



*Истории успеха  
бизнес-леди*

*вместе с банком «Центр-инвест»*

МАЙ 2016

## Кредитование женского счастья

Сегодня многие успешные бизнес-проекты реализуются женщинами. Они уходят в бизнес по разным причинам: кто-то стартует по необходимости, не видя других вариантов профессиональной самореализации, а кто-то ухватывается за привлекательную возможность.



Женщины подходят к решению вопросов взвешенно и пользуются своей интуицией. Бизнес-леди всегда надежны, организованы и ответственны. Именно женщинам от природы присуща бережливость и аккуратность, в том числе по отношению к деньгам. В банке «Центр-инвест» уверены, что это правило подтверждается на практике.

Специально для поддержки южнороссийских бизнес-леди «Центр-инвест» разработал новую кредитную программу для женщин-руководителей и собственников бизнеса. Этот кредитный продукт появился в банке в 2012 году и сразу оказался востребованным среди клиенток банка.

Уже 300 бизнес-леди получили льготные кредиты в банке «Центр-инвест» на сумму 400 миллионов рублей для развития своего бизнеса.

Наша задача – помочь успешным бизнес-леди активно развивать свое дело. Для этого мы предлагаем кредит на особых условиях до 3 миллиона рублей на 1 год с отсрочкой платежа на шесть месяцев и льготную процентную ставку по кредиту, сниженную на 25% от стандартных условий. Мы уверены, финансовая и информационная поддержка со стороны банка и внедрение современных технологий с учетом лучшей мировой практики помогут южнороссийским предприятиям быть конкурентными не только на российском, но и на международных рынках.

Для поддержки инициатив деловых женщин Юга России банк «Центр-инвест» организует

встречи в формате европейского делового завтрака, на которых обсуждаются темы социальной и экологической ответственности бизнеса, благотворительности, бизнес-образования и вопросы корпоративной культуры, преемственности в бизнес-династиях.

Весной 2016 года эта традиция продолжилась в столице Великобритании, где уже состоялось 3 бизнес-завтрака для русскоговорящих бизнес-женщин, которые организовала Ольга Высокова.

Сейчас много говорится о равенстве мужчин и женщин в мире бизнеса. Проблема в том, что многие женщины выбирают семью и заботу о детях и бросают карьеру. В результате экономика теряет много талантов, ответственных руководителей, долю в ВВП.

Каждая из этих девушек меняет среду вокруг себя и создает свой кластер, а вместе они создают новую платформу общества – успешные женщины-предприниматели, и решают проблему государства по потере талантливой рабочей силы.

Более 400 активных и целеустремленных женщин посетили 12 бизнес-завтраков банка «Центр-инвест» в Ростове-на-Дону, Краснодаре, Волгограде и Лондоне.

Эта первая книга, безусловно, будет иметь свое продолжение и послужит вдохновением для многих. В ней собраны 17 историй успеха с банком «Центр-инвест», которые вдохновляют многогранностью бизнес-идей. Они такие разные, но все-таки они вместе. С банком «Центр-инвест»!





## Татьяна Гильмутдинова: «Как бы не было трудно, мне нравится мой бизнес»

*Не секрет, что наш мир в основном принадлежит мужчинам. И многие виды бизнеса почему-то считаются сугубо «мужскими». Но времена меняются. И сегодня достаточно часто женщины занимают высокие должности в руководстве крупных компаний или занимаются деятельностью, которая до недавнего времени считалась исключительно «мужской» сферой.*

Сложилось так, что в нашем российском, да и не только в российском обществе женщине отводится довольно скромная роль. Она должна хранить домашний очаг, быть хорошей женой и матерью. Это, конечно, прекрасно. И спорить никто не собирается. Но в моей жизни сложилось так, что пришлось заняться «мужским» бизнесом – транспортными грузоперевозками.

Наша компания занимается перевозками грузов по России, Казахстану и Украине с 2011 года. Имеем 10 машин, все еврофуры. Не стану лукавить – строить этот бизнес было достаточно сложно.

Необходимо адекватно оценивать не только риски, связанные непосредственно с бизнесом, но и массу других параметров.

**“ Мое преимущество - это стиль работы. Я действую в соответствии с принципами эмпатии, доверия и открытости, что и позволило создать свой собственный «женский» стиль управления компанией ”**

Например, сегодня нам навязывают систему «Платон», к которой я отношусь крайне отрицательно. Программа не доработана. На бумаге все красиво, но совершенно непонятно, за что я плачу деньги. Дороги в ужасном состоянии. Нет сервиса для водителей. Постоянно повышаются цены на горючее.

Меня часто спрашивают, как мне удалось добиться успеха в этом бизнесе. Я знаю ответ: в области «мужского» бизнеса все достаточно просто. Здесь используются веками сложившиеся неписанные правила. Спорные ситуации решаются достаточно шаблонно, существуют вполне простые социальные взаимоотношения. И когда я пришла в этот бизнес, мужчины, вероятно, почувствовали себя несколько растерянными. Им пришлось оставить свои обычные методы бизнес-взаимодействия, что, как мне кажется, и способствовало моей успешной работе.

Еще один важный фактор – это существенные отличия в стиле руководства компанией. Мужчинам свойственен властный, командно-административный стиль, а я действовала совершенно другим образом в соответствии с принципами эмпатии, доверия и открытости, что и позволило создать свой собственный «женский» стиль управления компанией.

Я всегда стараюсь выстроить отношения с сотрудниками, основываясь на принципах коллегиальности и взаимного доверия. Это позволяет подчиненным почувствовать себя участниками созидательного процесса и внести свой вклад в успех общего дела.

Сегодня в нашем коллективе существует комфортная психологическая обстановка. Каждый сотрудник может рассчитывать на помощь и поддержку в любой ситуации и знает, что и от его небольшого вклада зависит общий успех компании. В результате, я уверена, что в выигрыше оказались как сама компания, так и наши сотрудники. Именно поэтому водители работают у нас долгие годы, нет кадровой чехарды.

Руководить транспортной компанией сложно – необходимо быть на связи круглые сутки. Поэтому всегда ношу с собой телефон. И на отдыхе, и даже ночью. За годы уже привыкла к такому режиму работы. В нашем бизнесе очень важно оперативно реагировать на все ситуации. В этом помогает опыт, полученный за годы работы.

По специальности я финансист. Изучала банковское дело. Казалось бы, можно спокойно работать в банке с 9.00 до 18.00. Но вот пришла в транспортную отрасль, и оказалось, что это дело моей жизни. И мне действительно нравится этим заниматься, как бы не было трудно. Мои подруги, работающие в банках, часто не понимают, что хорошего в моей работе. Но мне нравится ее динамика, постоянная смена обстановки, необходимость быстро реагировать на разные, порой, нестандартные ситуации. Скучать уж точно не приходится. Однообразия и рутины нет и в помине. В нашей отрасли постоянно изменяется законодательство. Все это нужно изучать, быть в курсе. Действовать по принципу – уметь, знать, применять.

Как ни странно, вполне хватает времени на личную жизнь. У меня двое детей, муж, которые постоянно нуждаются во внимании. Стараюсь максимальное внимание уделять семье. Здесь самое главное – уметь правильно распоряжаться своим временем. Часть работы можно делать дома, часть – онлайн.

Вполне успеваю полноценно отдыхать. Часто выезжаем с друзьями в горы или на море. Мне очень нравится Адыгея. Но даже и тогда я всегда на связи.

Банк «Центр-инвест» – наш давний партнер. Нам нравится быстрое рассмотрение кредитных заявок. В банке практикуется индивидуальный подход к каждому клиенту, осуществляется постоянная поддержка. Пробовала другой банк. Не устроили процентные ставки, обслуживание и неадекватно завышенные требования к оформлению документов. «Центр-инвест» – удобный банк. На сегодня с ним сложились вполне дружеские отношения. Все вопросы решаются очень быстро.

В скором времени собираемся обновлять материальную базу компании, автотехнику. Будем покупать новые автомобили. Сегодня не выгодно увеличивать количество машин. Пусть будет лучше меньше машин, но более качественное обслуживание, позволяющее выбирать грузы и более интересные направления».



## Татьяна Кизилова: «Очень люблю свое дело»

*Компания VEST начала свою деятельность в 1998 году с чистого листа. На сегодняшний день компания имеет свое производство в одном из промышленных центров страны. Приоритетом компании является производство современной, модной и качественной продукции для женщин, любящих одеваться в соответствии с самыми последними тенденциями фешен-индустрии.*

Наша компания занимается производством и продажей одежды. Мы присутствуем на рынке модной одежды с 1993. В это сложное время мы и открыли первый магазин. Тогда качественной модной одежды было мало, и мы решили восполнить этот пробел. Когда открыли границы, стали ездить на выставки в Дюссельдорф, Германию. Немецкие поставщики сначала не хотели с нами работать, потому что нас не знали, а мы возили с собой целые сумки денег. Потом сотрудничество было налажено. Внимательно оценив свои возможности, реши-

ли открыть собственное производство. Сначала это был небольшой цех всего на 5 швейных машинок. Как раз в то время закрывались многие Дома моделей, что позволило нам найти настоящих профессионалов швейного дела, конструкторов, модельеров, которых мы привлекли к себе на производство. Дело начало развиваться успешно. Наступило время открыть предприятие побольше. И вот тогда мы впервые обратились в банк «Центр-инвест», который предоставил нам кредит, хотя на тот момент у нас не было даже залога. Благодаря

этому мы смогли расширить производство, закупить оборудование, приобрели несколько собственных магазинов, купили собственный офис. Сегодня обращаемся в банк, когда идет расширение производства. Например, 2-3 года назад мы получили очень большие заказы от закупщиков по всей России. Своих средств не хватало, потому что запуск производства – это

му учиться, ездила в Москву в Институт легкой промышленности на различные обучающие семинары, прошла курсы управления. Но самое главное – это практический опыт. Кроме того, если у человека нет азарта, нет таланта, учить его совершенно бесполезно.

Второй год выпускаем марку «Адель» – большие размеры. У нас достаточно много полных

*«Мы вполне способны конкурировать на равных с европейскими и турецкими производителями одежды. Так что есть момент импортозамещения. Обидно, что в нашей стране не производят ткани, поэтому про полное импортозамещение говорить сложно»*

дорогостоящее мероприятие, требующее достаточно продолжительного времени. Это и конструирование, и закупка тканей, и создание предварительной коллекции, которую необходимо показать. И только после этого можно приступить непосредственно к производству. На этот период времени нужны дополнительные оборотные средства, в чем нам банк и помогает. Благодаря банку «Центр-инвест» мы приобрели помещение на Пушкинской, где сегодня располагается один из наших лучших магазинов. За годы плодотворной работы с «Центр-инвест» удалось достигнуть практически полного взаимопонимания. У нас хорошая кредитная история. Мы много лет активно сотрудничаем. Надеюсь, что еще долгие годы будем продолжать работать вместе. В настоящее время планируем открыть свою фабрику. В Ростове у нас 13 магазинов, есть магазины в Таганроге, в Новочеркасске, планируем открыть магазин в Краснодаре.

Все равно приходится обращаться к импортерам. Ткани закупаем в Италии, Франции, Греции, Корею. И хотя курс доллара очень важен и влияет на себестоимость продукции, тем не менее, мы стараемся держать доступные цены, уменьшая расходы. На сегодняшний день наши закупочные цены значительно ниже, чем у импортеров. Например, импортная блузка стоит 6 тысяч рублей, а наша – всего две.

Для наших магазинов мы закупаем и импортную продукцию. Потому что остался целый ряд потребителей, которые ориентированы на известные зарубежные бренды. Но сегодня мы значительно уменьшили ее закупки. Люди, которые раньше покупали только импортную продукцию, теперь покупают и нашу. За время работы у нас появилось 5 тысяч 600 постоянных клиентов. Мы с ними постоянно работаем, приглашаем на наши различные мероприятия, акции.

По специальности я экономист, кандидат экономических наук. Так что к миру моды не имела никакого отношения. Пришлось много-

женщин, которые не хотят носить большие «бабушкины сарафаны». Они видят платье 46 размера и просят такое же только 56 размера. Наша задача – сделать полненьких женщин красавицами.

Очень люблю свое дело, не представляю без него жизни. А когда надежный партнер рядом, в лице банка «Центр-инвест», можно планировать свой бизнес в долгосрочной перспективе, зная, что обязательно получишь поддержку. Мы благодарны президенту «Центр-инвест» за создание профессиональной команды понимающих, отзывчивых людей, с которыми приятно работать.





## Наталья Нечаева: «Спектр наших интересов всегда был широк»

*По словам главного бухгалтера энергосервисной компании «Элефант» Натальи Нечаевой, отечественное энергоэффективное оборудование по своим характеристикам не уступает импортному, а энергосервис – сложное, но перспективное направление, как для бизнеса, так и для коммунальной инфраструктуры.*

*Об энергосервисе много говорят, но на практике этот вид услуг пока не получил обширного распространения в России. Почему вы выбрали это направление и как давно им занимаетесь?*

Как таковым энергосервисом мы начали заниматься только в 2014 году и нельзя сказать, чтобы нам удалось реализовать в этой сфере какие-то заметные проекты. Что же касается энергосберегающих технологий, то в этом направлении наша компания работает 5 лет. До этого мы продавали металлические изделия и конструкции, поставляли с Украины каолин (белую глину) на фабрику «Кубаньфарфор», пока она не перешла в собственность новых владельцев. Затем занялись поставками комплектующих для электрических сетей. Продавали арматуру, провода, муфты, то есть все, что предназначено для обеспечения электроснабжения. Однако этот бизнес очень сильно подкосила Олимпиада в Сочи в 2014 году. Многие монтажные компании Южного федерального округа были разорены, потому что им попросту не оплатили до 30% смет. В результате

эти предприятия перешли на централизованные поставки, и монтажники прекратили закупки у нас. Тогда мы потеряли значительную часть своих оборотов. К счастью, в этот момент нам пошел навстречу банк «Центр-инвест», с которым мы работаем с конца 2003 года. У нас на тот момент был крупный действующий кредит, и мы вынуждены были сказать, что денег на его погашение сейчас попросту нет. Ждали, что в банке нам будут выкручивать руки, но они сказали: «Мы с вами работаем много лет, мы реструктурируем кредит на полгода на тех же условиях». Даже ставку не подняли. Это было очень кстати и помогло нам выйти из тяжелого положения.

Мы стали думать, куда двигаться дальше, и выбрали сферу энергоэффективности. Во-первых, это веяние времени, а во-вторых, «Элефант» – необычная торговая компания. Мы всегда старались продвигать на рынок добротные товары, новые технологии и предлагать комплексные услуги. Например, мы одними из первых в Ростовской области стали продвигать технологии

с применением самонесущих изолированных проводов (СИП), которые способны выдерживать очень большую нагрузку. Это очень выгодно – повесил их и забыл на 15 лет, что они вообще

а ее сотрудники при этом покупают квартиры, машины и прочее, что никак не относится к деятельности УК, то иметь с этой компанией дело опасно. Энергосервис подразумевает длительные

**“ Мало оценить энергоэффективность какого-либо объекта, нужно еще убедить его собственника в необходимости несения трат на повышение энергоэффективности и убедить инвестора в надежности заказчика ”**

существуют. В свое время, чтобы помочь нашим клиентам в переходе на новые технологии, мы даже создали отдельный класс в учебном центре компании «Ростовэнерго», помогли организовать новые специальности. Там наши специалисты проводили конференции по современным решениям в сфере энергоснабжения, читали лекции.

*Как направление, связанное с повышением энергоэффективности, развивается сейчас?*

Конечно, со сложностями, многие проекты реализуются очень медленно. Например, в энергосберегающих технологиях очень большую заинтересованность проявил Дагестан. Мы выигрывали тендеры, но в последний момент эти тендеры «рассасывались». Деньги в республике есть, но за ее пределы им выходить не позволяют. В связи с этим мы открыли в Махачкале свое представительство и активно пытаемся продвигать услуги компании. В конце 2014 года нам удалось выполнить в республике достаточно крупный заказ. Сейчас к нам обратились представители дагестанского сельскохозяйственного сектора, которые попросили проработать для них вопросы поставки мини-заводов по производству халяльного мяса. Мы эту тему глубоко изучили, уже запланировали закупку оборудования, на заседании в министерстве сельского хозяйства республики был озвучен список колхозов, которые займутся развитием этого направления, но воз и ныне там. Восток – дело тонкое. Направление в целом мы считаем очень перспективным.

*А в связи с чем вы открыли филиал в Севастополе?*

По понятным причинам тема освещения, в том числе уличного, для Крыма очень актуальна. В конце прошлого года мы заключили с администрацией соответствующий договор и уже получили предоплату. Но в целом энергосервисное направление развивается очень тяжело.

*Рассматривали ли вы в качестве потенциальных клиентов управляющие организации сферы ЖКХ?*

Нет. С нашими управляющими компаниями, на мой взгляд, работать довольно рискованно. Как бухгалтер я вижу, что из этой сферы выводится очень много денег. Если в отчетности компании указано, что ее доходность меньше 1%,

взаимоотношения, несколько лет. А уповать на то, что такие компании просуществуют и будут выполнять свои обязательства перед контрагентами хотя бы на протяжении трех лет, довольно рискованно.

А ТСЖ? Ведь они создаются собственниками, которые, по идее, действительно заинтересованы в снижении своих затрат.

А что нужно ТСЖ? Осветить дом, поменять лампочки в подъездах, организовать освещение придомовой территории? Затраты на энергосервис в этом случае не компенсируются и за 10 лет. Мы не можем себе позволить инвестиции на столь длительный срок.

*Помимо Дагестана и Крыма, в каких регионах вы работаете?*

Сложно сказать, где мы не работаем. Мы являемся дилерами нескольких компаний по производству светодиодных приборов и поставляем их компаниям по всей России. Конечно, у нас в ассортименте есть товары как отечественных, так и зарубежных производителей. Мы всегда предлагаем клиенту выбор, честно говорим, что вот этот товар хороший, но дорогой, а этот – дешевле, но уступает по качеству. Например, мы давно работаем с нашим трамвайно-троллейбусным управлением, они знают толк в муфтах, которые мы им поставляем.

Не первый раз приходится слышать, что отечественные светодиодные осветительные приборы не уступают зарубежным.

Да, они весьма конкурентоспособны. Другое дело, что производятся российские светодиоды, как правило, из зарубежных комплектующих: китайских, французских или финских, и это отражается на качестве самих изделий. Но собирают наши компании великолепно. Когда мы открывали это направление, то прошерстили всю Россию в поисках достойных производителей, у всех закупили образцы и протестировали их: по несколько суток они у нас горели, мы смотрели, какую отдачу они дают, как греется корпус и т.д. И могу сказать, что таганрогский производитель, который начинал с минимальных производственных мощностей, не уступает по характеристикам своей продукции большинству компаний в своей категории. Сейчас и у наших земляков большой цех, они расширяют свое производство.



Елена Долгова (слева) и Наталья Зданевич

## Детские товары «Chisso»: счастье – в мелочах

*Долгое время низкий уровень рождаемости препятствовал развитию рынка детских товаров в России. Но за последние несколько лет демографическая ситуация кардинально изменилась, и рынок незамедлительно отреагировал на повышение спроса на товары, удовлетворяющие нужды и потребности детей: сегодня вы уже не столкнетесь с дефицитом или небольшим выбором в той или иной категории.*

Счастье – это путешествие, которое начинается с рождения – под таким лозунгом, разделяя ценности бренда Chisso, а апреле 2013 года магазин встретил своих первых покупате-

лей. Реализовывать стартап взяли три опытные мамы. «Любой новый бизнес-проект требует больших финансовых вливаний, без помощи здесь не обойтись, — поясняет генеральный

директор Елена Долгова. – В нашем случае это ремонт помещения, закупка оборудования и товара. 20% средств, которые мы взяли в кредит в банке «Центр-инвест», мы потратили на изготовление оборудования, а остальные – на закупку товара».

**«Бизнес-модель розницы радикально отличается как от оптовых продаж, так и любых других видов продаж. В рознице есть много особенностей, незнание которых критично для выживания бизнеса»**

Начинающие предприниматели решили предложить родителям возможность приобрести в одном магазине все детские товары, необходимые малышам в первые годы жизни, не забывая при этом о высоких требованиях к их качеству.

«Мы хотели представить нашим покупателям максимально полный ассортимент детских товаров марки Chisso, которая уже несколько лет входит в десятку любимых брендов россиян», – рассказывает Елена Долгова.

На мировом рынке бренд Chisso с 1958 года. Его основатель Пьетро Кателли занимался медицинскими товарами, но после рождения своего первенца – сына Энрико – решил расширить сферу деятельности, так как столкнулся с дефицитом качественных, безопасных и красивых товаров для детей. По-итальянски название Chisso читается как «кикко» и в переводе означает «зёрнышко», так ласково называл Кателли своего сына.

### Каждый товар – с изюминкой

Итальянский бренд Chisso – один из немногих в мире, который представляет весь спектр детских товаров: крупногабаритные товары (коляски, стулья для кормления, автокресла), обувь, одежду, игрушки, товары для ухода за новорожденными. «У нас вы можете не только найти всю необходимую продукцию, но и заказать запасные части к уже имеющимся у нас товарам марки Chisso», – поясняет Елена Долгова. К тому же одним из принципов Chisso является забота о маме: итальянский производитель выпускает для женщин косметику, бельё и другие товары, необходимые им во время беременности, сразу после рождения ребенка и в течение всего периода грудного вскармливания.

Своими основными принципами Chisso называет качество, многофункциональность и внимание к деталям. Почти в любом товаре вас ждет какая-то изюминка.

Например, одежда для новорожденных, помимо защитной, выполняет развивающую функцию: малыши, трогая пуговички, кармашки и другие детали, развивают мелкую моторику. «Товары призваны, прежде всего, сде-

лать уход за малышом максимально удобным, буквально освободить мамыны руки, – рассказывает Наталья Зданевич, заместитель генерального директора. – Если это коляска, то женщина быстро и без особых усилий может заменить один блок на другой. Еще важно, что-

бы коляски были не слишком тяжелые – для их производства используют алюминиевый каркас».

### Счастье должно быть доступно каждому

По ценовой политике товары Chisso относятся к категории «средний плюс», бренд позиционирует себя как доступный, а не элитный. «Мы используем принцип невысоких наценок, поэтому максимальная скидка в нашем магазине по карте – 10%, – отмечает Елена Долгова. – Если у нас есть возможность поставить цену за детский стульчик 7 тысяч рублей, а не 8, то мы это обязательно сделаем и рассчитываем, что за покупками к нам придет больше людей». К тому же скидки предоставляются и при оплате банковскими картами «Центр-инвест».

По словам начинающих предпринимателей, конкуренция на рынке детских товаров велика. «Сейчас практически любой сегмент рынка обусловлен искусственностью покупателя, – считает Елена Долгова. – Он приобретает не просто какой-то товар, но и эмоции, определенный престиж. Поэтому важно уделять внимание системе обслуживания, комфортной обстановке. Особенно это касается детских товаров, когда мамы должны быть уверены в высоком качестве и безопасности приобретаемой продукции».

Помимо торговли, ростовский Chisso ведет социальный проект. При магазине действует Школа мам, традиция которой идет из самой Италии. Школа мам – это двухчасовые занятия, которые проводятся один раз в две недели для беременных и мам малышей возрастом до 3-х лет. «Три наших последних занятия прошли на тему «Жду малыша», – рассказывает Наталья Зданевич. – Мы приглашаем беременных женщин, которые с большим интересом слушают наши советы о том, что потребуются им в будущем для ухода за малышом, потому что сейчас запросто можно потеряться среди разнообразия предложенных на рынке товаров». В дальнейшем в Школу мам Chisso планируют приглашать узких специалистов для лекций и консультаций.



## Ирина Клименко: «Сделать натуральные продукты доступными для соотечественников – наша задача»

*Председатель Совета директоров банка «Центр-инвест», доктор экономических наук, профессор В. В. Высоков: «Социальное предпринимательство сегодня чаще всего воспринимается как некая благотворительная деятельность, потому что социальные потребности общества не удовлетворяются за счет государства. Разрыв между спросом и предложением в социальной сфере настолько велик, что делает услуги социально ориентированных некоммерческих организаций вполне конкурентоспособными по сравнению с услугами госорганов и муниципалитетов.»*

Стремление к настоящему, подлинному – это тренд сегодняшней жизни. Он актуален для современного человека во всех сферах деятельности, но особенно ярко проявляется в выборе продуктов питания, тем более что в век информации сведения о надлежащем качестве и составе стали общедоступными.

Производители по-разному используют эту тенденцию: одни вкладывают средства в ребрендинг, чтобы подчеркнуть натуральность продукта; другие проводят широкие рекламные кампании для демонстрации связи с природой и экологией; третьи меняют рецептуру и совершенствуют технологии. Но есть в огромном перечне отечественных продуктов те, которым для успеха достаточно того, что они являются вековой гордостью российской гастрономии.

Идея проекта Ирины Клименко заключалась в том, чтобы отыскать для целей дистрибуции таких производителей и развивать эту идею в регионе через локальную и независимую розницу, а также предприятия отрасли HoReCa.



Наши поставщики – это предприятия отечественной пищевой отрасли, для которых слова традиции, экологичность и качество не пустой звук. Производимая этими предприятиями продукция вызывает устойчивые ассоциации с настоящей русской кухней, со свежестью, натуральностью и возвращением к истокам. Такие продукты сегодня принято называть аутентичными (от греческого слова «аутентикос» – подлинный), то есть уникальными, оригинальными, соответствующими первоисточнику.

Например, Белевская пастила, для изготовления которой в оригинальном рецепте использовались только печеные антоновские яблоки, белки свежих куриных яиц и сахар, и которая даже во времена «железного занавеса» поставлялась



самолетами прямо в Великобританию к королевскому столу.

Проект наших дней – Музейная фабрика «Коломенская пастила» продолжает выделять коломенскую пастилу по старинным рецептам и технологиям пастильной фабрики коломенского купца Петра Карповича Чуприкова. Современные тенденции к созданию кулинарных бизнес-инкубаторов, как например, Московский центр кулинарных стартапов Mabius, позволяют находить новые интересные проекты в сфере пищевой отрасли, которые так же базируются на принципах экологичности и качества.

Возросшая потребность в гипоаллергенном и функциональном питании, особенно для детей, послужила поводом для создания партнерского проекта с Ростовской компанией «Город Кофе» по организации продаж продуктов питания с натуральным и гипоаллергенным составом через вендинговые аппараты партнера. Очень надеюсь, что данный проект будет интересен не только в границах региона, но и страны в целом.

Проект описанной дистрибуции стал возможен и реализуется благодаря своевременной поддержке банка «Центр-инвест».





## Парикмахерская «Стиляги»: найти подход к каждому ребенку

*Перед начинающими предпринимателями часто встает вопрос: где искать финансирование? Один из вариантов – многочисленные программы поддержки молодых бизнесменов. О своем проекте специализированной детской парикмахерской «Стиляги» рассказывает участница программы «Стартап» банка «Центр-инвест» Юлия Федосенко.*

### «Где стричь детей?»

Идея создания этого проекта – наша с сестрой. У меня есть два племянника, и когда возникла проблема, где стричь детей, появилась и идея создания специализированного детско-

го салона с удобными детскими стульями, с просмотром мультфильма во время стрижки. В данный момент специализированных детских парикмахерских в городе Шахты нет, поэтому прямых конкурентов мы не имеем.

Основная сложность, с которой пришлось столкнуться, это менталитет жителей города. Они еще не готовы к тому, что ребенка с детства нужно приучать к красивым стрижкам.

Сложность состоит и в подборе мастеров: на самом деле их много, но работать с детьми соглашается один из ста.

### Молодым – дорогу!

Победив в проекте СТАРТАП-2012 г. Шахты, мы заинтересовались кредитными программами, которые предоставляют для молодых, начинающих предпринимателей.

*« Наш сервис основан именно на индивидуальном подходе к детям. Мы выполняем пожелания родителей, но стараемся сделать так, чтобы стрижка не была для ребенка стрессом, и в первую очередь ориентируемся на его мнение »*

Молодых бизнесменов с идеей, но без опыта берётся поддерживать только наш региональный банк «Центр-инвест». У них же и наиболее подходящая для нас финансовая программа «Стартап», благодаря которой мы получили кредит с отсрочкой первого платежа на полгода и бесплатными консультациями кредитных специалистов банка.

Проработав несколько месяцев, мы поняли, что спектр услуг нужно расширять, так как спрос родителей возрастал: удобно обслуживаться всей семьей в одном салоне. Поэтому мы воспользовались кредитом от банка «Центр-инвест» для расширения спектра услуг в нашем салоне – приобрели оборудование для косметолога и маникюриста. Результаты положительные и очень успешные.

Залог успешного бизнеса – любить то, что ты делаешь. Как сказал один психолог: «Есть только жизнь, которая скоро пройдет. Останется лишь то, что было сделано с любовью». Также стрессоустойчивость, терпение, коммуникабельность. Важно никогда не сдаваться, настойчиво стучаться во все двери. Сейчас очень много программ, которые предлагают для начинающих предпринимателей. Например, программа «Ты – предприниматель», также на сайте администрации города можно найти очень много информации, связанной с поддержкой молодых предпринимателей.

Важную роль в становлении бизнеса сыграла программа наставничества, где опытные предприниматели помогают советом молодым, подсказывают несколько путей решения какой-либо проблемы.

### Эстетическая миссия

Наша парикмахерская начала работать 8 февраля 2013 года. Мы представляем услуги

косметолога: для детей это прокол ушей, для родителей – массаж лица, ультразвуковая чистка лица, лечение угревой сыпи, коррекция и окрашивание бровей и многое другое. Услуги маникюриста (маникюр детский и взрослый). И основные наши услуги – это стрижки, прически, для мальчишек – фигурный выстриг волос.

Мы обозначили возраст от 1 года, но дети к нам приходят и младше, конечно же, мы им не отказываем. Самый маленький клиент был в возрасте 8 месяцев 16 дней.

Особенностей в обслуживании маленьких детей очень много – это ловкость, бы-

строта (так как ребенок не может долго спокойно сидеть), умение находить контакт в общении с ребенком, также большое значение имеет предмет психологии.

Посещая детский салон, ребёнок получает ряд положительных психологических аспектов, развивает важные коммуникативные навыки, у него появляются новые чувства: застенчивость, смущение, самолюбие, формирование эстетических начал в мышлении, эмоциях и поведении, положительная реакция на то, что действительно красиво, преодоление чувства страха.

Миссия нашей компании – выработать у ребенка представление о красоте, возможность выражать свои желания, получая моментальную обратную связь и привычку к адекватной оценке собственной внешности без комплексов и необоснованной самокритики.

Мы работаем уже больше года, и проект находится в стадии успешного развития. Впереди еще очень много дел. В планах – добавить услугу визажиста и аквагримера.

Помимо работы в салоне, мы посещаем различные благотворительные мероприятия, представляем на них мастер-класс по плетению кос для девочек разных возрастов. Ко Дню защиты детей мы устраивали праздник для детей из детского дома: приглашали их к нам, делали им стрижки, прически, маникюр. Аниматор проводил с ними конкурсы, игры.

В ноябре 2013 года мы представляли свой проект на форуме «Ты – предприниматель», куда нас пригласил банк «Центр-инвест» – партнер форума. Участвуем во многих программах, которые предоставляются для молодых предпринимателей. Делимся своими знаниями, принимаем советы более опытных предпринимателей.



## Татьяна Зубченко: «Наш товар каждый день получается разным»

*Превратить изготовление кондитерских изделий в основной бизнес взамен производства полуфабрикатов предпринимательницу Татьяну Зубченко вынудила экспансия в Таганрог федеральных торговых сетей. Ретейлеры предпочитают не связываться с хрупкими и скоропортящимися пирожными и тортами, и это позволяет местным производителям успешно развивать собственную розницу.*

В кондитерский бизнес семья Зубченко пришла около 15 лет назад. За три года до этого Татьяна и ее муж Сергей начали выпускать под торговой маркой «Зубченко» полуфабрикаты: замороженные пельмени, пиццу и т. п. «Мы начинали работать в арендованных помещениях, и несколько раз получалось так, что стоило нам обустроиться на новом месте, как арендодатель нас выгонял, – вспоминает Татьяна Зубченко. – Так перед нами встал вопрос о покупке собственной недвижимости для размещения производства».

Подходящая недвижимость нашлась рядом со Старым вокзалом: в примыкающем к платформе здании работал принадлежавший РЖД кондитерский цех. Монополия тогда избавлялась от непрофильных активов и цех выставили на продажу. Зубченко купили его, но кондитерское производство решили не закрывать.

Вместо этого они сделали к зданию пристройку и разместили там свой основной на тот момент бизнес, связанный с полуфабрикатами.

Через 4 года выяснилось, что решение сохранить кондитерский цех было правильным. «В начале 2000-х годов в Таганроге было больше 15 цехов по выпуску полуфабрикатов – говорит Татьяна Зубченко. – Но несколько лет назад таких производителей в городе осталось только двое. Причиной стало развитие в Таганроге федеральных торговых сетей, которые у небольших местных производителей не берут товар. В результате вопрос встал ребром – либо мы, либо «5 минут» должны уйти с рынка, даже двоим было тесно. Поскольку у нас было второе направление – кондитерка, мы решили отказаться от полуфабрикатов».

Выпечка и кондитерские изделия – сегмент, в

котором местный бизнес чувствует себя достаточно уверенно. «Если в такие изделия не добавлять никаких химикатов, то это очень скоропортящаяся продукция, – поясняет Татьяна Зубченко. – Поэтому большинство наших изделий хранится не более 24 часов, некоторые – до 48, но это уже максимум. При таком сроке годности сетевым магазинам работать с эти-

продукцию, но их мало, они больше покупают булочных изделий, чем кондитерских, кроме того, они постепенно изживают себя под давлением сетевой розницы. Некоторые еще держатся, но с трудом. Хотя с местным бизнесом работать, конечно, удобнее, чем с компаниями федерального уровня. Например, мы традиционно обслуживаемся в региональном банке

*«Счастье – ежесекундное состояние, и у каждого оно свое – важно ловить его сейчас, в настоящий момент!»*

ми товарами невыгодно. Кроме того, в супер- и гипермаркетах товары часто перемещают, а если кондитерские изделия или выпечку пару раз переложить с места на место, они потеряют товарный вид. Поэтому в этом сегменте наши собственные магазины не конкурируют с сетевым ретейлом».

Сейчас Зубченко изготавливают около 18 наименований выпечки – булочки, пирожков, кексов, пиццы, хачапури и т. п., примерно столько же видов тортов и 10-12 видов пирожных. «Наибольшим спросом пользуются булочные изделия, – говорит Татьяна. – Во-первых, ими можно быстро и недорого перекусить, если проголодался – пирожные тоже покупают с этой целью, но чаще это делают школьники, взрослый человек скорее съест булочку или пирожок. Во-вторых, торты и пирожные, как правило, покупают в связи с праздниками или по другим особым поводам – они стоят дороже, а люди сейчас стараются считать деньги».

Основной канал продаж изделий под ТМ «Зубченко» – сеть из шести собственных магазинов «Сладкий» в разных частях города. В них, помимо выпечки и тортов с пирожными, продаются сопутствующие товары: печенье, конфеты, чай, кофе, лимонады и т. д.

Развивать бизнес Татьяна планирует, хотя экономический кризис коснулся и рынка кондитерских изделий, несмотря на их сравнительно невысокую стоимость. «Сейчас времена у всех трудные, – говорит предпринимательница. – Нам, как и другим производителям, пришлось перейти на сокращенный рабочий день из-за снижения покупательского спроса. Продукции много впрок не наделаешь, ее нужно изготавливать ежедневно сравнительно небольшими партиями. Наши продавцы примерно знают, что и в каких количествах у них продается – контингент покупателей постоянный, спрос – тоже. Магазины работают до 20:00, после закрытия продавцы отзваниваются, делают примерную заявку на завтра, и с 10 до 11 утра свежая продукция едет по магазинам первый раз, с 14:00 до 15:00 – второй. Некоторые небольшие магазины тоже берут нашу

«Центр-инвест» – это доступнее с точки зрения стоимости расчетно-кассового обслуживания, кроме того, нет никаких очередей, с которыми мне приходилось сталкиваться в отделениях крупного федерального банка в качестве частного клиента: это же неправильно, если перед тобой в очереди 2-3 человека, а обслуживают тебя только через 40 минут! Два года назад мы стали работать с «Центр-инвестом». Хороший доброжелательный коллектив, нет перерыва, под который приходилось бы подстраивать свои планы, как у нашего предыдущего банка, многие вопросы можно решить по телефону».

Кроме расширения собственной розницы Татьяна Зубченко планирует работать с ассортиментом. «Хотелось бы делать что-то новое для наращивания спроса, чтобы заполнить нишу, которая освободилась за счет спада производства у разных игроков рынка, – рассуждает она. – Будем добавлять в свой ассортимент новые позиции. Недавно мы начали выпускать пряники, хочу попробовать производить печенье. Конечно, нужно делать что-то новое, хотя рынок этими видами продукции перенасыщен. Но что-то людям придется, сказывается и сезонный фактор. Например, январь-февраль – время авитаминоза, и в этот период мы предлагаем, скажем, торты со смородиной и видим, что они хорошо идут. Потом наступает лето, люди перестают их брать – наелись. Точно так же происходит с пирожками с вишней и т. п. Летом спрос на них падает, и ты думаешь, чем их заменить, делаешь другие начинки».

В кондитерском производстве семьи Зубченко работают около 30 человек. Большинство из них женщины, но есть и пекарь – молодой человек, и менеджер, и водители. За 5 лет текучка кадров в коллективе практически сошла на нет.

«Человеческий фактор в нашем деле очень важен», – говорит Татьяна. – «Хлеб и выпечка любят хорошее настроение. Если у кондитера нет настроения, хорошо они не получатся, поэтому мы и с этой точки зрения стараемся создать лучшие условия для производства качественной продукции».



## Людмила Кравцова: «Мы изменили свое представление о продуктовом бизнесе»

*Франчайзи предлагается открыть магазин «Фасоль» в своем городе, воспользовавшись предложением Metro. Не обязательно открывать новый магазин, доступна опция переоборудования уже существующего, если он соответствует требованиям.*

Наша компания стала одной из первых в Ростовской области, начавших работать по франшизе «Фасоль». Нам показалось, что это направление достаточно привлекательно и позволит перейти на новый современный формат торговли. Тем более что Metro очень серьезно отнеслось к этому проекту, который тестировался целых два года внутри компании. В рамках тестирования был проведен

С момента подачи заявки до открытия магазина потребовалось около 2-х месяцев. В сугубо практических вопросах нам помогал персональный менеджер Metro.

Наша компания открыла магазин «Фасоль» в Батайске осенью 2015 года. Его площадь составила 72 кв. м. Было выбрано место на оживленной трассе. Общая сумма первоначальных расходов составила 1 млн руб., при-

*“Свой успех во многом я ассоциирую с банком «Центр-инвест». Работаем вместе более 10 лет. Тогда я впервые подала кредитную заявку. Сегодня банк для нас не только надежный партнер, но и друг”*

тщательный анализ потребительских предпочтений, было выяснено, каким образом месторасположение влияет на деятельность торговой точки: где именно более выгодно торговать продуктами в формате «to go» – это салаты, кофе и прочие продукты быстрого питания, а где спросом будут пользоваться товары базового ассортимента. В ходе анализа стало ясно, что 21% покупателей приходят в магазины «Фасоль» за алкоголем и сигаретами, 12% – за кофе и выпечкой, 20% покупателей ходят в магазин каждый день за товарами повседневного спроса, а 28% ищут в «Фасоли» свежие продукты.

Первые франчайзинговые точки были открыты в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Казани. А сегодня в сети «Фасоль» работают уже 84 магазина в Москве и области, 15 – в других регионах.

Уникальность программы «Фасоль» заключается в том, что клиенты освобождены от выплаты роялти и паушальных взносов, соблюдая при этом ряд обязательств, связанных в основном с ассортиментом: 600 артикулов различных товарных категорий включая постоянный ассортимент товаров под собственными торговыми марками METRO.

Договор франчайзинга, по правилам компании, мы заключили на два года. Условия достаточно выгодные для нас – нет паушального взноса, а роялти – всего 3,5 тыс. руб. в месяц, которые возвращаются нашему магазину как премия.

Metro не помогало нам в поиске помещений или инвестиций. Но мы уже имеем опыт в торговле продуктами питания, работают 2 магазина, третий на стадии открытия. В лице компании Metro мы получили надежного партнера. Инвестиции в переоборудование действующего магазина достаточно серьезные, но Metro вложило в ребрендинг торговой точки 250 тыс. рублей. Оборудование приобретали по своему выбору.

чем у нас уже было некоторое оборудование и не было необходимости в ремонте. Сегодня ежемесячно в Metro закупаем 600 наименований товаров на 360 тыс. руб., но большая часть ассортимента – это товары от местных производителей. Средний трафик покупателей составляет 350 человек в день, а средний чек – 160 руб. В магазине наибольшим спросом пользуются хлебобулочные изделия, продукты быстрого приготовления, пирожки. Тем не менее ежемесячная выручка уже позволила нам выйти на окупаемость с первого месяца работы. Планируем вернуть свои инвестиции в ближайшее время.

Это то, что касается франшизы. Но торговлей продуктами питания мы занимаемся с 1996 года. В то время было достаточно сложно открыть достойный магазин. Мы не испугались трудностей. И до сих пор работаем на этом рынке. Сегодня есть некая неопределенность в бизнесе. Но в минус мы не уходим благодаря клиентоориентированности нашего бизнеса. У нас есть четкое понимание, что без этого компания никогда не будет успешной.

Считаю, что бизнес – это, прежде всего, личностное развитие. Много читаю, стараюсь быть в курсе всех последних маркетинговых новинок. По президентской программе получила второе образование именно по специальности маркетинг. У нас небольшой коллектив, всего 15 человек. Но мы постоянно с ними работаем, обучаем, проводим тренинги.

Свой успех во многом я ассоциирую с банком «Центр-инвест». Работаем вместе более 10 лет. Тогда я впервые подала кредитную заявку. Сегодня банк для нас не только надежный партнер, но и друг. Здесь можно получить и качественные финансовые услуги и возможность общения с другими предпринимателями. Нас приглашают на различные мероприятия, где встречаются люди очень близкие по духу, обсуждают идеи бизнеса, предлагают новые нестандартные решения.



## Лидия Турченинова: «В строительстве твой результат очевиден, как нигде»

*Финдиректор группы компаний «ЛАД» Лидия Турченинова считает финансы главным образом женской специальностью, поскольку именно женщинам присущи необходимые для этого усидчивость и скрупулезность. В «мужском» строительном бизнесе ее привлекает возможность видеть результаты своей работы и благодарность со стороны покупателей: «В наше время слышать слово «спасибо» приходится редко, и тем оно ценнее», – говорит Лидия Турченинова.*

В состав ГК «ЛАД» входят три компании: застройщик «ЛАД», одноименная УК, созданная для управления построенными группой домами, и генподрядная организация «ЛАД-ремстрой». На данный момент в портфеле проектов группы 4 сданных в эксплуатацию дома. Первым было известное в городе здание на ул. Свободы, 1, которое в 2006 году признали лучшим многоквартирным домом Таганрога. После него ГК построила две 10-этажки на Русском поле и пятиэтажный дом в центре. Недавно «ЛАД» заложил еще один 10-этажный дом на ул. Чучева.

«Конечно, сейчас и в стране в целом, и в нашем городе в частности сложная экономическая ситуация, – говорит Лидия Турченинова. – Но и на нее можно смотреть с оптимизмом, тем более что мы уже через столько всего прошли. Во время падения рубля люди стали вкладывать деньги в недвижимость. Потому что как бы ни дешевел и ни дорожал рубль, как бы ни менялись цены на недвижимость, она от своего владельца куда не денется. Так сложилось, что мы подошли к

этому кризису с заделом в виде недавно сданного в эксплуатацию дома в центре города. Центр в Таганроге всегда пользовался особым спросом, а наш дом оказался на данный момент единственной новостройкой в центральной части города. Поэтому количество желающих приобрести там квартиры увеличилось. Люди понимают, что вне зависимости от инфляции, девальвации и стоимости недвижимости в целом, квартира в центре останется ликвидной. Спрос на наш дом на Чехова позволяет нам пополнять свои оборотные средства, и мы решили направить их на запуск нового проекта. Кризис нас, как и всех остальных, разумеется, смущает, но и смысла сидеть на месте мы не видим. Тем более что в состав холдинга входит строительная компания, которая в принципе может быть жизнеспособной только пока строит, иначе у нее не будет средств на содержание техники (а у ООО «ЛАД-ремстрой» ее достаточно много, в т. ч. и собственный башенный кран) и на выплату зарплат персоналу. Потерять же своих сотрудников мы не можем – мы долго собирали

коллектив из лучших в городе специалистов и очень им дорожим. Таганрогский рынок недвижимости всегда был конкурентным, и мы изначально, когда начинали как небольшая компания, понимали, что сможем чего-то на нем добиться, только если будем строить качественно. Иначе никак. Потому что рядом работали серьезные игроки с большими оборотами, крепко стоящие на ногах. Поэтому мы сделали упор на качество строительства и стараемся привлекать только самых высококласных специалистов, от проверен-

человеческих отношений. И коллектив там работает такой, что если они могут чем-то помочь, что-то подсказать в рамках своих полномочий, они всегда это сделают. С каким бы вопросом мы ни обращались, проблем не возникает. В других банках, особенно более крупных, по моему опыту, всегда сложнее. Кроме того, сейчас все перешло на дистанционное взаимодействие с банками, а у «Центр-инвеста», на мой взгляд, самый понятный интерфейс системы «Клиент-Банк».

С нашим предположением о том, что в сфере

*«Люди, готовые приобретать жилье на стадии котлована, есть и в нынешних обстоятельствах. Они понимают, что покупка квартиры сейчас дает им возможность выгодно вложить деньги»*

ных проектировщиков до лучшего, на наш взгляд, прораба в городе. Мы стараемся покупать лучшие строительные материалы и сотрудничать только с поставщиками, успевшими подтвердить свою надежность».

На десятиэтажном доме по адресу ул. Чучева, 46 (за зданием городского суда), строительство которого ГК «ЛАД» начала в конце прошлого года, планируется в мае закончить кладку второго этажа.

«Денег у людей, к сожалению, все меньше и меньше, поэтому на квартиры в этом доме мы поставили очень демократичные цены. Мы работаем по договорам долевого участия в рамках 214-ФЗ, все договоры регистрируем, не допускаем никаких отклонений от требований законодательства», – рассказывает Лидия.

На протяжении всей своей 25-летней истории ГК «ЛАД» финансирует новые строительные проекты за счет средств частных инвесторов.

«В кредитовании мы не нуждаемся, это нас радует, – улыбается Лидия Турченинова. – Конечно, используем расчетно-кассовое обслуживание, оно необходимо любой компании вне зависимости от размера. Головная компания группы – ООО «ЛАД» – уже около 14 лет работает с банком «Центр-инвест». Сейчас у меня, бывает, спрашивают, почему в таких условиях, когда небольшие банки часто прекращают работу, мы не закрываем там счета. Но я считаю, что среди региональных банков «Центр-инвест» имеет серьезное преимущество с той точки зрения, что там открыты счета Федерального казначейства, то есть все бюджетные учреждения имеют в этом банке счета для операций с наличными деньгами. Это, например, школы и детские сады, у которых не такие уж большие обороты, но их много. Это областные учреждения культуры и здравоохранения, федеральные, в том числе ЮФУ, и др. Кроме того, работа с «Центр-инвестом» меня, как бухгалтера и финансового директора, абсолютно устраивает. Объективно говоря, все банки работают по одним и тем же инструкциям. Но никто не отменял

финансов в современном российском бизнесе преобладают женщины, Лидия Турченинова согласилась.

«Есть, конечно, исключения, но применительно к большинству случаев вы правы, – считает она. – Это кропотливая работа. Наверное, мало таких мужчин, которые готовы сидеть и по всем счетам баланса искать, куда делась эта злополучная копейка. Такая кропотливость присуща именно женщинам. Мужчины любят более активную работу. Час назад у нас был полный офис людей, а теперь все куда-то полетели – один на одну стройку, другой – на другую, кто-то – к проектировщикам и т. д. А женщины сидят за компьютерами, что-то где-то считают, складывают, отнимают. Работа ответственная, что говорить. Люди могут построить дом, а ты сделаешь одну ошибку, потом не сойдется дебет с кредитом, и вся работа на смарку. Ответственность – тоже, наверное, в наше время одна из характерных женских черт наряду с усидчивостью и трудолюбием».

В «мужской» строительный бизнес Лидию Турченинову привело желание видеть результаты своей работы.

«Я по образованию финансист и во всех трех наших компаниях работаю финансовым директором», – говорит она. – Мне это интересно, во-первых, потому что это моя специальность. Во-вторых, всегда хочется видеть результат своих трудов, трудов людей, с которыми работаешь, а уж в строительстве результат очевиден, как нигде. Мы даже создали собственную управляющую компанию, потому что сейчас такого рода организации, присутствующие на рынке, допускают много серьезных нарушений. Нам бы очень не хотелось, чтобы они это делали на наших объектах, в которые мы вкладываем не только время и деньги, но и душу».

Я получаю огромное удовольствие, когда приходят люди и говорят нам «Спасибо», благодарят. Видеть счастливые лица новых жителей наших домов – настоящая награда».



## Надежда Давыденко: «Держать ситуацию под контролем и никогда не расслабляться»

*Строить бизнес с другой страной всегда непросто. Тем более с Китаем, страной загадочной и очень непредсказуемой. Кроме того, внешнеэкономическая деятельность в нашей стране всегда была сложной сферой. А сегодня, в период кризиса, добавились и другие проблемы, связанные с определенными кризисными явлениями в нашей экономике и падением курса национальной валюты.*

Наша компания занимается поставками комплектующих для электробензоинструмента из Китая. Фирма существует всего 4 года. Идею бизнеса предложил супруг. Я его поддер-

Жизнь можно сказать, что бизнес с Китаем достаточно выгоден, он принес нам не только финансовую независимость, но и новые хорошие знакомства, и хорошие отзывы клиентов. Мы

**«Человек, желающий приобрести настоящий профессиональный инструмент, пойдет за ним не в гипермаркет, а в специализированный магазин с соответствующим ассортиментом»**

жала, и мы вместе стали ее реализовывать. На первом этапе было сложно, приходилось много учиться, причем часто и на своих ошибках. Сегодня уже есть практический опыт. Кроме того, я всегда внимательно прислушиваюсь к советам супруга.

Одна из самых острых проблем, с которыми мы сталкиваемся, это поиск в Китае надежных поставщиков. Чтобы их найти, применяем различные методы. Кроме того, верить картинкам на сайте можно далеко не всегда. Лучшее – это живое общение, где есть возможность посмотреть образцы продукции и заключить договор с представителями китайской стороны. Но самый верный способ, конечно, самостоятельная поездка в Китай. Где на месте можно найти производителей, посетить их производства, оценить их объемы, изучить сырье и готовую продукцию.

Мы никогда не заказываем партию товаров у первого попавшегося поставщика, работаем только с проверенными партнерами. Чтобы сохранить привлекательные для наших клиентов цены, приходится анализировать большое количество предложений. В Китае всегда можно найти аналогичный товар по более привлекательной цене. Причем разница может быть достаточно ощутимая – от нескольких десятков до нескольких сотен долларов. Учитывая это, мы ищем только выгодные предложения.

Сегодня бренд «китайские товары» уже перестал быть символом плохого качества. В Китае достаточно много небольших производств, которые могут предложить хорошую продукцию по очень привлекательной цене. Но здесь стоит учитывать критерий максимально возможного объема производства. Иначе поставки товара могут затянуться, чего мы допустить не можем при существующей высокой рыночной конкуренции.

Тем не менее специфика бизнеса с Китаем такова, что почти на каждом этапе, будь то отгрузка товара или оплата, необходимо постоянно контролировать процессы. Иначе могут произойти серьезные накладки: задержки поставок, доставка некачественного товара. Наша компания всегда держит руку на пульсе и гарантирует высокий уровень качества поставляемого товара.

постоянно держим ситуацию под контролем и никогда не расслабляемся.

Основные наши задачи – это максимальное сокращение издержек и повышение качества поставляемой продукции, поэтому мы можем предложить самый лучший товар по самой минимальной цене. Кроме того, продукция, предлагаемая нами, соответствует и мировым стандартам.

Тем не менее проблемы, конечно, есть. Кризис и падение рубля достаточно негативно отражаются на бизнесе. Бизнес идет хуже, чем раньше, даже по сравнению с прошлым годом. Но мы надеемся на скорую стабилизацию ситуации. Хотя понятно, что доллар уже никогда не будет стоить 32 рубля, и всем нам необходимо учиться жить и продолжать заниматься бизнесом в этих условиях. Духом не падаем, стараемся развиваться. Компания молодая, так что рано или поздно придется задуматься о расширении бизнеса. Конечно, в этом отношении надеемся на помощь нашего банка-партнера.

С банком «Центр-инвест» сотрудничаем с самого начала существования нашего предприятия. От работы с банком остаются исключительно хорошие впечатления. Вежливый грамотный персонал, понимающее руководство. Банк «Центр-инвест» всегда идет нам навстречу. Не буду скрывать, мы изучали условия кредитования в других банках. Быстро поняли, что там они гораздо хуже, а проценты по кредитам выше. В банке «Центр-инвест» нас полностью устраивают и обслуживание, и условия. Очень приятно общаться с персоналом банка. За время сотрудничества стали, не побоюсь этого сравнения, родными. Хочется отметить грамотную и профессиональную работу операционистов, которые всегда вежливы и терпеливы, стараются максимально вникнуть в ситуацию, все правильно разъяснить.

К нам очень лояльное отношение руководства банка. На нас не смотрят с каким-то превосходством, а просто решают все трудные моменты. Сегодня, видимо, модно говорить, что предприятиям малого бизнеса трудно получить кредит. С банком «Центр-инвест» в этом отношении проблем не возникает. Процедура кредитования проходит точно и быстро».



## Надежда Поперняк: «Наше предприятие – единственное на юге России выпускает пробиотическую и лечебную продукцию для детей от рождения»

*Сегодня все больше детей находятся на искусственном вскармливании. Что опасно для развития иммунитета ребенка. И может оказать негативное влияние на систему ЖКТ. У искусственников проявляются аллергии, дети часто болеют. А разрекламированные молочные смеси не только не идут на пользу, но и становятся довольно опасными продуктами. Выход из такой ситуации найти сложно. Жителям Ростовской области повезло больше всех россиян. Здесь продолжает работу молочная кухня. Специалисты помогут родителям определиться с планом питания ребенка, окажут практическую помощь.*

Мы уделяем самое пристальное внимание качеству молока, на основе которого изготавливаем свою продукцию. А оно в свою очередь зависит от качества кормов для коров. Поэтому мы тщательно отбираем поставщиков. Если возникают сомнения и нарекания, ищем более надежных поставщиков.

*«Наша кухня – единственная в ЮФО, и к ней обращено самое пристальное внимание и со стороны санэпидемстанции, и со стороны городских властей. Молоко исключительно высокого качества мы заказываем по тендеру»*

Не так давно у нас появился специальный аппарат «Лактан» для проверки сырья, а свою готовую продукцию мы постоянно проверяем лабораторно. Также в плановом порядке контролю СЭС 2-3 раза в месяц подвергается и сырье, и готовая продукция. Если у меня возникает потребность в дополнительной проверке, всегда обращаюсь в санитарный контроль.

МУПАР «Детская молочная кухня» в городе Аксай Ростовской области, или Аксайская молочная кухня, как ее называют в народе, является национально значимым предприятием. Аксайская молочная кухня – это единственное в настоящее время предприятие в огромной Ростовской области, которое выпускает молочную и кисломолочную продукцию для детей.

Выбор кисломолочной продукции у нас достаточно большой. Есть Биолакт, кефир, Наринэ, Эвита роз, Бифидок. Всего вместе с творогом представлено 11 продуктов. Поэтому родителям необходимо проконсультироваться со своим педиатром, прежде чем сделать заказ. Большой популярностью пользуются такие продукты, как Наринэ, Биолакт, а также творог. Молочная кухня производит 9% творог, который очень полезен детям с недобором веса или ослабленным после болезни.

У всей продукции Аксайской молочной кухни небольшой срок годности, всего 4 дня, что является показателем настоящего натурального живого продукта, в который не добавляют консервантов.

В летний период при покупке молочной продукции родителям необходимо обязательно иметь при себе сумку-холодильник. В противном случае вы расписываетесь в том, что предупреждены о возможной порче продуктов и не имеете претензий к производителю. Считаю такую меру оправданной. Сумку-холодильник приобрести дешевле, нежели лечить ребенка от отравления испорченным продуктом.

Расфасована продукция в одноразовые пластиковые емкости. Кисломолочные продукты

разливаются по 200 грамм, творог – по 100. На каждом продукте указаны дата изготовления, срок годности и его пищевая ценность.

Стоимость одной упаковки творога или одной упаковки кисломолочной продукции в настоящее время достаточно небольшая для натурального продукта. Заказывать в магазине

продукцию нужно заранее, но когда вы становитесь постоянным клиентом, то в еженедельном заказе уже нет необходимости, сотрудники магазина сами регулируют этот процесс.

На самой молочной кухне в г. Аксае можно даже получить и консультацию педиатра. Сегодня предприятие расширяется. В Ростове открываются новые пункты продаж продукции Аксайской молочной кухни.

Наше муниципальное унитарное предприятие существует уже 25 лет. Когда по всей стране закрывались молочные кухни, я пришла к руководству района. Объяснила, что существует необходимость сохранения данного предприятия. И нам дали разрешение продолжить работу.

Сегодня к нам может обратиться любой родитель. Мы поможем подобрать оптимальные варианты питания для ребенка, а штатный педиатр квалифицированно проконсультирует родителей. В городе Аксае нашим предприятием постоянно обслуживается 726 детей, а в Ростове-на-Дону – более полутора тысяч. Постоянно отслеживаем качество нашей продукции. Все полученные данные подвергаются тщательному анализу и записываются в специальный журнал.

Кроме того, ведутся дополнительные исследования. В производстве не используются добавки, ненатуральные масла. Продукция – абсолютно чистая. Родители могут быть уверены в ее качестве и пользе.

Я руковожу этим предприятием уже 25 лет. Общий стаж работы на молочной кухне – 46 лет. По специальности я являюсь врачом-диетологом. Считаю свою работу делом жизни. Постоянно совершенствуюсь, обучаюсь. Сотрудники кухни каждые 5 лет также проходят переподготовку.

С банком «Центр-инвест» работаем постоянно, более 10 лет. Никогда нам не отказывают в получении кредита. А мы, в свою очередь, всегда своевременно выполняем свои кредитные обязательства. Мы доверяем банку, а банк доверяет нам».

## Ирина Долгова: «Кейтеринг - это проектный бизнес»

*Еще несколько лет назад профессиональная деятельность Ирины Долговой была связана с миром цифр и аналитики. Сейчас она руководит компанией по организации выездного питания «КейтерингБюро», воспитывает маленького ребенка и считает себя счастливым человеком.*

*Секретами своего успеха г-жа Долгова поделилась и с нами.*



### Встреча с мечтой

Будучи финансовым директором и первым заместителем руководителя группы компаний «КраснодарЭкспо» Ирина Долгова инициировала проект по диверсификации бизнеса. Инфраструктура выставочного центра тогда уступала ростовскому «Роствертолу». Особенно не устраивало руководство компании качество услуг по организации питания, оказываемых подрядчиками. Поэтому было принято решение делать это собственными силами. Ирина Долгова написала для нового проекта бизнес-план. А вскоре после выделения кейтеринга в отдельное направление бизнеса она закончила свою деятельность как финансист – практически на пике карьеры.

«Я очень люблю финансы, но в какой-то момент подумала, что пришло время завершить карьеру финансиста, причем сделать это нужно как-нибудь красиво, потому что я очень люблю праздники. А еще мне всегда нравились рестораны. Я побывала во многих странах мира, очень хорошо знаю различные кухни, – рассказывает Ирина Долгова. – Можно сказать, что возглавив кейте-

ринговую компанию, я осуществила свою мечту. Я считаю себя счастливым человеком, потому что мое увлечение стало еще и бизнесом, который приносит достойный доход».

Изначально г-жа Долгова не планировала руководить данным проектом. Однако когда приглашенный на эту должность специалист из Санкт-Петербурга не справился со своими задачами, пришлось взять окупаемость проекта в свои женские руки. На сегодняшний день она является совладельцем и управляющим партнером компании «КейтерингБюро».

### Тест на реакцию

Рынок кейтеринга в Краснодаре, как и во многих других российских городах, стал активно развиваться лишь в последние несколько лет. Помимо «КейтерингБюро» работает еще три крупных компании и несколько мелких. Плюс периодически появляются новые игроки. Например, год или два назад в городе был прямо-таки бум кейтеринговых услуг. На этот рынок выходили многие рестораны, однако быстро закрывали это направление.

Ведь кейтеринг – это не ресторан, это совершенно другой бизнес. Он сложнее ресторанного, потому что нужно сделать то же самое, что в ресторане и даже лучше, но на выезде, в других условиях. У компании «КейтерингБюро» своя ниша на рынке: во-первых, она специализируется исключительно на кейтеринге, во-вторых, имеет большой опыт проведения массовых корпоративных мероприятий. Компания работает именно в сегменте B2B, так как сама Ирина Долгова много лет проработала в event-индустрии и хорошо понимает потребности клиентов – представителей бизнеса.

### Свои фишки

Для создания нужной атмосферы мероприятия вкусной и свежеприготовленной еды иногда бывает недостаточно. Поэтому каждая компания хочет выделиться и предложить клиенту что-то особенное. В «КейтерингБюро», например, предлагают клиентам большой выбор стилей сервировки столов. Чтобы придать тому или иному мероприятию нужный антураж, совладелица компании Ирина

Долгова лично привозила многие вещи из своих зарубежных поездок: Швеции, Австрии, Италии, Марокко.

### Акцент на качество

Кейтеринг – это проектный бизнес. Можно ничего не иметь в собственности: ни мебели, ни текстиля, ни оборудования. Все это можно арендовать и провести отличное мероприятие. Правда, данное утверждение справедливо в большей степени для европейских стран. В России такой культуры пока нет. Небольшая кейтеринговая

### Все по плану

Хорошее финансовое образование, а также знания и опыт, полученные за годы работы в этой сфере, Ирина Долгова использует до сих пор. Сильной стороной своей компании она считает грамотное планирование. Сначала был написан бизнес-план для индустриального питания, потом – для event-направления. По словам Ирины, сейчас накопленная за несколько лет статистика уже позволяет делать выводы о том, как развивается рынок. Поэтому отклонение от запланированных показателей не превышает 10%.

*« Я с читаю себя счастливым человеком, потому что мое увлечение стало еще и бизнесом, который приносит достойный »*

компания вряд ли справится с крупным выездным мероприятием, потому что найти недостающий текстиль хорошего качества или посуду просто нелегко. Поэтому в «КейтерингБюро» все свое. «Дело не в том, что мы создаем излишние запасы, – поясняет Ирина. – В Краснодаре банкеты и фуршеты могут быть даже на тысячу человек. Поскольку мы специализируемся на проведении крупных мероприятий, нам приходится все это закупать».

За последние 3-5 лет порог входа в кейтеринговый бизнес вырос. Причина – возросшие требования клиентов. А ведь еще недавно заказчики не знали слова «кейтеринг», а гости мероприятий боялись подойти к фуршетным столам, вспоминает г-жа Долгова.

### Плоды маркетинга

Продвигать компанию в самом начале помогало «сарафанное радио» и мероприятия, которые проводились в выставочном центре «КраснодарЭкспо». Пять лет упорной работы и правильно выстроенная система маркетинга сегодня позволяют компании «КейтерингБюро» обходиться минимальными затратами на рекламу.

«В моем понимании хороший маркетинг – это когда менеджерам остается только поднимать трубку и принимать входящие звонки. Конечно, у нас есть поддерживающая реклама (как правило, по бартеру), но прямым поиском клиентов мы не занимаемся. Основная наша работа – это обработка поступивших заказов», – рассказывает г-жа Долгова.

Большая часть заказов в компанию поступает через сайт, где размещена электронная форма заявки. Было много споров о том, как выстраивать взаимоотношения с клиентами, выезжать ли на переговоры с каждым потенциальным заказчиком. На сегодняшний день все сомнения и шероховатости остались в прошлом – компания готова максимально оперативно реагировать на обращения клиентов.

По мере становления компании количество операционных вопросов, решаемых Долговой, сократилось до минимума. «Те полномочия, которые были у меня в начале, делегированы. Это нормально. Бизнес растет – задачи изменяются. Сотрудники движутся по служебной лестнице, круг их обязанностей расширяется, а мое участие в операционных вопросах, наоборот, сужается». Сейчас основная зона ответственности Ирины – это стратегическое планирование. Во-первых, в ближайшее время компания намерена расширить географию своих услуг, выйдя за пределы Южного федерального округа. Во-вторых, со дня на день будет подписан договор о стратегическом альянсе с мировым брендом, история которого насчитывает почти два века. Результатом этого соглашения станет появление на краснодарском рынке нового продукта.

По мнению Ирины Долговой, руководитель бизнеса, прежде всего, должен уметь вести переговоры и обладать отличными навыками общения. Сама она по характеру, скорее, интроверт и после многих лет аналитической работы ей пришлось научиться быть открытой, овладеть коммуникативными навыками. «Став руководителем, ты не можешь оставаться интровертом, потому что должен работать с людьми: с подчиненными, с клиентами. Да, я люблю анализировать и составлять бизнес-планы, но этих компетенций недостаточно для того, чтобы быть эффективным топ-менеджером. Кейтеринговый бизнес способствовал тому, чтобы из технолога я превратилась в коммуникатора».

В зависимости от этапа развития компании от руководителя могут требоваться либо лидерские, либо управленческие качества. Когда компания находится на этапе становления, руководитель должен быть лидером, объединять и вдохновлять людей, вести их за собой. Когда нужно разработать и довести до совершенства какие-то бизнес-процессы, то на первый план выходит талант грамотного менеджера.

## Любовь Попова: «Залог эффективной работы - постановка ясных целей»

Это история женщины, которой удалось создать команду блестящих специалистов и многие годы отработать с ними в крупной транснациональной компании. Опыт Кнауф на Кубани перекладывался на предприятия группы в других регионах. Это история женщины, которая мастерски сумела преобразовать и внедрить полученные знания для развития собственного семейного бизнеса. О секретах успеха рассказала Любовь Попова, генеральный директор ОАО «Губский кирпичный завод», член совета директоров, к.э.н., заслуженный строитель РФ.



### Семейный бизнес

Семейный бизнес – это соединение двух достаточно трудно сочетаемых понятий. Семья предполагает любовь, доверие, привычную иерархию: муж – глава; жена – соратница, мать; дети – ну, что дети? Дети – цветы жизни, известное изречение.

Бизнес – совсем другое. Начнем с того, что это слово мужского рода. Много в бизнесе из военной доктрины: стратегия, тактика, маркетинговые войны... Как же могут сочетаться война и дети, если перевести вопрос в крайние категории. Сложно! И у меня в семейном бизнесе просто не было. Поэтому я и дала согласие поделиться своим опытом в вопросах семейного бизнеса. По моему мнению, семейный бизнес должен занять особое место в структуре ВВП России. Хотя бы потому, что семья – это ответственность перед поколениями, это создание не на годы, а на столетия. Мне кажется, что этого понимания сегодня нам не хватает.

И все-таки первое слово в семейном бизнесе – это семья. В нашем семейном бизнесе участвуют три члена семьи: я, мой муж и младший сын.

Мой муж, Попов Алексей Борисович, начал свою трудовую деятельность на Норильском горнометаллургическом комбинате. Прошел путь от мастера участка до директора самого крупного рудника «Октябрьский». Алексей

Борисович до сих пор является почетным руководителем рудника и приглашается на все юбилеи. «Норильский никель» сейчас, как и раньше, является флагманом экономики. Добыча и производство в «Норильском никеле» осуществляются в условиях Крайнего Севера и часто с риском для жизни. Поэтому основы менеджмента, полученные там, не только актуальны сегодня, но и являются неким классическим фундаментом. Полученный опыт позволяет Алексею Борисовичу более 15 лет вести эффективное управление значительной частью нашего семейного бизнеса – производством керамического кирпича.

Мой младший сын, Попов Алексей Алексеевич, прошел собственный путь в бизнесе. Он трудился наемным менеджером в малых и средних частных компаниях. Затем, не без нашей помощи, он организовал свое дело, естественно, связанное со строительными материалами. Но в бизнесе сына ни я, ни мой муж не участвовали. Это позволило ему получить свой собственный опыт. В процессе ведения бизнеса Алексей принял решение продолжать обучение по программе MBA в рамках Открытого Университета Великобритании. Руководимая им компания являлась значимым оператором на рынке ЮФО.

Мой карьерный рост начался в немецкой компании Кнауф, где я отработала 20 лет. Начинала менеджером, уходила – в середине 2012 года – с должности главы департамента по маркетингу и сбыту группы Кнауф СНГ центрального управления в Москве. С июня 1996 года я уже работала в должности генерального директора «Кнауф Маркетинг Краснодар». В сфере моей деятельности входило развитие рынков юга России, Поволжья, Татарстана, Предуралья, Сибири и Дальнего Востока, в результате чего был дан импульс для открытия и успешного развития маркетинговых предприятий в Перми, Хабаровске, Иркутске и Новосибирске

с последующим открытием заводов, что положительно повлияло на экономику двух стран: России и Германии. Это был период, когда с командой профессионалов была создана стройная система взаимодействия с местными госструктурами, торгово-промышленными палатами регионов, налажена работа с местной строительной индустрией, с региональными общественными объединениями и с бизнес-сообществом.

Семья столкнулась с непростой проблемой: где взять такую крупную сумму? Мы заложили банку все, что было у нашей семьи, но сумма была недостаточной. Тогда мы привлекли к участию группу знакомых нам бизнесменов из другого региона. Важно отметить, что основой получения кредита в большем объеме было не имущество, а сложившаяся на тот момент репутация в бизнес-среде. И нам поверили! Поверил банк, поверили партнеры, поверил

*“ Семья – это ответственность перед поколениями, это созидание не на годы, а на столетия ”*

Кнауф – это семейная компания, которая была основана в 1932 году, в период мощнейшего мирового экономического кризиса. Сегодня управляет компанией третье поколение Кнауфов. Это, конечно, уже не семейный бизнес в чистом виде. Несколько лет назад в компании появился управляющий со стороны. Это довольно распространенный пример среди крупных европейских бизнес-династий. Внешний топ-менеджер вносит новую струю в управление предприятием, отношения с персоналом, внутреннюю культуру компании, а иногда и политику на рынке. Представитель второго поколения – совладелец компании господин Николаус Кнауф – лично курировал развитие бизнеса на юге России, понимая перспективы его роста. Как сказал Альберт Эйнштейн: «Ты никогда не решишь проблему, если будешь думать так же, как те, кто ее поставил». Доверие со стороны собственников дает возможность вносить что-то свое, многого достигать. Я этим пользовалась, и результаты были ошеломляющие.

### Рождение семейного бизнеса

Приобретение активов в России – тема, о которой не принято говорить. Но в определенный момент большая часть бизнеса стала частной, в том числе и «Норильский никель». Это свершившийся факт и надо его признать. Но может где-то что-то и происходило неправильно, но правил тогда не было, и у предприятий было два пути: либо стать частными и сохранить людей и дело, либо исчезнуть, что и произошло с рядом компаний.

В 90-х годах, с приходом к руководству Михаила Прохорова, «Норильский никель» стал объединять непрофильные активы и «Губский кирпичный завод», построенный норильчанами, числился в этом списке.

К этому моменту мой муж являлся руководителем завода. С учетом его статуса в «Норильском никеле» ему было предложено рассмотреть вопрос приобретения предприятия.

«Норильский никель»! Все получилось. И хотя впереди были нелегкие времена возврата кредита, мы впервые сумели оценить стоимость семейной репутации. Это стало основой нашего семейного бизнеса. В 2000 годах строительный сектор находился на подъеме, и мы достаточно быстро погасили кредит.

В семье все было по-прежнему: я руководила предприятием группы «Кнауф Маркетинг Краснодар», сын развивал свой бизнес, а муж руководил заводом – теперь уже нашим. Первые изменения стали происходить в начале 2006 года. Сын Алексей принял решение продать свой бизнес. Решение о продаже было основано на негативном прогнозе, сделанном им для выявления возможностей развития оптово-розничной торговли строительными материалами. Мы с мужем не возражали. Но после продажи встал вопрос: идти ли сыну в семейный бизнес или строить карьеру наемного менеджера? Это было непростое решение. Мы понимали, что рано или поздно бизнес надо передавать сыну, но при обсуждении всегда откладывали это решение, а тут откладывать было нельзя. Мы решили, что сын займется вопросами реализации керамического кирпича, так как опыт взаимоотношений в строительном бизнесе был уже накоплен. В середине 2012 года я приняла решение покинуть компанию Кнауф. Основными принципами моей работы наемным менеджером были: постановка ясной цели (в рамках корпорации), использование ресурсов для ее достижения, мотивация персонала и работа в команде на результат. Но лидерство в крупной компании – вещь уязвимая. Я подумала, что отработать 20 лет в немецкой компании, в маркетинге – это идеально, но кризис, в котором мы находимся, требует искать точки роста. Так пришло решение приложить усилия в собственном деле – трудный, но обоснованный выбор: замена масштаба деятельности в крупной компании на развитие надежного и успешного собственного бизнеса. Это решение также было принято на семейном совете.

## Ирина Аксенова: «Предпринимательские компетенции - это то, что мы развиваем в студентах»

*Среди множества высших учебных заведений Северо-Кавказский институт бизнеса, инженерных и информационных технологий (СКИБИИТ) отличается инновационный дух, предприимчивые инициативы, динамичная модель управления и, главное, особое отношение к студентам. Ректору СКИБИИТ, доктору экономических наук, профессору Ирине Аксаевой удалось превратить частный вуз, созданный ее отцом, в сильнейшее образовательное учреждение не только на юге, но и в России. Но на достигнутом она останавливаться не собирается.*



### Своя ниша

История СКИБИИТ началась в 1987 году, когда мой отец, в разгар активного обсуждения необходимости экономических реформ в стране, создал в Армавире Школу брокеров. Она просуществовала два года, окончили ее 15 слушателей, в том числе и я. Следующим шагом стало открытие Школы менеджеров, однако спустя еще два года мы поняли, что нужны другие подходы к образованию, и решили создать собственный экономический колледж. В 1996 году он был реорганизован в Армавирский финансово-экономический институт, а в 2006-м переименован в Северо-Кавказский институт бизнеса, инженерных и информационных технологий (СКИБИИТ).

Все эти годы я принимала активное участие в образовательном процессе, которым руководил мой отец, и прошла все ступени роста – от препода-

вателя до проректора. Спектр задач, которые мне приходилось выполнять, постоянно расширялся, однако когда в 2007 году мне пришлось возглавить институт самой, я испытала новые ощущения, поскольку это другая ответственность, другой функционал. Оглядываясь назад, я понимаю, что самым важным решением стал выбор своей ниши. Изучая опыт рыночных преобразований, которые происходили в нашей стране на протяжении последних 15 лет, я увидела иную перспективу. Тогда власти начали уверенно озвучивать курс на развитие малого и среднего бизнеса в России. Мне стало понятно, что в ближайшие годы самой актуальной задачей в стране станет подготовка предпринимателей, обучение инновационным бизнес-технологиям. Экономических вузов было много, но они давали студентам традиционные теоретические знания, которые было сложно применять в новых реалиях меняющейся жизни. Мы сделали акцент (и в этом наша особенность) на прикладные методики и практические инструменты, накопленный в мире опыт обучения предпринимательской деятельности – и не прогадали. Сейчас СКИБИИТ – один из ведущих вузов не только на юге, но и в целом по стране, а наши обучающие программы позволяют студентам получить не только необходимые знания, но и практические навыки ведения собственного дела. В 2005 году на базе института был открыт бизнес-инкубатор, цель которого – создать наиболее благоприятные условия для развития и стимулирования субъектов малого предпринимательства в регионе.

### Антикризисный иммунитет

В самые трудные 2008-2009 годы мы не просто выживали, как многие другие, а стремительно развивались. За счет собственных средств и оптимизации внутренних процессов мы построили бизнес-парк. Период кризиса стал для нас серьезным испытанием, но мы его успешно прошли, и осознание этого факта позволяет нам уверенно смотреть в будущее. Только сейчас, апробировав

все свои смелые идеи, институт выходит на полную мощность. Сегодня и форма, и содержание обучающего процесса в нашем вузе полностью соответствуют запросам рынка XXI века. Наши выпускники без проблем находят работу, а полученные в нашем вузе компетенции помогают им зарабатывать достойные деньги. Это хороший результат, но мы не намерены останавливаться на достигнутом.

**«Невозможно научить кого-то заниматься бизнесом, если ты сам никогда этого не делал и не знаешь всех процессов, которые происходят в этой среде»**

В последние два года мы решили изменить тактику и повысить планку качества знаний при наборе абитуриентов, хотя раньше принимали и слабых хорошистов, и твердых троечников. Более того, у нас есть возможность выделять бюджетные места для талантливых ребят с предпринимательской жилкой.

Я всегда четко знала, к чему необходимо стремиться. Чтобы студенты получали действительно эффективные знания, в институте должны работать самые лучшие преподаватели, должна быть создана самая конкурентная инфраструктура. Для этого нужны деньги, интуиция и воля руководителя, грамотные расчеты. Бизнес похож на игру в шахматы. Нельзя поступать опрометчиво, не просчитав каждый ход, каждое решение, особенно если оно связано с риском.

### Кадры решают все

Создать в бизнесе коллектив единомышленников, которые разделяли бы ценности компании, – это титанический труд. И мне пришлось очень много работать с преподавательским составом, воспитывать, объяснять, как нужно работать. Да, это сложно, но за другое я платить не буду. Иногда приходилось быть жесткой, увольнять людей. Причем публично, так как я всегда открыто озвучиваю коллективу мотивы увольнения того или иного сотрудника. Это называют непопулярными методами управления, но мне пришлось этому научиться. Ведь студенты, которые выбрали наш вуз, платят за обучение свои деньги, поэтому моя задача – дать им те знания, которые они смогут впоследствии выгодно продать, которые будут вне конкуренции. Только в этом случае они выберут наш институт. Сотрудники меня услышали и поняли: сейчас у нас устоявшийся коллектив и увольнение – это сенсация.

К участию в образовательном процессе мы активно привлекаем уже состоявшихся бизнесменов. Конечно, успешным предпринимателям сложно найти время для систематического преподавания в вузе, ведь зачастую они имеют очень плотный рабочий график. Но видя горящие глаза наших студентов и их искренний интерес к прак-

тическим занятиям, многие бизнесмены все-таки находят время хотя бы на проведение отдельных спецкурсов. Наши студенты с удовольствием ходят на занятия в банки, посещают промышленные предприятия, общаются с руководителями крупных компаний из других отраслей. Бизнесменов это подкупает, потому что многие из них готовы делиться опытом и знаниями с подрастающим поколением.

Руководители организаций, ведущие специалисты по реализуемым направлениям подготовки принимают активное участие в образовательном процессе, в том числе в качестве членов экзаменационных комиссий при проведении итоговой государственной аттестации выпускников.

Систематически проводим брифинги и круглые столы, где обсуждаем с предпринимателями те качества, которые они хотели бы видеть в молодых специалистах. По результатам таких мероприятий формируем список критериев, которые предъявляют работодатели к выпускникам вузов, и разрабатываем технологии, которые позволяют сформировать эти качества за время обучения.

### Руководитель отвечает за всех

Главным качеством любого управленца должна быть человечность. Нужно уметь понять, почувствовать каждого из сотрудников, даже если в штате 200 человек. И нет разницы, кто перед тобой: техслужащая или проректор по инновациям. Люди очень хорошо чувствуют отношение руководителя. Кнутом от персонала ничего не добиться.

Мотивировать на постоянное развитие нужно не только себя, но и весь коллектив. Я никогда не перекалдываю свою ответственность на подчиненных. Если мы допустили ошибку, то это только моя вина. Значит, неправильно была поставлена задача, не созданы возможности, не подобраны исполнители.

Хорошим предпринимателем и ректором я стала потому, что занимаюсь любимым делом. Мне нравится, когда работают наши программы, когда наши студенты показывают хорошие результаты. Преподавать мне тоже нравится, потому что я испытываю потребность делиться своим опытом и знаниями с молодым поколением.

Я учу студентов, что самое страшное – это инертность, безразличие. Нужно активно работать, больше читать, общаться со старшими коллегами. Иначе окажешься со своим дипломом в Центре занятости. Разве это перспектива для молодежи? Самый главный актив в бизнесе – не кошелек, не бабушкино наследство, а интеллект предпринимателя. предпринимателя.



## Марина Евдокимова: «Моя клиника» - лучшее для пациента»

*Медицину в нашей стране не ругают только ленивый. Одни видят выход в изменении работы государственных учреждений, другие – в создании частных медицинских центров. В чем отличие нового центра от других, как найти баланс между медициной и бизнесом, рассказала Марина Евдокимова, врач-отоларинголог и соучредитель консультативно-диагностического центра «Моя клиника».*

*Марина, расскажите, пожалуйста, как у вас появилась идея открыть «Мою клинику»?*

Я окончила Ростовский государственный медицинский университет и в какой-то момент поняла, что мне хочется для повышения своего уровня квалификации изучать и англоязычную медицинскую литературу. Оказалось, что во всем мире есть единые протоколы лечения, в которых собирается все лучшее и самое проверенное. Если вы придете к разным врачам в Лондоне, Париже и Нью-Йорке, то при конкретном

заболевании вы получите одно и то же лечение, вариации будут совсем небольшие. У нас, придя к пяти разным врачам, вы можете увидеть пять совершенно разных вариантов лечения. Начав работать по международным протоколам, я поняла, что это действительно очень эффективно: пациенты быстро выздоравливают и остаются довольны. Тогда и появилась эта идея – открыть клинику, где все врачи будут едины в своем мнении, пациенты получат максимальный эффект, не будет ненужных исследований.

*А по какому принципу разрабатывались единые протоколы лечения?*

Есть такое понятие, как доказательная медицина. Представьте, что придумали новый препарат, и нужно проверить, работает он или нет. В этом

время платили за аренду помещения. В банке «Центр-инвест» поверили в наш проект. Получается, что мы не просто взяли кредит, а нашли настоящего финансового партнера.

**“ Пациенты должны получать максимальный эффект при минимальных затратах ”**

случае большую роль играет эффект плацебо: пациент может принимать простой мел, и ему будет казаться, что ему становится лучше. Тогда ученые поняли, что нужно проводить сравнительные исследования: одной группе пациентов давать настоящий препарат, а другой – пустышку. Только так можно наверняка выяснить, как действует лекарство. В мире доказательная медицина стоит во главе угла.

Любое лекарство должно проходить такие испытания, чтобы пациент получал, во-первых, минимум лекарств, а во-вторых, получал лечение только с доказанной эффективностью.

Мне пришлось подтягивать английский язык, для того чтобы читать самую современную медицинскую литературу, к сожалению, качественной переводной литературы очень мало: понятно, что пока мы сильно отстаем от западных стран в этом направлении. К тому же сейчас у нас в стране пациенты получают огромные списки препаратов. Это может привести к тому, что одни наименования из списка нейтрализуют действия других, действительно нужных лекарств.

*Как вы подбирали врачей в свою клинику?*

Команду я подбирала почти год. Конечно, помог Интернет, который объединяет врачей не только из Ростовской области, но и из всей страны. Мне удалось собрать врачей, которые придерживаются мнения, что лечение для пациента должно быть, прежде всего, доказанным, эффективным и безопасным. У нас прием ведут акушер-гинеколог, аллерголог-иммунолог, дерматолог, гастроэнтеролог, педиатры, детский кардиолог, ЛОР, эндокринолог. Пока мы больше ориентируемся на консультирование детей, но наши специалисты готовы к приему и детей, и взрослых. Все наши врачи постоянно повышают свою квалификацию, также обязательным условием работы в нашей клинике является чтение англоязычной медицинской литературы.

*Кто помог вам в запуске вашего проекта?*

Весь стартовый капитал – это предоставленный банком «Центр-инвест» кредит по программе «Стартап». Они предложили отсрочку по первому платежу, а также выгодную процентную ставку, которая намного ниже, чем в других банках. Благодаря этому мы сделали ремонт в клинике, закупили все необходимое оборудование, пер-

*Как, на ваш взгляд, правильно нужно сочетать благородную помощь людям и бизнес?*

В медицине деньги играют не последнюю, но и не ведущую роль. Долгое время у нас было принято считать, что медицина бесплатна. На самом деле любому доктору, который хочет повысить свой уровень, деньги просто необходимы. Хотя бы потому, что доступ к хорошим медицинским базам, подписки на ведущие европейские журналы стоят немало.

Конечно, быть врачом – это особый дар, но сохранение здоровья тоже стоит денег. Люди в нашей стране потихоньку начинают это понимать.

Чтобы найти баланс между медициной и бизнесом, мы установили приемлемые цены. К тому же наши пациенты не покупают много дорогостоящих препаратов. Очень важно и то, что наши специалисты могут обеспечить полноценный прием, уделяя столько времени, сколько понадобится.

*Как вы оцениваете конкуренцию на рынке медицинских услуг? И можно ли назвать государственные учреждения вашими конкурентами?*

Нет, с государственным сектором у нас совершенно разная направленность и качество услуги. Не в том смысле, что врач в поликлинике хуже, чем специалист частного центра. Проблема в том, что даже хороший врач, когда у него так мало времени на прием, не сможет качественно осмотреть пациента. Причем половину времени, как правило, занимает заполнение документации.

Частных медицинских центров в Ростове много, но даже сейчас их не хватает. Эта ниша рынка не заполнена: таких клиник, как наша, в городе пока нет. Я считаю, что мы не должны конкурировать между собой, потому что пациентов хватит на всех. Хотелось бы, чтобы люди не болели, но таблетку от всех болезней пока не изобрели. В такой ситуации надо работать сообща: устраивать совместные конференции, обмениваться опытом.

*Как планируете работать в будущем?*

В ближайших планах у нас покупка кольпоскопа и аппарата УЗИ. Надо отметить, что выбор оборудования должен полностью завесить от пожеланий наших специалистов. Если же заглядывать далеко вперед, то нам бы очень хотелось открыть филиалы нашей клиники во всех районах города.



## Елена Ефимова: «Найди для себя любимое дело и сделай его прибыльным»

*Компания управляет сетью мясных магазинов в Ростове и Батайске. Осуществляет поставки свежего мяса для детских дошкольных учреждений и других объектов социальной сферы. Закупки мяса осуществляются самостоятельно. налажены партнерские связи как с крупными производителями, такими как компания «Агрокомплекс», так и с небольшими фермерскими хозяйствами.*

Считаю, что продажа мяса – бизнес весьма перспективный даже при высоком уровне конкуренции. Тем не менее, попав на этот рынок и заняв его часть, мы стали достаточно финансово независимыми предпринимателями. Сегодня уже видим большие возможности и для дальнейшего развития. На мясном рынке работаем уже 12 лет.

**“Мясной бизнес никогда не станет неактуальным, на него не поменяется мода и не упадет спрос. В связи с этим открытие мясной лавки идеально подходит для начала предпринимательской деятельности”**

По образованию я художник-модельер театрального костюма. В мясной бизнес пришла благодаря мужу. Сначала помогала. Теперь работаем на равных. За эти годы стала специалистом. Прекрасно разбираюсь в качестве продукции. А начинали мы с розничной торговли мясом на рынке. За это время появился и опыт, и постоянные клиенты. Это только кажется, что можно просто открыть магазин, начать торговать и получать прибыль. На самом деле все достаточно сложно. Необходимо иметь опыт, знать, как выглядит «живое мясо», чем питалось животное, как был произведен убой, и еще множество технологических тонкостей. Сейчас открывается масса мясных магазинов. Но зачастую их владельцы не понимают всех тонкостей этого непростого бизнеса. Например, как правильно разделать тушу, как успешно и выгодно продать мясо. Сегодня рынок перенасыщен, предложения зачастую превышают спрос, существует большая конкуренция. Поэтому товар должен быть не просто очень качественным, нужно знать, как его предложить. Все это мы изучили на собственном опыте, поэтому успешно справляемся с конкуренцией. Имеем очень много постоянных клиентов, которые знают нас еще со времен торговли на рынке. Эти люди нам просто не изменяют. Они все 12 лет остаются с нами. Приезжают за мясом даже из Ростова. Также, чтобы торговать мясными изделиями, нужны специалисты, которые могут продавать такой товар и верно порекомендовать тот или иной сорт мяса покупателю, чтобы его нужды были удовлетворены. Ведь для разных блюд нужны совершенно разные куски мяса. Такие специалисты у нас есть.

Другое направление нашего бизнеса – это контрактные поставки мяса в детские дошкольные учреждения. Стоит отметить, что для продукции, поставляемой в детские дошкольные учреждения, есть особые требования. Прежде всего, необходимо обеспечить безопасность мяса и мясной продукции соблюдением всего комплекса ветеринарно-санитарных, санитарно-эпидемиологических требований и поло-

жений производственного контроля, режимов технологических процессов производства, мониторинга и контроля в критических точках на всех этапах, включая производство, а также хранение, перевозку и реализацию. Понимая важность всех этих мероприятий, точно соблюдая установленные правила, мы постоянно побеждаем в тендерах на поставки мяса.

Уверена, что уже зарекомендовали себя как надежные поставщики высококачественной мясной продукции. Одной из существенных задач является осуществление постоянного мониторинга качества продукции. Только свежее и качественное мясо является для нас не только гарантом успешной торговли, но и защищает от претензий со стороны контролирующих организаций. Нужно крайне внимательно относиться к оформлению всей документации, необходимой для продажи мяса.

Стоит отметить, что ответственность за некачественную продукцию, в том числе и уголовную, несем именно мы, и поэтому сотрудничаем только с максимально ответственными и проверенными поставщиками. Плюс для нас состоит в том, что мы закупаем продукцию, которая точно будет реализована.

У меня двое детей. Младшая дочь еще совсем маленькая. Приходится как-то справляться с бизнесом, и достаточно много времени уделять семье. Младшая дочь всегда находится со мной. Беру ее и в банк, и в магазины. Возможно, что растет будущая бизнес-леди. А вообще, работа очень нравится. За 12 лет она стала частью моей жизни.

С банком «Центр-инвест» сотрудничаем очень давно. Сложилось прекрасное отношение как с руководством, так и с персоналом. Банк нам реально помогает. Предоставляет банковские гарантии для участия в аукционах. Мы очень им благодарны и не меняем банк уже много лет. Очень много предложений приходит от других кредитных организаций. Рассказывают, как все хорошо и замечательно. Но мы своему банку никогда не изменяем, работаем только с ним. Считаю, что банк «Центр-инвест» принес нам успех. Мы получили возможность от торговли на рынке перейти к цивилизованной торговле. И купили собственный магазин. И стали развиваться дальше. Есть планы по расширению бизнеса. Будем продолжать участвовать в аукционах. Уверены, что банк поддержит. С ним мы чувствуем себя вполне уверенно и стабильно развиваемся».



## Елена Терновая: «Важно обеспечить стабильную прибыль»

*Сегодня в период кризиса, по мнению аналитиков аграрных рынков, увеличивается поголовье птицы в КФХ и ЛПХ. И даже при отсутствии крупных фермерских хозяйств в регионах спрос на комбикорма будет формировать местное население. Бизнес по продаже комбикорма не требует крупных капиталовложений, однако и сверхприбылей здесь не будет.*

Сельскохозяйственный бизнес – это достаточно перспективное направление деятельности при условии, если вы сумеете грамотно организовать свое дело. Количество фермерских хозяйств в нашей стране постоянно увеличивается, соответственно, растет спрос на корма и другие расходные материалы. Специалисты считают, что торговля и производство комбикормов – это вполне

*« Сельскохозяйственный бизнес – это достаточно перспективное направление деятельности при условии, если вы сумеете грамотно организовать свое дело »*

успешные направления бизнеса. В последнее время отечественная сельскохозяйственная отрасль стала интенсивно развиваться. Кроме того, в связи с западными санкциями, направленными против нашей страны, успешно действует президентская программа по импортозамещению. Вполне очевидно, что кризис заставил селян вернуться к традиционным видам сельскохозяйственной деятельности. В связи с этим различные кормовые смеси пользуются большим спросом. Сегодня на рынке представлено очень много различных видов комбикормов. В них разный состав питательных веществ, применяются и различные добавки, так как разным видам птицы необходимо особое питание в разные времена года. Например, более питательные корма востребованы в конце зимы и весной.

И все же самое главное в нашем бизнесе – найти стабильных покупателей, которые и станут основой получения прибыли. Нам это удалось, нас узнают.

Наша компания предлагает комбикорма для птицы от различных производителей, в том числе и от таких известных компаний, как Purina и Lehmann. Розничная торговля осуществляется в Ростовской области в палатках и на рынках. Реализаторы работают по договорам. Точек реализации достаточно много, так как бизнес развиваем с 2005 года. По образованию я юрист, а супруг получил специальность ветеринарного врача и прекрасно разбирается в вопросе кормления домашней птицы.

Еще одно направление деятельности нашего предприятия – продажа живой птицы. Предлагаем как суточный молодняк, так и подращенный. Для того чтобы успешно торговать таким специфическим товаром, необходимо знать и психологию сельских жителей, у которых весна ассоциируется не только с посадкой овощей на огороде и подрезкой деревьев в саду, но также и выращиванием цыплят, утят, гусят, индюшат и другой домашней и декоративной птицы.

Продажа цыплят – это традиционно выгодный бизнес. Предварительные вложения в этот вид бизнеса относительно небольшие. Его единствен-

ный недостаток – это сезонность. Но мы рассматриваем это направление как дополнительный заработок, позволяющий получить вполне ощутимую прибыль.

Стоит отметить, что такая торговля – довольно хлопотное занятие. Здесь крайне необходимо точно знать уровень спроса. Все спросовые факторы мы внимательно анализируем, обязательно учи-

тываем сезонность. В этом нам помогает большой опыт работы в этой сфере. Поэтому знаем, когда пойдет тот или иной товар.

Казалось бы, совершенно простой бизнес. Но мне постоянно приходится учиться, чтобы знать все современные тенденции в кормлении домашней птицы. Посещаю семинары, профильные выставки. А сам бизнес нравится, потому что получается и дает неплохой финансовый результат. Кроме того, получаю удовлетворение от хорошо сделанного дела.

В моей семье трое детей, младшему исполнился всего годик. Успевать все достаточно сложно, но стараюсь уделять максимум времени семье. Заниматься бизнесом и быть хорошей женой и матерью сложно. Тем не менее, считаю, что у меня хорошо получается совмещать эти две стороны моей жизни.

Успешность любого бизнеса, по моему мнению, зависит от правильного выбора партнеров. Для нас таким надежным партнером стал банк «Центр-инвест».

Мы начали кредитоваться в банке «Центр-инвест» 4 года назад. Но история наших отношений более длительная. Сначала в 2005 году, когда я оформила ИП, открыла в этом банке расчетный счет по рекомендации специалистов компании, которые осуществляли бухгалтерское обслуживание моего бизнеса. Сразу очень понравилось обслуживание. И когда появилась необходимость кредитования, сомнений не было – только «Центр-инвест». В банке очень выгодные условия кредитования малого бизнеса, невысокие процентные ставки, практикуется индивидуальный подход к каждому клиенту. Более того, сейчас уже можно говорить, что с банком «Центр-инвест» у нас установились доверительные отношения. Можно в любой момент, когда это потребуется, получить грамотную консультацию специалистов. Банк нам очень помогает, причем не только в бизнесе. Недавно купили в кредит автомобиль. Нам была предоставлена полная информация и помощь в оформлении. Конечно, рассчитываем на помощь банка при решении о расширении нашего бизнеса.



## Эльвира Махотина: «Стараюсь работать ста- бильно»

*Наша компания занимается оптовой и розничной продажей хозяйственно-бытовых ножей, спортивной (нелицензионной) пневматики дульной энергией до 3 Дж, приспособлений и аксессуаров для заточки и обслуживания этой продукции.*

Магазин «Ножи» расположен в центре города Ростов-на-Дону. Вся представленная у нас продукция находится в свободной продаже в соответствии с действующим законодательством РФ и не требует лицензии как на продажу, так и на приобретение. При покупке нашим клиентам предоставляется сертификаты соответствия (согласно ГОСТ) или информационные листки о со-

Master of Defense, Bark River Knife & Tool, Iisakki, EKA, Lansky, Buck и SOG. Отечественные производители, зарекомендовавшие себя достойным качеством, тоже не остались в стороне: АйР, «Русский Дартс», «Южный Крест», «Мастер гарант», «Кизляр», «Кизляр-Экстрим» – вот далеко не полный список отечественных компаний, представленных в нашем интернет-магазине.

*“ Бизнес совершенно не мешает моей личной жизни. Вырастили с супругом троих детей. Скоро будут внуки. Если правильно распоряжаться временем, многое можно успеть ”*

ответствии продукции к нелицензионной категории товаров. Начиная с 2004 года и по настоящее время, мы предоставляем нашим клиентам лучшую продукцию ведущих мировых производителей. Мы постоянно анализируем рынок, чтобы представлять покупателям новинки и расширять свой ассортимент.

Наша компания является официальным сервисным центром фирмы KWC (Taiwan), которая занимается производством качественной пневматики по привлекательным ценам.

Кроме того, наша компания оказывает услуги по квалифицированному ремонту и обслуживанию пневматики и ножей (заточка, ремонт).

Мы ценим наших клиентов и всегда приветствуем обратную связь, учитывая их мнения и пожелания. Наши менеджеры всегда дадут вам качественную консультацию и помогут с выбором.

С выбором действительно нужно помогать, так как у нас представлен огромный ассортимент товаров. В категории «ножи» вы можете приобрести изделия российского и китайского производства, ножи-бренды известных фирм, наборы кухонных керамических ножей, профессиональные ножи. Кроме того, мы предлагаем точильные предметы, Paracord 550, подставки под ножи и катаны, пневматические пистолеты и расходники к пневматике, кобуры, ножны, чехлы, оборудование для страйкбола, арбалеты, рогатки, оптику, фонари, компасы, фляжки, зажигалки Zippo, сувениры, аксессуары для охоты, нагайки, приспособления для самообороны, журналы и книги по нашей тематике.

Наш интернет-магазин ножей работает вполне успешно. Целью создания интернет-магазина было удовлетворение спроса на качественные ножи известных брендов. Мы предлагаем покупателям широкий ассортимент ножей известных брендов: Spyderco, Benchmade, CRKT, Roselli, Helle и Microtech.

В основе нашей интернет-торговли лежит принцип взаимовыгодного сотрудничества с производителями. Со временем в наш ассортимент добавились такие известные бренды, как

Бизнес строила самостоятельно. Компания была зарегистрирована еще в 1994 году прошлого века. Это был довольно непростой период в истории нашей страны. Меня часто спрашивают: почему я выбрала именно такой бизнес. Ответ прост: мужской характер. По специальности я самолетостроитель. Поэтому этот вид бизнеса для меня очень интересен. Работаем стабильно. Пока не заметили какого-то негативного влияния кризисных процессов. Коллектив небольшой. Работает всего 13 человек. Все – профессионалы своего дела. В нашем небольшом коллективе нет текучки, люди трудятся в компании уже по 10-12 лет. Мы ценим и уважаем каждого нашего работника.

Сегодня компания успешно развивает действующий бизнес. Но это не исключает и дальнейшего развития, и расширения нашей деятельности. В настоящий период имеются планы начать торговлю огнестрельным охотничьим оружием. Считаю, что компания уже достигла необходимого уровня профессионализма, чтобы преуспевать и в этом сегменте оружейного рынка.

Очень хочу, чтобы дети унаследовали мой интерес к оружию и продолжили мое дело, в которое я вложила не только массу усилий, но и частичку души.

Не последнюю роль в успехе, который достигла наша компания, сыграло сотрудничество с банком «Центр-инвест». Мы вместе уже с 2004 года, а это уже более 12 лет. За этот долгий период в работе с банком не возникало никаких проблем. Устраивают условия кредитования, нравится вежливое и предупредительное обслуживание. Стоит отметить, что руководство банка очень лояльно настроено к представителям малого и среднего бизнеса. Более того, банк дорожит своими клиентами и быстро решает все возникающие вопросы, помогает в нестандартных ситуациях. С банком «Центр-инвест» приятно вести бизнес, и при этом чувствуешь себя вполне уверенно. Поэтому будем продолжать сотрудничество с банком. Уверена, что все мои начинания получат одобрение и поддержку банка. И я смогу воплотить в жизнь свои смелые планы.