



№ 32/2025

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ БАРНАУЛА



С ДНЕМ
РОССИЙСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



Барнаулский
завод АТИ



Артём ШАМКОВ,
генеральный директор
ООО «Барнаулский завод АТИ»



26 мая –
День российского
предпринимательства

Уважаемые предприниматели!

От всей души поздравляю вас с профессиональным праздником!

Одним из важнейших факторов социально-экономического развития города является активность бизнеса. Предприниматели совершенствуют производства, создают рабочие места, пополняют бюджет.

Деловое сообщество Барнаула вносит неоценимый вклад в комфорт горожан, участвуя в благоустройстве территорий, поддерживая культурные проекты и спортивные состязания. Вместе с администрацией краевой столицы вы собираете и направляете гуманитарные грузы для бойцов специальной военной операции и жителей новых российских регионов.

Уважаемые предприниматели, примите самые искренние слова благодарности за вашу инициативность и активную гражданскую позицию.

Желаю счастья, здоровья, благополучия, удачи, успеха во всех добрых начинаниях!

Глава города

В.Г. Франк

В НОМЕРЕ



65 ЛЕТ В НОГУ СО ВРЕМЕНЕМ

Артем ШАМКОВ, генеральный директор ООО «Барнаульский завод АТИ»

4



ИСКУССТВО
СО СМЫСЛОМ

**Алексей
ЕРМОЛЕНКО,**

основатель
ООО Ювелирный
завод «ЕРМОЛА»,
об искусстве
в ювелирном
деле

8



ЗДОРОВЫЙ
БИЗНЕС

**Виталий
САРТАКОВ,**

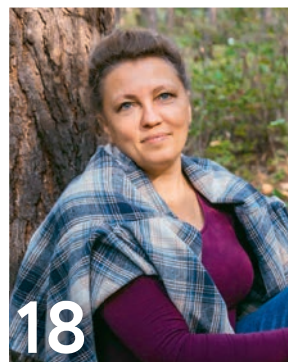
руководитель
компаний
ООО «Фитоком
Алтай», о секрете
эликсира
молодости

12



ЗДОРОВЫЙ БИЗНЕС

**Олег
МАХНАКОВ,**
владелец компании
ООО «Рикон»,
о натуральных
продуктах бренда
LAMI



ЗДОРОВЫЙ БИЗНЕС

**Марина
ПРОКОПЕНКО,**
генеральный директор
компании
ООО «АМАРА»:
«Здоровье –
это не только
лекарство»



ЗДОРОВЫЙ БИЗНЕС

**Ольга
СОТНИКОВА,**
владелица аптечного
пункта «Доктор
Сотникова»,
об истории
в аптечном бизнесе



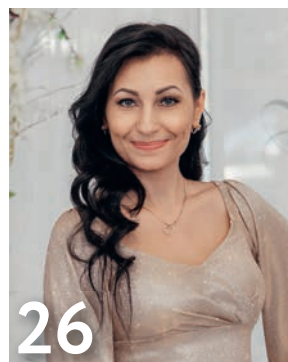
ЗДОРОВЫЙ БИЗНЕС

**Алиса
ВЕЛИГОРСКАЯ,**
основатель бренда
«Из леса»,
о создании не просто
предметов быта,
а целых историй



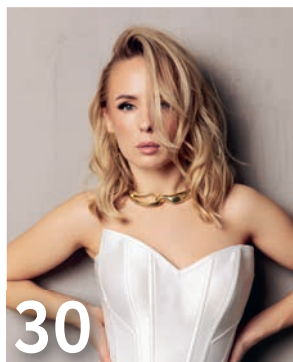
ИЗ ХОББИ В БИЗНЕС

**Владимир
ЛЕОНОВ,**
основатель
производственной
фирмы «ЭлитХвост»,
об уюте наших
«хвостиков»



СВАДЕБНЫЙ ПЕРЕПОЛОХ

**Марина
КУЗНЕЦОВА,**
руководитель ивент-
агентства «Свадебный
Советник Барнаул»,
о создании идеального
праздника



СВАДЕБНЫЙ ПЕРЕПОЛОХ

**Наталья
СВИСТУНОВА,**
владелица сети
свадебных салонов
«Pudra wedding store»:
«Свадебная индустрия –
это психотерапия
в блесках»



СВАДЕБНЫЙ ПЕРЕПОЛОХ

**Виктор
САВЕНКО,**
директор семейного
клуба «ДИНАСТИЯ»,
о создании места,
куда возвращаются
снова и снова



34

**СВАДЕБНЫЙ
ПЕРЕПОЛОХ****Дарья
БОНДАРЕВА,**

руководитель
загородного комплекса
«ЗОЛОТАЯ ПОДКОВА»,
более 20 лет воплощает
важные события в
особенные



36

**СВАДЕБНЫЙ
ПЕРЕПОЛОХ****Елена
ЦИМЕРМАН,**

свадебный флорист-
декоратор:
«Декор –
это не роскошь,
а необходимость»



40

**СВАДЕБНЫЙ
ПЕРЕПОЛОХ****Евгения
ДЕХАНД,**

директор сети
студий «Sahar&Vosk»,
о секретах успеха
в мире красоты



42

**СВАДЕБНЫЙ
ПЕРЕПОЛОХ****Светлана
САХАРОВА,**

директор
салона цветов
«Александровский
сад»: «Цветы – это
инвестиция в чувства»



44

**МОЛОДЕЖНОЕ
ПРЕДПРИНИМА-
ТЕЛЬСТВО****Дмитрий
ШАЛИМОВ,**

основатель детейлинг-
студии «LuxUp»,
о превращении хобби
в успешный бизнес



46

**МОЛОДЕЖНОЕ
ПРЕДПРИНИМА-
ТЕЛЬСТВО****Роман
ПОРОХОВ,**

директор компании
ООО «КранСервис22»:
«Сила в высоте»



48

**НОВЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ****Сергей
УЛАНОВ,**

основатель
компании ООО
«СПИКОМЭНЕРГО»,
о разработке
уникальных
станков



52

**ОХРАНА
ТРУДА****Мария
ВИШНЯК,**

директор по развитию
«Центра комплексной
безопасности труда»,
о важности
безопасности
сотрудников

ЗАВОД – ЭТО ЖИВОЙ ОРГАНИЗМ: ИНВЕСТИРУЕМ В ЦЕХА, РАСТИМ ЧЕМПИОНОВ И ПОМОГАЕМ РОДИНЕ

Есть предприятия, чья история неотделима от истории региона и страны. Барнаульский завод автоформованных термостойких изделий (БзАТИ) – именно такой. В 2025 году он отмечает 65-летие. Возраст, за которым – десятилетия уникального производства, преодоление кризисов и постоянное развитие. За последние семь лет в модернизацию вложено более миллиарда рублей, открыты новые цеха, освоены импортозамещающие технологии. Как удастся держать такой темп? И почему для генерального директора Артема Шамкова завод – это не только производство, но и большая социальная работа, поддержка спорта и помощь защитникам Отечества через Фонд Владимира Шаманова – читайте в интервью.



Артём Шамков,
генеральный директор
Барнаульского завода АТИ

– Артем Юрьевич, Барнаульскому заводу АТИ в 2025 году исполняется 65 лет – серьезный возраст. Если оценивать путь, пройденный предприятием, какие события вы назвали бы ключевыми, поворотными, теми, что определили его сегодняшний день?

– Да, 65 лет – это целая эпоха. Ключевое, наверное, само рождение завода как части большого химического кластера, созданного еще в советское время здесь, в Барнауле. Мы всегда были частью чего-то большего. Потом, конечно, были разные этапы, и непростые 90-е, и новые вызовы. Но, я думаю, поворотным стало решение не просто выживать, а активно развиваться в новых экономических условиях, искать свои ниши, модернизировать производство. Мы всегда старались сохранять главное – выпуск качественной, нужной продукции по нашим трем основным направлениям: фрикционные изделия, прокладочные материалы и различные виды термоизоляции.

– Вы упомянули новые вызовы... Одним из таких серьезных испытаний стала пандемия. Как вы тогда справились и насколько это возможно скорректировало планы развития?

– 2020 год, конечно, стал проверкой на прочность, вы правы. Как и многие, мы оказывали помощь врачам. На какое-то время даже приостанавливали работу. Это было время неопределенности. Но, знаете, промышленники очень благодарны губернатору края Виктору Петровичу Томенко за то, что уже в апреле 2020-го было принято решение о возобновлении деятельности предприятий, конечно, с соблюдением всех мер безопасности. Этот кризис мы прошли, он нас в чем-то мобилизовал, заставил быть более гибкими, но стратегические планы по развитию не отменил.

– Обычно после таких кризисов многие уходят в режим экономии, затягивают пояса. А Вы, наоборот, говорите, что планы не отменили, и мы знаем о крупных инвестициях – более миллиарда рублей за последние семь лет. Куда пошли эти средства, если не секрет?

– Технологическое обновление, запуск инновационных производств – вот тот путь, по которому нужно двигаться, если мы хотим развиваться и оставаться конкурентоспособными. Стоять на месте в нашей отрасли нельзя. Более одного миллиарда рублей с 2017 года пошли на глубокую модернизацию, перевооружение, замену оборудования, запуск совершенно новых цехов. Это и собственные средства, и, что очень важно, ресурсы, привлеченные благодаря различным институтам поддержки – региональным, федеральным. Субсидии, льготные кредиты, лизинг – без этих инструментов такие масштабные проекты реализовать было бы гораздо сложнее.





– Расскажите, что из недавно запущенного вы сами считаете особенно важным для завода, может быть, какой-то проект, которым гордитесь?

– Да, программа импортозамещения для нас стала серьезным стимулом. Помимо наших традиционных направлений, мы освоили целый ряд новых, уникальных для себя продуктов. Еще в 2018 году в рамках кластерного проекта мы открыли цех по выпуску бесбестовых тормозных колодок для грузовиков, автобусов – и отечественных, и импортных. Сейчас с учетом санкций эта продукция очень востребована, мы даже запустили вторую очередь цеха в августе 2024 года, освоили выпуск колодок для поездов «Ласточка», «Иволга». Гордимся и цехом промышленных уплотнений, запущенным при поддержке Фонда развития Алтайского края, и уникальным для нашего региона производством гибкой фольги на основе терморасширенного графита – аналогов за Уралом нет. Это все – наш ответ на запросы рынка и вклад в технологическую независимость.

– Вы упомянули кластерный проект. Насколько известно, Барнаульский завод АТИ был одним из инициаторов создания в регионе промышленного химического кластера. А в чем конкретно польза такой совместной работы для вас и для других участников? Это формальность или реальный инструмент?

– Наш проект по бесбестовым колодкам, который мы защищали в Минпромторге, был первым таким от нашего региона. Статус участника кластера позволил нам, например, получить федеральную субсидию, компенсировать часть затрат на оборудование по 41-му постановлению. Это реальные деньги. Кроме того, кластер – это площадка для кооперации, для совместной работы над проектами, для более эффективного взаимодействия с органами власти, научными организациями. Это помогает быстрее запускать нужные стране продукты.

– Если говорить о сотрудничестве и новых форматах, вы не так давно возглавили в Алтайском крае Клуб молодых промышленников. Это всероссийское движение. Зачем понадобилось объединять именно молодых руководителей? У них какие-то особые проблемы или задачи?

– Идея клуба, который активно развивается по всей стране, очень правильная. Молодым руководителям, которые приходят в промышленность часто со свежими идеями, амбициями, нужна своя площадка. Для чего? Чтобы обмениваться опытом – мы ездим друг к другу на предприятия, смотрим, кто как работает. Чтобы вместе учиться, повышать компетенции. Чтобы выстраивать прямой диалог с властью, доносить свои предложения. И, конечно, кооперироваться, находить партнеров для новых проектов. Наше алтайское отделение открылось в августе 2024-го, и оно активно растет. Мы вместе ищем решения общих проблем, и одна из самых острых – это кадровая.

– А в чем главная сложность с кадрами конкретно на вашем предприятии? Как вы с ней работаете?

– Кадры – это сегодня, пожалуй, вызов номер один для всей промышленности. Не хватает и квалифицированных рабочих, и инженеров. Мы постоянно участвуем в ярмарках вакансий, тот же Клуб молодых промышленников активно работает на площадке «Заводская проходная». Стараемся привлекать молодежь, работаем с вузами, колледжами. Но главное – создавать такие условия на самом заводе, чтобы людям хотелось здесь работать, чтобы они видели перспективу, чувствовали заботу. Это и достойная зарплата, и условия труда, и социальный пакет.

– К слову, о заботе. Кроме понятных вещей вроде зарплаты, Барнаульский завод АТИ известен своей активной социальной позицией: у вас современный спортзал для сотрудников, футбольная команда, которая, кстати, является призером корпоративных игр, разные заводские соревнования, поддержка городских проектов. Это ваша личная вовлеченность, потому что вам это интересно, или это продуманная корпоративная стратегия?

– Я убежден, что завод – это, прежде всего, люди. И эффективность труда напрямую связана с отношением к ним, с атмосферой в коллективе, поэтому для нас важны и спортзал, где сотрудники могут заниматься с тренерами, и наша футбольная команда, и спартакиады по лыжам, подледному лову, теннису. Это часть корпоративной культуры, которая спланирована. Но мы стараемся выходить и за пределы завода: участвуем в создании общественных пространств, скверов, поддерживаем городские спортивные, культурные мероприятия. Это, если хотите, наша социальная ответственность перед городом и краем, где мы живем и работаем. Хотел бы поблагодарить администрацию Барнаула и главу города Вячеслава Генриховича Франка за сотрудничество и поддержку в реализации наших проектов.

– Ваш завод был генеральным спонсором или генеральным партнером и этапа Кубка мира, и международных регат на нашем гребном канале. И еще турнир по армейскому рукопашному бою на призы Владимира Шаманова, ставший уже традиционным. Почему именно эти довольно разные виды спорта вам так близки?

– Во-первых, мой отец Юрий Вениаминович Шамков, являясь председателем Федерации гребли на байдарках и каноэ Алтайского края, прилагает большие усилия для популяризации этого вида спорта. Во-вторых, гребля – это очень красивый, зрелищный вид спорта. А в-третьих, у Алтайского края с нашим уникальным гребным каналом есть все шансы быть одним из центров развития гребли мирового уровня. Мы были рады поддержать и Кубок Чемпионов, и этап Кубка мира, и международную «Алтайскую регату. Кубок братьев Агеевых и олимпийских чемпионов Юрия Постригая и Александра Дьяченко», и недавний «Фестиваль драконов». Это события, которые при-

влекают тысячи зрителей, гостей, это престиж края. Армейский рукопашный бой – это другое. Это воспитание характера, силы духа, патриотизма. Турнир на призы Героя России Владимира Анатольевича Шаманова, который мы провели уже в десятый раз, стал настоящим брендом, он собирает сильнейших бойцов-военнослужащих со всей страны.

– Вы упомянули Владимира Шаманова. И здесь еще одна важная часть вашей общественной работы – вы возглавляете Попечительский совет Фонда «Защитники Отечества». Казалось бы, где руководитель промышленного предприятия и где военно-патриотические проекты, помощь армии? Как вы оказались в этой сфере?

– Для меня это, прежде всего, большая честь и ответственность, связанные с личностью Владимира Анатольевича Шаманова, Героя России, нашего земляка, человека-легенды. Фонд существует уже 9 лет, и его работа в сфере патриотического воспитания всегда была важна. А с началом специальной военной операции фонд, естественно, не мог остаться в стороне. Помощь бойцам на передовой, жителям новых регионов стала нашим долгом. Мы активно сотрудничаем с ветеранскими организациями, с государственным Фондом «Защитники Отечества», с Союзом промышленников Алтайского края. Заводчане, другие предприятия, просто неравнодушные люди – все помогают.

– Сейчас много говорят о патриотизме, но не всегда понятно, как донести эти идеи до молодежи, чтобы это не выглядело формально, для галочки. Из вашего опыта работы в фонде, какие форматы патриотической работы, на ваш взгляд, действительно заходят молодым, вызывают искренний отклик?

– Формализм точно никому не нужен, он только отталкивает. Лучше всего работает живое общение. Например, проект «Вахта Героев», когда в регионы приезжают Герои Советского Союза, Герои России, полные кавалеры ордена Славы и встречаются со школьниками, студентами. Я сам видел, с каким интересом ребята слушают, задают вопросы военным, космонавтам – это производит огромное впечатление. Наш турнир по армейскому рукопашному бою – это тоже пример. Важны современные, интерактивные форматы, понятные молодежи: квесты, исторические реконструкции, даже компьютерные игры, основанные на нашей истории.

– То есть будущее как раз за такими более современными и неформальными подходами в патриотическом воспитании, которые учитывают интересы самой молодежи?

– Безусловно. Нужно говорить с молодыми на их языке. Использовать лучший опыт, который есть в школах, вузах, в детских и юношеских организациях, которых, к счастью, у нас немало. Важна системность, преемственность – от детского сада до вуза. И нужно готовить педагогов, которые могут увлечь, зажечь. Радует, что страна возвращается к своим традициям в образовании, воспитании. Посмотрите на волонтерское движение, на студенческие отряды, которые возродились, – это же реальные примеры самоорганизации молодежи, их желание быть полезными. Патриотизм, гордость за свою страну могут и должны стать такой объединяющей силой.

– Артем Юрьевич, Барнаульский завод АТИ встречает 65-летие с новыми цехами, серьезными планами, активной социальной позицией. Если говорить о ближайшем будущем, какие главные ориентиры, может быть, самые важные цели вы ставите перед собой и перед предприятием?



– Главное – не стоять на месте, продолжать развитие. Это касается и наращивания объемов производства по востребованным направлениям, и освоения новых видов продукции, которые нужны стране, особенно сейчас, в условиях санкций. Конкуренция серьезная, поэтому нужно постоянно работать над качеством, эффективностью, внедрять новые технологии. Огромная задача – это кадры, о чем мы уже говорили. Будем еще активнее работать с учебными заведениями, создавать условия для привлечения и закрепления специалистов. Ну и, конечно, продолжать наши социальные и патриотические проекты. Завод – это живой организм, и мы будем делать всё, чтобы он был здоровым, сильным и приносил пользу людям, Алтайскому краю и всей России.



ООО «Барнаульский завод АТИ»

656023, Россия, г. Барнаул,
Алтайский край,

проспект Космонавтов, 14

тел.: 8-800-775-67-55,

+7 (3852) 201-722,

e-mail: info@barnaul-ati.ru

<https://barnaul-ati.ru/>



ЕСЛИ В ВЕЩАХ НЕТ СМЫСЛА, ОНИ НЕ СТОЯТ НИЧЕГО, МЫ СОЗДАЕМ ИСТОРИЮ

Алексей Ермоленко – человек, который превратил ювелирное дело в искусство со смыслом. Сегодня его ювелирный завод «ЕРМОЛА» в Барнауле известен далеко за пределами Алтайского края. Медали для чемпионата мира по боксу в Сербии, боксерский пояс для президента, входные двери и икона в Храм князя Владимира в Анапе, бронзовая карта Барнаула 1860-х годов, подарки для губернаторов и первых лиц страны – все это создано здесь. Как из базара 2000-х вырос завод, чьи работы доверяют чемпионам и первым лицам? И почему гарантия на изделия здесь – до 2052 года? Об этом – в нашем интервью.



Алексей Ермоленко,
основатель ювелирного
завода «ЕРМОЛА»

– Алексей, начнем с того, что впечатляет: ваши медали вручаются чемпионам мира, а подарки оказываются в руках президента и губернаторов. Как справляться с грузом такой ответственности?

– Это борьба с самим собой, невозможного ничего нет: сердце колотится, но азарт перекрывает страх. Помню, как делали пояс национального лидера для Владимира Путина... Пять производителей отказались, побоялись дедлайна в семь дней, а у нас все получилось. Моя команда может работать в таком темпе. После мероприятия приятно было узнать, что президент забрал подарок сам, унес на плече и сел в автомо-

биль. А медали для чемпионата мира по боксу в Сербии-2025 мы изготовили за 10 дней, также забрал ночью чемоданы и полетел на открытие. Креативный опыт нашей команды зашкаливает. Сейчас по формату медалей мы подали заявку на оформление патента.

– Кстати, о медалях – в чем их уникальность?

– Мы создали совершенно новый формат медали. Если стандартная медаль – единое целое, и награждается только призер, то наша состоит из двух частей, одна – для призера, другая – для тренера. Иными словами – «ОДНА ПОБЕДА – ДВОЙНАЯ НАГРАДА». По внешнему виду не поймешь, что она двойная.





Это как русская матрешка – вроде одна вещь, а внутри – целый мир. При этом мы разработали такую технологию соединения двух частей, что глянцевую поверхность внутри при соединении нельзя поцарапать.

– Это же не просто бизнес, а что-то очень личное. Какие эмоции вас захватили, когда ваша работа оказалась на таком уровне? Это как выйти на пьедестал самому?

– Это как победа на ринге. Я знаю чувство, когда ты побеждаешь, эти эмоции ни с чем не сравнить. Здесь было то же самое, только ты не получаешь медаль за победу, а видишь свою продукцию на призерах, которые шли к этому годами – так же, как и ты, чтобы это сделать и увидеть. Обратная связь от спортсменов, тренеров и участников вдохновляет, все удивляются и

говорят, что наконец-то награду получает тренер, человек, без которого не было бы и спортсмена. Это очень приятно.

– Как такие громкие проекты влияют на ваш бизнес?

– Конечно, они поднимают репутацию, нас начинают узнавать. Люди видят: мы не просто делаем вещи, а вкладываем в них смысл. У нас нет рекламы, нас рекомендуют заказчики друг другу. Но все это – итог долгого пути.

– К слову, о пути. Ведь ваш начинался не в стерильных офисах и на красных дорожках, а на старом базаре Барнаула в 2000-х. Расскажите о нем.

– Базар 2000-х – моя первая бизнес-школа. После получения высшего образования и руководящих постов в крупных компаниях я думал о бизнесе, который будет совпадать с моими жизненными принципами, и мое дело будет по душе. Вспомнил себя в 17 лет «валютчиком-золотником» – первые сделки и первые клиенты, решил в 2014 году начать свою историю с точки по скупке золота на «Новом рынке» и вот сейчас – развиваю производство на федеральном и международном уровне.

– В 2024 году в Нагорном парке Барнаула установили макет исторического центра, созданный вами. После микромира ювелирных изделий – сразу город в 700 деталях. Что это было – авантюра, вызов или зов сердца барнаульского мастера?

– Конечно, вызов, карта Барнаула – один из самых сложных проектов. Она состоит из 700 деталей, 28 укрупненных объектов, и все с исторической достоверностью 99%. Мы работали с пятью историками, представителем церкви, специалистами администрации, чтобы учесть все детали – вплоть до надписей на демидовском столпе, которые можно прочитать в лупу. Для меня это не просто проект – это вклад в историю города.





– Судя по всему, за каждым изделием кроется своя философия. Что служит вашим внутренним компасом при выборе проектов?

– Мой главный компас – эмоции клиентов. Бесстрастный проект, даже прибыльный, меня не вдохновит. Для меня важен смысл в нашей продукции, она должна быть живая, поэтому наш слоган – «Создаем историю». Компания названа моим именем – это мой личный бренд и ответственность. Ювелирный завод «ЕРМОЛА» – больше чем бизнес, это семейное дело, как ребенок. А логотип «Золотая рыбка» в названии – символ исполнения мечты и знак зодиака моей дочери.

– А есть у вас какие-то профессиональные табу?

– Никогда не обманывать клиента. Второе – конфиденциальность. Третье – я никогда не берусь за проекты, которые мне не нравятся.

– Вы даете гарантию на свои изделия до 2052 года. Это смелое заявление. Что оно значит для вас и ваших клиентов?

– Это моя философия. Я уважаю и люблю своих клиентов, гарантирую обслуживание своих изделий, планирую работать до 70 лет, а в 2052 году передам управление ювелирной империей достойному человеку, кто продолжит развивать ювелирную историю, а сам буду отдыхать. Мне важно, чтобы заказчики знали, что у них есть семейный ювелир.

– У вас есть глобальная цель – стать «новым Фаберже». Что для вас значит эта планка?

– Фаберже – это не просто имя, это символ эпохи. Моя задача – создать свой уникальный почерк, который будут помнить через века. Например, сейчас я работаю над коллекцией краснокишневых животных России, планирую создать более 500 моделей. Это будет не просто набор фигурок, а настоящая

энциклопедия исчезающих видов в ювелирном исполнении. Хочу, чтобы через века люди смотрели на эти изделия и понимали – вот они, животные, которых мы чуть не потеряли, но успели сохранить.

– И напоследок – блиц. Какой камень вас завораживает больше всего и почему?

– Алтайская яшма, полудрагоценный камень. Символично, что Большая Колыванская ваза изготовлена из этого камня. Я осознаю, насколько это значимо для региона.

– Место в Алтайском крае, где вы перезаряжаетесь?

– Бирюзовая Катунь.

– Золото, серебро или платина – что бы выбрали для своего личного украшения?

– Золото.

– Если бы вам доверили создать вещь для исторической личности, кто бы это был?

– Екатерина Великая. Корона из алтайского серебра с Барнаульского сереброплавильного завода.

– Роскошь – это что для вас?

– Когда семья вместе, все живы и здоровы.

– А в чем ваша сила?

– Мои дочь и сын.

ООО Ювелирный завод «ЕРМОЛА»

г. Барнаул, переулок Ядринцева, 65

☎ тел.: 8 (800) 600-14-91,

+7 (3852) 99-35-99

🌐 <https://ermola.art/>

📌 <https://vk.com/ermola.uvelir>

📷 https://www.instagram.com/ermola_art?igsh=dTl6ZmVmbXBzaDYy

ГЛАВНЫЙ ПРИНЦИП – НЕ НАВРЕДИ И НЕ ОБМАНИ

Алтай – это не просто географическая точка, это почти синоним здоровья, место силы природы. Именно здесь, в Барнауле, уже более 35 лет работает компания «Фитоком Алтай», создавая БАД и фиточаи из местного сырья. Как семейная мечта об эликсире молодости превратилась в устойчивый бизнес, почему алтайские травы – это честно и можно ли доверять БАД в эпоху маркетплейсов – в интервью с одним из основателей и руководителем компании Виталием Сартаковым.

– Виталий Владимирович, более 35 лет на рынке – целая эпоха. С чего начиналась эта долгая история «Фитоком Алтай»? Была какая-то искра, которая все зажгла?

– Все началось еще в конце 80-х, во времена первых кооперативов. Это был семейный бизнес: мой старший брат – провизор по образованию, я – экономист, менеджер по бизнес-процессам, и наши родители. Мы создали Агрофармацевтический холдинг, в котором позже и появилась одна из производственных дочек

ООО «Фитоком Алтай». К сожалению, брата и родителей уже нет, на данный момент я и мои дети руководим всеми процессами, сегодня я одновременно являюсь собственником и генеральным директором компании. А тогда мы загорелись идеей создать... настоящий эликсир молодости. И почти нашли его. Нам удалось выделить из косточки облепихи ценное растительное вещество витамин F – «фактор молодости». Даже получили несколько патентов на само вещество и на технологию его получения. Витамин F – это сочетание трёх полиненасыщенных жирных кислот: альфа-линолевой, которая входит в группу омега-3, арахидоновой и линолевой, относящихся к группе омега-6. Вот так, со ста килограммов облепихи, началась наша маленькая империя.

– И вы до сих пор ждете и верите в чудеса?

– Я их не жду, я их создаю. Самое сильное вдохновение – это благодарности от людей, от потребителей нашей продукции. Например, наш БАД «Дар счастья» для улучшения детородной функции у супружеских пар. Несколько пар, которые годами не могли завести ребенка, после его приёма стали родителями. Даже две наши сотрудницы, у которых не получалось долго забеременеть, также после приема этого БАД вскоре ушли в декрет. Ну разве это не чудо?

– Как вы вообще находите такие уникальные рецепты?

– По крупицам собираем древние знания. В начале пути мы ездили по селам и деревням Большого Алтая и Сибири, беседовали со старожилами, изучали старинные рецепты. Так и появился БАД «Дар счастья», в составе которого травы, популярные веками в народной медицине: панцерия шерстистая (измаген) и грушанка круглолистная.

– Сейчас модно говорить о натуральности продукции. А что для вас лично значит «натуральный продукт»?

– Это принцип экологичного и чистого производства продукции, которым не поступлюсь никогда. В составах наших БАД нет ни грамма химии, никаких красителей, ароматизаторов. Мы специально подчёркиваем это везде и всегда. 70% сырья – дикорастущие алтайские травы, остальные 30% тоже российские, все сертифицированные и тщательно проверенные. В нашем производстве продукция проходит трехступенчатый контроль качества, имеем международный сертификат ISO 9001:2015 (система менеджмента качества). Вот это и есть настоящая натуральность.

– Но бум БАД имеет и обратную сторону – рынок наводнили пустышки, доверие подорвано. Как в этой ситуации вы доказываете покупателю, что вам можно верить, что ваша продукция – не плацебо?

– Нужно смотреть, кто производитель. У настоящих производителей есть собственное производство, лаборатория, запатен-



Виталий Сартаков,
руководитель компании ООО «Фитоком Алтай»



тованные технологии. А у перекупщиков ничего этого нет – три стула, стол и максимум офис. Мы открыто говорим, где и как собираем травы, как их перерабатываем. У нас в штате главный технолог, начальник ОКК (отдел контроля качества), врач-биохимик, который ежедневно отвечает на сотни вопросов наших покупателей, в том числе и на маркетплейсах.

– **Чем вы особенно гордитесь из вашего ассортимента сегодня?**

– Однозначно, нашим БАД «Пробиотик Эксперт Мультиформула». Он стал победителем конкурса «Лучший товар Алтая 2023 года». А главное, он реально помогает людям с дисбактериозом и проблемами пищеварения. Очень много положительных отзывов от покупателей. Одна женщина из города Перми написала: «Это настоящее чудо, которое изменило всю мою жизнь. Благодарю создателей этого препарата».

– **А есть ли растение, которое можно назвать символом алтайского здоровья?**

– Конечно, облепиха! Мы начинали с её переработки и до сих пор активно используем в рецептурах наших препаратов. В Японию на остров Хоккайдо мы даже отправили десять тысяч саженцев алтайской облепихи. Японцы остались очень довольны, хотя признают – у нас она всё равно лучше по физико-химическим и органолептическим показателям.

– **Кстати, о международном опыте. Сейчас вы работаете с зарубежьем?**

– Сейчас в основном работаем в России, иногда с Казахстаном и Арменией. Раньше были и другие страны ближнего и дальнего зарубежья, но события последних лет, конечно, внесли свои коррективы.

– **Последние три года для вас – это время кризиса или возможностей?**

– Однозначно возможностей. После начала пандемии COVID-19 и после начала СВО и предъявления России разных санкций мы ощутили мощный рост – наша продукция стала более востребованной в РФ и странах ЕАЭС, открылись новые рынки сбыта, мы освоили маркетплейсы. Президент РФ призвал бизнес и предпринимателей к импортозамещению – мы его услышали и сделали рывок.

– **Давайте про бизнес-философию. Кто для вас конкуренты?**

– Мы считаем своих конкурентов учителями и мотиватора-

ми. Конкуренты заставляют нас совершенствоваться, не останавливаться на достигнутом, думать, развиваться. Без них было бы скучно.

– **Вы помогаете восстанавливать храмы в Барнауле. Это дань моде или что-то личное?**

– Это личное, внутренний порыв. Мы участвовали в строительстве храма Иоанна Богослова на ул. Балтийской, часовни Александра Невского возле Вечного огня на пр. Ленина, помогали Знаменскому монастырю в восстановлении колокольни и куполов. Для меня православие – важная часть жизни и работы.

– **А какой личный принцип вы никогда не нарушите?**

– Никогда не обманывать потребителя. Лучше уйдем в убыток, но сохраним честность и порядочность. Мы не экономим на ингредиентах, не уменьшаем дозировки действующих веществ. Это свято.

– **В чем ваша личная мотивация просыпаться по утрам?**

– Семья, коллектив, предприятие, отзывы покупателей. Когда друзья и знакомые спросили: «Виталий, как продлить молодость, долголетие и активность в жизни?», пришла идея создать такой препарат. Так был разработан и зарегистрирован БАД «Антиоксидантный комплекс «Формула Долголетия», который замедляет процессы старения, придает силы и активность людям. Вот такие моменты дают силы развиваться и двигаться дальше.

– **И последний вопрос: если бы вы могли создать единственный БАД, который решит главную проблему человечества, что бы это было?**

– Сейчас мы как раз работаем над таким препаратом. Не могу раскрыть всех секретов, но он будет профилактировать самые распространенные болезни нашего века, я бы сказал, болезни цивилизации! Очень скоро он появится на рынке. Возможно, это и будет тот самый эликсир молодости, о котором мы так мечтали всей нашей семьей в начале создания бизнеса!

000 «Фитоком Алтай»

г. Барнаул, ул. Силикатная, 76

тел.: +7 (3852) 50-41-92, 50-41-93

<https://fitocom-altai.ru/>

<https://vk.com/id749184329>

<https://ok.ru/profile/579781742943>

ЗДОРОВЬЕ В КАЖДОМ КУСКЕ

В Алтайском крае, где чистый воздух и зеленые луга создают идеальные условия для производства натуральных продуктов, компания «Рикон» уже много лет знакома потребителям своими сырами под торговой маркой «Зимаречье». В 2024 году компания удивила всех, представив новый бренд LAMI, ориентированный на здоровый образ жизни и функциональные продукты. Мы поговорили с владельцем компании Олегом Махнаковым о том, как его личный опыт борьбы с лишним весом и поиском правильного питания привел к созданию нового бренда LAMI, который уже сейчас производит фурор на рынке функциональных продуктов.



Олег Махнаков,
владелец компании «Рикон»

– Олег Николаевич, ваша компания «Рикон» давно известна на рынке Алтайского края своими сырами «Зимаречье». И вдруг – новый бренд LAMI, фокус на ЗОЖ, функциональные продукты. Что стало толчком к таким переменам?

– Все началось с себя. Жизнь предпринимателя – это постоянное движение, драйв, стрессы. В таком ритме не всегда следишь за питанием. В какой-то момент организм говорит: «Стоп, пора задуматься». У меня такой момент наступил. Лишний вес... Пришлось обратиться к нутрициологам. Они расписали план питания с акцентом на правильные жиры. И тут меня осенило: у нас же есть свое сливочное масло! А что, если его перетопить, получить тот самый чистый молочный жир – гхи? Я о нем слышал, особенно после поездки в Индию, где впервые открыл для себя этот продукт.

– Получается, идея родилась буквально на вашей кухне из личной потребности?

– Именно. Мне нужно было съедать по 10 граммов этого масла в день. Я брал наше масло и поначалу отмерял ложкой – надоело. Решил: надо фасовать, а потом понял: я же не один такой. В России много людей ищут способы добавить в рацион чистое, натуральное, вкусное масло гхи в удобной форме. Так родилась идея вывести продукт на рынок под новым брендом.

– Вы упомянули идеальное качество вашего масла. В чем его секрет? Наверняка дело в знаменитом алтайском молоке?

– Безусловно. Уникальность сыра – основа всего. Мы сами сельхозтоваропроизводители: свой комплекс, свои корма. Работаем с кооперативами в Алтайском районе – это предгорья, чистые луга. Коровы питаются преимущественно свежей травой и сеном (до 85% рациона!), без кислых кормов. Такое молоко богато витамином К2. Мы соединили это сырье, классические технологии вытопки и современное оборудование. Получился шикарный продукт.

– Масло гхи стало флагманом LAMI. А что еще входит в линейку? Концепция «полезного перекуса» расширилась?

– Да, LAMI – это бренд про пользу и функциональность. Начали дорабатывать существующие продукты: например, в сыре «Монарх» снизили соль и выпустили под LAMI. Создали сыр для жарки с интересными добавками – кедровым орехом, папоротником. Это уже не просто перекус, а блюдо. Появилась линейка снеков – сбалансированный по белкам и жирам продукт для тех, кто следит за питанием и кому нужно быстро подкрепиться.

– И самое неожиданное – вы пошли с LAMI в кофейни и рестораны, в сегмент HoReCa. Даже разработали специальные напитки на основе гхи. Расскажите об этом.



– Мы заметили, что в кофейнях Барнаула, даже с ПП-меню, часто не хватает по-настоящему полезных, функциональных опций. Булочки, сладости – это вкусно, но не всегда то, что нужно. Я сам, приходя в кафе, часто не мог найти подходящий перекус. Мы предложили HoReCa наш сыр для жарки – готовится за 2 минуты, полезно, сытно. А потом родилась идея с напитками. Вместе с бариста и нутрициологами разработали целую линейку с нашим маслом гхи.

– **Фитнес, Чарм, Бранч...** Звучит intriguing. Что это за функциональность и для кого эти напитки?

– Функциональность – это когда напиток дает организму что-то еще, кроме утоления жажды. Наши напитки с гхи дают долгую энергию и сытость – можно выпить чашку и 4-5 часов не хотеть есть. Фитнес-напитки (кофе или чай с маслом) – для спортсменов или тех, кто хочет энергии без сахара. Я сам пью такой в обед. Чарм-напитки – на альтернативном молоке (кокосовом, миндальном) с гхи. Нужны для красоты и легкости, помогают бороться с отеками. Бранч-напитки для тех, кто в бешеном ритме. Может быть, и сироп для быстрой энергии, и масло для долгой поддержки. Помогает оставаться в ресурсе. Мы





даже придумали холодные напитки со льдом и маслом. Звучит невероятно, но получилось классно – освежает и питает.

– Но готов ли алтайский потребитель к таким сочетаниям? Масло в кофе – это все-таки непривычно для провинциального региона.

– Знаете, я сам был удивлен. Когда мы запускали напитки в кофейнях Барнаула, оказалось, что люди уже в теме. Многие следят за питанием, знают про пользу гхи. У нас сильное сообщество нутрициологов. Спрос есть, и он растет. Кофейни это видят. Конкуренция огромная, на одном кофе не выедешь. Им нужны «якоря». Наши функциональные напитки и быстрые полезные перекусы помогают им отстроиться от конкурентов и заработать больше, предлагая клиентам то, что им нужно сегодня: быстро, полезно, функционально.

– LAMI – это больше, чем бизнес-проект, это часть вашей философии. Насколько вы сами придерживаетесь ЗОЖ? Что для вас «жить в здоровом теле»?

– Да, LAMI отражает мой образ жизни. Все началось с необходимости – борьбы с лишним весом, консультаций с нутрициологами. Сначала было непросто, но втянулся. Сейчас рацион лаконичен: утром – яйца, днем – напиток с гхи, вечером – легкий перекус. В командировках режим сбивается, но дома возвращаюсь к привычному. Я не фанатик – люблю и шашлык! Главное – баланс и активность.

– Вы – человек явно неумеренной энергии. Что, кроме ЗОЖ, помогает вам оставаться в тонусе?

– Когда работаешь головой, в свободное время нужно обязательно загружать себя физически, поэтому – путешествия,

горные лыжи, квадроциклы, рыбалка. Я постоянно в движении!

– А есть ли у вас любимый продукт из линейки LAMI?

– Наверное, мой фаворит сейчас – импровизированная шаурма: бездрожжевая лепешка, наш мягкий несоленый сыр LAMI, овощи, зелень. Бомбически вкусно и полезно. Думаем запустить что-то подобное. А из напитков очень полюбил чай масала с маслом гхи. Вся семья сейчас пьет напитки с нашим маслом.

– Заглядывая вперед лет на пять: каким вы видите LAMI? Это будет уже знакомый бренд на полках по всей стране или вы готовите еще какие-то сюрпризы, способные снова удивить рынок?

– Мы точно не будем стоять на месте. Ассортимент будет меняться, будем искать новые вкусы, но основа останется неизменной – натуральное алтайское сырье, польза и честность. Знаете, какой для меня главный критерий качества? Мои дети едят то, что мы производим. И это, пожалуй, говорит обо всем.

ООО «Рикон»

г. Барнаул, проспект Калинина, 24а/1, офис 301

телеф./факс: +7 (3852) 35-81-87, 36-15-56

e-mail: td@zimarechye.com

<https://lamialtai.ru>,

<https://zimarechye.com>

<https://vk.com/zimarechye>

<https://rutube.ru/channel/26044128/>

АМАРАНТ – ШВЕЙЦАРСКИЙ НОЖ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ

Здоровье – это не только лекарства, но и осознанный выбор того, что мы едим, пьем и как живем. Марина Прокопенко из Алтайского края больше 30 лет изучает травы и верит: природа может стать мощной поддержкой нашего иммунитета. Ее компания «Амара» выращивает амарант и делает из него ферментированный чай, муку без глютена, масло и сок, которые приобретают во многих регионах России – от Владивостока до Калининграда. Она призывает задуматься: а что мы делаем для своего здоровья заранее?

– Марина, как вы пришли к фитотерапии? Это семейное или личный опыт?

– Все началось с детства. Бабушка лечила нас травами, и я видела, как она помогает людям, потом сама стала изучать растения. Когда родились дети, я исключила больницы из жизни: мои ребята росли на отварах, старший сын ни разу не болел за все школьные годы. Это убедило меня, что природа действительно работает.

– Почему решили выращивать именно амарант?

– Он универсален, как швейцарский нож: можно делать чай, масло, сок, муку – все это укрепляет здоровье. Амарант поднимает иммунитет, насыщает витаминами и белками. Но самое главное преимущество растения – он насыщает кровь кислородом. Наш ферментированный чай за три месяца помогает организму: если пить регулярно, ребенок придет осенью в школу без соплей, а зима пройдет спокойнее. Масло богато скваленом, который защищает организм от свободных радикалов. Сок дает энергию и помогает людям с хроническими болезнями.

– Вы говорите о профилактике онкологии. Это сильное заявление. На чем основаны такие выводы?

– Исследования показали высокое содержание в масле амаранта сквалена (6%) – это мощный защитник клеток. Реальные истории вдохновляют. Люди с онкологией гортани или других органов принимают масло и сок: опухоль не растет, силы восстанавливаются. Мы не утверждаем, что это панацея, но факты говорят о пользе.

– Многим интересно, как снять повседневную усталость. Правда ли, что амарант – природный энергетик?

– В соке и батончиках из амарантовой муки много растительного белка, аминокислот и витаминов группы В. Если пить сок неделю, чувствуешь прилив сил, меньше утомляешься, быстрее восстанавливаешься. Это полезно школьникам, спортсменам и всем, кто в постоянном движении.

– Вы упомянули ферментацию чая. Почему это так важно?

– Мы сначала просто сушили амарант, но обнаружили высокое содержание щавелевой кислоты. При долгом употреблении это может привести к камням в почках. Вместе с нашим АлтГТУ разработали ферментацию, которая убирает лишнюю кислоту, оставляя витамины и антиоксиданты. Так чай становится безопасным и более полезным, чем большинство аналогов.

– Но как убедиться, что травы действительно выращены в экологически чистом месте и сохраняют все свои полезные свойства от поля до прилавка?

– Я сама собираю травы в родных районах (Табун, Завьялово). Следим, чтобы не было грязи, сорной соломой. С сотрудниками научных институтов проверяем состав: в соке нашли лизин (природный антивирус), до-

бавляли выжимки из амаранта в корм козам – надои выросли на 20%. Это говорит о реальном влиянии на живые организмы.

– Что говорят ваш опыт и отзывы покупателей из других регионов?

– Люди отмечают, что дети стали меньше болеть, взрослые бодрее переживают осень и зиму. В Воронеже родители просят побольше ферментированного чая, в Новосибирске ребенок прошел сезон без соплей, в Барнауле женщина за две недели стала активнее. Мужчина с онкологией позвонил и сказал: «Можно рекомендовать вас другим? Чувствую улучшения». Для меня это ценнее любых теорий.

– У амаранта столько преимуществ. А есть ли ограничения?

– Единственное противопоказание амаранта – индивидуальная непереносимость. Остальных ограничений по его употреблению нет.

– Есть люди, которые считают фитотерапию чем-то несерьезным. Что бы вы им ответили?

– Фитотерапия – это наука. Мы сотрудничаем с профессионалами, делаем анализы. Многие врачи сами приезжают, берут продукты, потом делятся мнением. Одна иммунолог рассказывала, что после курса сока стало хватать сил и на работу, и на спорт. Я всегда советую скептикам попробовать.

– Как научить людей не дожидаться болезни, а заниматься профилактикой?

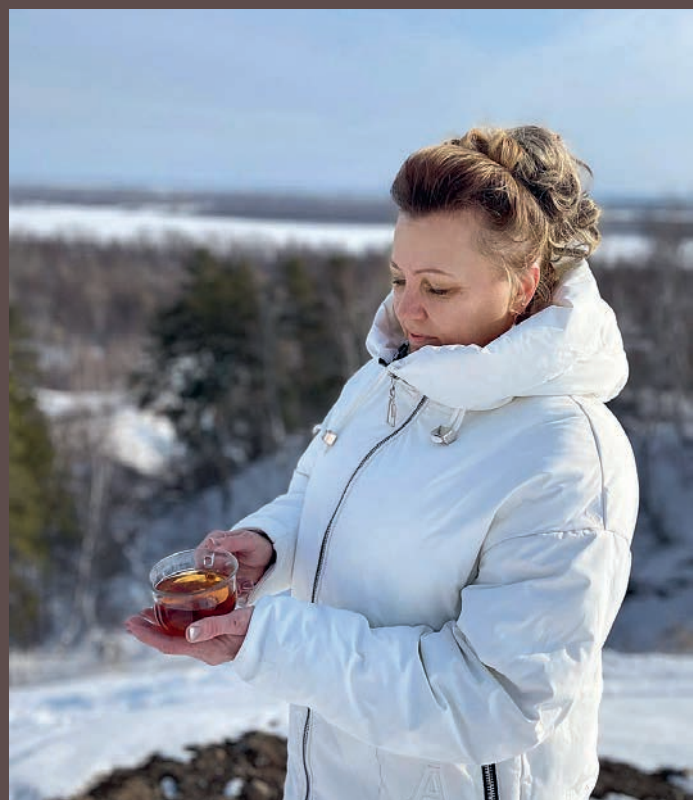
– Надо менять убеждения. Здоровье – это ежедневная работа, а не ремонт по факту поломки. Наши чай, масло, сок дают организму поддержку, чтобы он не ломался. Чем крепче иммунитет, тем легче переносить любые недуги. Если болеть реже – экономятся и время, и силы, и нервы.

– Какую главную мысль о здоровье вы вынесли из наблюдений за природой?

– Природа готова нас лечить, если ей не мешать. Мы сами засоряем организм стрессами, едой с химией. Но возвращение к травам, чистой воде, простым продуктам – уже половина победы. Я не доверяю агрессивной «химии»: организм в состоянии многое восстановить, если мы дадим ему шанс.

– Поделитесь, пожалуйста, своим личным рецептом здоровья.

– Каждый день пью ферментированный чай, добавляю в еду масло амаранта, готовлю выпечку на амарантовой муке – она без глютена и очень питательная. Масло берем только сыродавленное, оно хранится не дольше двух месяцев – это гарант чистого продукта. И, конечно, выбираю места, где хорошо душе: лес, река, тишина. Найдите свою силу в природе. Кому-то помогает душица, кто-то пьет лишь чистую воду, кто-то полюбит амарант. Прислушайтесь к себе. Главное – не пускать здоровье на самотек, ведь профилактика намного мудрее сеансов «аварийного ремонта».



Марина Прокопенко,
генеральный директор компании «Амара»



АМАРА

ООО «АМАРА»

г. Барнаул, 9-й заводской проезд, 7

www.amara-prov.ru

тел: +7 (905) 980-49-95,

+7 (913) 216-85-02

«КАЖДАЯ ТАБЛЕТКА – ЭТО ЦЕЛАЯ ИСТОРИЯ, КОТОРАЯ ПРОДЛЕВАЕТ ЖИЗНЬ»

Ольга Сотникова – владелица аптеки в центре Барнаула, для которой лекарства – не товар, а цивилизационное чудо. Ее аптека на Калинина, 3 – это про душевность и веру в то, что каждая таблетка спасает жизни. В 61 год Ольга сама консультирует покупателей и вспоминает, как в 90-е мчалась за лекарством для новорожденного со скоростью 160 км/ч. Мы поговорили с ней о ее бизнесе, возвращении в фармацевтику и о том, что заставляет ее каждое утро открывать двери аптеки.

– Ольга, как вы, врач по образованию, стали заниматься аптечным бизнесом?

– В 90-е у меня возникли проблемы со здоровьем, нужен был редкий тогда препарат – лидаза. Найти его оказалось практически невозможно. И тогда я подумала: если людям нужны лекарства, а их нет, значит, я найду способ их доставить! Заняла денег, поехала на завод в Томск, уговорила директора отгрузить партию лидазы. Так начался мой путь в фармацевтике – с веры в то, что если есть нужда, то всегда найдется и решение.

– Звучит как история из 90-х: риск, упорство, почти авантюра. Но вы ведь не сразу стали бизнесвумен. Где-то между этим вы чуть не ушли в кино.



Ольга Сотникова с Валерием Золотухиным



– Да, это правда. Я окончила Алтайский государственный медицинский институт, но всегда была творческим человеком. В 2000-е я снимала фармацевтическую программу «Аптека доктора Сотниковой» и даже покупала эфирное время на СТС. Чтобы сделать аптеку популярной, приглашала известных актеров, которые приезжали в Барнаул. Так я познакомилась с Львом Дуровым. Он посмотрел на меня и сказал: «Какая аптека? Вы должны снимать кино!». Он меня вдохновил. Я отправилась в Москву и поступила на Высшие курсы сценаристов и режиссеров. Училась у мэтров отечественного кинематографа и моих кумиров, в том числе у Владимира Валентиновича Меньшова. Он мне говорил: «Сотникова, ты должна снимать кино!».

Моим курсовым фильмом стал «Танго с чучелом» с Валерием Золотухиным в главной роли. Съемки проходили в деревне Ересной под Барнаулом. Нашли колоритный домик, но в нем жила семья... скажем так, с проблемами. Пришлось их временно переселить, сделать ремонт. Все держалось в строжайшей тайне, но когда Золотухин приехал на съемки, соседи не могли поверить своим глазам! Дочь хозяев дома, работавшая кондуктором, каждый раз, проезжая мимо моей аптеки, кричала на весь автобус: «Смотрите! Доктор Сотникова кино снимала с Золотухиным в нашем доме!». Это было невероятное время! Сейчас я прохожу мимо Молодежного театра имени Золотухина каждый день, когда иду на работу, и мысленно здороваюсь с ним: «Доброе утро, Валерий Сергеевич!».

– Почему все же вернулись к аптечному бизнесу?

– Я не чувствовала себя достаточно одаренной. Кино – это огромный мир, где нужно быть гением, чтобы пробиться.

– За более чем 20 лет ведения бизнеса были моменты, когда хотелось все бросить?

– В 2011 году я продала аптеку. Были огромные расходы, воровство, проверки, суды. Я устала и ушла. Занималась диетическим питанием. В 2018 году вернулась, потому что люблю эту работу. Для меня каждая таблетка – это история: исследования, производство, спасенные жизни. Это цивилизационное достижение, и я не могла без этого.

– Вы говорите о любви к профессии, но ведь аптечный бизнес – это еще и конкуренция. Как вы выживаете в центре Барнаула, где рядом маркетплейсы и крупные сети?

– Мы не выигрываем у них, но у нас есть человечность. В аптеке работают только я, мой муж и сын, мы все трое – фармацевты. Люди видят, что я сама стою за прилавком, сама мою



Ольга Сотникова, фармацевт

полы. Мы не гонимся за продажами, не просто продаем упаковку, а рассказываем, что это за препарат, как с ним обращаться. У нас нет потока, как в сетевых аптеках, но те, кто приходит, потом с трудом идут в другие места. Здесь они чувствуют тепло.

– Но ведь бывают и такие истории, когда ваша аптека становится не просто местом покупки, а спасением. Расскажите о самых ярких случаях.

– Однажды в субботу пришел человек, которому срочно нужен был антибиотик для лечения инфекции. Это был вопрос жизни и смерти. Мы нашли препарат в Новосибирске, привезли, а потом вернули часть денег, найдя оригинал дешевле. А однажды мчалась за препаратом для новорожденного со скоростью 160 км/ч. Меня остановили гаишники, но, когда я объяснила, что ребенок может умереть, они меняпустили. Я привезла препарат, и малыш выжил. Вот такие моменты напоминают, зачем я здесь.

– И все-таки, что для вас главное в этой работе?

– Любовь к фармации. Для меня лекарства – это не просто бизнес, а технология, которая спасает жизни. Когда я вижу, как люди, которые раньше умирали от инфарктов или инсультов, теперь живут до глубокой старости благодаря препаратам, я понимаю, что это того стоит. И еще – люди. Когда они уходят от нас с улыбкой, я чувствую, что сделала что-то важное. Иногда, когда покупатель уходит, у меня такое чувство, будто ушел близкий человек. Я всегда говорю: «Хорошего дня!» – и вкладываю в это всю душу. Потому что аптека – это не про деньги, а про душевное тепло.



ООО «Доктор Сотникова» (аптечный пункт),
ИП Сотникова О.В. (диетический отдел)
г. Барнаул, проспект Калинина, 3
☎ +7 (913) 210-03-83

ДОМ – ЭТО МЕСТО, ГДЕ СПЛЕТАЮТСЯ ВАШИ СМЫСЛЫ

В мире, где бетон, стекло и пластик давят на психику, все больше людей ищут спасение в простых вещах: дерево, лён, глина, запах травы после дождя. Бренд из Алтайского края «Из леса» как раз из таких спасительных островков – он создает не просто предметы быта, а истории. Те, что переезжают из сибирской тайги в парижские апартаменты, становятся семейными реликвиями и даже вдохновляют на рождение детей. Почему эти предметы обладают особой энергетикой – рассказала основатель бренда Алиса Велигорская.

– Алиса, ваш бренд «Из леса» – это было хобби, вдохновение или сразу бизнес-идея?

– Первоначально мы хотели заниматься просто натуральным декором для дома. Однажды в Горном Алтае увидели шикарные подушки с наполнителем из можжевельника и кедра – классные сами по себе, но продавались в пестрых неэстетичных наволочках из ситца. И подумали: «Почему бы не сделать красивую цельную вещь?» Закупили льна, отшили подушки, набили их гречневой лузгой и кедровой стружкой... Вышли крутые изделия, но себестоимость зашкаливала – натуральные материалы дорогие. Случайно узнали про мастера в одной алтайской деревне, который плел корзины из ивовой лозы. Нам они очень понравились. Закупили, добавили в ассортимент – и оказалось, что корзины продаются гораздо лучше подушек. Так мы сфокусировались на лозе.

– А почему именно лоза стала основой вашего дела?

– Лоза – уникальный материал. Это натуральное дерево, которому не нужна никакая обработка. Мастера только обдают её кипятком, чтобы стала гибкой, – и всё. Никакой химии, никакого лака. А служит она 50-60 лет. При этом не просто служит – она пахнет. У нас клиенты пишут: «Привезли корзину домой, а она пахнет лесом. Даже зимой». Это запах свежескошенной травы, понимаете? Не просто дерева, а живой земли. И в этом вся магия.

– Значит, сам материал уже задает очень высокую планку. Что дальше добавляет ценность изделию – когда мастер начинает с ней работать?

– Во-первых, руки мастера. Все наши мастера – из Алтайского края. Лозу выращивают тут же. Можно сказать, мы просто переносим частичку алтайского леса в городскую квартиру.

Каждое изделие уникально, даже если плетется по одному шаблону – где-то сантиметр лишний, где-то ручка чуть иначе загнута. Это ручная работа, ее не стандартизируешь полностью. Во-вторых, энергия натурального материала. В-третьих, наши смыслы.

– К слову, о смыслах. Вы закладываете в бренд целую философию. Были случаи, когда человек приходил за корзиной, а уходил с новым подходом к жизни?

– У нас есть слоган: «Дом – это место, где сплетаются ваши смыслы». Мы не просто продаём изделия – мы даём человеку возможность сделать дом местом силы. Не нужно никуда ехать за энергией, не нужно искать дзен в каких-то экзотических странах. Вот она, твоя крепость, где можно отдохнуть, наполниться. И корзины из лозы не просто декор, а проводники этой энергии. Кстати, есть забавный индикатор – кошки. Они чувствуют эти вещи. У нас куча отзывов: «Купил корзину, а кошка залезла в неё и не хочет вылезать». Люди пишут: «Это как будто она нашла своё место».

Алиса Велигорская,
основатель бренда «Из леса»



– Есть одна история про детские люльки (у них отдельное направление есть). Одна девушка долго не могла забеременеть, вдохновилась нашими плетеными колыбельками, заказала – и буквально сразу стала мамой. Писала нам с благодарностью, мол, видимо, какая-то энергия все-таки была в этом изделии. Не знаю, это магия лозы или сила намерения, но такие истории – лучшая награда.

– Значит, лоза несет в себе какой-то скрытый код, который находит отклик. Можете ли вы описать людей, которые этот код считывают?

– Это все разные люди. Есть те, кому важна экология – просят не заклеивать коробки скотчем, только бумагой. Есть люди старшего возраста, для которых плетёные корзины – ностальгия по детству. А большинство, думаю, просто ценит настоящую эстетику. Им нравится, как выглядит лоза, «дышит», стареет красиво (сорт, из которого сплетены наши корзины, со временем приобретает карамельный оттенок). Это люди, которым важен не хайп, а характер вещи.

– Тренд на натуральность уже не уходит несколько лет. Как вы считаете, почему людей сегодня тянет к натуральному, простому, настоящему?

– Люди просто устали от ненатурального. Помнишь девяностые, когда вся одежда была синтетическая, игрушки пластиковые, еда с добавками? Сейчас обратный процесс. Ценится всё, что сделано дома, своими руками, из настоящих материалов. Даже не за экологию (хотя это тоже важно), а просто за душевность. Доставка еды уже не так крута, как бабушкин пирог. Пластиковый ширпотреб никому не нужен, когда есть вещь, сделанная мастером, которая проживёт дольше тебя самого.

Корзины из лозы не боятся влаги, солнца, времени. Это антипод всему одноразовому.

– Отслеживаете, куда уходит каждая вещь?

– Индивидуальные заказы (через соцсети) видно отлично – чаще Москва, Питер, европейская часть России. Но бывает всякое – в прошлом году отправили корзину во Францию, прямо под Париж. Переживали из-за санкций, но дошло идеально. На маркетплейсах, конечно, не отследить каждый заказ, но статистика показывает всё тот же центр России.

– А есть какой-то профессиональный кодекс, принципы, которые никогда не нарушите?

– Главное для нас – клиент должен быть на 100% доволен. Если делаем индивидуальный заказ, всегда отправляем фото перед упаковкой: «Вот, смотри, так будет выглядеть твоя корзина». Если что-то не так – переделываем, не жалеем времени, поэтому у нас почти нет негативных отзывов.

– Ну и напоследок – планы на будущее.

– В планах – расширить ассортимент магазина, дополнив его рамками и зеркалами в русском стиле из дерева с резьбой. Это не просто про экологичность – это про возвращение к корням и традициям. Натурально, душевно, по-настоящему патриотично. А вообще, мечтаю, чтобы в каждом доме была хоть одна наша корзина. Чтобы, прикасаясь к ней, люди вспоминали: настоящий мир – не в гаджетах. Он – здесь, в запахе дерева и петлях из лозы.

ИП Велигорская А.В.

☎ 8 (923) 722-90-39

🌐 Izlesa-dom.ru

Kolibel-mira.ru

izlesadom@yandex.ru

«НАШИ «ХВОСТИКИ» – САМЫЕ ЭЛИТНЫЕ ЖИТЕЛИ В СЕМЬЕ»

В мире, где домашние животные становятся полноправными членами семьи, мебель для них перестает быть просто аксессуаром. Владимир Леонов, основатель бренда «ЭлитХвост» в Барнауле, доказывает: кошки и собаки заслуживают не только любви, но и дизайна. От лесенок для собак до хай-тек-комплексов для котов – его история о том, как хобби превращается в бизнес, а забота о питомцах – в философию.

– Владимир, расскажите, как вы вообще пришли к идее создавать мебель для животных? Это была страсть всей жизни или случайность?

– Если честно, я долго искал себя. Перепробовал, наверное, профессий 35 – от строителя до автомалыра, но нигде не находил удовлетворения. А потом случайно зашел в швейный магазин за нитками, и продавец спросил: «А вы для себя или у

вас бизнес?» Я посмеялся: какой бизнес без вложений? А он говорит: «Есть же программы поддержки, например, социальный контракт, попробуйте!» Я сначала сомневался, но решил рискнуть. И, знаете, все получилось! Вот так, с ниток и случайного разговора, все и началось.

– А почему именно животные? Ведь можно было выбрать любую другую сферу.

– Животные – потому что я их люблю. Мне важно, чтобы работа приносила не только деньги, но и радость – и мне, и людям, и их питомцам. Когда делаешь что-то для животных, люди становятся добрее, отзывчивее. И главное – ты видишь результат: животным нравится, хозяева благодарят. Это как топливо для души. У меня дома, кстати, три кота – Арчи, Макар и Гарри. Они мои главные критики и вдохновители.

– А как ваши коты помогают придумывать новые модели? И вообще, название вашего бренда – «ЭлитХвост» – звучит интригующе. Почему именно так?

– С названием забавная история. Многие думают, что «ЭлитХвост» – это про что-то роскошное. А на самом деле это про то, что наши питомцы, наши «хвосты» – самые элитные члены семьи. Ведь на кого мы тратим деньги? На детей и на хвостатых! А коты – мои тестировщики. Наблюдаешь, как они лазают, спят, играют, и сразу понимаешь, что нужно улучшить.

– А что сейчас есть в вашем ассортименте? С чего начинали?

– Начинали с лестниц для собак – мягких, с каркасом из ДСП, обитых ковролином. Они сразу выстрелили! Сейчас есть домики для кошек, будки для собак, лежанки, бункерные кормушки для птиц – их, кстати, ни у кого нет, это наша разработка из фанеры, вырезанная на лазере. Еще шьем шторы для будок – тут моя супруга помогает, работаем вдвоем.

– Лестницы, домики, кормушки – звучит как целый мир для питомцев. А что в планах?

– Хочу сделать серию игровых комплексов для кошек, мягких и уютных. И мечтаю выйти на мебель в стиле хай-тек из дорогих материалов. Но пока не хватает времени и ресурсов. За год продали больше 800 товаров, работаем до трех ночи, и все равно не успеваем реализовать все идеи.

– А есть еще фишки, которые отличают вашу мебель?

– Мы все разрабатываем сами, от эскиза до изделия. Могу неделю смотреть на набросок, что-то добавлять, пока не доведу до совершенства. Главное – делаем не просто функциональные вещи, а гармоничные, чтобы и животным было удобно, и хозяевам приятно смотреть. Например, есть будка-пуфик: сверху – мягкий пуфик, на котором можно сидеть, а внутри – место для питомца. Всё сделано по технологиям мебели для людей.

– Похоже, сейчас многие берут такую мебель не только для питомцев, но и для себя, чтобы она вписывалась в интерьер?



Владимир Леонов,
основатель бренда «ЭлитХвост»



– Да, и это сейчас тренд. Люди выбирают мебель для питомцев, которая вписывается в интерьер. Например, я делал лестницу с белыми боками и ступеньками цвета какао. А мне пишут: «Сделайте полностью бежевую, чтобы подходила к нашей мебели!» Это явно не собака просит, правда? Или вот когтеточка для кошек в виде острова с пальмой: песочный ковролин, столбик из джута, сверху листья и кокос. Один клиент написал: «Кот с него не слезает, крутится, как на шесте, неделю уже! То ли вы его чем-то посыпали, то ли он влюбился».

– А как вы понимаете, что нужно животным, а что – их хозяевам? Ведь коту и коробка понравится, а мы покупаем дворцы. Где грань?

– Это самое сложное. Я думал, если мне что-то нравится, то и клиентам зайдет. Например, делал таблички с мордочками котов – мне казалось, это мило. А людям не зашло, еле продал. Понял одно: надо пробовать, слушать отзывы. Животным все равно, хай-тек у них комплекс или коробка. Но если хозяева видят, что питомцу комфортно, что он играет, не дерет диван за 160 тысяч, – вот это и есть счастье.

– А если представить, что вы сами – кот или собака, что бы вы себе заказали из вашей коллекции?

– Игровой комплекс от пола до потолка. Чтобы с разгона забраться, как на дерево, и сидеть наверху, смотреть на всех свысока. Это кошачья мечта – быть выше всех. Да и собакам, думаю, понравилось бы место, где можно чувствовать себя главным.

– И напоследок – как думаете, что мебель для животных дает нам, людям?

– Это не просто мебель – это забота. У животных короткая жизнь, и наша задача сделать ее счастливой. Когда они довольны, они благодарят нас – мурчанием, вилянием хвоста. А мы, глядя на них, сами становимся счастливее.



ИП Леонов В.А.

Производственная фирма «ЭлитХвост»

г. Барнаул, п. Бельмесево

тел. 8 (923) 755-01-11

 www.elithvost.ru,

www.elithvost.ru

<https://vk.com/elithvost>

МУЗЫКА ДУШИ И ПРАЗДНИКА: КАК ОСТАВАТЬСЯ СОБОЙ В МИРЕ СВАДЕБНОЙ ИНДУСТРИИ

Свадьба – это всегда особенное событие. Для кого-то – роскошное торжество с размахом, для других – камерная церемония в кругу близких. Но за каждым идеальным праздником стоят люди, которые делают его таким. Марина Кузнецова – руководитель event-агентства «Свадебный Советник», профессиональная певица и ведущая из Барнаула – знает о создании идеальных торжеств всё. Мы поговорили с Мариной о балансе между творчеством и бизнесом, о том, почему женщины-ведущие ничем не уступают мужчинам, и как за неделю организовать свадьбу мечты.

СЦЕНА КАК СУДЬБА

– Марина, вы совмещаете сразу несколько ролей: руководитель агентства, певица, ведущая. Как всё начиналось? Это был зов сердца?

– Я на сцене всю жизнь. Окончила музыкальное училище, Академию искусств, и выступления перед публикой всегда были частью меня. Сначала был вокал, а потом знакомые попросили провести для них праздник. Я удивилась – мы же обычно поём, а тут вести мероприятие! Но согласилась, подготовилась и получила колоссальный заряд энергии.

– И это вдохновило вас двигаться дальше?

– Да, поняла, что хочу развиваться в этом направлении. Я человек системный и понимала: чтобы добиться результатов, нужно много учиться. Училась в Москве у лучших – у Дениса Решетова, лучшего ведущего России, и Марины Лисовец, тренера по речевой харизме. Ведение мероприятий – это не просто выступление, а общение, импровизация, юмор. Мне захотелось объединить вокал, ведение, техническое оснащение и фотобудку Magic Box в одно агентство. Так появился «Свадебный Советник», которому уже больше 9 лет.

– Сколько человек сейчас в вашей команде?

– Более 30 специалистов: декораторы, съёмочная группа, визажисты, мастера по причёскам – всё, что нужно для торжества. Для молодоженов это удобно: после ЗАГСа они приходят к нам и в одном месте бронируют всё – от ведущего до фейерверка. С юридическими гарантиями, что всё будет на уровне. Наши клиенты – бизнесмены, чиновники и обычные люди, которые ценят профессиональный подход.

– Я часто сталкивалась с мнением, и, если честно, сама к таким отношусь, что на свадьбах предпочитают видеть ведущих-мужчин. Как вы относитесь к этому стереотипу? Считаете ли, что женщина может провести свадьбу не хуже?

– Не просто не хуже – иногда даже лучше! Это большое заблуждение, что парни однозначно лучше, а девушки уступают в харизме или юморе. Взять хотя бы самую обожаемую ведущую в России Наталью Веда. Это просто улада для ушей, как она захватывает внимание, ее юмор и импровизация на уровне Ивана Урганта или Гарика Харламова!

– Тогда расскажите, какие красные флажки стоит замечать при выборе ведущего, будь то мужчина или женщина?

– Обратите внимание на речь – есть ли затяжные гласные, слова-паразиты. Посмотрите промо-ролики без монтажа – как ведущий общается с гостями. Оцените, какого уровня мероприятия он проводит, какие клиенты к нему обращаются. Ведущего придется слушать весь вечер, поэтому важно, чтобы его речь была приятной и профессиональной.

Марина Кузнецова, руководитель
event-агентства «Свадебный Советник»



ВДОХНОВЕНИЕ И ТВОРЧЕСТВО

– Где вы черпаете вдохновение для свадебных сценариев? У вас есть определенная база или каждый раз – это что-то новое?

– Шаблонных сценариев у нас нет. Наше главное вдохновение – сама пара. Мы проводим интервью, узнаем интересные моменты из их жизни, чтобы построить концепцию именно вокруг этих людей. Что касается развлекательной программы, я состою во всероссийском чате ведущих, где постоянно появляются новые игры и интерактивы. Задача ведущего – гармонично совместить поздравления, информацию о молодоженах и красиво развлечь гостей.

– То есть вы полностью подстраиваетесь под заказчика...

– Абсолютно. Каждая пара уникальна, и наша задача – это подчеркнуть.

НЕВЕСТЫ БЫВАЮТ РАЗНЫЕ

– Приходилось ли вам работать с так называемыми «невестами-Годзиллами» – перфекционистками, которые контролируют каждую мелочь?

– В прошлом сезоне была такая интересная невеста. Это не хорошо и не плохо – просто определенный тип личности, склонный к тотальному контролю. Мы позволяли ей контролировать всё на этапе организации, но в день торжества постарались максимально оградить от рабочих моментов. Невеста

должна наслаждаться своим праздником, а не решать организационные вопросы.

– Интересно, что важнее при организации свадьбы – роскошь или душевность?

– Важно и то, и другое, но всё начинается с обсуждения бюджета. По уровню ответственности свадьбы с большим бюджетом ничем не отличаются от свадеб с минимальным. Просто чем выше бюджет, тем больше задач и моментов контроля. Результат должен быть один – счастливый заказчик.

– Можете привести примеры, как сделать запоминающееся торжество даже с ограниченными средствами?

– При минимальном бюджете самое важное – это круто провести банкет. Можно не тратить на выездную церемонию или дорогой декор, а сосредоточиться на том, чтобы всем было весело.

В Барнауле высокобюджетные свадьбы – это примерно 2,5-3 миллиона. Здесь концепция прослеживается во всех деталях: от пригласительных до оформления банкетного зала. Декор занимает примерно треть бюджета. Но смысл любого торжества – получить яркие эмоции, просто у каждого свои финансовые возможности.

– Сколько нужно закладывать средств на свадьбу в 2025 году?

– Цена зависит от масштаба. Для свадьбы на 50 человек с ведущим, банкетом, площадкой и всем необходимым (наряды,



кольца – все включено) минимальный бюджет – около 500 тысяч рублей. Это без артистов и организатора. Хотите большего размаха? Готовьтесь к более внушительным суммам.

– **Разброс цен большой. Какой проект запомнился вам больше всего своей необычностью?**

– Была невеста, которая очень любила полевые цветы и всё летнее. Но свадьбу пришлось перенести с августа на октябрь. Наш декоратор придумала сделать полевые цветы сухоцветами, и мы перенесли концепцию «Летнего сада» в холодный октябрь! С помощью декора воссоздали летнюю сказку даже в другое время года.

– **Случалось ли вам решать по-настоящему сложные задачи в сжатые сроки?**

– О, это история о том, что нет ничего невозможного! Был жених-военный, мы планировали свадьбу за пять месяцев. Внезапно невеста звонит в слезах: жениха переводят, нужно делать свадьбу через неделю. Представляете – пересобрать команду, найти площадку, перебронировать всех за неделю! Мы потеряли некоторых подрядчиков, но всё равно сделали классное торжество. Даже за неделю можно организовать отличный проект, если у тебя надежная команда.

– **Это потрясающе. А какой срок подготовки вы всё-таки рекомендуете?**

– Оптимально – 6 месяцев. Тогда можно спокойно найти подрядчиков, без спешки всё организовать. Но бывает и по-другому – нас однажды забронировали за полтора года! Это выгодно для молодоженов: они фиксируют стоимость услуг по текущим ценам, и инфляция на них уже не влияет.

ТРЕНДЫ И ТРАДИЦИИ

– **Расскажите, пожалуйста, о вашем ежегодном событии для молодоженов Wedding Test 2025. Это просто очереда́ная выставка или нечто большее?**

– 26 января я проводила большое открытое мероприятие – юбилейный выпуск уже в пятый раз. Цель встречи – помочь молодожёнам разобраться в тонкостях самостоятельной подготовки к свадьбе, рассказать о скидках, бонусах и дать полезные советы от наших партнеров. Выступали различные спикеры, а декоратор Елена Цимерман – входит в десятку лучших специалистов в Барнауле – демонстрировала актуальные тренды свадебной моды. От мехового подиума до креативных шаблонов букв – это мероприятие позволяет парам увидеть, как может выглядеть их будущая церемония, и получить ответы на все вопросы. Подобных глобальных проектов с максимальной пользой для молодоженов в Барнауле нет.

– **Какие тенденции сейчас наблюдаются в свадебной индустрии? По-моему, сейчас многие отходят от традиционных форматов.**

– Верно. Очень популярен формат wedding party – свадебная вечеринка узким кругом до 25-30 человек. Это позволяет собрать только самых близких и сэкономить на банкете, уделив больше внимания декору или дополнительным услугам. Многие современные пары отказываются от традиционных элементов – каравая, зажжения семейного очага, гадания на мальчика/девочку. Остается только суть: невеста в свадебном платье, красивый жених и все остальное – развлечения и праздник.

– **Но ведь есть семьи, для которых традиции важны?**

– Конечно! Если у невесты мама или бабушка ждут этого дня с самого ее рождения и скажут: «Что это за свадьба, если семейного очага не было?» – мы, разумеется, все это сделаем.



Нет правильного или неправильного подхода – есть только то, что важно для конкретной пары.

– **Ваша главная задача – предусмотреть все нюансы. Были ли случаи, когда что-то пошло не по плану?**

– По-моему, единственное, что мы не можем предугадать – это отключение электричества (смеется). Когда такое случается, ведущий переходит к плану «Б» – общение с гостями по столикам, вокальные состязания. А организаторы тем временем решают проблему с площадкой. Был забавный случай: когда к нам приехал Владимир Суриков, известный своими бармен-шоу, отключили свет. Тогда он установил бар на улице и включил на «всю» музыку из автомобиля. Получилось очень атмосферно, а когда дали свет, гости даже не заметили, что было какое-то происшествие.

– **Вы мастерски справляетесь с любыми ситуациями! А как личный опыт в браке влияет на ваше отношение к свадьбам, которые вы организуете?**

– Мы с мужем в браке 18 лет, и я твердо убеждена, что семья – это самое важное в жизни каждого человека. Сейчас, к сожалению, статистика разводов растет, поэтому я часто провожу эфиры с психологами о том, как сохранить отношения после свадьбы.

Есть прекрасная фраза: «Любовь – это сад, за которым нужно ухаживать ежедневно». Хорошие отношения – это большая работа с обеих сторон. Нужно уметь слушать и слышать друг друга, понимать, что важно для твоей половинки. И не забывать

про себя, не растворяться полностью в быте и детях, а сохранить то, за что тебя полюбил твой избранник.

– **Ваша работа требует колоссальной эмоциональной отдачи. Как вы восстанавливаетесь?**

– Я черпаю силы в отзывах клиентов. Когда после мероприятия люди пишут, звонят, благодарят – это возвращает потраченную энергию и мотивирует работать дальше.

А самый главный принцип моего отдыха – это сон. Как бы банально ни звучало, но качественный сон – основа всего. Плюс мы работаем с мужем в одной сфере – он известный саксофонист Святослав Кузнецов, и это тоже помогает находить баланс между работой и личной жизнью.

– **И, наконец, ваш совет будущим молодоженам перед началом подготовки.**

– Нужно помнить, что все, что мы делаем, мы делаем ради эмоций. Свадьба – это не для родителей или гостей, а для себя. Это затратное мероприятие, но оно стоит того, чтобы испытать классные эмоции. Делайте все из любви к себе, для гармонии с собой и миром. Тогда ваше торжество будет по-настоящему незабываемым.

ИП Кузнецова М.А.

Ивент-агентство «Свадебный Советник Барнаул»

г. Барнаул, Павловский тракт, 247/110

Тел. +7 (913) 254-06-00

www.marina-kuznetsova22.ru

СВАДЕБНОЕ ПЛАТЬЕ – ЭТО ДИАГНОЗ! ТЫ ВЛЮБЛЯЕШЬСЯ, И ЭТО НАВСЕГДА!

Говорят, чтобы создать что-то великое, нужно этим заболеть. Наталья Свистунова, основательница крупнейшего в Сибири свадебного салона «Pudra wedding store», своим делом не просто увлечена – она им живет. Ее клиенты – невесты из Москвы, женихи в бархатных пиджаках и мамы, которые плачут у зеркала. В интервью она раскрыла правила, которые вывели ее бизнес в топ, и объяснила, почему свадебная индустрия – это психотерапия в блестках.

– Наталья, вы запустились в 2010-м, когда еще свадебный бизнес не был так развит, как сегодня. Как вообще загорелась эта искра – свадебный бизнес как дело жизни?

– История до смешного банальная! Я училась на четвертом курсе, поехала с мужем в Казахстан за шубой, а вместо этого залипла на свадебное платье в витрине. И все – внутри как будто ток прошел. Попросила у папы 30 тысяч рублей – на пять платьев хватило. Сняла чердак в ТЦ, где между написанием диплома их и продавала. Потом были подвалы, офисы... Но платья раскупали! А четыре года назад мы открыли салон на Ленина – самый большой за Уралом. Ну, а дальше – понеслось: эксклюзив, ателье, свой бренд...

– Сейчас вас называют основательницей самого большого свадебного салона в Сибири. Это правда?

– Да, и не только по площади. У нас самый большой выбор брендов – около двух тысяч платьев от двадцати топовых дизайнеров, и всё на эксклюзивных условиях. Но дело не в цифрах, а в том, чтобы каждая невеста ушла с ощущением: «Я – особенная». Мы не только свадьбы одеваем – развиваем вечернюю моду, создали свой бренд «Пудра», шьем лимитированные коллекции. Для меня это про магию, а не просто про бизнес.

– Правда, что в Барнаул едут за платьями из других городов?

– Да. К нам едут невесты из Новосибирска, Кемерова, Томска, даже из Москвы и Питера. Почему? Да потому что у нас тот же самый люкс, те же самые бренды – Натальи Романовой, Rara Avis, Vera Wang (по секрету, скоро будет!) – но без столичной наценки и с душой. Мы не просто продаем платья, мы создаем образ, настроение. У нас невеста может примерить 2000 платьев, выбрать из 20 топовых брендов, получить полный сервис – от подгонки до хранения. Например, когда Rara Avis выпустила новую линейку, через неделю она уже была у нас. В Москву ее привезли только через месяц.

– Есть ли разница между барнаульскими невестами и столичными? Барнаул ведь никогда не был столицей моды.

– Раньше разница была: москвички чаще знали, чего хотят. Сейчас наши девчонки не уступают – приходят с Pinterest-досками, разбираются в брендах. Недавно одна принесла скриншот платья с показа в Барселоне: «Найдите мне такое же, но с открытой спиной». Нашли!

– Получается, вы не просто салон, а целый свадебный хаб с сервисом «все включено». Зачем это нужно? Не проще ли купить платье и забрать?

– Мы продаем не платье, а настроение. Вы покупаете спокойствие, сервис, магию. У нас полный цикл: выбрала платье, оставила на бесплатное хранение, ателье подогнало по фигуре, подобрали аксессуары, довели до идеала. Не надо бегать с платьем, прятать его от кошки или жениха! Забрать можно хоть вечером перед свадьбой. Это про то, чтобы невеста знала: у нее все будет хорошо.

Наталья Свистунова,
владелица сети
свадебных салонов



– А что актуально в 2025 году?

– Сейчас в моде кружево в любом виде: от тонкого шантильи до активного кордового. Силуэты по фигуре, «рыбки» с архитектурными деталями – это прямо хит. А еще аксессуары на голову – не просто фата, а венки из жемчуга, кейпы на плечи – вот это сейчас в топе! Мне, например, безумно понравилась последняя коллекция Iris в стиле Марии-Антуанетты – буфы, рюши, такая неожиданная роскошь! Не знаю, насколько наш Барнаул готов к такому, но мы все заказали – приушаем девчонки! Сначала они присматриваются, а потом кричат: «Дайте!» Это не может не радовать!

– Но как вы удерживаете баланс между модой и индивидуальными пожеланиями клиенток?

– Это очень деликатный вопрос. Я всегда акцентирую внимание на том, что модное не всегда то, что подойдет именно тебе. Первично – услышать себя, как ты себя в нем ощущаешь.

– Свадебное платье – удовольствие не из дешевых. Как вы работаете с невестами, у которых ограничен бюджет?

– У нас представлены бренды в разных ценовых категориях – от 15 тысяч рублей и до 300 тысяч. Но, поверьте, даже за относительно небольшие деньги можно найти потрясающее платье, которое будет выглядеть на миллион. Наши консультанты умеют творить чудеса и с бюджетными вариантами.

– Ждать ли рост цен в 2025 году?

– К сожалению, да. Бренды еще зимой выставили коллекции с подорожанием на 25-30% из-за курса доллара и стоимо-

сти тканей. И, соответственно, нам тоже придется поднимать. Те платья, что сейчас есть, пока по старым ценам, но новые закупки будут дороже.

– Наталья, поделитесь секретом: что самое сложное и что самое кайфовое в свадебном бизнесе?

– Самое сложное – ответственность. Свадьба – один раз в жизни (чаще всего!), и у нас нет права на ошибку. Нужно не просто продать платье, а сделать так, чтобы невеста чувствовала себя самой счастливой и уверенной в этот день. А самое кайфовое... Это ее глаза, когда она видит себя в зеркале и понимает – вот оно! Это мурашки по коже, это слезы счастья, это когда ты понимаешь, что стал частью чьей-то сказки. Вот ради этих моментов и работаем!

– И последнее: какой совет дадите тем, кто только начинает искать свой идеальный наряд?

– Перестаньте гуглить. Придите в салон и разрешите себе помечтать. Платье не должно «закрывать» чек-лист. Оно должно заставить вас сказать: «Да, это я». И не бойтесь, что через 20 лет оно покажется смешным. Мое свадебное платье 13-летней давности я надела бы и сейчас, потому что тогда слушала только себя.

ИП Свистунова Н.А.

Сеть свадебных салонов «Pudra wedding store»

г. Барнаул, проспект Ленина, 123

☎ тел. 8 (963) 529-99-99

🌐 www.pudra-wedding.ru

«НЕ ПРОСТО БИЗНЕС, А ДРЕВО ЖИЗНИ»: ВИКТОР САВЕНКО О СЕМЕЙНОМ КЛУБЕ «ДИНАСТИЯ»

В Индустриальном районе Барнаула есть место, где время течет по-особенному. Здесь дети с восторгом штурмуют игровые лабиринты, пока родители наслаждаются спокойной беседой за бокалом вина. Семейный клуб «Династия» – не просто ресторан с детской площадкой. Его создатель, Виктор Савенко, вложил в этот проект глубокий философский смысл. В интервью он рассказал, почему считает семью основой всего и как две разные профессии помогли ему создать место, куда возвращаются снова и снова.



Виктор Савенко,
директор Семейного клуба «Династия»

– Виктор Иванович, как возникла идея создания семейного клуба?

– По жизни у меня получилось две профессии. Сначала я окончил медицинский институт, работал травматологом, заведующим отделением. После перемен девяностых занялся поставками медоборудования. Затем восемь лет проработал главным врачом краевой больницы, а позже руководил строительством в крупной компании. Мы построили федеральный центр травматологии, отремонтировали 58 медицинских объектов.

Всегда, создавая рабочие места, я стремился сделать их максимально комфортными. Это хобби – формирование комфортного отдыха – постепенно переросло в бизнес. У нас есть загородная база в Завьяловском районе, но она только летняя. Мы решили пойти дальше и создать ресторан в формате семейного клуба.

– И как вы воплотили эту идею в концепции «Династии»?

– Мы думали: маленьким детям интересно поиграть – сделали игровую комнату. Интересно покупаться – создали комплекс саун, хамам, бассейн. А для взрослых – возможность провести достойно вечер, попить пива, откусывать хорошего блюда.

Мы изначально не создавали место для молодежи с громкой музыкой. У нас есть уникальная особенность – бассейн, который включается с помощью Алисы. Такого нет нигде в городе! Дети в восторге, когда говорят: «Алиса, включи бассейн».

– Получается, для вас важны и кухня, и эмоции гостей?

– Разделить сложно. Детям абсолютно нравится у нас. Они не хотят уходить. Родители довольны, что дети наигрались, и у них появилось свободное время. Одни радуются развлечению, вторые – что дети счастливы. А дальше они получают хорошее блюдо. У нас есть колбаски, которые мы сами готовим, коптим, нарезку делаем.

– Почему вы выбрали такое символическое название – «Династия»?

– Когда произносишь слово династия – это смена поколений, рост, древо жизни. Корень – это дерево. Мы должны помнить своих предков. Ствол – это сегодняшняя жизнь, а поколения впереди – ветки, плоды.

– Кто ваша основная аудитория? Для кого создавалось это место?

– Если брать сауну, то от полугода. А детский клуб – примерно до 10-11 лет. Наша основная аудитория – люди от 35-40 лет и старше. Молодежь от 15 до 25-30 лет представлена слабо. Мы никогда не стремились привлечь неженатую молодежь, которая ищет бесшабашного веселья. Наша концепция – семейный отдых, когда родители и дети вместе проводят время.

– Семь лет работы – немалый срок. Планируете ли вы какие-то изменения, чтобы идти в ногу со временем?

– Мы готовим серьезный апгрейд. Если ты не идешь вперед – значит, идешь назад. Конкуренция заставляет двигаться дальше. На первом этаже планируем полностью поменять потолок, стены, сделать помещения более светлыми. Добавим лазерные установки, дополнительные световые эффекты для создания особой атмосферы.

Что касается второго этажа, где располагается детская зона, здесь изменения будут не столь глобальными – концепция древа жизни останется неизменной, но появятся новые игрушки, обновится мебель.

Серьезно работаем над меню. Сотрудничаем с консультантом Евгением Куракиным, который помогает проанализировать работу ресторана. Мы даже подключили искусственный интеллект для обработки более 500 отзывов за последние годы. На основе этого анализа разрабатываем новую программу блюд.

Рассматриваем возможность введения услуги полуготовых блюд, чтобы гости могли забрать что-то с собой домой. Иногда деревенские котлетки, приготовленные особым способом, могут произвести вау-эффект не хуже модных роллов. Мы все стремимся за новинками, а потом попадаем к бабушке на пирожки и понимаем – вот оно, настоящее тепло.

– Последние годы были непростыми для всех. Как пандемия и СВО повлияли на ваш бизнес и на отношение людей к семейному отдыху?

– Эпидемия разъединила людей. Даже когда разрешили работать, у нас упала посещаемость. Люди отвыкли отдыхать вместе. А из-за СВО во многих семьях появились печальные события. Но при этом тяга к общению усиливается – люди хотят быть вместе, понимая, что обстоятельства могут разлучить.

– А как вы сами, создавая место для семейного отдыха, проводите время со своей семьей?

– Мы очень много путешествуем – катаемся на лыжах, посещаем курорты, ездим по историческим местам. Я всегда считал, что семья и дети – это главное в жизни.

– Заглядывая в будущее – как вы думаете, что будет актуально в сфере семейного отдыха через 5-10 лет?

– Если сравнить, что мы имели в детстве и что имеют сегодняшние дети – это колоссальный прорыв в технологиях. Искусственный интеллект проникнет во все уровни жизни, Алиса будет включать телевизор, пылесос, чайник. Но при этом люди будут все больше обращаться к природе. Я не верю, что человек оторвется от природы.

Наша задача как взрослых – привлекать детей в места, где можно побегать, попрыгать и не пользоваться гаджетами. Я верю, что мы не потеряем связь с корнями. В этом балансе высоких технологий и возвращения к природе я вижу будущее. И «Династия» будет меняться вместе с миром, сохраняя главное – пространство для настоящего семейного общения.



Семейный клуб «ДИНАСТИЯ»

г. Барнаул, ул. Новгородская, 26а

e-mail: ck.dinastiya@mail.ru

+7 (3852) 99-14-40,

+7 (964) 086-14-40



МЫ СОЗДАЕМ ЭМОЦИИ, А НЕ ПРОСТО НАКРЫВАЕМ СТОЛ

Когда люди вспоминают лучшие моменты жизни, они говорят не о деньгах или вещах, они говорят о свадьбе, юбилее, выпускном. О днях, когда время будто замирает, позволяя наслаждаться моментом. Именно такие моменты создают в загородном комплексе «Золотая подкова» – семейном бизнесе, который уже почти 20 лет помогает жителям Барнаула делать важные события по-настоящему особенными. О том, чем сегодня живет индустрия мероприятий, почему хороший сервис – это не просто красивые стулья и белоснежные скатерти, мы поговорили с Дарьей Бондаревой, руководителем «Золотой подковы».

– Дарья, ваш комплекс работает с 2005 года. Как все начиналось?

– Это семейный бизнес, который основал мой папа. Первое здание появилось почти 20 лет назад, и тогда сложно было представить, что со временем «Золотая подкова» превратится в место, где проводят свадьбы, корпоративные мероприятия, юбилеи и даже презентации новых продуктов. Со временем мы расширились, добавляли новые площадки, вводили уникальные услуги. Сейчас у нас есть все, чтобы праздник стал незабываемым.

– За эти годы, наверное, многое изменилось. Как сегодня выглядит рынок мероприятий в Барнауле?

– Он меняется с космической скоростью. Технологии, тренды, запросы клиентов – все это движется вперед, и нам важно успевать за этим ритмом. Люди стали требовательнее: им важно не просто провести вечер в красивом месте, а получить уникальный опыт. Например, сейчас в тренде гастрономические шоу, блюда высокой кухни, интерактивные фуршеты, где шеф-повар при гостях готовит блюда и рассказывает их историю.

– То есть сегодня недостаточно просто найти площадку, где можно поставить столы и заказать банкет?

– Да, и именно поэтому не все заведения выдерживают конкуренцию. В Барнауле площадок много, но действительно комфортных, атмосферных и удобных – единицы. В этом смысле нам повезло: «Золотая подкова» находится в глубине леса, где тишина, свежий воздух и настоящая природа. У нас есть гостиничные номера, где гости могут остаться после праздника, а русская баня становится идеальным завершением вечера.

– А как вы относитесь к появлению новых конкурентов?

– Всегда с интересом наблюдаю за рынком. Если в нише нет конкуренции, то либо это что-то уникальное (что бывает редко), либо ниша просто не приносит прибыль. Мы не боимся новых игроков, потому что создаем тренды и предлагаем гостям то, чего нет у других.

– Какие еще изменения в запросах клиентов вы замечаете?

– Люди стали больше ценить детали. Если раньше свадьба или юбилей – это просто банкет, то теперь все хотят индивидуальную концепцию, интересную подачу блюд, нестандартное оформление. Например, один из наших самых запоминающихся проектов – день рождения, где мы полностью изменили пространство нашего белого зала. Гости даже не поняли, что праздник проходит в «Золотой подкове»! Мы создали эффект полного «блэкаута», а часть вечера провели под открытым небом, сервировав столы прямо на лужайке. Это был волшебный вечер, и нам невероятно повезло с погодой.

Дарья Бондарева,
руководитель
«Золотой подковы»



– Но ведь можно просто накрыть стол дома или на даче. Почему люди выбирают профессиональные площадки?

– Потому что праздник – это не только застолье. Это эмоции, атмосфера, впечатления. В «Золотой подкове» мы не просто накрываем стол, а создаем событие, которое останется в памяти. Клиенту не нужно думать о сервировке, звуке, погоде, уборке – он просто наслаждается моментом.

– Наверняка за годы работы у вас было немало неожиданных запросов от клиентов. Какой случай запомнился вам больше всего?

– О, таких историй много, но одна особенно врезалась в память. Во время новогоднего корпоратива владелец компании вдруг решил, что вечер не будет идеальным без катания на сани, запряженных тройкой лошадей. Причем не просто лошадей, а именно классической русской тройки! Мы, конечно, сразу взялись за поиски, но оказалось, что на весь город такая упряжка была всего одна и в ту ночь она находилась... в Белокурихе. Увы, исполнить желание не удалось, но желание клиента удивило даже нас.

– За годы работы в бизнесе у вас, наверное, были ошибки, которые стали хорошими уроками?

– Главная ошибка – не формировать резервный фонд. Последние годы показали, как важно иметь финансовую подушку безопасности. Ковид, начало СВО, ограничения импорта – все это влияет на бизнес. Теперь мы всегда держим запас на случай непредвиденных ситуаций.

– А какие у вас планы на будущее?

– Мы готовимся к строительству нового здания с уникаль-

ной концепцией. Два года назад у нас случился пожар, и одно здание мы потеряли. Но на месте утраты всегда рождаются большие мечты. Теперь мы хотим создать что-то совершенно новое для нашего города.

– Такие амбициозные планы наверняка рождаются не на пустом месте. Что вдохновляет вас создавать новое?

– Больше всего меня трогают искренние эмоции гостей. Например, когда мы организовывали день рождения для девочки из детского дома, нас попросили просто устроить скромный праздник. Но мы не смогли ограничиться минимумом: собрали команду декораторов, ведущего, создали красивый образ для именинницы. Ее глаза в тот день сияли так, как не сияет ни один зал.

– Дарья, какой главный принцип вы транслируете в своей работе?

– Честность, поддержка и стремление к цели. Мы всегда искренни с клиентами, помогаем друг другу внутри коллектива и не идем против своих принципов ради выгоды.

– И последний вопрос. Что для вас значит «Золотая подкова»?

– Это место, где люди становятся счастливыми. И это, пожалуй, самая большая ценность.

Загородный комплекс «ЗОЛОТАЯ ПОДКОВА»

г. Барнаул, ш. Ленточный Бор, 31

+7 (991) 898-74-77

+7 (923) 658-85-39

 www.zpodkova.ru

ДЕКОР – ЭТО НЕ ПРОСТО КРАСИВО, ЭТО ПРО СМЫСЛ, КОТОРЫЙ ЦЕПЛЯЕТ ДУШУ

Представьте пространство, где каждая деталь рассказывает историю, превращая обыденность в искусство. Елена Цимерман, одна из лучших декораторов Барнаула, создает такие миры уже 27 лет. Она оформляет свадьбы, корпоративы и учит этому в своей школе декора и флористики. Мы поговорили с Еленой о том, как детская мечта стать продавцом цветов привела ее к проектам, выставленным в музеях Москвы, и почему декор – это не роскошь, а необходимость, особенно в Барнауле.



Елена Цимерман, свадебный флорист-декоратор

– Елена, ваша история началась с мечты стать продавцом цветов, в 90-е, когда профессии флориста в Барнауле не существовало. Как вы нашли свой путь?

– Да, в 90-е слово флорист звучало как что-то инопланетное. Я просто хотела стоять за прилавком, вдыхать ароматы и собирать букеты. В 18 лет попала на стажировку в магазин «Тюльпан», нас было четверо, но выбрали меня. Там я проработала 9 лет, от помощника до флориста. Это была моя первая школа – не только цветы, но и жизнь, клиенты, творчество.

– Девять лет – серьезный срок. Что подтолкнуло вас к переменам?

– Я поняла, что достигла потолка. У меня уже были навыки, опыт, образование, и хотелось роста. Мне предложили работу в компании, которая занималась оптовыми продажами цветов, не букеты, а партии для крупных заказчиков. Я согласилась, хотя это был другой мир – менеджмент, переговоры. Проработав там год, я набралась знаний и связей, и это вдохновило меня открыть свой бизнес.

– Свой бизнес – это уже смелый шаг! Как это было?

– Мы с партнером открыли цветочный салон, и дела пошли в гору – за год у нас появился один большой салон и восемь точек. Но с партнером мы не сработались, пришлось все закрыть. С 2013 года я работаю одна, занимаюсь декором и флористикой, и это моя стихия. Особая моя страсть – корпоративный декор.

– Почему именно он? Чем он отличается, например, от свадебного?

– Он дает больше простора для креатива. На свадьбах часто все идет по шаблону – нежно, мило, предсказуемо. А вот с корпоративными клиентами можно разгуляться. Здесь декор должен отражать стратегию компании, смысл мероприятия. Искушенные заказчики хотят, чтобы, зайдя в помещение, ты сразу понял: «Ага, это про них, это их ценности». Мне нравится работать со смыслами, соединять несоединимое, чтобы получилось что-то уникальное. Мы делали фотозоны для Сбербанка и Альфа-Банка на благотворительных событиях – это были пространства, передающие ценности бренда. Или проекты с администрацией Барнаула – выставки, которые становились искусством.

– А как вы понимаете, что хочет клиент, если он сам не может это сформулировать?

– Это почти работа психолога. Например, приходят молодые с картинками из Интернета – стандартные арки, залы. Я спрашиваю: «Чем вы занимаетесь? Как познакомились?» Однажды пара рассказала, что он химик, а она работает в лаборатории, и их история началась с шоколадок, которые он ей приносил. Мы заложили это в декор – добавили шоколадные оттенки в палитру, ушли от банальных тонов. Главное – чтобы гости посмотрели и сказали: «Да, это про них».

– Декор в Барнауле, кажется, пока воспринимается как роскошь, а не как необходимость. Согласны ли вы с этим?





– Да, у нас есть такой стереотип, но я говорю: ваше мероприятие – это ваша история. Декор – это не просто картинка, а инструмент, создающий эмоции. Для бизнеса оформление входной группы – это маркетинг. Хотите, чтобы люди фотографировались, чтобы блогеры приезжали? Нужен вау-эффект. Но если экономите, лучше вообще не делать – иначе это слив бюджета. Либо на максимум, либо никак.

– А есть ли у алтайских клиентов какие-то уникальные фишки в запросах, которые выделяют их на фоне других регионов, или все хотят примерно одного и того же?

– О, да, это наша особенность. Барнаульцы обожают свой край, и это чувствуется в заказах. Нам говорят: «Сделайте что-то про Алтай, что-то эко». В Новосибирске или Томске тако-



го нет, там просто просят концепцию. А у нас – Алтай, Алтай. И это круто.

– А есть проект, которым вы особенно гордитесь?

– Да, фотозона, посвященная памяти погибших на войне. Мы делали ее для частного проекта, но она так тронула всех, что ее забрали на выставку в Музей Москвы. Это было невероятно – видеть, как наша работа становится частью чего-то большего.

– Вы не только создаете декор, но и учите этому в своей школе. Что вас вдохновило ее открыть?

– Профессии декоратор у нас нет – есть флористы, дизайнеры, но декоратор – это шире. Я видела, как сложно людям войти в эту сферу – нет школ, только свой опыт и шишки. В Барнауле вообще никто не обучает декору профессионально, и я решила поделиться знаниями. В моей школе я учу не просто работать с цветами, а создавать проекты, которые говорят о людях, о брендах, о ценностях.

– А кто ваши ученики? Декоратор – это не профессия для всех. Вообще можно ли привить вкус и креативность?

– Мои ученики – это люди, у которых уже есть вкус, но нужна огранка, как алмазам. Я не переучиваю их на шаблоны, а помогаю раскрыть их видение. Мы изучаем базу – цветовой круг, сочетания, но главное – практика. Я даю задания, они сталкиваются с трудностями, задают вопросы, и так рождается опыт. А вообще, в эту профессию стоит идти тем, кто любит людей. И нужно быть готовым ломать шаблоны и быть немного психологом.

– Где вы находите вдохновение для своих проектов? Ведь 27 лет в профессии – это огромный опыт, но идеи должны быть свежими.

– Для меня вдохновение – это уединение. Если проект крупный, я уезжаю, чтобы отдохнуть и наполниться. А потом соединяю несоединимое – это мой принцип. Вдохновение может быть везде – в журналах, в людях, в природе. Смотришь в окно, видишь, как птичка ведет себя необычно, и вдруг – идея. Или идешь по лесу, видишь, как шишка упала, и думаешь: «А что, если это использовать?».

– Кроме вашей основной деятельности, вы также активно участвуете в социальных проектах. Расскажите об этом подробнее.

– Да, меня приглашают на различные мероприятия выступать спикером с такой темой, как флоротерапия – это оздоровление организма через взаимодействие с живыми цветами. Я также участвую в социальных проектах. Состою в сообществе «Х10 Академия Игоря Рыбакова», где на бесплатной основе мы устраиваем различные мероприятия для людей, чтобы они росли, развивались и вкладываемся в то, чтобы наш город Барнаул становился все лучше и красивее.

– И последний вопрос: каким вы видите будущее декора? Что нас ждет через 10-15 лет?

– Люди поймут, что декор – это не просто картинка, а инструмент, который может привлекать или отталкивать. Перестанут заниматься самодеятельностью и будут обращаться к профессионалам. Я думаю, будут и глобальные тренды, и акцент на локальности, но главное – декор станет осмысленным. Он будет не просто украшать, а говорить.

ИП Цимерман Елена Михайловна

г. Барнаул

☎ +7 (906) 945-05-71

🌐 https://vk.com/elena_zaitseva22



«КЛИЕНТ ИДЕТ НЕ ТОЛЬКО ЗА ГЛАДКИМ ТЕЛОМ, ОН ИДЕТ ПОЛУЧИТЬ ЭМОЦИЮ!»

В эпоху, когда бьюти-индустрия пестрит предложениями, удержать клиента становится настоящим искусством. Евгения Деханд, владелице сети студий эпиляции и ногтевого сервиса «Sahar & Vosk» в Барнауле, это удается уже шесть лет. Секрет? Она убеждена: дело не только в качестве услуг, но и в умении создать ту самую эмоциональную связь, которая заставляет клиентов возвращаться снова и снова. Мы поговорили с Евгенией о запуске франшизы, вызовах, уроках и о том, как оставаться на волне успеха в постоянно меняющемся мире красоты.



Евгения Деханд, директор студии депиляции и ногтевого сервиса «Sahar & Vosk»

– В 2019 году вы выбрали путь франчайзинга, открыв «Sahar & Vosk» в Барнауле. Что подтолкнуло вас к этому решению, вместо того чтобы создавать собственный бренд с нуля?

– Тогда франчайзинг был на пике. Презентация «Sahar & Vosk» подкупила своей яркостью и энергией. Ребята, которые продвигали бренд, умели зажечь! У меня уже был опыт собственного бизнеса, и, наверное, захотелось чего-то нового, готового решения с поддержкой.

– Название «Sahar & Vosk» звучит броско, но сегодня ваша сеть – это не только про депиляцию, но и про ногтевой сервис. Получается, название – это, скорее, маркетинговый ход?

– Изначально «Sahar & Vosk» позиционировался как студия доступной депиляции, и название отлично работало. Сейчас мы выросли, и многие знают нас именно как ногтевые студии. Название – да, оно звучное, запоминающееся. Но суть бренда сегодня лучше отражает наш слоган: «Наша миссия – делать людей счастливыми!».

– Сделать людей счастливыми – звучит амбициозно. Как вы выстраиваете отношения с клиентами, чтобы они чувствовали эту заботу и возвращались именно к вам?

– Бизнес – это всегда про людей, а в нашей сфере – особенно. Нам приятно, что есть клиенты, которые с нами с самого открытия первого филиала, уже шесть лет. Это показатель! Конечно, кто-то уходит, пробует что-то новое, потом возвращается – это нормальный процесс. Мы ежедневно работаем с отзывами, стараемся услышать и приятные слова, и критику. Мы не говорим, что делаем лучше всех, ведь в команде есть и начинающие мастера, которых мы растим. Но мы стремимся к искреннему сервису, не обещаем того, чего не можем дать.

– Чтобы быть заметными, вы активно используете различные каналы продвижения. Что работает лучше всего для «Sahar & Vosk»?

– У нас мощный маркетинг. С 2019 года мы постоянно вкладываемся в рекламу. Мы понимаем, как важно быть на виду в этом информационном шуме. Нас слышат по радио, видят на билбордах, мы активно ведем соцсети, сотрудничаем с вузами, профсоюзами, блогерами. Работаем комплексно.

– Франчайзинг подразумевает следование стандартам. Как удается сочетать международные требования бренда с работой с барнаульскими клиентами?

– «Sahar & Vosk» Барнаул – один из лидеров в международной сети по многим показателям. Стандарты франчайзинга – это современные стандарты работы с клиентами. Они помогают нам быть на высоте.

– Сегодня клиенты стали еще более требовательными. Как вы готовите своих сотрудников к этому?

– Клиент всегда был требователен, просто сейчас он может открыто высказать свое мнение. Мы учим команду главному – взаимодействовать и слышать клиента. Любой человек хочет внимания и заботы. Мы говорим мастерам: «Клиент идет не только за гладким телом и красивыми ногтями, он идет получить эмоцию!». В прошлом году мы впервые участвовали в международном чемпионате по депиляции и ногтевому сервису и привезли пять кубков! Такие вложения в команду важны, они получают опыт, эмоции, новые знания и ощущают себя частью большой сети.

– Последние годы были полны вызовов – пандемия, экономические изменения. Как вы справлялись, работая по франшизе?

– С 2020 года мы живем в режиме вызова. Открытие второго филиала и закрытие через пару недель из-за пандемии, потом всем известные события 2022 года, рост цен... Было страшно и непонятно. Но наш бренд выстоял. Наше собственное производство материалов и косметики не только не ушло с рынка, но и продолжает развиваться. Мы работаем на своем бренде все эти годы. Как преодолеваем? Принимаем ситуацию и идем дальше. Это наш выбор.

– Индустрия красоты постоянно меняется. Какие тренды вы считаете перспективными для Барнаула?

– Знаете, женщины и во время войны хотели быть красивыми. Мы следим за трендами, но наши клиенты настолько разные, что главная задача – дать им то, что они хотят, модно это или нет.

– Технологии тоже не стоят на месте. Как вы их используете?

– Все современные инструменты у нас внедрены: онлайн-запись на сайте, фирменное приложение, геолокации на картах. Сегодня важна скорость и удобство.

– Кстати, среди ваших клиентов немало мужчин. Как меняется этот сегмент?

– Мы гордимся, что «Sahar & Vosk» – это про семью. У нас много мужчин – мужья, сыновья, братья, папы. К нам ходят семьями, доверяют нам самых близких. Ведь красота – это еще и про здоровье, уход и заботу, которые нужны всем.

– Вы успешный предприниматель. Как удается совмещать работу и личную жизнь?

– Секретов нет! Я не разделяю личное и работу. Сейчас работа – это мое главное хобби, которому я посвящаю все время. Пока мне интересно и азартно, я не ищу баланса. Да, это сложно, это 24/7 вокруг своего дела, но это мой выбор.

– Какую главную ценность вы хотите оставить в индустрии красоты и в сердцах ваших клиентов?

– Мы просто делаем свое маленькое дело и стараемся делать его хорошо. И есть люди, которым это нравится. Все просто. Сейчас мы строим седьмой филиал, планируем открытие весной. Пока мы видим перспективы в Барнауле – мы растем. Как будет через 5–10 лет, сложно сказать.

– Если бы «Sahar & Vosk» был человеком, каким бы он был?

– Это был бы персонаж, вызывающий эмоции, порой противоречивые! Энергичный, молодой, азартный, с чувством юмора и чертовщинкой в глазах!



SAHAR & VOSK

СЕТЬ СТУДИЙ КОСМЕТИКИ ТЕЛА, ЛИЦА И НОГТЕЙ

ИП Деханд Е.Ю.

Сеть студий депиляции и ногтевого сервиса Sahar&Vosk

г. Барнаул

- ул. Ленина, 26
- ул. Ленина, 75
- ул. Пролетарская, 151 к. 2
- ул. Власихинская, 103
- ул. 65 лет Победы, 1
- ул. 280-летия Барнаула, 21

+7 (923) 776-98-88

 www.saharvosk.ru

ЦВЕТЫ – ЭТО НЕ ТРАТА ДЕНЕГ, А ИНВЕСТИЦИЯ В ЧУВСТВА

Владельцы цветочных магазинов – настоящие философы красоты. Они работают с хрупким, недолговечным товаром, который, несмотря на свою эфемерность, способен вызывать сильнее эмоции. Светлана Сахарова, основательница сети цветочных салонов «Александровский сад» в Барнауле и «Зеленый сад» в Горно-Алтайске, вот уже 30 лет превращает цветы в инструмент любви, радости и вдохновения. В интервью она рассказала о магии своего бизнеса, романтике цветов и том, почему каждый букет – это отдельная история.

– Светлана, вы работаете в очень сложной индустрии, где товар живой, а конкуренция высокая. Почему именно цветы? Что заставило вас поверить в успех?

– Это был вызов. Когда я только задумала открыть магазин цветов, я не могла спать. Мысли, переживания, сомнения – все это накатывало волнами. Но желание создать что-то свое, красивое и необыкновенное, оказалось сильнее. К тому моменту у меня уже были несколько магазинов «Зеленый сад» в Горно-Алтайске. На их основе я приобрела опыт и уверенность в своих силах.

Название для нового салона пришло само собой: в Горно-Алтайске были «Зеленые сады», а в Барнауле появился «Александровский сад». Тогда у меня была фамилия Александрова, и это казалось символичным. Так началась новая глава моей жизни.

– Вы говорите, что хотели создать что-то необычное. Чем «Александровский сад» отличается от обычного цветочного магазина?

– Мы стараемся быть больше чем просто магазин цветов. Наш главный принцип – гостеприимство. Покупатели должны чувствовать себя у нас как дома: уютный интерьер, приветливые флористы, всегда свежий ассортимент.

А еще у нас есть правило: если с цветком что-то случилось – завял, сломался – мы без вопросов его заменим. Это мелочь, но она формирует доверие. Люди возвращаются к нам снова и снова.

Ну и, конечно, оформление. Мы уделяем огромное внимание тому, как выглядит салон. Каждый сезон мы меняем декор внутри и снаружи. Это не просто магазин, а место, где хочется остановиться, сфотографироваться, вдохнуть аромат цветов.

– Звучит так, будто ваш салон – не просто бизнес, а что-то большее. Если бы «Александровский сад» был человеком, каким бы он был?

– О, это был бы романтик! Такой человек, который ищет красоту во всем и ценит человеческие отношения.

Когда люди заходят в салон, первое, что они чувствуют, это аромат. Некоторые даже шутят, что наши букеты заменяют им духи. А еще – шуршание упаковки. Оно напоминает прогулку по осенним листьям.

Нам важно, чтобы каждый покупатель чувствовал себя особенным. Вот почему у нас есть постоянные клиенты, которые с нами уже много лет. Кто-то приходит за букетами для всех важных событий в своей жизни, кто-то просто заходит сказать спасибо за очередное оформление витрины. Это невероятно ценно.

– Наверное, через салон проходит много человеческих историй? Есть ли что-то, что вас особенно тронуло?

– О, таких историй очень много. Помню, как парень купил у нас огромный букет для предложения руки и сердца, а потом привел свою невесту в магазин, чтобы сфотографироваться на том самом месте, где он его выбирал. Говорил, что она была в восторге.

А однажды прибежал молодой человек, сказал, что ему срочно нужен самый большой букет. Мы собрали все розы, какие были в наличии. Он был очень взволнован, сказал, что его ждет девушка, и побегал.

Есть и грустные истории. Один наш постоянный клиент всегда покупал цветы для своей жены. После ее ухода он продолжил приходить, чтобы поставить букеты на ее могилу. Это трогает до глубины души.

– Цветы сопровождают нас и в радостные, и в печальные моменты. Как вы думаете, в чем их магия? Почему, несмотря на их недолговечность, люди продолжают их любить?

– Цветы усиливают эмоции. Они делают момент незабываемым. День рождения, свадьба, предложение руки и сердца – без цветов это уже не то. Цветы – это не просто подарок. Это способ выразить то, что словами иногда сказать сложно. Радость, любовь, благодарность.

Еще я думаю, что в эпоху соцсетей цветы стали частью визуальной культуры. Раньше все оставалось в узком кругу семьи, а сейчас люди делятся радостью с целым миром. Это накладывает на нас как на бизнес большую ответственность.

– Вашему бизнесу уже 30 лет, и цветочная индустрия за это время сильно изменилась. Как вам удается оставаться на плаву и не терять интерес клиентов?

– Наши флористы постоянно учатся – не только создавать красивые букеты, но и понимать клиентов, находить к ним подход. Мы стараемся, чтобы каждый, кто приходит в наш салон, чувствовал себя особенным. Это не просто продажа цветов – это работа с эмоциями.

Ну и, конечно, мы учимся сами. Иногда кажется, что за 30 лет уже все знаешь, но это иллюзия. В бизнесе всегда есть чему учиться. И, если честно, именно это делает его таким интересным.

Я сама тоже регулярно прохожу обучение. Мир меняется, появляются новые тренды, технологии, подходы, и важно не отставать. Например, сегодня в моде минимализм: лаконичные букеты, цветущие ветки, пионы, ранункулысы. Мы всегда стараемся предлагать покупателям то, что актуально и востребовано. Но обучение – это не только про тренды. Это еще и про вдохновение. Наша индустрия связана с красотой и творчеством, а чтобы создавать что-то новое и интересное, нужно постоянно развиваться.



Светлана Сахарова,
директор салона цветов «Александровский сад»



Победитель ежегодного конкурса «Лучшее новогоднее оформление предприятий промышленности и потребительского рынка – 2025» в номинации «Лучшее новогоднее оформление салонов цветов»

Кроме того, большое внимание мы уделяем качеству цветов. Сейчас российский рынок активно развивается, и это помогает нам сокращать путь от производителя до витрины. Это значит, что цветы дольше остаются свежими и радуют покупателей.

– **Что бы вы посоветовали тем, кто только думает открыть цветочный магазин?**

– Главное – не бояться быть не такими, как все. Дифференцируйся или умри, как сказал Джек Траут. Цветочный бизнес – это не просто продажи. Это про отношения, эмоции, философию. Если вы хотите заниматься этим, будьте готовы вкладывать душу.

– **И напоследок: что бы вы хотели сказать своим покупателям?**

– Дарите цветы! Даже если вы считаете, что это пустая трата денег, попробуйте хотя бы раз. Посмотрите в глаза человеку, которому вы их подарите, и вы все поймете. Цветы – это язык любви. И каждый букет говорит что-то свое, особенное.



ИП Сахарова С.Г.

«Александровский сад»

г. Барнаул, ул. Лазурная, 29

☎ +7 (3852) 53-30-44, +7 (964) 603-30-44

🌐 www.zeleny-sad.ru

«АВТОМОБИЛЬ – ЭТО НЕ ПРОСТО СРЕДСТВО ПЕРЕДВИЖЕНИЯ, ЭТО СТАТУС, ХАРАКТЕР И ОТРАЖЕНИЕ ЛИЧНОСТИ»

Как часто мы задумываемся о том, что автомобиль – это не просто железо на колесах, а продолжение нас самих? Дмитрий Шалимов, основатель детейлинг-студии «LuxUp», знает, как превратить машину в произведение искусства. В свои 24 года он успел превратить хобби в успешный бизнес, который не только делает автомобили красивыми, но и дарит их владельцам эмоции. Мы узнали у Дмитрия, как он пришел к этому делу, с какими трудностями столкнулся и почему черные машины – это всегда вызов.

ОТ ХОББИ К БИЗНЕСУ

– Дмитрий, расскажите, как вы пришли к идее открыть свою студию детейлинга? Это ведь не самый очевидный бизнес.

– Если честно, я никогда не планировал, что это станет моей работой. По профессии я энергетик, но с детства увлекался машинами. Любил наводить порядок в своей, доводил до блеска, чтобы она всегда выглядела как новая. Постепенно друзья начали замечать: «Почему твоя машина всегда в таком идеальном состоянии?» Просили помочь и с их авто. Так, шаг за шагом, это переросло в нечто большее.

Я понял, что людям это нужно, и что на этом можно строить бизнес. Тем более сейчас, когда цены на автомобили растут, люди стали больше заботиться о своих машинах. Чтобы делать все на профессиональном уровне, я прошел обучение в Санкт-Петербурге в одной из крупных компаний. Мы с коллегой получили дипломы по двум направлениям: оклейка пленкой и базовый детейлинг. В прошлом году оформили бизнес официально и начали работать.

– Вы говорите, что все началось с друзей. А помните момент, когда к вам впервые обратился незнакомый клиент?

– Конечно. Это был один из самых волнительных моментов. Когда ты только начинаешь, еще не уверен в себе, и к тебе приходит незнакомый человек, это вызывает серьезный стресс. Помню, я до ночи осматривал машину, чтобы убедиться, что не упустил ни одной мелочи. Хотел, чтобы все было идеально.

Сейчас такого уже нет, я уверен в своем уровне, но тогда это был настоящий вызов.

– А что было самым главным уроком за первый год работы?

– Наверное, самый важный урок – это не бояться сложных задач и всегда стараться сделать чуть больше, чем от тебя ждут. А самая большая ошибка – это то, что я не начал заниматься этим раньше. Когда понимаешь, сколько времени упущено, становится немного обидно.

ДЕТЕЙЛИНГ И ЕГО ФИЛОСОФИЯ

– Давайте немного подробнее поговорим о самой работе. Для многих детейлинг и автомойка – это одно и то же. Расскажите, в чем разница?

– Разница огромная. Автомойка – это просто помыть машину, зачастую небрежно. Детейлинг – это внимание к каждой мелочи, это искусство ухода за автомобилем.

Например, мы можем снять колеса, чтобы вымыть подвеску, или разобрать часть салона, чтобы добраться до самых труднодоступных мест. Мы используем только качественные материалы и соблюдаем все технологические процессы. Даже если



Дмитрий Шалимов,
руководитель компании Luxup Detailing

клиент никогда не заглянет в какой-то угол, мы все равно его очистим. Это принципиальный момент.

– То есть детейлинг – это про детали. Но наверняка есть услуги, которые заказывают чаще всего?

– Да, конечно. Чаще всего клиенты заказывают полировку кузова, нанесение керамического покрытия, химчистку салона и оклейку автомобиля защитной пленкой.

Интересно, что предпочтения зависят от возраста. Молодежь больше заботится о внешнем виде автомобиля, а старшее поколение ценит практичность. Например, они чаще защищают кузов пленкой, чтобы продлить срок службы автомобиля.

– Вы упомянули керамическое покрытие. Это популярная услуга, но многие владельцы пытаются делать что-то подобное самостоятельно. Какие ошибки они допускают?

– Самая распространенная ошибка – использование неправильных материалов. Например, люди пытаются обезжирить кузов или фары средствами, которые для этого не предназначены. Это может привести к повреждению покрытия фар. При самостоятельном нанесении керамического покрытия не соблюдается температурный режим, а также технология нанесения. Тем самым состав в дальнейшем может плохо располироваться и оставлять пятна на лакокрасочном покрытии.

Еще одна ошибка – неправильная химчистка салона. Например, используют щелочные средства, которые нужно тщательно смывать. Если этого не сделать, щелочь активизируется при попадании влаги, и на материалах появляются белые пятна.

Также часто встречается прожигание лака при полировке. Даже у профессионалов это может случиться, если нарушить технологию, а для новичков это одна из самых частых проблем.

ЧЕРНЫЙ ЦВЕТ – ВЫЗОВ ДЛЯ МАСТЕРА

– Наверное, ошибки владельцев – это не единственное, с чем вам приходится сталкиваться. Есть ли в вашей работе какие-то особые вызовы?

– Сложнее всего работать с черными автомобилями. Черный цвет – это, конечно, статусно, но и крайне сложно. На черном автомобиле видно каждую царапину, каждую пылинку. Чтобы такая машина выглядела идеально, нужно приложить максимум усилий.

– Но ведь клиенты выбирают не только черный. Какой цвет машины, по вашему мнению, лучше всего отражает характер владельца?

– Это зависит от человека. Люди старшего возраста чаще выбирают практичные цвета: белый, серый, черный. Черный, как я уже говорил, выглядит статусно, но ухаживать за ним сложно.

А вот яркие цвета, например, зеленый или красный, выбирают те, кто хочет выделяться. Это люди, которые не хотят сливаться с потоком, они стремятся подчеркнуть свою индивидуальность.

– Вы замечаете какие-то особенности у таких клиентов?

– Да, это эмоциональные и активные люди. Они четко знают, чего хотят, и не боятся экспериментировать. С ними интересно работать, потому что они всегда очень вовлечены в процесс.

– Есть ли мифы о детейлинге, которые вас раздражают?

– Да, это распространенное заблуждение, что любая автомойка может называться детейлингом. Сейчас многие мойки добавляют это слово в свое название, но на деле не имеют ничего общего с настоящим детейлингом.

Детейлинг – это внимание к мелочам, качественные материалы и соблюдение технологий. Это не просто «хорошо помыть машину», это сделать так, чтобы автомобиль выглядел как новый.

РАДОСТЬ КЛИЕНТОВ

– Наверное, такие клиенты часто оставляют яркие отзывы. Есть ли какой-то, который особенно запомнился?

– Да, недавно был случай. Приехал клиент с новой машиной, мы делали полировку, наносили керамическое покрытие и оклеивали фары пленкой. В момент выдачи он реагировал спокойно, но позже написал мне в WhatsApp: «Я доволен, как слон, и моя семья тоже!» А через пару дней его друг приехал на такой же машине и заказал тот же комплекс. Это был лучший комплимент для нас. Теперь мы постоянно поддерживаем с ними общение.

– А что для вас самого является главной ценностью в работе? Что вы хотите дать своим клиентам?

– Мы дарим людям эмоции. Когда человек забирает машину, особенно черную, которая после детейлинга выглядит как новая, он не может скрыть восторга. Люди начинают оборачиваться на свой автомобиль, гордятся им. Это дорогого стоит.

БУДУЩЕЕ ДЕТЕЙЛИНГА

– Как вы видите развитие детейлинга в ближайшие 10–20 лет?

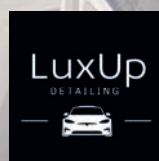
– Сфера развивается очень быстро. Автомобили дорожают, поэтому люди хотят дольше сохранять их в идеальном состоянии. Через 10 лет детейлинг станет еще более технологичным. Но главное в нашей работе – это подход к клиенту. Даже самые передовые технологии не заменят человеческое внимание и заботу.

– Какие планы на развитие вашей студии?

– Мы уже думаем о расширении. Сейчас у нас небольшое помещение, поэтому иногда приходится отказывать клиентам из-за нехватки места. Планируем переезд в более просторное помещение и увеличение штата.

– Если бы вы описали свою работу одним словом, какое бы это было слово?

– Эмоции. Мы не просто ухаживаем за машинами, мы доставляем радость владельцам. Это главное в нашей работе.



Детейлинг-студия «LuxUp»
г. Барнаул, ул. Юрина, 154
т. +7 (952) 007-91-57
@luxup_detailing



«СИЛА В ВЫСОТЕ: МЫ ТАЩИМ НА СЕБЕ ГОРОД БУКВАЛЬНО И ПЕРЕНОСНО»

Компания «КранСервис22» из Барнаула сегодня участвует в самых разных проектах: от демонтажа мостов до установки новогодних елок в центре города. Их техника работает на крупных стройках, промышленных объектах, с МЧС и администрацией. А руководит этим процессом человек, который не просто управляет бизнесом из офиса, но и сам садится за руль автокрана. Мы поговорили с директором компании Романом Пороховым о сложных задачах, философии работы и той самой детской мечте, которая однажды стала делом всей жизни.

– Сегодня ваша техника работает и на городских объектах, и на стройках крупных заводов, и в экстренных ситуациях с МЧС. Как вы пришли к такому масштабу? С чего все началось?

– Все началось довольно неожиданно. Оказался без работы, а у знакомого стоял автокран. Решил попробовать – взял его в аренду, нанял водителя и постепенно вошел в профессию. Пришлось брать кредит, чтобы купить собственную технику. Шаг за шагом расширялись: сейчас у нас уже парк из кранов, автовышек, самосвалов, погрузчиков. Работаем с администрацией,

с крупными компаниями, с заводами. География – весь край, в том числе отдаленные районы, и остальная Сибирь.

– Какими бывают ваши задачи? Что вообще входит в понятие «аренда спецтехники»?

– Это не просто «приехал, поднял, уехал». Часто приходится работать в сложных или нестандартных условиях. Наряжаем город к праздникам – новогодние елки, флаги, подсветка. С МЧС участвуем в эвакуациях – однажды вытаскивали бензовоз, повисший на Новом мосту. Работаем со стройками: от коттеджей до 16-этажек. Недавно, например, на одном объекте нужно было поднять 15-тонный станок на высоту 42 метра. Другие отказались, мы справились.

– Чтобы справляться с такими задачами, очевидно, нужна серьезная подготовка. Как устроен этот процесс?

– Обязательно выезд на место, осмотр площадки, оценка грунта, расчет высоты, веса, вылета стрелы. Особенно важна устойчивость. Если грунт слабый, нужно обязательно подложить плиты под опоры крана. Без этого можно потерять не только технику, но и жизни. Один неверный расчет – и кран падает. Мы всегда на это смотрим в первую очередь.

– То есть безопасность – ключевое. А были ли критические ситуации, когда это ощущалось особенно остро?

– Конечно. Например, выгружали большой комбайн двумя кранами. У одного порвался трос, и весь груз пошел на второй. Хорошо, успели перехватить, все закончилось нормально. Или недавно работали на мосту, где некуда было выдвинуть лапы крана. Пространство ограниченное, балки по 20 тонн. Все это требует опыта и внимательности.

– Кстати, вы сказали, что сами работаете на кране. Это редкость для руководителя. Почему продолжаете?

– Потому что люблю это дело. У меня восьмой разряд, поэтому я не просто руковожу – я в теме. И когда нужно – сажусь за кран, особенно если задача сложная. Это помогает и команде понимать, и клиентов, и сам процесс держать под контролем.

– А с какими клиентами работаете на постоянной основе? Есть те, с кем сложились особенно доверительные отношения?

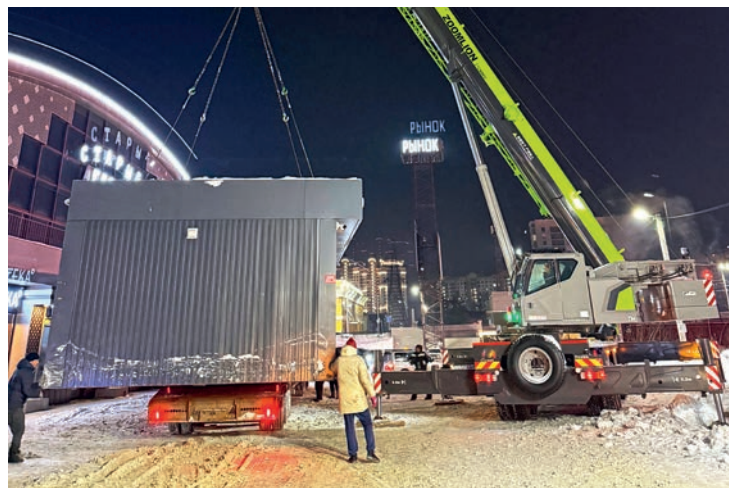
– Да, например, компания СЗ «Восход». Начали с одного заказа, нашли общий язык, и теперь все их стройки ведем мы. Построили с ними дом на Гоголя, сейчас работаем на Интернациональной – 16-этажка с нуля. Это те случаи, когда работа превращается в партнерство.

– Сейчас много говорят о нехватке рабочих кадров. Как у вас с этим?

– Крановщиков действительно не хватает. Это сложная профессия, не каждый выдерживает. Нужно быть хладнокровным, уметь принимать решения в сложной ситуации. Очень часто мы переделываем за другими – потому что не справились. Нам

Роман Порохов,
директор компании
«КранСервис22»





всегда нужны толковые люди, но найти их непросто.

– А техника? Вы работаете на китайских кранах? Как с обслуживанием, импортозамещением?

– Да, перешли на Zoomlion. Очень надежная техника, с обслуживанием проблем нет. КамАЗы ушли в прошлое – на китайской технике проще работать, она современнее и мощнее.

– Как вы думаете, может ли в будущем вашу работу заменить автоматизация? Роботы, искусственный интеллект?

– Нет. Робот не сможет оценить площадку, грунт, риски. Здесь все слишком тонко и индивидуально. Пока человек не уйдет с площадки – техника сама не справится.

– И все-таки – как вы сами для себя формулируете смысл этой работы? Что она для вас?

– Это не просто бизнес. Это дело, к которому я пришел сам, изнутри. Я люблю сложные задачи, люблю, когда говорят: «Это невозможно», а мы делаем. Люблю, когда люди восхищаются. И люблю саму технику еще с детства. Тогда я мечтал об игрушечном кране, но у меня не было. Теперь есть настоящий.

ООО «КранСервис22»

Аренда спецтехники в Алтайском крае

г. Барнаул, Павловский тракт, д. 54в, офис 6

+7 (952) 000-08-19,

+7 (960) 962-00-33

 kranservice22.ru



МЫ ПРИВЫКЛИ ДОКАЗЫВАТЬ, ЧТО НЕТ НИЧЕГО НЕВОЗМОЖНОГО

Из интернет-магазина – в лидеры станкостроения Сибири. Звучит как фантастика? Но для ГК «СПИКОМ» это реальность. За 19 лет компания прошла путь от продажи импортного оборудования до разработки собственных уникальных станков с ЧПУ, которые сегодня работают на крупнейших предприятиях России и даже за рубежом. О секретах успеха, вызовах времени и амбициозных планах мы поговорили с основателем и генеральным директором компании Сергеем Улановым.

– Сергей, ваша история начинается с интернет-магазина, а теперь вы – один из ведущих производителей в Сибири. Как родилась идея создания собственного производства станков?

– Наш путь действительно был тернистым, но и невероятно увлекательным. Все началось в 2006 году, когда я основал «СПИКОМ» как интернет-магазин промышленного оборудования. Но в моей голове всегда жила амбициозная мечта – создать уникальное производство, способное конкурировать с мировыми лидерами. Знакомство с Александром Голубкиным – нашим техническим директором – стало поворотным моментом. Он настоящий профессионал и фанат своего дела. Вместе мы стали двигаться вперед, воплощая самые смелые идеи в реальность. В 2014 году решились на первый шаг, спроектировав технику для прочистки труб, которая не имела аналогов в России.

– Интересно, как вы совершили такой переход – от торговли к производству?

– Это был естественный процесс. Мы долго работали с зарубежными производителями и изучили все нюансы. Но я всегда хотел создать что-то уникальное, что будет востребовано на рынке. Прототипом для производства нашей первой техники стали прочистные аппараты из США. Мы спроектировали и изготовили уникальный станок для производства профессиональных сантехнических спиралей, являющихся основой в прочистном оборудовании, и так появился наш первый товарный знак «SPEX».

– Вы не только создали станок, но и обеспечили импортозамещение. Это смелое решение.

– Да, и я горжусь тем, что мы смогли сделать. Когда мы поняли, что спирали производятся только за рубежом, то приняли вызов и разработали собственное решение. Это был ключевой момент, который подтолкнул нас к созданию линейки барабанных прочистных машин. До сих пор техника не имеет аналогов в РФ. Но на этом мы не остановились.

– В 2016 году у вас рождается первый станок плазменной резки. Как это произошло?

– Это был логичный шаг. Наши потребности в станках для раскроя металла росли, и мы решили, что пора создавать собственное оборудование. Александр возглавил проект, и в результате появился первый станок плазменной резки с ЧПУ. Мы увидели его потенциал и приняли смелое решение масштабировать производство. Так родился товарный знак «ULTRATHERM».

– Насколько удалось снизить долю импортных компонентов? И как вообще санкции повлияли на вашу работу?

Сергей Уланов,
основатель
и генеральный директор
ООО «СПИКОМЭНЕРГО»





– Долю импортных компонентов в ULTRATHERM мы снизили на 15%. Конечно, часть электроники пока остается импортной. Но санкции стали стимулом для развития. Российские производители совершенствуют свою продукцию, повышая качество и надежность. Мы в «СПИКОМ» это доказали. Сейчас самое время объединиться и показать, что Россия может производить высокотехнологичное оборудование мирового уровня.

– Скажите, Сергей, как вам удается конкурировать с зарубежными производителями? Ведь это серьезный вызов.

– Мы концентрируемся на качестве и уникальных решениях. Наши станки плазменной и газовой резки стали популярными благодаря высокой точности и индивидуальному подходу. На сегодня более 400 наших станков успешно работают по всей России и СНГ. Мы гордимся тем, что такие гиганты, как «Росатом», «Газпром» и «Роснефть» выбрали наше оборудование.

– Ваши станки работают даже в Египте. Как вы завоевываете мировой рынок?

– Египетский проект с «Росатомом» – яркое тому подтверждение. Когда нас выбирают для таких задач, мы понимаем, что наша работа ценится и за рубежом. Но мы не останавливаемся на достигнутом. Наши инженеры постоянно работают над улучшениями.

– В 2025 году вы выпустили лазерный станок «INVADER». Расскажите об этом проекте.

– «INVADER» – наша гордость и ответ вызовам рынка. Процесс создания был сложным, но мы поставили перед собой цель – минимизировать импортные компоненты и создать конкурентоспособный станок. Мы разработали собственную систему слежения за высотой лазерного луча и после тестов внедрили ее в производство. Это был прорыв.

– Что делает «INVADER» особенным по сравнению с китайскими аналогами?

– Мы сделали акцент на удобстве и инновациях. В нашей станке вытяжка дымовых газов секционная, что сохраняет тепло в цехе за счет применения менее мощных вытяжных вентиляторов и улучшает экологию на производстве. Кроме того, он прост в освоении. Китайские станки требуют длительного обучения, а наш – всего 2–3 часа. И, самое главное, это наш местный сервис. Все комплектующие в наличии и любые вопросы оперативно решаются нашей сервисной службой.

– Сергей, как вы справляетесь с логистическими вызовами? Производство станков – непростая задача.

– Логистика действительно сложный аспект. Мы работаем над оптимизацией транспортировки, особенно для более крупных станков. Наши российские аналоги становятся привлекательнее по цене и качеству, и мы готовы расти вместе с потребностями рынка.

– Как рынок реагирует на ваше присутствие?

– Реакция потрясающая! На выставке «МашЭкспо Сибирь 2025» мы представили «INVADER» и сразу заключили несколько контрактов. Наши станки заинтересовали предприятия металлообработки и производства металлоконструкций. Мы не просто производители, мы создаем технологии, которые меняют правила игры.

– Какие планы у «СПИКОМ» на будущее?

– Планов много! Мы проектируем новые модели станков, включая бюджетные и премиальные варианты. Также расширяем наши возможности по производству нестандартных станков по заказам клиентов. Наша цель – стать одним из лидеров в лазерной резке в России и за ее пределами.

– Последнее, что хочу спросить: какая мотивация движет вами и вашей командой?

– Нас мотивирует желание создать лучшее оборудование в мире. Мы не боимся вызовов, а принимаем их. И я верю, что в будущем мы сможем производить все электронные компоненты, необходимые для станкостроения. Мы хотим доказать, что российские станкостроители способны на невозможное, и мы это докажем!

ООО «СПИКОМЭНЕРГО»

г. Барнаул, ул. Кирова, д. 47
 тел.: 8-800-100-1-600, 8-800-700-30-77
 e-mail: s800100@yandex.ru

www.toolcom.ru
 www.ультратерм.рф
 www.ivdr.ru
 www.всестанки.рф
 www.energoremont.pro
 www.обработкаметалла.рф
 www.spextool.com
 www.лазерныйстанок.рф
 www.мангусты.рф
 www.котельныйзавод.рф
 www.spe.su



ОХРАНА ТРУДА – ЭТО НЕ ПЫЛЬНАЯ ПАПКА НА ШКАФУ, А СОХРАНЕНИЕ ЖИЗНИ

Зачем руководителю заботиться о безопасности сотрудников, если «и так всё работает»? Мария Вишняк, директор по развитию «Центра комплексной безопасности труда», уверена: лучше предупредить несчастный случай, чем столкнуться с ним в реальности.



Мария Вишняк, директор по развитию



– Мария, представьте, я обычный руководитель небольшой компании, у которого всё вроде бы работает. Зачем вообще тратить силы и деньги на охрану труда?

– Понимаю ваш вопрос, и поверьте, слышу его регулярно. Многие думают, что охрана труда – это только скучные бумаги и формальности. На самом деле это про реальную защиту людей. Во-первых, это профилактика несчастных случаев. А во-вторых, сегодня государство активно стимулирует работодателей переходить на цифровые технологии. Все процедуры, от специальной оценки условий труда до обучения сотрудников, фиксируются в едином цифровом пространстве. Скрыть уже не получится ничего.

– А если говорить простым языком: штрафы действительно такие внушительные?

– Более чем. Например, штраф за отсутствие обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров на одного сотрудника – от 100 до 130 тысяч рублей. При этом сама процедура стоит порядка двух-трех тысяч. Или, допустим, штраф за отсутствие системы управления охраной труда – 80 тысяч рублей, в то время как разработать ее можно в десятки раз дешевле. В крайних случаях штрафы суммируются и могут достигать до четырех миллионов рублей. Поверьте, профилактика дешевле.

– Что чаще всего приводит к травматизму на предприятиях нашего региона?

– Основные причины несчастных случаев на производстве – нарушение технологического процесса и, конечно, человеческий фактор: усталость, невнимательность, некачественное обучение. Только за 2024 год в Алтайском крае произошло 73 несчастных случая, связанных с производством, из которых 16 закончились смертью работников, в том числе из-за падения с высоты. Лидируют здесь обрабатывающие производства, сельское хозяйство и строительство.

– Мария, что делать, если руководитель воспринимает охрану труда исключительно как ту самую «запыленную папку»?

– Такие ситуации у нас случаются регулярно. Помню случай, когда на предприятии произошло падение человека с высоты со смертельным исходом. Расследование показало, что для обеспечения безопасности не выполнялось абсолютно ничего: ни обучения, ни инструктажей, ни оценки профессиональных рисков. Штрафы суммировались, сумма оказалась огромной. Но важнее другое – потерянная жизнь. После этой трагедии руководитель полностью изменил отношение. Теперь там все в порядке, но какой ценой? Мы всегда стараемся убедить работодателей проводить превентивные мероприятия, чтобы предотвратить нежелательные последствия.

– Вы упомянули человеческий фактор. Сегодня так много говорят о цифровизации и искусственном интеллекте. Может ли ИИ заранее предсказать несчастный случай?

– Пока это, скорее, фантастика. Искусственный интеллект



Владимир Вишняк, генеральный директор

имеет место быть в работе с документами, но специалиста по охране труда заменить не может. Но мы активно применяем результаты цифровизации, например, у нас есть несколько запатентованных программ, интернет-тренажеров, включая даже специальные видеоигры по безопасности труда с уникальным интерфейсом. Человеческий фактор все еще решает многое, и обучение должно быть практическим. На нашем учебном полигоне в Барнауле мы отрабатываем реальные навыки, такие как работы на высоте, в ограниченных замкнутых пространствах. При проведении обучения оказанию первой помощи используем тренажеры-манекены, жилеты для извлечения инородных тел, автоматические наружные дефибрилляторы. Такой практический опыт никакой Интернет не заменит.

– **Кстати, о вашем центре. Чем вы гордитесь особенно?**

– Мы единственные в Сибирском федеральном округе, кто получил статус Центра оценки квалификации в сфере безопасности труда. К нам приезжают специалисты не только из Алтайского края, но и из соседних регионов. У нас три собственных образовательных платформы, в том числе интернет-тренажеры в виде видеоигр с уникальным интерфейсом и запатентованные программы по оценке профессиональных рисков и разработке документов. Мы делаем акцент на практической подготовке специалистов. Не останавливаемся на достигнутом, учимся и развиваемся, чтобы оказывать услуги на достойном уровне.

– **Вы регулярно проводите мероприятия для работодателей. Зачем посещать их?**

– Мы стремимся к созданию безопасного рабочего пространства. Проводим различные мероприятия: семинары, тренинги, конкурсы совершенно бесплатно. Сейчас, например, готовимся к



крупному Межрегиональному форуму по охране труда, который пройдет в Барнауле в сентябре 2025 года. Для нас важно, чтобы люди могли применять полученные знания и навыки. Как оказывать первую помощь? Как минимизировать риски? Как экономить на охране труда, получить компенсации расходов на охрану труда от государства? Люди понимают, что это не «дежурные мероприятия», и отклик всегда очень хороший.

– **Что лично вас мотивирует в работе?**

– Лучшее вдохновение – реальные истории. Например, когда после нашего обучения человек на улице не испугался и смог реанимировать пострадавшего. Вот ради таких случаев мы и работаем, именно они показывают, что безопасность труда – это не просто документы. Охрана труда – это не просто бизнес, это долг и ответственность перед каждым работником.

– **И напоследок: как, по-вашему, изменится охрана труда лет через десять?**

– Думаю, бюрократии станет меньше, большая часть документооборота перейдет в «цифру». Но человеческий фактор останется решающим, ведь охрана труда всегда будет о людях и для людей. Это невозможно заменить полностью цифровизацией. Я очень хочу верить, что через десять лет руководители перестанут воспринимать безопасность труда как обузу и поймут, что это важная инвестиция в жизнь и здоровье сотрудников.

Центр комплексной безопасности труда

г. Барнаул, Павловский тракт, 225б

+7 (3852) 699-775

+7 (901) 205-99-11

www.info@cbtrud.ru

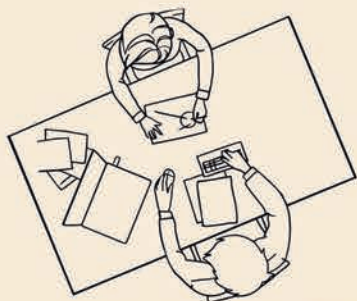
ЭКСПОРТ

**мой
бизнес**
Алтайский край



ОБУЧЕНИЕ

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕГО БИЗНЕСА



СОЦИАЛЬНЫЙ
БИЗНЕС

ФИНАНСОВАЯ
ПОДДЕРЖКА

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ И КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

- Регистрация предпринимательской деятельности, выбор системы налогообложения
- Разработка финансового плана или привлечение финансирования
- Разработка маркетинговой стратегии и плана продвижения бизнеса
- Подбор мер государственной поддержки
- Расчёт рейтинга бизнеса (скоринг) через Цифровую платформу МСП (<https://мсп.пф>) и расшифровка его итогов
- Создание бизнеса с нуля, генерация бизнес-идей и разработка бизнес-плана
- Анализ и оптимизация деятельности предприятия и разработка плана его развития для улучшения финансовых и производственных показателей бизнеса
- Запуск кампании по продвижению в Интернете: продвижение в поисковых системах, социальных сетях, мессенджерах, как использовать нейросети, как создавать сайт
- Продажи на российских и международных маркетплейсах
- Упаковка бизнеса во франшизу
- Участие в госзакупках
- Увеличение продаж
- Управление персоналом
- Регистрация и использование товарных знаков, защита интеллектуальной собственности, авторских прав
- Для самозанятых граждан по развитию своего дела и увеличению прибыли
- Для женщин-предпринимателей по открытию собственного дела, развитию действующего бизнеса, привлечению клиентов, увеличению продаж
- Для предпринимателей креативных индустрий
- Губернаторская программа подготовки профессиональных кадров для сферы малого и среднего предпринимательства Алтайского края

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА

- Интернет-продвижение
- Реклама в 2ГИС
- Разработка сайта
- Разработка фирменного стиля бренда
- Разработка видеоролика, буклета, каталога
- Размещение на сайте креативных индустрий мойкреатив22.рф
- Размещение на витрине товаров «Сделано в Алтайском крае» на российских маркетплейсах



ОРГАНИЗУЕМ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКАХ И БИЗНЕС-МИССИЯХ
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

ПОДДЕРЖКА СОЦИАЛЬНОГО БИЗНЕСА

- Проведение обучающих мероприятий (школа социального предпринимательства, мастер-классы, тренинги)
- Организация мероприятий по популяризации социального предпринимательства (фестивали, ярмарки)
- Организация обучения руководителя или наемного работника по дополнительным профессиональным программам (повышение квалификации, профессиональная переподготовка)
- Изготовление сайтов, продвижение в сети Интернет, изготовление информационных материалов, создание и размещение аудио- и видеороликов, брендинг, размещение наружной рекламы (билборд), размещение вакансий на hh.ru
- Проведение регионального этапа Всероссийского конкурса «Мой добрый бизнес» среди компаний малого и среднего бизнеса, осуществляющих деятельность в сфере социального предпринимательства, с целью популяризации их деятельности



ЭКСПОРТНАЯ ПОДДЕРЖКА

- Консультирование на всех этапах экспортного проекта
- Организация и проведение образовательных мероприятий для экспотеров: тренинги, семинары, вебинары
- Консультирование по продуктам группы Российского экспортного центра (РЭЦ)





ПОЛЕЗНЫЕ КОНТАКТЫ

Информация о проведении публичных консультаций по проектам нормативных правовых актов, которые могут необоснованно затруднять ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности

Контактные данные:
(3852) 20-65-37,
bedrina@alregn.ru

Информация о государственной поддержке инвестиционных проектов (раздел «Инвестиции»)

Контактные данные:
(3852) 20-65-19,
econom@alregn.ru

Государственная поддержка экспорта

Контактные данные:
(3852) 20-65-40,
econom@alregn.ru

Информация об оказании поддержки предприятиям через Алтайский краевой лизинговый фонд (раздел «Лизинг»)

Контактные данные:
(3852) 20-65-23,
econom@alregn.ru

Информация об оказании поддержки предприятиям по линии Алтайского центра кластерного развития (раздел «Услуги»)

Контактные данные:
(3852) 20-66-14,
altklafter@inbox.ru



Задай вопрос!
на официальном
интернет-сайте города



Страница комитета
по развитию
предпринимательства,
потребительскому
рынку и вопросам труда



СПАСИБО ЗА ПОБЕДУ!

НАД ПРОЕКТОМ РАБОТАЛИ:

12+

Комитет по развитию предпринимательства,
потребительскому рынку и вопросам труда
администрации г. Барнаула,
656043, г. Барнаул, ул. Гоголя, 48,
тел.: (3852) 37-04-61, 37-04-70,
trade@barnaul-adm.ru

Наталья Кротова,
Наталья Крылова,
Алина Постникова,
Анастасия Чебакова

Подписано в печать 30.04.2025 г.
Тираж 1300 экз. Заказ № 362787.
Отпечатано в типографии «Золотой тираж»
(ООО «Омскбланкиздат»),
644007, г. Омск, ул. Орджоникидзе, 34, тел. 212-111,
www.золотойтираж.рф