленное. Поэтому для меня, как для фаната фармацевтики и человека, который очень трепетно относится к истории, в 1990 году вообще не возникало вопросов, какое помещение арендовать под научно-производственную фирму «Алтайский букет», которую я создавал и возглавлял. Правда, на тот момент аптека, которая простояла уже почти 300 лет, сама была «тяжело больна» и требовала реставрационного лечения. В тот момент я уже четко осознавал, что это здание должно работать на общественность, прославлять историю Барнаула.

— Известно, что во время реставрации были найдены артефакты, которые пролили свет на историю аптечного дела в Сибири. Что это было?

— Находок действительно было очень много — как внутри здания, так и при работах на прилегающей территории во время прокладки коммуникаций. Это и различные аптечные склянки XVIII–XIX веков, и сигнатуры, и старинные рецепты, и этикетки с «ять» и царскими гербами, и рекламные листовки, и старинные запаянные ампулы с неизвестной жидкостью и многое другое.

— В свое время были озвучены планы на вторую очередь Центра Алтайского гостеприимства «Горная аптека». Насколько они реализованы?

— Знаете, есть такая пословица — хочешь рассмешить бога, расскажи о своих планах. Планов у нас громадье, но не буду всего раскрывать. Скажу лишь о том, что уже реализовано: в настоящий момент мы установили на заднем дворе «Горной аптеки» дополнительные временные помещения для ресторации, а вокруг создали невероятную красоту — аптекарский огород. Здесь много лекарственных растений, в том числе и редкие. Гости могут прогуляться по огороду, посмотреть, как растут целебные травы, а потом при желании приобрести уже готовые травяные сборы.

— А вы сами любите травяные чаи?

— А как их можно не любить? Это лучшее, что есть на Алтае, то, за чем стремятся гости на Алтай.

— Что вам больше всего нравится в «Горной аптеке»?

— Атмосфера. Умиротворяющая атмосфера. Самое главное преимущество нашего объекта — камерность, возможность уединиться. В «Горной аптеке» невероятно приятно находиться. Я уж не говорю о ресторации, где можно отведать блюда старинной русской сибирской кухни. Здесь готовят по рецептам XIX века! Где вы еще такое встретите? Напитки — взвары, медовухи, настойки, наливки — делают сами. Кстати, у нас сохранились бальзамы «Московия», которые «Алтайский букет» выпускал еще 20 лет назад. Они настолько качественно сделаны, что их вкус с годами только улучшился. Отведать этот бальзам предлагают в ресторации гостям в качестве комплимента на аперитив. Это еще один способ прикоснуться к истории!

— А вы лично контролируете качество кухни в ресторации «Горная аптека»?

— Стараюсь, насколько позволяет время. Если перестать это делать и пустить все на самотек, ни к чему хорошему это не приведет. Несмотря на то, что все хвалят «Горную аптеку», лично меня до сих пор много чего бесит. И если бы не бесило, то у «Горной аптеки», наверное, не было бы статуса лучшего туристического объекта Барнаула (смеется).

— Как можете оценить туристический трафик в этом сезоне?

— По нашим наблюдениям, трафик растет. Открытие огородной части комплекса, где установлены новые залы ресторации, позволит значительно увеличить возможности «Горной аптеки».

— Кто из знаменитостей посещал «Горную аптеку»?

— Артисты, которые приезжают на Алтай, будь то на фестивали или на гастроли, никогда не проходят мимо «Горной аптеки». У нас были Дмитрий Певцов, Константин Хабенский, Андрей Мерзликин, Ольга Кабо, Ольга Прокофьева, Вениамин Смехов и многие другие. Все оставляли очень теплые слова в нашей книге отзывов.

— Если к вам, предприниматель, приезжают гости из других городов, куда вы их ведете?

— Конечно, в «Горную аптеку». Как показывает практика, нашего объекта вполне хватает, чтобы заполнить все временное пространство гостей. Сегодня людям для досуга нужны не только зрелища, но и «хлеб». Причем все в одном месте! «Горная аптека» — это проект полного погружения. Досуг у нас связан с музеем аптекарского дела — идеальный вариант для гостей узнать об

истории Алтая. Тут же и «хлеб» — великолепная ресторация, которая предлагает уникальное меню. Ресторация, кстати, уже через семь месяцев после открытия в 2016 году вошла в топ-100 лучших заведений общепита России по версии составителей путеводителя Spoon Restaurant Guide, который также называют «русским Michelin». А бутик аптеки — прекрасная возможность приобрести подарки и сувениры на память.

— У многих городов и регионов есть свои рукотворные бренды. У Тулы — пряник, у Оренбурга — пуховый платок и т.д.. Как вы считаете, что является брендом Барнаула и Алтайского края?

— Одним из брендов Барнаула уже стала «Горная аптека». Что еще можно назвать — может быть, Нагорный парк, зоопарк, хотя эти объекты есть в каждом городе. Я прямо затрудняюсь ответить... Брендом Алтайского края заслуженно являются такие гиганты, как «Алтайвитамины», «Эвалар», Белокуриха. Очень ждем, когда найдется инвестор, заинтересованный в благоустройстве ансамбля памятников сереброплавильного завода. Этот проект точно станет главным брендом города. Маркетинг территорий — очень интересная и важная тема. На мой взгляд, за основу нужно брать тот факт, что Барнаул — это город, где зарождалась фармацевтика. И я об этом говорю с особой гордостью. Величайшие немецкие, голландские, датские, шведские ученые, исследователи знали про Барнаул, а также про полезные ископаемые, флору и фауну Алтая, приезжали сюда, отправляли своих учеников. Мы рассказываем о них на экскурсиях, которыми я очень горжусь. Это целое театрализованное представление!

— Сейчас стало очень модным явление инновационного предпринимательства. Вы себя к ним относите?

— Я вряд ли бизнесмен. Я как раз тот самый бешенный инновационный предприниматель. Бешеный! Именно это мне и мешает, так как в моей голове постоянно возникают какие-то новые идеи. Из них некоторые уже стали брендами, в том числе и «Горная аптека». Но много идей нерализованных, которые я хотел бы успеть воплотить в жизнь.

— А почему это вам мешает?

— Потому что каждая идея требует ресурсов и отвлечения внимания от других проектов. Существуют научно-исследовательские проекты и бизнес-проекты. И далеко не все предпринимательские инициативы, в том числе и научные, переходят в бизнес, но абсолютно все требуют отвлечения внимания и ресурсов создателя — финансовых, временных, эмоциональных и т.д. Бизнесмен — это звучит гордо, а предприниматели — это чаще всего

несчастные люди, которым постоянно не хватает времени, сил, ресурсов, чтобы воплотить свой проект в бизнес. А отсюда депрессии, проблемы со здоровьем, ну и т.д. (смеется).

— А вы считаете себя счастливым человеком?

— Конечно! У меня столько детей — «Алтайский букет», «Горная аптека», «Кедровый ларец», аптекарский огород, ресторан и много чего еще! Конечно, я счастливый. Найдите еще человека, в бредовую голову которого придет идея реализовать социальный проект «Календарь Великих российских изобретений и открытий, потрясших мир». В настоящее время он в процессе работы, контент для календаря собран на 80–90 %. Мы обязательно доведем его до финала, ведь в это дело было вложено много эмоций и душевных сил.

— Есть ощущение, что вы не умеете останавливаться в предпринимательстве — идеи постоянно фонтанируют!

— Совершенно так! Каждый день какие-то новые переговоры, обсуждение новых проектов и т.д. В этом вся моя жизнь.

— Не выгораете в таком потоке? Как восстанавливаетесь?

— Все бывает. И моменты невероятной печали. Сажу и скулю в углу. Иногда очень трудно восстанавливаюсь. Иногда улетаю в какую-то депрессию. Из такого состояния мне помогают выйти очередные прорывы, победы, переговоры и интересные знакомства. Когда получается что-то новое создать — это всегда вдохновляет. Или, например, когда видишь восторженные глаза посетителей «Горной аптеки», читаешь душевные отзывы, это очень сильно помогает восстановить жизненные силы!

— Какое место в вашей жизни занимают деньги?

— Деньги у меня всегда были на последнем месте. Больших их у меня никогда не было, так как постоянно вкладывался в новые проекты. Оставлял на жизнь ровно столько, сколько было нужно. Я редко езжу на заграничные курорты, не покупаю яхт, не строю на море виллы. Это не мое. Моё — развивать родной город, родной Алтай. Это моя жизненная миссия.

— Что, по-вашему, должен обязательно сделать каждый человек в этой жизни?

— Попытаться что-то создать. Как раньше говорили: каждый мужчина должен построить дом, посадить дерево и вырастить сына. Но это слишком банально. Каждый человек должен создать что-то для людей, не только для себя любимого, а для общества. Создать то, что сделает их жизнь более интересной, более красивой. И я очень горжусь тем, что у меня есть такие проекты. Значит, жизнь прожита не зря!



000 Туристический центр «Горная аптека»

Адрес: г. Барнаул, ул. Ползунова, 42

☎ 8(3852) 53-62-67

🌐 shop.gornaya-apteka.ru

Сочная история

«Лучше не пробуйте! Потом будете искать, где купить!» — говорит о своих натуральных нектарах руководитель компании «Сократика» Константин Быстров. И, кстати, ничуть не преувеличивает, ведь оторваться от этих напитков невозможно, а вот купить сложно — с торговыми сетями предприятие не работает. «Сократика» входит в 100 лучших компаний России по версии Торгово-промышленной палаты РФ. С чего начинался путь, о судебных делах, семейной команде и как благодаря опыту олимпийского чемпиона появился уникальный продукт, неутомимый 66-летний руководитель компании **Константин Быстров** рассказал журналу «Предприниматель Барнаула».



Руководитель компании «Сократика»
Константин Быстров

— Недавно «Сократика» вошла в 100 лучших семейных компаний России. Сложно ли вести бизнес, когда он семейный?

— Мы с другом уже 45 лет работаем вместе, все делаем вместе, и бизнес в том числе. И за эти 45 лет у нас ни разу не было серьезных конфликтов. «Сократика» — семейный бизнес, в нем задействована моя семья и семья моего друга Алексева Виктора Леонидовича. Сейчас в штате 8 человек, которые работают как слаженный механизм! Семья — лучшая команда, а лучшая команда та, которая заинтересована в совместном результате.

— Константин Игоревич, «Сократика» на рынке уже почти 20 лет. С чего начинался ваш путь в бизнесе?

— Удивитесь, но начинали с производства пончиков. Купил специальный аппарат для выпечки и почти два года развозили булочки по школам. Вскоре наскучило, захотелось двигаться и развиваться дальше. Тогда мы с Виктором открыли производство джемов под собственным брендом и даже зашли с ними в крупнейшую торговую сеть Алтайского края. Все

было хорошо до момента, пока резко не подорожал сахар. При этом ретейлер не давал поднять стоимость джемов, заявив: «Если не можете производить дешевле, это ваши проблемы». В итоге сотрудничество пришлось прекратить, и мы вышли из этой торговой сети.

— Но все же, судя по всему, вы не опустили руки...

— Мы не из тех, кто опускает руки. Да и некогда. После этого абсурда мы всерьез заинтересовались поиском новой ниши для бизнеса и еще сильнее устремились повышать качество. Нам больно видеть соковые прилавки с высокими ценами и понимать, что причина такой ценовой политики — маркетинг, ароматизаторы, концентраты и добавки.

Все случилось спонтанно, однажды мне приснился сон, из которого я понял, что нужно заняться выпуском сока. Как сейчас помню — это было в субботу.

Проснувшись, я побежал на работу. Рассказал идею Виктору, и первыми под руку попались апельсины, так мы начали пробовать производить сок. Признаюсь, первый опыт не был удачным — сок получился так себе, однако появилась идея и стимул, к которому мы стали стремиться!

То, что вы видите сейчас, это результат нашего стремления. Первое время мы еле находили точки сбыта, но качественный продукт всегда найдет своего потребителя.

— Технологию производства отработывали путем проб и ошибок?

— Разумеется. Порой приходилось выливать в канализацию по сто — двести литров готовой, но не подходящей по вкусу или консистенции продукции. Однако со временем мы создали и отработали нашу авторскую технологию, которую повторить пока что никто не может!

Нашей основной задачей было выпускать только такой продукт, который с удовольствием и для пользы пили бы наши дети и угощали своих друзей. И ведь пьют.

— А кто-то уже пытался повторить?

— Да, есть пара случаев, когда продукцию пытались подделать. Один суд мы выиграли — недобросовестного производителя оштрафовали на 200 тысяч рублей. Сейчас со вторым судимся, он полностью скопировал стиль нашей этикетки, указав другое название фирмы. Но наш фирменный стиль, логотипы и прочее — запатентованы, поэтому мы обратились в ФАС. Уверен, суд мы выиграем.

— Из чего вы делаете соки?

— В основе производства овощи с полей крестьянско-фермерских хозяйств Алтайского края и отборные фрукты, выращенные на заказ на плантациях, расположенных в окрестностях Ферганской долины города Исфара солнечной Республики Таджикистан. Вы бы видели, какие там прекрасные сады!

В день мы выпускаем от 5 до 15 тонн сока. Все расходуется на ура! Кстати, сливовый нектар — это наш эксклюзив, вряд ли вы еще где-то его встретите.

Раньше визитной карточкой «Сократики» был еще и свекольный нектар — мы были первым и единственным предприятием в России, которое начало делать напиток из свеклы. На это вдохновил опыт американских пловцов и лично многократного олимпийского чемпиона Майкла Фелпса, который в период подготовки пил свекольный нектар с мякотью. Это напиток лучше любого допинга помогает быстро восстановить тонус мышц, улучшает кровеносную систему, очищает организм от шлаков и токсинов. В ближайшее время перейдем на розлив в мелкую бутылку и планируем вновь выпускать свекольный нектар на рынок.

— **Каких еще новинок ожидать в ближайшее время?**

— Собираемся запустить выпуск морсов из лесных ягод (брусника, клюква, смородина, малина) в литровой бутылке. В настоящее время прошли сертификацию, одним словом — готовимся.

— **Используются ли пищевые добавки?**

— Мы не используем пищевых добавок — эмульгаторов, красителей, консервантов, поскольку этого не требует производственный процесс. Мы используем очищенную питьевую воду, сахар, соль, фруктовые и овощные пюре собственного производства. При этом секрет нашей технологии позволяет потребителям хранить продукцию 6–12 месяцев.

— **Куда поставляете продукцию?**

— Люди стали более осознанными к выбору продуктов питания, что повлекло за собой повышенный спрос на чистые и экологичные продукты не только в нашей стране, но и в мире. В Барнауле наша продукция представлена в Chef-маркетах Татьяны Филидовой «Попробуй!». Основные контрагенты расположены в Новокузнецке, Красноярске, Ачинске, Москве, Улан-Уде и на Сахалине. Еще наш сок очень любят в Казахстане и на Севере. Кроме того, недавно продукцию распробовали китайцы и в восторге сказали: «Органик!» Они очень ценят натуральную продукцию. Поэтому в ближайших планах заключение контракта с Китаем на поставку продукции.

— **Где можно купить соки «Сократика»?**

— Горожане могут купить наш сок на социальных ярмарках, на рынках, а также в небольших городских магазинах, где продают фрукты и овощи.

— **Вы разработали и выпускали пюре для спортсменов — как оно себя зарекомендовало?**

— Я смешал абрикос, тыкву, облепиху и ростки пшеницы. Отдал готовый продукт на развернутый анализ в лабораторию политехнического университета. Специалисты были удивлены результатам исследования.

В качестве эксперимента мы давали это пюре юным пловцам. Этот спорт мне близок, я сам являюсь членом Федерации плавания. Были две группы — слабые детки и сильные. В итоге у слабеньких улучшался иммунитет, они переставали болеть. Сильные же спортсмены начали лучше плавать, показывать более хорошее время.

— **Вы до сих пор спортом занимаетесь?**

— Да, последние пару лет мы активно занимаемся моржеванием. Сначала у меня сын этим увлекся, потом привлек и меня, позже к нам присоединился Виктор. Было сложно в первые разы заходить в ледяную воду, а потом втянулся. Результаты налицо — раньше у меня болела спина из-за грыж в позвоночнике. Грыжи, конечно, никуда не делись, но после года моржевания боли прекратились.

— **Вам 66 лет, вы полностью погружены в свое дело, но даже тени усталости не видите...**

— Мне сейчас всего 66! Так что все еще впереди!

В СПРАВКА

ПРОДУКЦИЯ КОМПАНИИ

СОКРАТИКА

НЕКТАРЫ:

Сливовый
Тыквенный
Персиковый
Абрикосовый
Апельсиновый
Тыквенно-облепиховый
Черноплодно-облепиховый

СОКИ:

Яблочный
Томатный
Вишневый
Шиповниковый
Черносмородиновый
Гранатовый



Компания «СОКРАТИКА»

Адрес: г. Барнаул, пр-т Космонавтов, 55е

✉ info.sokratika@gmail.com

🌐 www.sokratika.com

☎ 8-996-951-27-10

✉ bystrovprofile@gmail.com

За праздником – в «Буфетте»

Имея успешный бизнес по производству пластиковых окон в Заринске, предприниматель Эдуард Стихарев решил расшириться и перенести его в Барнаул. Но в итоге у него получился... ресторан «Буфетте».



Предприниматели
Эдуард и Юлия Стихаревы

— Несколько лет назад я приобрёл в Барнауле участок под строительство. Он находился в спальном районе возле старой автобарахолки, по сути — чистое поле. На тот момент рядом даже жилых домов особо не было. Решил построить там здание и перенести в него завод пластиковых окон из Заринска, — вспоминает Эдуард Стихарев. — Но поскольку земля предназначалась под строительство объектов общепита, в голове крутилось — а почему бы и нет? И построил ресторан. Вести новый бизнес-проект я доверил своей старшей дочери Юлии, выпускнице экономического факультета АлтГУ.

Для Юлии Стихаревой «Буфетте» стал первым в жизни местом работы. На тот момент ей было всего 22 года. И сразу такая ответственность! Впрочем, эту целеустремленную девушку повышенной ответственностью точно не испугаешь. Юля окончила школу с золотой медалью, 3 раза побеждала на Всероссийских олимпиадах и, будучи на 3 курсе университета, выиграла грант на обучение по программе обмена студентов в престижном вузе Испании. Полгода провела в другой стране,

набираясь опыта в менеджменте и маркетинге. Вернувшись, с красным дипломом окончила Алтайский государственный университет и защитила дипломную работу по теме проектирования деятельности ресторана. И тут сама судьба предложила ей свои теоретические знания применить на практике. Главным наставником, опорой и инвестором для нее стал, конечно же, отец, опытный предприниматель. При этом Юлия всегда отличалась неординарным мышлением и неиссякаемой энергией, поэтому бизнес-тандем вышел очень эффективным!

На дворе стоял 2020 год. К марту здание было построено. При поддержке Алтайского фонда микрозаймов Стихаревым удалось взять кредит на выгодных условиях и начать закуп необходимого оборудования. И тут вдруг начинается пандемия...

— Ситуация сложная, но не безвыходная. Мы понимали, что пандемия — временное явление, рано или поздно ограничения все равно будут сняты, и отложенный спрос всё равно нужно будет удовлетворять. Поэтому не стали сидеть сложа руки, а начали работать в формате открытой веранды: сделали вывеску «Буфетте» — центр «Мой бизнес» тогда помог бесплатно запатентовать название, установили прекрасный мангал, организовали доставку блюд на дом. На тот момент у нас не было какой-то концепции, мы просто продавали вкусное сочное мясо. О прибыли речи не шло, такой формат помог нам просто оставаться на плаву, — рассказывает Юлия.

В сентябре 2020 года после снятия ковидных ограничений, «Буфетте» начало работать в формате кафе уже в помещении. Около года просто плыли по течению, набирались опыта, изучали запросы и вкусы клиентов, вникали в тенденции сферы общепита — это был путь проб и ошибок. Потом пришло четкое понимание: чтобы масштабироваться, стать известными и прибыльными, необходимо отличаться от других. И тут само название «Буфетте» подсказало, на что сделать ставку. Так, обычное кафе стало рестораном на французский манер.

— Мы оформили интерьер в стиле прованс, который еще называют французским кантри, то есть это интерьер французской деревни XVI–XVIII веков. Особенно всем нравятся французские ковшики XVII века, которые висят над баром и которые как и всю интерьерную медную посуду, заказывали напрямую из Франции. Каждый предмет уникален, своими руками выбирали. Наш шеф-повар освоил основы французской кухни и максимально адаптировал блюда под вкусы и восприятие наших местных посетителей. Не каждый вкус воспринимается одинаково в разных локациях. Это как фрукты из Таиланда: вечером возле отеля там они прекрасно пахнущие, манящие, а после перелета дома — обычные, как и другие из овощного магазина.

— В каждое наше блюдо мы добавляем частичку своей любви и души, поэтому они получаются интересными и эксклюзивными, — говорит Юлия.

В настоящее время в меню представлен широкий выбор французских блюд. Особой любовью у посетителей пользуются луковый суп с пармезаном и хрустящими гренками, утиная ножка конфи с карамелизованной грушей, картофельным пюре и брусничным соусом, медальон из говядины, рубленая семга на рыбных чипсах с красной икрой, отбивная в средиземноморском соусе и т.д. Есть тут даже изысканные французские завтраки! Разнообразие блюд удовлетворит вкусы самых взыскательных гурманов: панкейки с горячим вишневым соусом, крок-мадам и крок-месье (авторские интерпретации французского сэндвича), бриошь с креветками и скрэмблом, круассаны с хрустящей корочкой, французский омлет... Читать такие названия на голодный желудок просто запрещено! Сразу все хочется бросить и поехать в «Буфетте».

— Потом мы добавили к вкусному меню музыкальные встречи, у нас по вечерам выступают известные артисты. Люди стали заходить не мимоходом, а идти к нам целенаправленно. Сейчас мы позиционируем себя как ресторан для праздников, но даже если у вас нет праздника — приходите к нам, и мы вам его обеспечим! — уверяет руководитель ресторана.

«Буфетте» идеально подходит как для деловых встреч на бизнес-ланче или посиделок друзей за чашечкой кофе, так и для семейных праздников, детских дней рождения, романтических ужинов и дружеских встреч за бокалом вина.

Помимо вкусной еды, «Буфетте» взял на себя социальную функцию по облагораживанию прилегающей к зданию территории: высадили цветы, посадили 14 саженцев черёмухи Шуберта, установили 12 скульптур в греческом стиле, сделали красивый фонтан. А ведь раньше к этому зданию даже дороги не было... Сейчас это местечко все больше и больше напоминает райский уголок.

В планах на будущее у семьи предпринимателей Стихарева улучшить сервис, развиваться, удивлять гостей новыми блюдами. Кстати, Юлия, будучи экономистом по образованию, чтобы быть в теме ресторанного бизнеса, протестировать своё меню, весной этого года прошла обучение в московской кулинарной школе Stanfood у известного повара. Вдохновилась настолько, что даже дома начала чаще готовить сама, несмотря на то, что у нее есть свой ресторан. «Буфетте» для нее — это не просто работа, это большое хобби, которое она собирается масштабировать и открыть еще один ресторан где-нибудь в центре города!



Bufette
RESTAURANT

Ресторан Bufette

Адрес: г. Барнаул, ул. Сиреневая, 33

8-923-750-03-01

bufette.ru

«Личный бренд – эффективная стратегия развития бизнеса»

Предпринимательский путь **Владислава Быкова** начался довольно рано, в 18 лет. Это не очередная история об «успешном успехе», все гораздо интереснее! Владислав учился в университете на втором курсе, ему необходимо было оплачивать учебу, так как поступил на платную форму обучения, и вот тогда все и началось... Юношеский максимализм, амбиции и воспитание позволили ему заняться любимым делом, которое стало не только приносить доход, но и позволило развиваться ему и его команде кофейных энтузиастов, а главное — делать гостей кофейен чутько счастливее!



Предприниматель Владислав Быков

— Влад, открыть бизнес на первом курсе — очень смело. Кто-то помогал?

— Я окончил школу с медалью, но поступить на бюджетную форму обучения в университет мне не удалось, поэтому был вынужден поступить на платную форму обучения в Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова. Родители мне сказали, что для них это существенная финансовая нагрузка, и аккуратно намекнули, что и мне пора принять участие в оплате своего образования. Амбиции, характер и воля, которую я выработал с детства, профессионально занимаясь спортом, сыграли очень важную роль в тот период. Я подумал, зачем бояться каких-то ошибок, если они в любом случае могут произойти, а будут они в 19, 25 или 40 лет — большого значения

не имеет. Не ошибается только тот, кто ничего не делает. В тот период (2014–2015 гг.) был огромный тренд на бизнес в сфере «кофе с собой», помимо этого, он имел отличную маржинальность, и я решил запустить проект.

— Какой бюджет был на открытие первой кофейни?

— Мой стартовый в 2015 году составил 185 тысяч рублей. Это была точка на 3 квадратных метра в «Мария-Ра» на пр. Ленина, 43. Я занял деньги у родственников, друзей и знакомых. Все знали, что я серьезный и порядочный парень, что мне можно доверять, поэтому не подведу и смогу оправдать их ожидания. Собственно, так и произошло.

— Первая кофейня сразу принесла прибыль?

— В университете я был активным общественным деятелем. Состоял в «Студенческом правительстве» и был председателем совета старост своего факультета. Когда я запустил первую кофейню, к нам на открытие пришло большое количество студентов, наверное, из всех вузов города, так как все мы дружили и часто встречались на различных мероприятиях. Одни из праздного любопытства — а что же там сделал этот 19-летний парень, другие — поддержать.

— Поначалу сам стоял за прилавком и продавал кофе?

— Конечно, потом уже появились сотрудники, так как нужно было еще и учиться. Но вообще признаюсь, что успехи в бизнесе пошли настолько стремительно, что я практически пропустил два года учебы... Помню, как на четвертом курсе мне позвонили с деканата и сказали: «Влад, у нас для тебя есть две новости — хорошая и плохая. Хорошая — ты до сих пор идешь на красный диплом. Плохая — ты попал в список на отчисление». У меня накопилось около 30 долгов по разным предметам. В этот момент мне пришлось на несколько месяцев плотно погрузиться в учебу, в это время в кофейне уже были сотрудники. Все сдал успешно, защитил диплом. Кстати, после того, как в 2021 году я выиграл во Всероссийском конкурсе «Молодой предприниматель России», мое фото разместили у деканата как успешного выпускника факультета.

— В чем уникальность кофейен Coffee Bull?

— Мы используем исключительно натуральные ингредиенты. Например, чаще всего в арахисовый, фисташковый или фундучный латте добавляют сироп, а мы делаем из ореха пасту в нашем кондитерском цехе и добавляем ее в напиток. Наш принцип — минимум консервантов и сиропов. Мы за настоящий созданный природой вкус. Ну и еще одна главная составляющая успеха — это сервис, который мы даем нашим гостям.

— **Барнаул — город любителей кофе?**

— Да, 100 процентов! Барнаул — это не только город торговых центров, но и город кофеен. Конкуренция у нас очень большая, но этим и прекрасен рынок, ведь ты не перестаешь развиваться. Конкуренция — всегда двигатель прогресса. Это лучшее, что вообще может быть в экономике и развитии.

— **А как пришел к тому, чтобы открыть кондитерскую?**

— В один момент у нас появились трудности с поставщиком кондитерских изделий. У них вечно были проблемы то с доставкой, то с документами. В один момент мы привлекли инвестиции и запустили собственное кондитерское производство Will Sweet. Наши «коллеги по цеху» — другие кофейни, кафе, рестораны — по достоинству оценили наши изделия и попросили заключить с ними контракт на поставку (в настоящий момент у нас 32 точки поставки). Также мы забрали ещё одну нишу — торты на заказ: свадебные, на дни рождения, корпоративные. Наш продукт - якорь — это десерт макарон. У нас самый большой макaron в Сибири — 7 см в диаметре. Еще очень популярные бисквитные начинки — «Сникерс», «Красный бархат», «Шоколад-апельсин», а также меренговый рулет. За прошлый 2023 год мы реализовали 214 тысяч кондитерских изделий, из них почти 60 тысяч штук макарон.

— **Влад Быков — это же еще и личный бренд?**

— Безусловно! Меня довольно часто приглашают в качестве эксперта по личному бренду на разные форумы, в том числе и на АТР. Молодежь должна понимать, что личный бренд сейчас во многом играет решающую роль, поэтому его нужно развивать. Я у себя на странице показываю свою реальную жизнь со всеми

ошибками, взлётами и падениями — всё как есть на самом деле. Честно делюсь и удачами, и факапами. Один из недавних примеров — открытие и вскоре довольно быстрое закрытие кофейни в самом центре Москвы. Цена ошибки получилась огромной, сейчас разбираем последствия. И я честно рассказываю об этом. Да, ситуация трудная, но это не повод опустить руки. Это просто новый путь к развитию. Ошибки для меня — это всегда про возможность стать сильнее и лучше. Поэтому мной интересуются и подписываются на меня в социальных сетях и предприниматели, и самозанятые, и те, кто только собирается стать бизнесменом. Мне пишут огромное количество людей со словами благодарности за то, что вдохновляются моим путём и что их это мотивирует на новые амбициозные цели. Как это прекрасно, так как от этого заряжаюсь и я.

— **Не исчезла ли после ситуации с кофейней в Москве вера в удачу, которая до этого постоянно сопутствовала?**

— На удачу я всегда надеюсь, но верю только в дисциплину, труд и кропотливую работу, которые приводят к стабильным, твердым результатам.

— **Назови три главных вывода за восемь лет в бизнесе.**

— Первый: успешные люди — это неудачники, сделавшие на одну попытку больше, чем все остальные.

Второй: неважно, какие кризисные ситуации происходят вокруг, главное, чтобы кризиса не было в голове.

Третий принцип: задумал — сразу приступай к реализации. Нужно всегда сокращать дистанцию между идеей и ее воплощением. Люди часто откладывают, в итоге вообще ничего не делают. Поэтому чем быстрее сработаешь, тем быстрее получишь результат.



Will
Sweet



Кондитерская Will Sweet

Адрес: г. Барнаул, пр-кт Красноармейский, 64, ТЦ «Майский»

Сеть кофеен Coffee Bull:

Адрес: г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 64, ТЦ «Майский»

Адрес: г. Барнаул, ТРЦ «Галактика», пр-т Строителей, 117

Адрес: г. Барнаул, ТРЦ «Европа», Павловский тракт, 251 в

Адрес: г. Новоалтайск, ТЦ «Альфа», ул. Деповская, 17

Вода бизнес точит

В августе компания «АкваМастер» отметила 23-летие успешной работы. В настоящее время предприятие выпускает продукцию под несколькими брендами: «Синеводье» (питьевая вода), «Белокурихинская» (природная лечебно-столовая минеральная вода), а также лимонады и сладкие воды под марками «ВкусЛи», «Новая классика» и серию напитков «Сибирия» и «Сибирская сказка». В интервью журналу «Предприниматель Барнаула» директор «АкваМастер» **Константин Солдатов** рассказал, как вода бизнес точит: производстве, качестве, конкуренции и предпочтениях потребителей.

— **Константин Петрович, расскажите о структуре предприятия и что считаете своим главным достижением?**

— «АкваМастер» не только производит, но и оптом реализует свои напитки, а компания ООО «Синеводье» обеспечивает доставку продукции населению и в офисы. Мы гордимся качеством нашей продукции и прочными, долгосрочными от-

ношениями с партнерами, что является нашим ключевым достижением на стабильном рынке

— **За счет чего вашей компании удается удерживать лидирующие позиции?**

— Мы поддерживаем лидерские позиции на рынке благодаря высокому качеству нашей продукции, а также умению разрабатывать эффективные стратегии и принимать оперативные решения. Мы ценим своевременное реагирование на изменения рыночной ситуации и потребности наших клиентов.

— **Куда осуществляются поставки?**

— Мы преимущественно работаем в Сибирском федеральном округе, сотрудничая с крупными сетями и оптовыми покупателями. Также проводим поставки в Казахстан и Хабаровск, где наша минеральная вода пользуется популярностью. Также активно сотрудничаем с крупными маркетплейсами.

— **Насколько сложен и трудоемок процесс добычи и производства питьевой и минеральной воды?**

— В нашем распоряжении сейчас две скважины, из которых одна — это природная минеральная. Мы планируем приобрести дополнительные скважины, чтобы увеличить производительность завода. Безусловно, любой производственный процесс требует значительных усилий и очень важно соблюдать безопасность и высокое качество продукции. У нас имеется собственная лаборатория и служба качества, а вся продукция задекларирована и безопасна для потребления.

— **Какие этапы проходит вода перед тем, как ее разольют по бутылкам? В чем она превосходит воду из-под крана?**

— Вода добывается из глубинного водоносного слоя и перед тем, как она отправится на розлив, проходит несколько этапов фильтрации. Вода из-под крана очищается на водозаборе, а затем поступает в наши дома по очень длинному водопроводу. Конечно, её можно пить, но выбор остаётся за вами.

— **На что следует обращать внимание при выборе питьевой воды?**

— При выборе воды, как и при покупке любого товара, важно обращать внимание на срок годности и наличие маркировки «Честный знак». Также стоит убедиться в прозрачности воды, чтобы избежать осадка. Нелишним будет ознакомиться с информацией о производителе на его сайте, где часто представлены все лицензии и сертификаты. Если у производителя есть собственная лаборатория, как у нас, это добавляет уверенности в качестве продукции.

— **Как в домашних условиях можно проверить ее качество?**

— В домашних условиях, к сожалению, проверить качество воды невозможно, можно лишь оценить её вкус.



Директор компании «АкваМастер»
Константин Солдатов

— Меняются ли предпочтения потребителей?

— Да, предпочтения потребителей действительно меняются. Со временем рынок эволюционирует, и меняются вкусы и потребности различных поколений. Однако существуют и постоянные продукты, такие как простая вода — газированная или негазированная, которая всегда остается востребованной. Природная минеральная вода с ее натуральными свойствами также сохраняет популярность. Классические лимонады, такие как Тархун, Ситро, Грушевый, Буратино и Лимонад, пользуются любовью потребителей, как и такие любимые вкусы, как Кола, Лимон и Апельсин. Мы также отслеживаем потребности рынка и разрабатываем новые вкусы, включая тропические и ягодные.

— Один из современных трендов — вода с вкусовыми добавками. Как вы оцениваете это направление и его развитие?

— Да, мы стараемся идти в ногу со временем и имеем в ассортименте как воду с добавками, так и функциональную линию «Сибирская сказка Имуно». Наша эксклюзивная минеральная коллекция с ароматами также находит своего покупателя и получает высокие оценки, на ОЗОН у нас 4,9 балла.

— В вашем ассортименте есть лимонады. Их выпуск налажен исходя из покупательской потребности или это дополнительный источник дохода?

— Конечно, это ответ на потребности рынка, а также дополнительный источник дохода, что является правильной стратегией для бизнеса. Если существует потребность, то возникают и доходы, при условии, что продукция качественная.

— Планируете ли вы расширять линейку продукции?

— Да, мы постоянно находимся в процессе развития. В наших планах — приобретение еще одной скважины с уникальным химическим составом, а также запуск новой линии лимонадов с интересными вкусами и натуральными ингредиентами — над этим мы уже работаем.

— В магазинах стало больше детской воды. Почему вы не производите детскую воду?

— Мы анализируем этот сегмент, тщательно изучаем рынок и рассматриваем возможности создания такой продукции.

— Существует мнение, что бизнес на воде — это легкие деньги. Вы можете развеять этот миф?

— Легко так думать, но это большое заблуждение. Выпуск воды требует значительных инвестиций, серьезной сертификации, системы маркировки, оборудования, логистики и складских помещений и, конечно, квалифицированного персонала. У нас в команде почти 90 человек, 60 % из которых работают более 15 лет, что говорит о стабильности и надежности.

— Говорят, что вода вступает в химическую реакцию с ёмкостью, в которой она хранится. Вода может стать опасной?

— Мы используем безопасные ёмкости, и все это контролируется Роспотребнадзором, который проверяет безопасность продукции, проводит анализы и выдает соответствующие сертификаты.

— Какие факторы определяют успех хорошего бизнеса и есть ли у вас личное жизненное кредо?

— Существует множество составляющих, но основными являются качество продукта, доверие потребителей, стабильность и команда профессионалов. Личное кредо — это постоянное развитие и стремление к улучшению.

— Каковы ваши планы на будущее в развитии компании и бренда?

— Мы намерены продолжать выпускать качественные продукты, вводить новшества, удерживать лидирующие позиции на рынке и работать на благо общества и нашей родины-России.



СИНЕВОДЬЕ

Компания «АкваМастер», «Синеводье»

Адрес: г. Барнаул, ул. Тракторная, 2ф

+7 (3852) 555-556, 996-550

sinevodie.ru, aqvamaster.ru

Тот еще фрукт

«Живи так, как тебе хочется. Дыши воздухом, пей воду, ешь фрукты и наслаждайся полученными ощущениями», — говорил философ и писатель Генри Дэвид Торо. Именно так и делает **Никита Носарев**, создавший в Барнауле фруктовый и ягодный рай в виде магазина Berry shop. Это настоящий оазис солнечного тепла и ярких красок, который дарит ощущение счастья и радости.

— Абсолютно при любой погоде, даже в минус 30 у нас всегда все самое свежее и вкусное: ароматное манго, сладкая клубника, вкуснейшая голубика, душистая малина и т.д.! У нас нет деревянных фруктов, которые не имеют ни вкуса, ни аромата. Если это манго, то самое настоящее вкуснейшее тайское манго! Если клубника, то она не просто красивая, обязательно сладкая и ароматная! Если новогодний ананас, то это точно будет король стола! Да, он выйдет недешево, но того точно стоит! — рассказывает Никита Носарев.



Основатель магазина Berry shop
Никита Носарев

В 2017 году он начинал свой бизнес с продажи букетов из клубники в шоколаде. Красиво, вкусно и романтично! Однако зимой появилась проблема с поставкой ягод.

— И эта проблема коснулась не только нас. Например, кондитеры очень страдали от дефицита ягод на рынке. Да и у покупателей был спрос, но при этом ягоды не было. Понимая, что данная ниша в Барнауле свободна, мы решили ее занять. Как говорится, а почему бы и да! При этом было делом принципа поставлять в город хороший товар — ягоды и фрукты должны быть обязательно свежими и вкусными! Человек, отдавая достаточно крупную сумму денег, должен понимать, за что он платит! — поясняет предприниматель.

На поиск добросовестных поставщиков ушло довольно много времени. Риски попасть на некачественный товар в этой сфере просто огромные — и такое тоже случалось, в итоге приходилось вручную перебирать каждую ягодку, часть шло на выброс. Со временем схема с поставщиками была отработана, часть товара Никита со своей командой начали привозить из жарких стран самостоятельно. Постепенно Berry shop стал настоящим фруктово-ягодным магнатом Барнаула — в настоящее время 70 % ягоды в город поставляется именно этой компанией.

При этом Berry shop с удовольствием работает и с местными производителями. Например, клубнику закупают у фермеров из Павловска, Новолтайска и Косихи.

— В этом году погода подкачала, у ребят очень много урожая выгорело. В итоге была неделя, когда образовался жесткий дефицит клубники. Пришлось скупить ягоду у бабушек на базарчиках, так как нужно было удовлетворять спрос покупателей, — рассказывает Никита. — И тут происходит такая ситуация: одна из посетительниц в отзыве на нашу клубнику в шоколаде пишет, что шоколад вкусный, а вот клубника так себе, мол, у бабушек на рынке вкуснее... И такое тоже бывает! Кстати, мы уже не раз подмечали, что у фермеров качество клубники намного лучше, чем у обычных садоводов-любителей. А в холодное время года мы привозим клубнику из Турции — ягода из этой страны плотная, при этом ароматная и сладкая, покупателям очень нравится! За нынешний сезон (с апреля по июль) компанией было реализовано 4,5 тонны клубники.

Кроме клубники, у местных производителей Berry shop также берет на реализацию малину и ежевику. Остальную ягоду привозят либо из южных регионов страны, либо из-за границы.

— Летом бабушка звонит мне: «Внучек, ягода поспела, приходи, поешь!» Конечно, не могу ей отказать, хотя в силу своей работы мне приходится постоянно пробовать ягоду. Но

у родной бабушки, конечно, самая вкусная, ведь выращена с любовью! — улыбаясь, говорит Никита Носарев.

Купить ягоды и экзотические фрукты от Berry shop можно в магазине на проспекте Ленина, 29. При входе сразу ощущается аромат лета! В ассортименте манго, ананасы, папайи, цитрусовые и т.д. Каждый из этих плодов хранит в себе частичку летнего солнца. «Попробуй каждый фрукт с каждого дерева в саду хотя бы раз. Отказаться от такой возможности — значит оскорбить само мироздание», — говорил актер, писатель и драматург Стивен Фрай. И ведь это поистине так. Berry shop не только предоставляет покупателям возможность наслаждаться экзотическими фруктами и ягодами, но и вдохновляет их на приключения в мире вкуса.

Компания стала центром притяжения для любителей всего необычного и неповторимого. Так, весной на барнаульском Арбате был открыт Berry Shop Bar — просто уникальное местечко в формате eat-to-go! Гвоздь меню — клубника в шоколаде!

— Для этого десерта мы поливаем клубнику великолепным премиальным бельгийским шоколадом каллебаут! Точнее, тремя шоколадами на выбор — белым, молочным или темным! — вдохновенно рассказывает владелец бара.

Это настоящее наслаждение для истинных гурманов. Если вы еще не пробовали этот шедевр, нужно срочно исправлять данное недоразумение! Кстати, совсем недавно Berry shop стал выпускать еще и лимонады на натуральной основе, которые отлично утоляют жажду. Прорабатывается тщательно не только рецептура, но и названия. Например, один из лимонадов называется «Воспоминания 2010». Люди до 35 лет поймут, о чем это — помните, идешь из школы, в кармане звенит мелочь, ты заходишь в магазин и покупаешь энергетик. Новый лимонад очень похож на него, но в составе только натуральные ингредиенты.

Несмотря на всю красоту и вкусноту, фруктово-ягодный бизнес, увы, является низко маржинальным, а вот риски в нем довольно высоки.

— Бросать это дело точно не собираюсь. Я этим живу. Да и вообще, придерживаюсь мнения, что в первую очередь, любой бизнес должен приносить удовольствие, а потом уже деньги. В планах у нас расширяться и открыть еще один магазин! — резюмирует Никита Носарев.



**Berry
shop**

Фруктовый магазин Berry shop

Адрес: г. Барнаул, пр-т Ленина, 29

☎ 8-963-522-83-34

Berry Shop Bar

Адрес: г. Барнаул, ул. Мало-Тобольская, 23/1

Суп пьешь, стакан жуешь!

Стритфуд — это всегда быстро, удобно и практично. Но, как правило, вредно для здоровья. Поэтому новый тренд, который сейчас активно развивается в Барнауле, особенно порадует сторонников правильного питания, ведь суп в съедобном стакане — это не только вкусно, но и полезно! Попробовать его можно в кафе быстрого питания Rugee, которое находится в самом центре города. Об уникальности проекта рассказала управляющая **Дарья Бондарева**.



Управляющая кафе быстрого питания Rugee Дарья Бондарева

— Дарья, в чем уникальность проекта супа в съедобном стакане?

— В Барнауле это первый и пока что единственный подобный проект. В Европе суп в стакане является очень крутым современным трендом, в России же данный вид стритфуда пока что еще не вышел в массовую популяризацию. Но мы намерены активно развивать его в нашем любимом городе.

— Rugee — это больше стритфуд или домашняя еда?

— Это нестандартный формат стритфуда — полезный и удобный обед.

— Какова главная концепция кафе?

— Концепция состоит в том, что данный продукт идеален для формата to-go. Несмотря на то, что это стритфуд, благодаря составу супов и бездрожжевому стаканчику это идеальный и полезный обед! Мы используем только качественное алтайское сырье. Суп в съедобном стакане можно есть каждый день!

— Во сколько обошелся запуск данного бизнеса и какая у него окупаемость?

— Запуск обошелся примерно в полтора миллиона рублей, по срокам окупаемости говорить сложно, но мы планируем выйти на плановые показатели в течение года.

— Были ли сложности с тем, чтобы найти проходное место для кафе?

— Выбор локации для заведения общепита сегодня, пожалуй, самый сложный вопрос. Удобных и проходных мест в городе достаточно мало, но предыдущим собственникам в этом вопросе повезло.

— Насколько новый вид стритфуда привлек внимание барнаульцев?

— Мы уже обрели некоторую популярность благодаря нестандартной форме подачи блюда и известным вкусам.

— Кто ваша целевая аудитория?

— Наша целевая аудитория — это активные ребята 15–25 лет. Одно из преимуществ супа в стакане заключается в том, что он удобен на прогулках, его можно без проблем есть во время передвижения, поэтому пользуется особой популярностью у молодого поколения. Наши супчики можно есть как угодно — кусать, пить, использовать ложечку. И это тоже очень нравится покупателям — каждый раз новый эксперимент!

— **Рецепт съедобных стаканчиков — это фирменный секрет?**

— Да, конечно. Мы разрабатывали все наши супчики и стаканчик самостоятельно. Он сделан из специального теста на основе пшеничной муки и кунжута. В стаканчик наливается вкуснейший супчик, к нему добавляются семечки, лук фри, микрозелень, сухарики, попкорн из гречки, жареный бекон, копчёная грудка, креветки — на выбор покупателя!

— **Сколько стаканчиков супа продается в день? Какой самый популярный?**

— Сейчас продается примерно 50–70 штук в день. Особенно по душе нашим гостям пришелся сырный суп. По отзывам покупателей у нас самый вкусный сырный суп в городе! Также в меню представлены чечевичный и грибной супчики, венгерский томатный суп-гуляш, кукурузный крем-суп со снежным крабом и том-ям. Каждый найдет суп по своему вкусу!

— **Каков средний чек?**

— В среднем 250 рублей, у кого-то меньше, у кого-то больше — все зависит от аппетита и возможностей! Самая наибольшая выручка у нас получается в прохладные дни либо на выездных мероприятиях.

— **Какие планы на развитие?**

— Осенью планируем внести дизайнерское обновление в наше кафе, а также обновить меню. В частности, есть идея выпустить кондитерскую линейку. Например, сделать кофе в шоколадном стаканчике и т.д. Наших гостей ждет много сюрпризов. Кроме этого, в дальнейшем планируем открыть вторую точку в Индустриальном районе, потому что большое количество наших гостей очень просят открыться именно там.



Кафе Puree

Адрес: г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 54а/5

☎ 8-923-650-20-33

Фастфуд на миллион

Гриль № 1 — это когда действительно вкусно. И с этим не поспоришь. Недаром барнаульская сеть представлена и успешно работает уже в 16 городах страны. В планах открыться в каждом городе России. О формуле успешного бизнеса рассказал создатель сети ресторанов быстрого питания «Гриль № 1» **Станислав Сергеев**.



Создатель сети ресторанов быстрого питания «Гриль № 1» **Станислав Сергеев**

— Станислав, вы начинали свой бизнес, будучи студентом. Верили тогда в успех? Или это было своего рода развлечением?

— Этим летом нашей компании исполнилось 12 лет. Для нас это очень большой срок! Символично, что мы начали работу 21 июля — это день моего рождения. Обычно все нормальные люди идут отмечать, а мы пошли работать. Это было и остаётся лучшим подарком на день рождения. Тогда для меня этот проект точно не был развлечением, это была возможность проверить свои силы. Работы было столько, что думать об успехе было вообще некогда. Мы просто работали 24 на 7. Вкладывали все свое время, все свои силы — как физические, так и моральные. Да и вообще, когда ты постоянно в процессе, очень сложно оценить уровень, на котором находишься и однозначно сказать: «Это — успех». Я уверен, что лучшие результаты у нас еще впереди!

— Каков был стартовый капитал? И как быстро удалось все окупить?

— Наш стартовый капитал составил всего 70 тысяч рублей. Это были личные сбережения. Мы закупили оборудование,

продукты, и у нас тогда даже еще осталось около 20 тысяч рублей. Первую торговую точку открыли на улице Лазурной. Вернуть вложенные средства удалось в течение полугода. Все заработанные деньги мы вкладывали в развитие бизнеса, открывая новые точки.

— Как думаете, если бы начали этот бизнес сейчас, он так же бы удачно зашел? Насколько эта ниша занята в нашем городе?

— Для того чтобы бизнес начал приносить результат, в современных реалиях необходимо выполнить ряд условий. Первое — для открытия заведения общепита (фастфуд, стритфуд) необходим стартовый капитал в размере примерно 10 млн рублей. Второе — хорошая локация. Третье — грамотная, понятная концепция. Четвертое — необходимо делать качественный востребованный продукт. И пятое — важно обладать необходимыми компетенциями. Формула успеха такова: капитал, умноженный на компетенцию, даст результат. Что касается свободной ниши — для хорошего продукта всегда найдется место на рынке. И чем выше конкуренция, тем лучше для гостя.

— Как удается быть в лидерах конкуренции?

— Это результат ежедневного кропотливого труда.

— Как приходится совершенствовать бизнес-процессы?

— Постоянно анализируем бизнес-процесс и корректируем его для достижения более качественного результата, который удовлетворяет запросы наших гостей и партнеров.

— Ваш бизнес семейный. Как распределяются обязанности в компании между членами семьи?

— Обязанности распределяем в зависимости от личного желания каждого и уровня компетенции в разных бизнес-процессах.

— Как бизнес-проект повлиял на отношения внутри семьи?

— В нашем случае только положительно. Когда в бизнесе партнеры руководствуются интересами организации, то оснований для конфликтов не возникает.

— Главное блюдо вашей сети — это шаурма. Сколько штук шаурмы в день вы продавали в самом начале и сколько сейчас?

— Начинали всего с 30 штук в день. Сейчас делаем и продаем 15 тысяч штук!

— Как считаете, время шаурмы пройдет? Или она с нами навсегда?

— Шаурма — это хлеб (лаваш), мясо и овощи. Эти ингредиенты людям были всегда понятны. Безусловно, продукт будет трансформироваться в зависимости от запроса гостей, но все равно останется востребованным.



— Расскажите о вкусовых предпочтениях ваших посетителей. Какие позиции меню самые ходовые?

— Самую большую долю продаж занимает шаурма. Затем — пицца. На третьем месте — вок.

— Есть ли идеальный рецепт шаурмы?

— У каждого он свой. Важно использовать лучшие ингредиенты для приготовления.

— Ваши планы на будущее?

— В данный момент мы представлены в 16 городах. В планах открыться в каждом городе РФ. Мы не видим для себя ограничений. При этом мы очень заинтересованы в надёжных партнёрах по франчайзингу.

— Вы с супругой выпустили книгу «Фастфуд на миллион» — кому бы вы посоветовали ее прочитать?

— В первую очередь гастроэнтузиастам, которые начинают свой путь в бизнесе общепита. По большому счету это пошаговая инструкция по открытию заведения фастфуда. В книге представлена рабочая финансовая модель, в которой есть список оборудования, советы по планировке помещения, чек-листы и т.д. Бери — и делай. Порой людям не хватает мотивации открыть свое дело, поэтому мы решили вдохновлять их своим примером и при этом грамотно направить в нужное русло.

— Какая самая ценная мысль в книге, с вашей точки зрения?

— Общественное питание — сложный операционный бизнес, который требует профессиональных компетенций и ежедневного контроля.

— Вы организовали проект «Школа шаурмы». На кого он рассчитан?

— Проект рассчитан на предпринимателей, которые планируют открыть свой бизнес в сфере фастфуда. Мы делимся со студентами опытом, накопленным за 12 лет работы в этой сфере, а после обучения они проходят практику в действующих заведениях.

— Как обстоят дела с кадрами?

— Не зря говорят, что кадры решают всё. Кадровый вопрос всегда был первым, а сейчас он единственный!!! Мы предпри-



нимаем множество мер для его решения: обучение, адаптация, улучшение условий работы, карьерный рост и другие виды материальной и нематериальной мотивации.

— Дайте совет начинающим предпринимателям — как не прогореть?

— Не начинать бизнес — только в этом случае будешь застрахован от предпринимательских рисков. Важно открывать тот бизнес, в котором есть компетенции, а развитие в этой сфере приносит удовольствие.



Сеть ресторанов быстрого питания «Гриль №1»

Адрес: г. Барнаул, ул. Петрова, 196а, офис 1

☎ (3852) 57-17-76

🌐 grilll.org/brn

Рай для интровертов

Барнаульское кафе «Ардекофе» — уютное место для тех, кто хочет уединиться и при этом ценит эстетику. Заведение позиционирует себя как кафе-оранжерею, созданное по мотивам образа Эдемского сада. Душа здесь по-настоящему отдыхает. Кафе существует менее года, но уже успело стать местом притяжения, обязательным для посещения туристов в Барнауле. Как этого удалось добиться, журналу «Предприниматель Барнаула» рассказала создатель заведения **Юлия Королева**.



Создатель кафе «Ардекофе»
Юлия Королева

— Юлия, почему для «Ардекофе» было выбрано знаковое историческое здание?

— Кафе находится в уникальном здании, которое является визитной карточкой Барнаула — дом «Под шпилем». Это памятник архитектуры, которому в этом году исполняется 70 лет. Когда мы зашли в это помещение, то постарались максимально сохранить исторический образ: стены и потолок не подвергались реставрации. Внутри все очень аутентично. И это сказывается на атмосфере. Удивительно, что наша идея кафе-оранжереи неожиданно совпала с проектом «Город-сад», по которому строили Барнаул до революции.

— Какова концепция вашего кафе-оранжереи?

— Концепция нашего кафе предполагает полное уединение гостей. Эта идея поддерживается особой конструкцией закрытых кресел и зонированием помещения живыми крупномерными растениями. Кроме того, у нас запрещена профес-

сиональная фото- и видеосъемка, чтобы не мешать гостям. Для оформления пространства мы принципиально используем только живые растения, у нас нет срезанных цветов, даже на столиках в колбах — отростки растений, которые ждут пересадки. Недаром нас сравнивают с Эдемским садом, называют оазисом в центре города. Действительно, мы использовали для создания пространства кафе образ Эдемского сада. У нас даже есть хамелеон, поющие птицы, рыбка...

— Для меню также была разработана определенная концепция?

— Мы придерживаемся концепции «завтраки целый день», но при этом у нас в меню присутствуют горячие блюда, супы, салаты. Также есть имиджевый раздел в меню с десертами без сахара, глютена и лактозы. А в концепции напитков сделан акцент на магию: меню оформлено в виде карт Таро. С одной стороны карты — стилизованное фото напитка и его состав, с другой — описание особенностей вкуса и информация, как правильно пить данный напиток.

— Делаете ли вы акцент на премиальности?

— Так сложилось, что чаще всего наши гости — это люди с доходом выше среднего, нередко предприниматели, бизнес-леди, но мы ни в коем случае не делаем на этом акцент. Возможно, именно у этой аудитории особо острая потребность в уединении и стремление к эстетике. При этом нередко к нам в кафе приходят на свидание, отдохнуть с семьей, отметить день рождения или даже просто переждать непогоду. Наша сервисная концепция — максимальное гостеприимство, мы не делим гостей по социальным статусам, всех встречаем радушно, с добром, благодаря этому удается преодолевать барьер премиальности.

— Опишите портрет вашего постоянного клиента — кто к вам приходит?

— Это могут быть и управленцы, и прогрессивные студенты, которые интересуются новыми вкусами, блюдами, необычными концепциями заведений. Также в числе постоянных посетителей — любители кофе, которые разбираются во вкусовых тонкостях напитка. Еще один из сегментов посетителей — туристы, гости нашего города, которым нас советуют как место, обязательное к посещению в Барнауле. Ну и, конечно, девушки-блогеры очень любят «Ардекофе», ведь здесь есть что посмотреть, что поснимать и что попробовать.

— «Ардекофе» скоро год. Как оцениваете проект? Оправдались ли ожидания?

— Кафе-оранжерея было моей мечтой. Я видела «Ардекофе» именно таким, какое оно есть сейчас. Поэтому могу сказать, что этот проект — моя сбывшаяся мечта! Ну а подводить итоги пока что рано.

— Были ли факторы и какие выводы из них сделали?

— Ни факторов, ни неоправданных ожиданий не случилось. Да, были трудности, проблемы, но это все просто рабочие моменты, которые довольно быстро решались.

— Сейчас многие молодые люди мечтают открыть свою небольшую кофейню или кафе. Что нужно сделать, чтобы реализовать эту мечту и стать успешным предпринимателем?

— В настоящее время открытие кофейни является модным направлением бизнеса. При этом многие думают, что это достаточно простое и прибыльное дело без особых вложений. Разочарую вас, это совершенно не так! Даже если ты открыл простейшую кофейню в формате to go и поставил некачественное оборудование, не уделяешь должного внимания обучению сотрудников, если нет концепции и главное — если изначально нет мечты, а только желание заработать деньги, то такой проект не будет пользоваться успехом. В основе любого бизнеса лежит, прежде всего, оригинальная идея. Считаю, что нужно открывать что-то новое, чего еще не было. Второй важный аспект — уметь грамотно просчитать эту идею. Общепит — это низко маржинальный бизнес, поэтому здесь важно учитывать даже мелочи. Оптимизировать затраты приходится почти ежедневно, постоянно сравнивать поставщиков, следить за себестоимостью и т.д.

— Какие позиции в меню пользуются наибольшей популярностью?

— Популярность позиций постоянно меняется. Смена предпочтений гостей зависит от времени года, погоды и даже настроения... Мы ориентируемся на кухню Франции и Италии, а что касается меню бара — работаем только с элитными сортами чая, продвигаем культуру черного кофе и альтернативные способы заваривания.

По сравнению с ресторанами у нас небольшое меню, при этом моя принципиальная позиция как руководителя заключается в том, что каждое блюдо мы доводим до совершенства. Я лично слежу за качеством. Нередко приезжаю в свое кафе с семьей как посетитель, при этом основные мои требования — чтобы было очень вкусно и красиво!

— Критика от посетителей бывает? Как реагируете на это?

— Ни один бизнес не обходится без ценных советов со стороны, без отзывов. Лично я реагирую на критику болезненно, ведь это мое детище и мне хочется, чтобы люди были довольны, чтобы им нравилось у нас. Если замечание адекватно, мы, конечно, стараемся исправить ситуацию, делаем комплимент, корректируем счет.

— Говорят, что людям никогда не угодишь. В еде это тоже так?

— Самое простое сказать, что о вкусах не спорят. При этом я убеждена, что нужно всегда стремиться к идеалу, тогда и не придется оправдываться вкусовщиной или говорить, что о вкусах не спорят.

— Что важнее — интерьер, еда или персонал?

— Главные киты успеха ресторанного бизнеса — это симбиоз таких составляющих, как эстетичный интерьер, вкусная еда, красивая подача и сервисная концепция. Мы огромное внимание уделяем обучению сотрудников.

— Должен ли собственник постоянно находиться в кафе и следить за всем?

— Я считаю, что нет. Поверьте, не доставляет абсолютно никакого удовольствия постоянно находиться в кафе и своим

присутствием вселять ужас в сотрудников. Многие думают, что только в этом случае заведение будет работать хорошо. Но задача руководителя — настроить все процессы таким образом, чтобы бизнес работал максимально эффективно без вмешательства собственника. Для личного контроля в нашем кафе есть управляющий, шеф-повар, шеф-бариста и т.д. Конечно, я максимально включена в бизнес и контролирую все. Ежедневно на час-полтора заезжаю в кафе, но большую часть времени работаю дистанционно.

— Вы сами любите готовить?

— Да, люблю, в свое время даже очень увлекалась этим, баловала свою семью разными блюдами. А прежде чем открыть «Ардекофе», даже прошла, что называется, разведку боем — обучилась на бариста, чтобы понимать все технологические процессы изнутри.

— Назовите ваш главный принцип успеха.

— Работать честно. Работать качественно. Работать с лучшими. И никогда не сдаваться.



АРДЕКОФЕ
НА ЕДИНЕ СО ВКУСОМ

Кафе «Ардекофе»

Адрес: г. Барнаул, пр-т Ленина, 82

☎ 8-913-021-91-21

Яркие события 2024 года

На «Дне сибирского поля» приняли участие более 180 компаний города Барнаула.

Экспозиции из техники оформили такие крупные предприятия, как «Агроцентр», «Ростсельмаш», «Гомсельмаш», «Мустанг-Сибирь», «Техно-Профи», «АСМ-Агро», «РУФ» и другие.



Отдельным блоком пищевой и перерабатывающей промышленности свою продукцию представили такие предприятия, как Барнаульский пивоваренный завод, «Персона», «Велкен», «Интер-масло» и другие.

Гостям праздника для дегустации были представлены напитки, сыры, кондитерские изделия, в т.ч. новая линейка безалкогольных напитков от Барнаульского пивоваренного завода, всеми любимое семя подсолнечника компании «Велкен».



Торжественные мероприятия ко Дню российского предпринимательства и Дню работника торговли.

