

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ БАРНАУЛА

№ 33/2025

Барнаул,
**С ДНЕМ
РОЖДЕНИЯ!**
295



30 августа –
День города Барнаула

*Дорогие барнаульцы!
Поздравляю вас с Днем нашего любимого города!*

В этом году мы отмечаем два юбилея: 80-летие Великой Победы и 295-летие Барнаула.

Наш город привлекает особенной атмосферой и гостеприимством. Сочетая уют со столичной прогрессивностью, исторические улочки с современными архитектурными решениями, он притягивает людей.

Почти за три сотни лет Барнаул стал свидетелем множества событий, изменений и достижений. Начав как горнозаводской город, в годы Великой Отечественной войны он сыграл важную роль в обеспечении фронта и за свой трудовой подвиг заслуженно получил почетное звание «Город трудовой доблести». И сейчас в городских районах происходят серьезные преобразования, улучшается инфраструктура, обустраиваются общественные пространства, появляются новые точки притяжения.

Достижения и развитие краевой столицы – результат труда и заботы каждого из нас. Наша общая цель – создание комфортных условий для всех горожан, сохранение творческой, созидательной, интеллектуальной атмосферы для жизни, работы и отдыха.

Мы гордимся, что тысячи неравнодушных барнаульцев участвуют в волонтерской работе, помогают участникам специальной военной операции и их семьям, приближая Победу. Нам есть чем гордиться и к чему стремиться всем вместе.

Желаю вам, дорогие жители города Барнаула, счастья, здоровья, мира и успехов во всех начинаниях!

Глава города

В.Г. Франк

В НОМЕРЕ



ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА О ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ

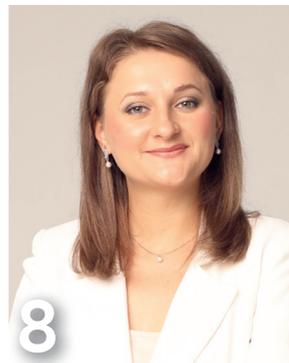
«Находясь в Барнауле, мы испытываем совершенно необычайные ощущения этого города. Нам кажется, что это грядущая столица мира» – Елена Рерих

4



ПЛАТФОРМА РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

**Елена
АБДУЛАЕВА,**
начальник управления
Алтайского края
по развитию
предпринимательства
и рыночной инфраструктуры
о развитии малого и среднего
бизнеса в городе



ПЛАТФОРМА РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

**Лилия
НЕФЕДОВА,**
организатор форума
«ПРОнастоящее»:
«Объединение
предпринимателей –
не роскошь, а вопрос
выживания»



ЕСТЬ, ЧТО СЪЕСТЬ

**Роман
ТЕРНОВОЙ,**
управляющий директор
хлебокомбината
«Алтайские закрома»:
«Производство хлеба –
это последовательность
высокоточных процессов»



ЕСТЬ, ЧТО СЪЕСТЬ

**Софья
ПОЛЯКОВА,**
основатель и директор
городского кафе
«Трепет и Томаты»:
«За этим проектом стоит
не просто кулинарная
идея, а целая философия»



ЕСТЬ, ЧТО СЪЕСТЬ

**Елена
ТОКАРЕВА,**

основательница
«Эклерной»
о вкусных тайнах

16



10 ЛЕТ – ТОЛЬКО НАЧАЛО

**Анатолий
КАНЫГИН,**

основатель
и генеральный
директор компании
«Бродич»: «В будущее
с уверенностью,
10 лет – только начало»

18



ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «ТОРГОВЛЯ РОССИИ»

Николай КОЛОТВИН,

директор
ООО «Алтайские
мясные лавки»
ТМ «Барнаульский
пищевик»

«Лучшая фирменная сеть
местного производителя»

20



ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «ТОРГОВЛЯ РОССИИ»

**Светлана
ПРОВОЗЁН,**

генеральный директор
ООО «Рашэн Традишн»
гастромаркет
«Днем с Огнем»

«Лучший магазин»

22



ЗДОРОВЫЙ БИЗНЕС

**Алексей
САМОРУКОВ,**

владелец компании
«Вкусы Лета 22»
о натуральных
сладостях

24



ЗДОРОВЫЙ БИЗНЕС

**Арина
ЧЕРНЫШЕВА,**

директор компании
«GreenVale» о соках,
которые возвращают
людям жизнь

26



ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ГОРОДА БАРНАУЛА»

**Павел
БЕСПАЛОВ,**

генеральный директор
ООО «РусПром Мейер»

«Лучший предприниматель
в сфере торговли»

29



ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ГОРОДА БАРНАУЛА»

**Вячеслав
КРЫМОВ,**

директор
ООО «Тонар Плюс»

«Лучший предприниматель
в сфере производства»

32



**ПОБЕДИТЕЛИ
КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ
ГОРОДА БАРНАУЛА»**

**Николай
ПОГУЛЯЕВ,**

руководитель станции
«FIT SERVICE»

«Лучший предприниматель
в сфере предоставления
услуг населению»



**ПОБЕДИТЕЛИ
КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ
ГОРОДА БАРНАУЛА»**

**Евгений
ЛУБЯГИН,**

индивидуальный
предприниматель,
владелец сети столовых
«Вкусный обед, привет!»

«Лучший молодой
предприниматель»



**ПОБЕДИТЕЛИ
КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ
ГОРОДА БАРНАУЛА»**

**Татьяна
ПЯТКОВСКАЯ,**

директор
ООО «Компания ПРОКС»

Лучший предприниматель
в номинации «Женское
предпринимательство»



**ПОБЕДИТЕЛИ
КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ
ГОРОДА БАРНАУЛА»**

**Никита
МОРОЗОВ,**

самозанятый,
инженер-конструктор

«Самозанятый года»



КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ

**Юлия
ЧЕХОВА,**

основательница
и дизайнер бренда
Brand 17.01:

«Украшения как способ
сказать миру: «Я знаю,
кто я, и не боюсь этого»



КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ

**Аксана
ЕРМАКОВА,**

столяр и основательница
мастерской «Затейница»
о создании эксклюзивных
изделий из массива дерева



КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ

**Нина
ДЕКЕР,**

основательница
витражной мастерской
об искусстве в украшениях



СОБЫТИЯ

**ЯРКИЕ
СОБЫТИЯ
ТЕКУЩЕГО ГОДА**

БАРНАУЛУ 295 ЛЕТ

«Находясь в Барнауле, мы испытываем совершенно необычайные ощущения этого города. Нам кажется, что это грядущая столица мира», – Елена Рерих, супруга художника Николая Рериха, посетившая город в 1926 г., во время Центральноазиатской экспедиции, записала эти слова в своём дневнике.



В августе текущего года город Барнаул отмечает свое 295-летие. В преддверии праздника расскажем, как рабочий поселок при медеплавильном заводе в итоге стал столицей Алтайского края и откуда пошло название города.

БАРНАУЛ – СТОЛИЦА МИРА

У любой хорошей истории есть начало. История Барнаула началась, когда на берегах реки Барнаулки приступили к строительству медеплавильного завода Акинфия Демидова.

По Уставу датой образования Барнаула принято считать 1730 год. Этой даты придерживаются некоторые исследователи и историки. Ряд исследователей связывает основание Барнаула с началом возведения завода в 1739 году, поскольку он создал настоящие предпосылки для образования здесь города.

Сначала была построена плотина, необходимая для обеспечения технологических процессов выплавки металла, и обустроен заводской пруд.

Первые заводские строения, а также постройки, обслуживавшие нужды производства, и сегодня формируют планировку и даже во многом современный вид исторической части города – Канцелярия Кольвано-Воскресенского завода, инструментальный магазин, горная лаборатория, горная аптека, бывший аптекарский сад, ставший ныне Центральным городским парком, а также ансамбль Демидовской площади с обелиском, установленным позднее в честь столетия начала горного производства в регионе.

После открытия на Алтае залежей серебра завод начал выплавку этого драгоценного металла. В 1747 году завод был переведен в собственность Кабинета её императорского величества.

В XVIII-XIX веках Барнаульский сереброплавильный завод был крупнейшим в Российской империи.

До середины XIX века из Алтайской руды выплавляли 90% всего российского серебра.

Благодаря этому из небольшого заводского посёлка Барнаул за короткий промежуток времени стал одним из крупнейших городов за Уралом.

После создания в 1824 году Барнаульского уезда в составе Томской губернии заводской поселок получил статус города. А через четыре года он был объявлен «горным городом». В мае 1846 года Барнаул получил свой герб. На нём были изображены белый скачущий конь и действующая доменная печь, символизирующая плавление серебряных горных пород.

Действительно, сереброплавильный завод – это гораздо больше, чем просто часть наследия нашего города, это буквально ключевая точка его начальной истории, словно Кремль для Москвы.

После отмены крепостного права и освобождения большинства работников выплавка серебра стала убыточной. Проработав почти 150 лет, 1 мая 1893 года Барнаульский сереброплавильный завод был закрыт.

С этого момента завершился горнозаводской период городской истории и настала эпоха Барнаула купеческого, торгового, предпринимательского.

Новое направление в развитии хозяйственной жизни города, безусловно, изменило его облик. Появились общественные и жилые здания – торговые дома и купеческие особняки, школы, гимназии, училища, электростанции и гостиницы.

Особый рассвет купечества наблюдался в 90-е годы XIX века. Это связано с тем, что в то время голод поразил огромные территории Поволжья, Урала и севера Сибири. На Алтае же выдалась благоприятная пора для развития сельского хозяйства, и большое количество зерна поступало в продажу.

От барнаульской пристани ежедневно уходили баржи с хлебом в Тюмень для продажи на Урале. В отдельные годы из Барнаула на север отправлялось более 40 тысяч тонн зерна. Газеты того времени писали, что Барнаул напоминал огромный амбар, пшеницей были заполнены все склады.

Еще быстрее стала развиваться торговля в начале XX века после строительства Транссибирской железнодорожной магистрали (в то время ее называли Великой Сибирской). Сразу

резко возросли возможности ввоза фабричных изделий из Центральной России.

В это время появляются торговые дома, пассажи и магазины, не уступающие московским.

Также Барнаул становится крупнейшим пунктом скупки сливочного масла. Так, в 1908 году только в Англию было вывезено 570 пудов масла в кедровых бочонках, благодаря которым сохранялись отменные вкусовые качества и увеличивалась длительность хранения продукта. Именно за свои вкусовые качества, а также низкое содержание соли и воды так высоко ценилось алтайское масло в Европе.

Основными промышленными предприятиями Барнаула того времени были небольшие заведения: мыловарни, кожевенное, мукомольное, винокуренное, пимокатное производство, по выжиганию кирпича, овчинно-шубное производство. А шубы-барнаулки славились на всю Россию. Несколько барнаулок заказал даже царский двор, а на Международной торгово-промышленной выставке в Париже шуба была удостоена диплома I степени.

В основном производства были мелкими, даже кустарными, но в 1864 году в Барнауле был основан и промышленный гигант своего времени – первый в России содовый завод братьев Пранг.

В конце 1920-х – начале 1930-х годов для Барнаула наступила эпоха индустриализации. Появляются первые крупные промышленные предприятия города, численность населения постепенно растет.

29 сентября 1937 года постановлением ЦИК СССР было принято решение о разделении Западно-Сибирского края на Новосибирскую область и Алтайский край.

На момент образования Алтайского края Барнаул по численности населения и территории превосходил другие города региона. Географическое положение ставило его как центр коммуникаций в более выгодное положение.

С этого момента город Барнаул стал центром Алтайского края.

В годы Великой Отечественной войны город являлся одним из важнейших тыловых центров страны. Барнаул принял производственные мощности 14 крупных эвакуированных предприятий. Трудовой подвиг жителей города в 2021 году был

отмечен присвоением Барнаулу почетного звания Российской Федерации «Город трудовой доблести».

В послевоенные годы город продолжал расти и развиваться, став важным центром машиностроения, химической промышленности и переработки сельскохозяйственной продукции.

Сейчас Барнаул – это культурный, образовательный и медицинский центр Алтайского края, в котором проживают около семисот тысяч человек. Нашему городу есть чем похвастаться в области научных и производственных инноваций, на поприще спортивных состязаний и организации современных общественных пространств. Он семимильными шагами прирастает новыми кварталами, уходящими не только вдаль, но и ввысь.

ОТКУДА ВЗЯЛОСЬ НАЗВАНИЕ «БАРНАУЛ»?

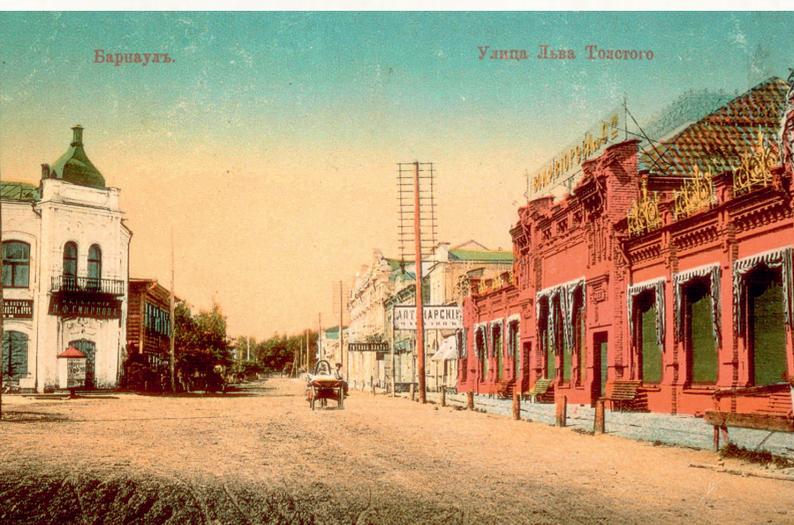
Именно река Барнаулка и дала нашему городу такое звучное и необычное название – Барнаул.

Известный писатель и краевед Марк Юдалевич, занимавшийся вопросом происхождения слова «Барнаул», утверждал, что оно имеет либо тюркские, либо монгольские корни и скорее всего связано с названием этой реки, впадающей в Обь. На картах и в документах Российской империи XVIII века она обозначалась как «БаранаУл», «БороноУл» и даже «БороноУр».

По версии томского профессора Андрея Дульзона, это название произошло от двух слов. Первая половина связана со словом «бору», которое в монгольском и тюркском языках восходит к слову «волк». По-монгольски «нуур» означает озеро. А в тюркском «ул» – это «река». Так слово Барнаул можно прочитать как «Волчье озеро» или «Волчья река». Эта версия подкрепляется тем, что местность у истока реки богата озёрами, а сама Барнаулка протекает по ленточному бору, где в былые времена водилось много волков.

Другая версия, предложенная барнаульским историком и археологом Алексеем Уманским, связывает название Барнаул с телеутским словом «по-ронгы» или «бороны», что значит мутная, и частью «ул», то есть «река». Получается, что слово Барнаул переводится как «мутная река».

Какая бы версия происхождения не понравилась вам больше всего, здорово, что Барнаул запоминается таким удивительным, ни на что не похожим названием.



БАРНАУЛ – ГОРОД, В КОТОРОМ ДЕЛАЮТ ДЕЛО

Барнаул – город, сфера предпринимательства которого всегда много значила для Алтайского края: для его истории, для его жителей, для его экономики. Сегодня малый и средний бизнес столицы региона активно развивается. О том, как краевые органы власти помогают ему в этом, какие меры поддержки востребованы у предпринимателей и какие задачи стоят перед системой поддержки МСП в настоящее время, мы поговорили с Еленой Юрьевной Абдулаевой, начальником управления Алтайского края по развитию малого и среднего предпринимательства.



Елена Абдулаева,
начальник управления Алтайского края по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры

– Елена Юрьевна, Барнаул – одно из ключевых мест в истории предпринимательства края. Какие заслуги местных предпринимателей особенно значимы для региона?

– Барнаул занимает особое место в истории предпринимательства региона. Многие компании, которые здесь зародились, со временем стали историческими брендами не только города, но и всего Алтайского края. Это, например, Барнаульский медеплавильный завод Акинфия Демидова, первый в России содовый завод братьев Прангу и легендарные шубы-«барнаулки», сто лет назад бывшие на пике моды. Купцы Барнаула часто становились градоначальниками, иногда династиями, и

даже отказывались от жалования в пользу города. Эти примеры показывают, что предприниматели в Барнауле всегда вносили значимый вклад в экономику и культуру всего края.

– Как сегодня деятельность предпринимателей Барнаула влияет на развитие МСП в Алтайском крае?

– Барнаул – это территория, где работает половина всех субъектов бизнеса региона. На начало года в городе было зарегистрировано почти 41 тысяча субъектов малого и среднего бизнеса, что сопоставимо с показателями целых регионов России. На каждые 10 тысяч жителей приходится 595 предпринимательских организаций. Предприниматели активно развиваются, открывают новые направления, внедряют инвестиции и технологии. Мы видим, что поддержка края востребована: многие обращаются за мерами помощи, чтобы расширять и укреплять бизнес.

– Какие виды поддержки предлагаются предпринимателям сегодня и насколько они востребованы в Барнауле?

– Сегодня в регионе для предпринимателей доступны порядка ста стимулирующих мер. В соответствии с обозначенными президентом Российской Федерации В.В. Путиным целями и задачами социально-экономического развития за последние годы в Алтайском крае сформирована многоуровневая система поддержки предпринимательских инициатив на каждом этапе их реализации от самозанятости до выхода на международные рынки. Механизмы поддержки настроены таким образом, чтобы максимально комфортно и эффективно решать наиболее актуальные вопросы.

Для повышения доступности финансовых ресурсов реализуются мероприятия по предоставлению поручительств, займов, субсидий и грантов.

Поручительства региональной гарантийной организации дают возможность предпринимателям привлекать значительные кредитные средства. При этом установленный в настоящее время размер комиссии за такую услугу составляет 0,5%. В 2024 году 56% субъектов бизнеса края, воспользовавшихся данным видом поддержки, были из Барнаула. В 2024 году 75 предпринимателей города получили поручительства на общую сумму 1463,6 млн. рублей, благодаря чему смогли привлечь дополнительные кредитные ресурсы совокупным объемом 10 586,6 млн. рублей – это почти 92% всех кредитов, обеспеченных поручительствами региональной гарантийной организации в целом по краю.

МКК Фонд Финансирования в настоящее время выдает займы по льготным ставкам от 1% до 13% годовых, а средневзвешенная ставка по портфелю займов варьируется в близком к 6% диапазоне. Популярность данного вида поддержки, учитывая комфортные условия предоставления, у предпринимателей Барнаула из года в год растет. В прошедшем году заемщиками МКК Фонд Финансирования стали 137 субъектов бизнеса краевой столицы, что на 11% больше, чем в 2023 году и в полтора раза больше, чем в 2022 году. Общий размер полученных ими займов составил 626 млн. рублей и показал еще большие темпы



роста: на 35% по сравнению с 2023 годом и в 2 раза в сопоставлении с 2022 годом.

Содействие при внедрении новых технологий и модернизации производства для укрепления технологического суверенитета является целью субсидирования части затрат на оборудование. В 2024 году каждый четвертый получатель субсидий в Алтайском крае осуществлял деятельность в Барнауле: таким образом была поддержана инвестиционная активность 80 субъектов бизнеса города, которым частично компенсированы расходы на приобретение оборудования на общую сумму 135,8 млн. рублей.

В форме грантов в г. Барнауле поддерживаются бизнес-инициативы, направленные на реализацию проектов в сфере ремесленничества и индустрии детских товаров. Субъекты бизнеса, получившие в 2024 году гранты, реализуют теперь в Барнауле проекты по производству детской одежды и специализированной мебели для детских дошкольных учреждений, изготовлению изделий из дерева для ремесленной росписи и созданию авторских предметов домашнего декора, развитию детского коррекционно-развивающего центра и языковой школы.

Для стимулирования инновационного развития и поддержки производственных компаний в Алтайском крае создаются технопарки – полностью оснащенные площадки, позволяющие их резидентам из числа малых компаний организовывать разнопрофильное производство с наименьшими затратами. Общая территория барнаульского технопарка «Компонент» составляет 1,83 га, а площадь помещений – 6418 кв. м. Специализация – компонентное производство и металлообработка. На его создание было направлено 635 млн. рублей, в том числе 130 млн. рублей внебюджетных инвестиций.

– Какая нефинансовая поддержка предоставляется и как она востребована?

– Не менее популярны и востребованы у предпринимателей Барнаула и нефинансовые меры государственной поддержки, включая информационно-консультационные, образовательные, маркетинговые услуги. Уникальным для Алтайского края объектом, координирующим их предоставление, является центр «Мой бизнес», расположенный в г. Барнауле. Его структура включает в себя: Центр поддержки предпринимательства с входящим в его состав Центром компетенций в сфере сельскохозяйственной кооперации, Центр инноваций социальной сферы, Центр предоставления гарантий, Центр поддержки экспорта, Центр креативных индустрий.

Центр «Мой бизнес» организует образовательные программы с широким спектром тем: от выхода на маркетплейсы и про-

движения в социальных сетях до управления франшизами, работы с персоналом, социального предпринимательства, экспорта и развития креативных проектов. Здесь можно воспользоваться на льготных условиях профессиональными маркетинговыми услугами, в том числе по созданию сайтов, разработке фирменного стиля, производству видеороликов. Центр «Мой бизнес» также помогает бизнесу участвовать в деловых мероприятиях, выставках и бизнес-миссиях как внутри России, так и за рубежом, организуя коллективные выезды для упрощения взаимодействия с партнерами и клиентами. Учитывая растущую востребованность сферы креативных индустрий, которые становятся новым экономическим сектором России, начиная с текущего года в структуре Центра «Мой бизнес» работает Центр развития креативных индустрий. В 2024 году центром «Мой бизнес» проведено 127 образовательных мероприятий с участием более 4 тысяч человек, оказано свыше 17,4 тыс. услуг.

– Как изменились цели и задачи поддержки МСП в регионе в текущем году?

– С текущего года реализация мер поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в Алтайском крае продолжается в рамках нового регионального проекта, направленного на достижение показателей и результатов федерального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», входящего в состав национального проекта «Эффективная и конкурентная экономика». Данный проект является логическим продолжением ранее реализованных региональных проектов, направленных на достижение показателей и результатов национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Соответственно скорректированы цели работы по развитию малого и среднего бизнеса в регионе: с увеличения занятости в сфере МСП они сместились на реальный рост дохода на одного работника субъекта МСП и увеличение доли субъектов МСП, превысивших предельные значения для определения категории субъектов МСП.

В Барнауле предпосылки для решения поставленных задач есть: в 2023-2024 годах количество субъектов малого и среднего бизнеса в городе увеличилось на 7,2%, а число средних и малых предприятий выросло на 40% и 8% соответственно.

– Что бы вы пожелали предпринимателям и жителям Барнаула в юбилей города?

– Поздравляю жителей Барнаула с юбилеем города! Уверена, предприниматели столицы Алтайского края продолжают традиции предшественников и впишут в историю города ещё много ярких и значимых страниц, укрепляя экономику всего региона.

БИЗНЕС – ЭТО ЭНЕРГИЯ, ГДЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ АЛТАЯ ЧЕРПАЮТ СИЛЫ

В мире быстрых перемен и жесткой конкуренции предпринимателям важно не просто развивать бизнес, а находить поддержку, обмениваться опытом и заряжаться энергией единомышленников. В 2024 году в Барнауле появился форум «ПРОнастоящее» – точка притяжения сотен молодых бизнесменов из разных городов и сфер. Его создательница Лилия Нефедова рассказала, почему сегодня объединение предпринимателей – не роскошь, а вопрос выживания.



Лилия Нефедова,
руководитель форума «ПРОнастоящее»

– Лилия, обычно мы начинаем с проектов, но я хочу начать с вас. Форум форумом, а за ним стоят люди с живым пульсом, своим опытом и страстью. Расскажите, как вы пришли к идее объединить предпринимателей и создать форум?

– Я руковожу «Платформой развития предпринимателей» и последние пять лет работаю на стыке психологии и бизнеса – помогаю предпринимателям расти, справляться со стрессом и не выгорать. Видела, как руководители остаются в одиночестве и пытаются тянуть всё сами. Тогда с командой поняли – нужно пространство, где бизнесмены могут не только учиться, но и встретить единомышленников, зарядиться и найти партнёров. Так и появился форум «ПРОнастоящее». Мы выиграли грант Росмолодёжи, получили поддержку «Моего бизнеса», российского общества «Знание», АлтГУ и властей, провели первый форум в конце 2024 года. Второй запланирован на 2026-й.

– Чем этот форум отличается от бесконечных бизнес-конференций, которых сейчас много?

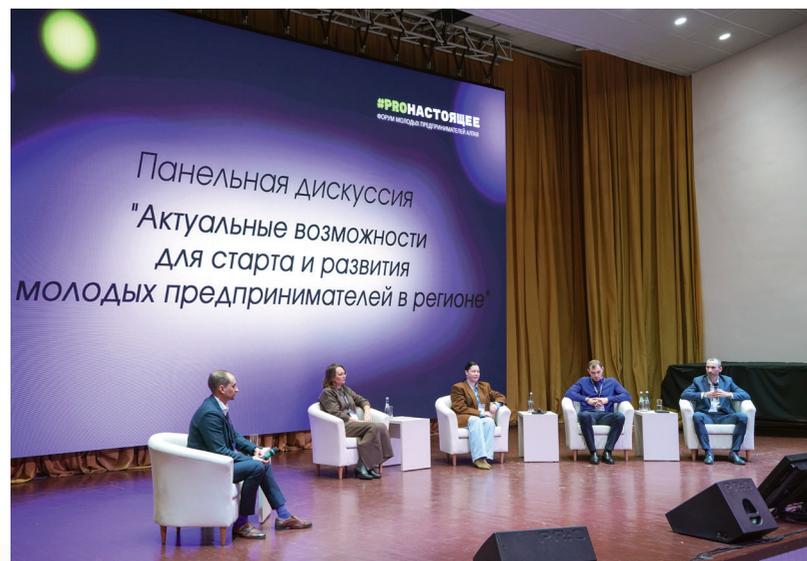
– Во-первых, это про людей, а не отчёты. На форум пришли и студенты с первыми идеями, и те, кто в 45 впервые ушёл из найма. Во-вторых, упор на практику: все спикеры – действующие предприниматели, были живые разборы кейсов. Не «послушал и забыл», а «пришёл, увидел, разобрал и действуй». И наконец, форум стал площадкой для переопыления – смешались IT, креатив, стартапы и масштабирование. 350 человек очно, 3500 – онлайн. Уходили с планами, партнёрами и вдохновением.

– Это вдохновение ведь быстро улечувивается, если за ним не стоит конкретика. Как удавалось превращать мотивацию в реальные результаты?

– Верно. Именно поэтому мы приглашали таких спикеров, как бизнес-наставник Кирилл Любин, чтобы люди ушли не просто с мотивацией, а с прописанными шагами. Например, после его мастер-класса участники буквально за два часа выстроили свои стратегии личной эффективности, оценили точку А, наметили точку Б и шаги к ней.

В финале форума был интерактив: участники писали на бумажных самолётиках свои желания. Кто-то: «Хочу букет цветов», кто-то: «Нужна помощь с бизнес-планом». Самолётики пускали по залу, и люди связывались, помогали. Девушке, мечтавшей о массаже, подарили сертификат, и она наконец позволила себе отдых.

А парень мечтал подать на соцконтракт, я помогла ему составить бизнес-план. Кто-то нашёл партнёра, кто-то получил поддержку, кто-то просто выдохнул.



– Получается, что форум для предпринимателя – это уже не про роскошь общения, а про необходимость выживания?

– Именно так. Сейчас предприниматели работают в ноутбуках и телефонах, в изоляции. А такие форумы дают им среду, в которой они могут делиться опытом, находить единомышленников и даже клиентов. Это безопасное пространство, где можно набраться энергии, получить обратную связь и сделать шаг вперёд.

– В сравнении с другими регионами предпринимательская экосистема Алтайского края кажется довольно живой и развивающейся. Как вы её оцениваете и чем, на ваш взгляд, мы отличаемся от других регионов?

– Скажу так: мы на голову выше многих регионов. Да, где-то есть серьёзные финансовые вливания, где-то всё только начинается. Но у нас работают губернаторские и президентские программы – я лично прошла, знаю, как это реально помогает. Центр «Мой бизнес» живой, постоянно предлагает новые форматы, приглашает сильных спикеров и даёт классные площадки. Главное – растут и крепнут бизнес-сообщества, которые помогают найти своих на любом этапе: от старта до масштабирования. Сильное окружение – не просто плюс, а необходимость для развития предпринимателя.

– У вас большой опыт общения с предпринимательской средой региона. Наверняка уже есть свои выводы: какие они, наши предприниматели? С какими страхами живут? Какие ниши пустуют?

– Первое – это явный взрыв креативных индустрий. Не только у нас в Алтае, а по всей России: от бисероплетения до event-агентств и арт-пространств. Федеральный закон о развитии креативных индустрий – подтверждение тому. Я даже школьникам читала лекции, они горели идеей совмещать творчество и бизнес, создавать по-настоящему ценное.



– Ценное – это про что?

– Не только про деньги. У нас много предпринимателей, которые вкладываются в город – озеленяют, ставят лавочки, делают пространство уютным. Казалось бы, мелочи, но в комплексе они преображают Барнаул.

Второй тренд – личная эффективность и психологическая устойчивость. Те, кто умеет управлять своей энергией и стрессом, на шаг впереди. Психолог или коуч – не роскошь, а инструмент выживания. Я общалась с бизнесменами с миллиардными оборотами, у них в команде есть и психолог, и даже бизнес-астролог! Звучит диковато, но если человек не следит за своей энергией, всё может рухнуть.

– Давайте еще к форуму вернёмся. Следующий планируется в 2026 году. Кто может в нём поучаствовать? Обязательно быть владельцем бизнеса или можно прийти, если есть только идея?

– Можно и нужно приходиться с идеями. У нас в 2024 году была площадка «Старт», где участвовали и просто физические лица, у которых ещё нет бизнеса, но есть желание и интерес к предпринимательству. Это одна из задач форума – привлекать в предпринимательскую среду новых людей.

– Но предприниматели – люди занятые. У них дела с утра до вечера. Зачем им тратить время на форум?

– Во-первых, это шанс «посмотреть на других и показать себя». Найти партнёров, собрать команду, услышать идеи, которые усилят бизнес.

Во-вторых, получить новую информацию или увидеть старое по-новому, под соусом своего опыта.

В-третьих, заявить о себе. Рынок Барнаула небольшой, частое участие в таких событиях повышает медийность и узнаваемость. В 2026 году добавим блок для коротких выступлений участников: продажи и возможности приходят быстрее после живых выступлений, чем после ссылки в соцсетях.

АНО «Платформа развития предпринимателей «Диалог»

г. Барнаул, ул. Власихинская, 77

Тел: +7 (962) 803-00-71

e-mail: nls09@mail.ru

Соцсети

https://vk.com/li_nefedova

https://t.me/nefedova_liliya

ХЛЕБ – ЭТО УЖЕ НЕ ПРОСТО БУЛКА: КАК ИНДУСТРИЯ ХЛЕБА ВЫШЛА НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Пока одни отказываются от хлеба, считая его не ПШ, другие, наоборот, ищут на полках новый вкус и стабильное качество. В 2023 году компания «Алтайские закрома» запустила первую автоматизированную линию по производству формового хлеба. Уже к началу 2025 года она была загружена на 100%. К концу года предприятие выведет на рынок продукцию второй линии – батонной, мощностью до 15 тонн в сутки.

Мы поговорили с директором департамента инновационного развития Романом Терновым о том, почему сегодня просто испечь хлеб уже недостаточно, как новая линия меняет сам продукт и зачем в хлебопечении появились инженеры, ИИ и инвестиции под 500 миллионов.



Роман Тернов,
управляющий директор
хлебокомбината «Алтайские закрома»

– Роман, для многих хлеб – это что-то простое: мука, вода, дрожжи и духовка. Но вы вкладываете в производство сотни миллионов. Зачем хлебу такие технологии?

– Это очень частое заблуждение. Современное производство хлеба – это индустрия. Мы перешли на совершенно иной уровень качества. Первая автоматизированная линия, которую мы запустили в 2023 году, показала: потребитель видит и ценит эту разницу. Мы получили рост продаж выше ожиданий – линия была полностью загружена уже через полтора года, а сегодня работает на 100%.

Что даёт новая технология? Это стабильное качество, минимизация ручного труда, новая рецептура и – главное – новый вкус и аромат. Мы не просто делаем хлеб, а отвечаем на запросы современных потребителей, которые хотят сочетания вкусно, полезно и доступно.

– А в чем конкретно отличается хлеб, выпеченный на новой линии?

– Во всём. Как по внешнему виду хлеба, так и по структуре мякиша, аромату и вкусовым качествам. Мы говорим о хлебе нового стандарта: он пропекается равномерно, у него идеальная структура, и он сохраняет свежесть дольше. Это красивая булка с равномерной пористостью, насыщенным ароматом и ярким вкусом.

Такие параметры невозможно достичь на оборудовании 10-летней давности. Сейчас у нас весь цикл автоматизирован: от замеса с точным дозированием компонентов до расстойки, выпечки и нарезки. Даже хлеборезка – это уникальная роботизированная машина со скоростью нарезки и упаковки 1 булка в секунду! Эта машина может работать 20 лет без сбоев.

– Вы упомянули правильные технологии. Расскажите, что именно за ними стоит – что остаётся за кадром для потребителя?

– Производство хлеба – это не тесто и печка. Это последовательность высокоточных процессов. Сначала замес на тестомесильных машинах с автоматической дозировкой компонентов. Потом деление теста на заготовки – тоже автоматически, чтобы не нарушить структуру. Далее расстойка: сначала предварительная, потом основная. И только после этого выпечка в печи, которая равномерно пропекает хлеб и снаружи, и изнутри.

После печи хлеб остужается на специальных устройствах (кулерах) и попадает в автоматическую хлеборезку и упаковку.



вочную машину. Это целая система, где важна каждая деталь. Всё нацелено на то, чтобы на полке оказался не просто хлеб, а хлеб, за который нам не стыдно. Такая система позволяет покупателю первому прикоснуться к булке хлеба!

– Сейчас вы готовите запуск второй линии. Расскажите подробнее, что она даст компании и потребителям?

– Это линия подовых хлебов – батонов. Мы инвестируем в неё более 400 миллионов рублей. Уже завершён монтаж шкафа предварительной расстойки, в августе придет печь, и до конца года мы планируем запустить линию в опытную эксплуатацию. Задача – к новому году выдать на полки первый батон нового качества. В отличие от формового хлеба, батоны требуют других параметров выпечки, поэтому это отдельная высокотехнологичная линия.

Первая линия работает на 100%. Вторая – батонная – сейчас в процессе монтажа. Мы планируем её запуск в январе 2026 года. Сначала загрузим её примерно на 50%, а уже к кон-

цу 2027 года выйдем на полную мощность. Рассчитываем на производительность не менее 14 тонн в сутки.

Пока запланировано четыре наименования батонов, но будем отталкиваться от обратной связи, пожеланий и предпочтений наших покупателей. Как показал опыт первой линии, если продукт попадает в потребительское ожидание, он «взлетает».

– Что это за потребитель? Кому сегодня интересен индустриальный хлеб?

– Все. У нас очень широкая аудитория: от студентов до пенсионеров. Молодёжь выбирает наш фирменный бренд «Алтайские закрома», семьи ценят стабильное качество, а старшее поколение – классические вкусы, например, славянский или дарницкий хлеб. Мы закрываем каждый сегмент.

Плюс сейчас всё больше людей задумываются о составе продукта. И здесь важно развеивать мифы: хлеб – это не враг правильного питания.



– Но мы часто слышим: хлеб – это не ПП, от него толстеют. А ведь тренд на ЗОЖ сегодня очень заметен. Вы с этим согласны?

– Нет, категорически не согласен. Хлеб – это часть правильного питания. Но важна его качественная составляющая. Есть федеральный проект «О хлебе», где учёные и производители развенчивают мифы. Там наглядно показано: хороший хлеб содержит необходимые витамины, микроэлементы и легко усваивается. Мы тоже участвуем в этом проекте и разделяем его философию.

– Запуск одной линии – уже большая задача, а вы идёте во вторую. Не боитесь перегреть рынок?

– Наоборот. Спрос на качественный хлеб растёт. Первая линия дала нам мощный толчок – мы даже не ожидали, что так быстро её загрузим. А по батонам видим ещё больший интерес. Люди ищут качественный продукт – вкусный, красивый, стабильный. И готовы за него голосовать рублём. Уверен, что и вторая линия покажет себя с лучшей стороны.

– А что вам лично важно в хлебе?

– Я, как и большинство людей, не технолог. Я потребитель. И для меня главное – вкус, аромат, текстура. Мы всей семьёй едим наш фирменный хлеб «Алтайские закрома». Иногда булка не доживает до конца ужина. А это, согласитесь, лучший показатель качества.

– И всё же: что дальше? Есть ли планы на новые продукты?

– Пока наш фокус – довести вторую линию до идеала. Но мы активно участвуем в профессиональных конференциях, следим за трендами, общаемся с ритейлом. Мы слышим рынок. Если завтра он потребует новый хлеб – мы будем готовы его испечь. Но только на уровне, который соответствует нашему имени. Мы не делаем, как получится. Мы делаем, как должно быть.

Многие говорят... «Алтайские закрома» делают!!!



**Агропромышленная группа
«Алтайские закрома»**

г. Барнаул, ул. Петра Сухова, 61

Тел./факс +7 (3852) 28-26-28

e-mail: info@altzakroma.ru

Сайты:

<http://altzakroma.ru/>

Соцсети

<https://vk.com/altzakroma>

«МЫ РАБОТАЕМ НЕ С РЕЦЕПТАМИ, А С НАСТРОЕНИЕМ»

Городское кафе «Трепет и Томаты», которое открылось в Барнауле в августе 2024 года, сразу привлекло внимание своим уникальным названием и концепцией. Однако за этим проектом стоит не просто кулинарная идея, а целая философия. Основатель и директор кафе Софья Полякова рассказала нам о том, как пришла идея открыть кафе, что отличает ее меню от других заведений и как быть конкурентоспособным в мире брендов, таких как «Ростикс» или новая модная сыроварня. Мы также узнали, как она справляется с запросами клиентов, которые готовы ставить под сомнение даже качество еды, и что стоит за созданием идеального ризотто.



Софья Полякова,
управляющий
городским кафе
«Трепет и Томаты»

– Софья, ваше кафе открылось совсем недавно – в августе 2024 года. Как вообще появилась идея этого заведения? И что стало решающим в выборе именно такого названия?

– Все началось с того, что мы захотели создать не просто ресторан, а место, где можно будет по-настоящему наслаждаться едой. Нам предложили название «Трепет и Томаты» в Санкт-Петербурге, и оно сразу зацепило. «Трепет» – это как любовь к еде, как трепетное отношение к процессу ее приготовления. А «томаты» – ну кто не любит томаты? Они такие универсальные, с ними можно делать массу интересных блюд.

– Название точно необычное. А что стало для вас поворотным моментом, когда вы поняли, что пора открывать свой ресторан?

– Я работала в KFC около 10 лет, начинала с кассира и дошла до директора. Этот опыт дал мне понимание бизнеса, но всегда была мечта – создать что-то свое. И как-то вдруг поняла, что пришло время. Я просто решила – пора, и вот это стало для меня решающим моментом.

– Понятно, что за этим стоял серьезный опыт. А как вы подошли к созданию меню? Чем ваше меню отличается от других ресторанов?

– Мы стараемся делать все максимально простым, но с интересными акцентами. Например, у нас есть десерт, который выглядит, как томат. Это такой сюрприз для гостей, ведь на вид это сплошная томатная элегантность, а на самом деле – сладость. И вообще, в нашем меню много неожиданных сочетаний продуктов. Это не высокая кухня, а комфортная еда с изюминкой, которая радует и вкусом, и внешним видом.

– А что именно вы под этим подразумеваете? Какие блюда в вашем меню действительно могут удивить?

– Например, салат с грушей, креветками и орехами пекан. Это сочетание, которое на первый взгляд кажется странным, но салат действительно вкусный. Или маринованная клубника с имбирным мороженым – такой десерт, который точно не найдешь в других заведениях города. Это простые ингредиенты, но сочетания такие, что получаются неожиданные вкусовые ощущения.

– Кто в основном решает зайти к вам: местные барнаульцы, которые уже в поисках новых вкусов, или гости, которые случайно забрели в поисках чего-то необычного?

– В основном это современные городские жители. Люди, которые ценят не только вкусную еду, но и атмосферу. Важна не просто еда, но и обстановка, ведь сейчас многие хотят совмещать приятное с полезным – вкусно поесть и сделать пару снимков для соцсетей. Средний возраст гостей – около 30 лет. Это люди, которые ценят комфорт и стиль.

– Многие владельцы бизнеса в последние годы жалуются на спад выручки, особенно в условиях больших экономических перемен. Как вы ощущаете себя в этом контексте?



– Конечно, это не может не отражаться. У нас, например, есть одна особенность – у нас нет летней веранды, а летом многие предпочитают поехать на свежем воздухе, и это сразу влияет на продажи. В июне мы заметили спад, и это совпало с открытием веранд у других заведений. Так что летний период стал для нас настоящим вызовом.

– **Ваша аудитория явно не из тех, кто просто заходит «покушать». Это люди с четкими ожиданиями и высокими стандартами. Как вам удается удовлетворить такие запросы?**

– В ресторанной индустрии появляется новая тенденция, которую я называю потребительским терроризмом. Когда люди не просто просят что-то изменить, но делают это осознанно, чтобы получить что-то бесплатно. Это особенно характерно для людей до 30 лет, но их, к счастью, не так много. Мы всегда стараемся идти навстречу и решить проблему, если что-то пошло не так. Но иногда бывает, что кто-то пытается манипулировать. В Европе и Америке, кстати, с этим всё по-другому: если тебе не понравилось, ты просто уйдешь, и все. Там не принято забирать еду из счета. У нас, к сожалению, это стало более распространённым, что, видимо, связано с высокой конкуренцией и низкой покупательской способностью.

– **Сейчас многие следят за питанием и отказываются от ресторанов, потому что там скрыты калории, масло и усилители вкуса, которые не так-то просто учесть. Как вы справляетесь с этой тенденцией? Ваши блюда адаптированы под эти запросы?**

– Мы как раз ориентируемся на людей, которые следят за питанием. В наших блюдах минимум скрытых калорий и всяких побочных ингредиентов. У нас нет заготовок, все готовится с нуля, под ножом. Например, все наши супы свежие, мы ничего не замораживаем. У нас нет усилителей вкуса, только натуральные продукты. Стараемся, чтобы все блюда были максимально натуральными, и у гостей не возникало вопроса, что они едят.

– **А что вы сами любите из меню? Есть что-то особенное?**

– Мое любимое блюдо – ризотто с белыми грибами. Это, наверное, единственное блюдо, которое действительно не встречается в других заведениях города. Главное – его правильно приготовить, и это, наверное, самая сложная часть. Здесь нужно чувствовать этот самый момент, когда рис альденте – вот та самая текстура, когда зернышко чуть твердое, но при этом не сырое. Я его просто обожаю! А еще – никакой пересолённости. Мы не гоняемся за излишней солью, чтобы не перебить вкус.

– **А как вообще с командой обстоят дела? Кто у вас на кухне работает?**

– Мы всегда стараемся поддерживать локальных мастеров, не привозим сотрудников из других городов. Вначале нам помогал бренд-шеф из Москвы, который поставил меню. Он изначально привнес в нашу кухню что-то особенное – опыт работы в разных странах, включая Италию и Францию. Шеф сам много учился за границей и привез к нам именно те тонкости и секреты приготовления, которые делают блюда неповторимыми. Сейчас у нас уже есть свой шеф из Новосибирска, который продолжает развивать меню и приносит в каждое блюдо свою душу. Все очень профессионально, но при этом с любовью к делу.

– **Звучит как «гурманский» завод. А как вы лично отдыхаете, когда вся эта работа на вас?**

– Честно говоря, я почти не отдыхаю. Кафе – это моя жизнь, я всегда в процессе работы, всегда на связи. Даже когда выхожу на минуту, все равно приходится что-то контролировать. Но когда все идет, как надо, стараюсь выделять время на отдых – это дает мне силы двигаться дальше.

ИП Полякова С.С.

г. Барнаул, ул. Анатолия, 83/Ленина, 24

☎ Тел: +79612416583

+73852992424

🌐 e-mail: trepitomaty@mail.ru

<https://trepitomaty.ru>

КАК ЭКЛЕРЫ ПОМОГЛИ ПОСТРОИТЬ БИЗНЕС С ДУШОЙ

В 2024 году Елена Токарева открыла свою первую «Эклерную» в Барнауле, когда жизнь словно дала второй шанс. Сегодня у «Эклерной» уже две точки, и за каждым десертом стоит не просто рецепт, а личная история женщины, которая пережила многое и выбрала жизнь, вкус и красоту. Мы поговорили с Еленой о том, как выживает ремесленный бизнес в Барнауле, почему эклер – это вызов и зачем сладкому делу нужна честность.



Елена Токарева,
собственник «Эклерной»

– Елена, 13 лет в кондитерке – это уже не просто ремесло, это почти искусство. Почему именно «Эклерная»? Что стало точкой отсчёта?

– История, можно сказать, душевная. Я уже 13 лет в кондитерке – сначала как домашний мастер, потом уже с полноценной командой. Всё началось с обычного торта для сына: испекла – всем понравилось. С этого и закрутилось. Сначала свадьбы, заказы, много лет пекла одна, без выходных и отпусков. Потом пришла усталость, выгорание, наняла первых сотрудников, начали делать макаронс, работать с кофейнями. Хотелось больше – не просто печь, а масштабировать, монетизировать.

Почему эклеры? Это вкусный и сложный продукт с огромным потенциалом для экспериментов. У нас почти 20 вкусов, тесто – вкуснейшее, и в него можно положить самые разные начинки, играть с текстурами и внешним видом.

– А когда пришло осознание – пора выходить из кухни и заявить о себе?

– Мы уже работали с крупными клиентами вроде «33 пингвина» и «Логовской сыроварни». Делали всё вручную, поставляли партии. Но потом, в конце 2024 года, я узнала, что у меня онкология. Всё, что раньше откладывалось на потом, резко стало актуальным. Я подумала: если не сейчас, то когда? И решила – будет своя кондитерская, будет «Эклерная».

– Выходит, диагноз стал катализатором?

– Абсолютно. Болезнь была излечима, но стресс был колоссальный. Зато появилась чёткая решимость: хочу своё место, витрину, куда люди будут приходить за чем-то особенным. Нашла локацию, влюбилась в неё, всё совпало – по документам, логистике, ощущениям. В апреле мы переехали, а уже в июле открылись. Без вывески, но с полной витриной. Эклеры разлетались. Всё – ручная работа.

– Во сколько обошлось открытие одной точки?

– Мы приехали уже со своей базой и оборудованием. На торговую зону ушло около 1,5–2 миллионов рублей.

– В 2025 году вашей «Эклерной» исполнился год – важная веха. Какие чувства охватили в день годовщины? Радость, что вы смогли пройти этот путь, или уже мысли о том, куда двигаться дальше?

– Это радость, конечно. Год – это как первый шаг ребёнка: мы только учимся ходить, только начинаем вставать на ноги.

– А что оказалось самым неожиданным за этот год? Что разрушило ваши ожидания? Или, наоборот, что стало важным открытием?

– В бизнесе ничего не разрушило. Я быстро развивалась, потому что до этого я была ремесленником – пекла и продавала, но не была предпринимателем. Но самое сложное для меня – работа с новым поколением персонала. Это ребята 18–20 лет – поколение зумеров. Я никогда с ними не работала, привыкла к сотрудникам 35–45 лет, которые понимают поставленные задачи и делают их. А тут люди не приходят вовремя, не отвечают на звонки, на работе часто отсутствуют – для меня это стало шоком. Но это тоже опыт.

– Поговорим о продукте. Вы делаете эклеры по французским рецептам с авторскими вкусами. Как рождаются эти вкусы? Это чисто ваша интуиция или вы ориентируетесь на мнение клиентов?

– В первую очередь вкусы рождаются в моей голове, на основе опыта и насмотренности. Но ключевой фактор – это кли-



енты. Мы пробуем разные варианты, и, если что-то не берут, например, эклер с пюре розового кактуса, значит, надо делать иначе.

Эклер – сложный продукт. Я очень много училась, начиная с института, работала с иностранными шефами, выезжала во Францию – в Перпиньян, смотрела на производство. Это уникальный опыт, который помогает держать высокие стандарты.

– **А в чем сложность эклера? Приоткройте завесу производства.**

– Эклер позволяет играть с текстурами и начинками. Мы предлагаем около 20 вкусов – от классики до авангарда. Каждый эклер сделан с точностью, через весы, с правильным температурным режимом. Это сродни искусству. Название «Эклерная» я выбрала, чтобы было просто, понятно и запоминающе – никаких лишних слов, только суть.

– **Барнаул все-таки провинциальный город, и многие считают, что здесь люди предпочитают более сытную и простую еду, а не изысканные десерты. Насколько, по вашему опыту, эклеры востребованы именно у местных?**

– Очень востребованы – иногда берут по 30 штук за раз. Есть постоянные клиенты, которые приходят за эклерами ежедневно. Мы также регулярно сотрудничаем с организаторами мероприятий, поставляя десерты на фуршеты, где эклеры расходятся буквально моментально.

– **А как вам удается удерживать клиентов и сохранять лояльность, учитывая, что маркетинг у вас не слишком развит? Как сегодня выжить «Эклерной» в Барнауле?**

– Мы делаем ставку на уникальность – у нас ассортимент и

вкусовые сочетания идут от классики до современной классики. Многие другие кондитерские меняют подход, чтобы быть модными или массовыми, а наш продукт отличается от типичных аналогов – это ручная работа, нестандартные вкусы.

Выездная торговля и фестивали – это для нас главный канал продвижения. Активно участвуем на Дне города, Дне Сибирского поля и других локальных событиях. Это действительно помогает нам не только повысить узнаваемость, но и увеличить выручку. Кстати, многие клиенты впервые заходят к нам именно после таких событий.

Натуральность – это наша позиция. Люди устали от химии и хотят честный продукт. Мы используем бельгийский шоколад, 30%-ные сливки, варим начинки сами из фруктово-ягодного пюре. Никаких покупных кремов и заменителей. Это дорого и сложно, но я лучше откажусь от бизнеса, чем пойду на компромисс.

– **Как вы видите вашу «Эклерную» через пять или десять лет?**

– Планируем расширяться, открыть кофейню. Сейчас клиенты просят место, где можно посидеть. Для этого нам нужны финансы, поэтому создаём возможности для роста.

ИП Токарева Е.В.

г. Барнаул, ул. Шумакова, 11

☎ Тел. +7 (993) 743-06-25

🌐 e-mail: eklernaya22@yandex.ru

📌 <https://vk.com/eklernaya22>

КВАС НЕ ПРОСТО НАПИТОК, А ЧАСТЬ КУЛЬТУРЫ

В Алтайском крае уже десять лет живёт бренд «Бродич» – настоящий феномен натуральных напитков и закусок, который вышел далеко за пределы региона и сегодня представлен в шести субъектах России. Всё началось с простой любви к домашнему квасу из трёхлитровых банок, а теперь – это масштабное производство с сотнями тонн продукции ежемесячно. Основатель и генеральный директор компании Анатолий Каныгин откровенно рассказал нам, как создаются их рецепты, как сохранить натуральность и что значит бороться за свою мечту десять лет подряд.



Анатолий Каныгин,
основатель компании «Бродич»

– Анатолий, в этом году вашему бизнесу исполняется десять лет. Как вы ощущаете себя, глядя на этот большой отрезок пути? Что для вас значит этот этап?

– Мы гордимся пройденным путём и тем, что создали продукт, который люди любят. Было много работы и вызовов, но мы выросли и теперь смотрим в будущее с уверенностью: десять лет – только начало.

– Рынок напитков в Алтайском крае кажется перенасыщенным. Как удалось не просто удержаться, а значительно вырасти в таких условиях?

– Секрет – в отношении к продукту и качеству. Я лично контролирую каждую партию, мы стараемся сделать продукт доступным по цене, но без компромиссов по натуральности и качеству. Это, пожалуй, и есть ключ к доверию покупателей – мы любим свой продукт, и это чувствуют люди.

– А как всё начиналось? Откуда вообще идея делать именно квас?

– Я всегда любил настоящий домашний квас – тот самый, из трёхлитровых банок. Когда познакомился с будущей женой, всё время просил её поставить квас на лето. У неё не очень получалось, и я начал сам дорабатывать рецепты. Потом, когда пришло время заняться чем-то своим, я решил попробовать делать квас серьёзно. Ставил бочку на 100 литров прямо дома, пробовал, записывал, корректировал. Сначала угощал друзей, потом пошёл в магазины. Был сам себе и технологом, и бухгалтером, и курьером.

У нас были проверенные временем семейные рецепты квашеной капусты, маринованных овощей, хрена, горчицы, хреновины и корейских закусок – именно их мы внедрили в производство и понесли в массы. То, что действительно прижилось и понравилось, теперь доступно широкой аудитории. Название «Бродич» придумал я сам – как бы «добродились» до своего бренда.

– Сейчас модно много разных напитков, а квас ещё нужен людям? Кто у вас чаще покупает – молодёжь или взрослые?

– Да, есть своя верная аудитория – люди, которые помнят настоящий домашний квас, тот самый бабушкин вкус. Молодёжь, конечно, другой мир – они пробуют новинки, но наши покупатели – это те, кто ностальгирует по прошлому. Нам часто пишут отзывы из других регионов, где впервые попробовали наш напиток и почувствовали, что вернулись в детство. У нас дома дети с самых малых лет едят окрошку только с квасом, никакие другие напитки не рассматриваются.

– Вы говорите, что ваша продукция без консервантов. Как удаётся сохранять качество и свежесть при масштабах производства?

– Квас – живой продукт с натуральным молочнокислым брожением. Консервантов там нет и быть не может, иначе это уже не квас, а химия. Он сам газуется, настаивается, вкус может чуть варьироваться от бутылки к бутылке – где кислее, где слаще, но именно в этом его сила и уникальность.

– Усталость уходит с квасом – миф или факт?

– Это правда. Благодаря молочнокислым бактериям и процессу натурального брожения квас насыщается полезными веществами. Он хорошо утоляет жажду, поддерживает водно-солевой баланс и действительно помогает взбодриться – отличный вариант для восстановления энергии без сахара и химии.

– За 10 лет работы менялись ли вкусы ваших покупателей? Что сейчас больше всего ищут в квасе?

– Сейчас в линейке три основных вкуса: классический



домашний – сладкий и мягкий, кисловатый для окрошки и острый с хреном для любителей поярче. Были эксперименты с более кислым и ядрёным квасом, но спрос на них меньше. Ещё у нас есть «Бочковой» – менее газированный и фильтрованный. В целом вкусы покупателей не сильно меняются, наш основной потребитель – тот, кто ценит настоящий домашний вкус.

– В этом году вы запустили новую производственную линию. Что это даёт?

– Линия гораздо мощнее, производительность выросла примерно втрое – до пяти тысяч литров в час. Это позволяет увеличивать объёмы и осваивать новые регионы по России. Наш продукт представлен в крупнейших торговых

сетях – «Магнит», «Пятёрочка», «Лента», «Перекрёсток», «Мария-Ра». Рекламу пока не запускали – сосредоточились на заявках и выходе на новые территории. Летом спрос растёт, и мы готовы его покрыть.

– Вы выбрали собственную логистику вместо аутсорсинга. Для рынка с такой динамикой и объёмами это достаточно смелый и затратный шаг. Расскажите, почему именно так?

– Квас – живой продукт, и его нельзя просто везти долго или в плохих условиях. Когда контролируешь доставку самостоятельно, можно гарантировать правильный температурный режим, аккуратную загрузку и своевременную доставку. Это помогает сохранять вкус, свежесть и натуральность напитка, а покупатель получает именно тот продукт, который мы хотим видеть на полках.

– А какие у вас планы на будущее? Что дальше?

– Мы хотим завоевать всю Россию, но особенно – Краснодарский край. Там тепло, и квас там просто обязателен на каждом столе. И вообще – мы хотим, чтобы наш квас жил и развивался, чтобы и наше поколение, и дети, и внуки пили его с удовольствием.

– Считаете, что интерес к квасу сохранится на десятки лет вперед?

– В жизни всё меняется, но традиции сильны. Мы будем делать всё, чтобы сохранить и приумножить любовь к настоящему квасу.



ИП Каныгин А.А. ТМ «Бродич»
г. Барнаул, ул. Дальняя, 26
Тел.: +7 (3852) 203-023
e-mail: altaykvas@mail.ru
www.altaykvas.ru

«ПОКУПАТЕЛЬ ПРИХОДИТ НЕ ЗА МЯСОМ, А ЗА ДОВЕРИЕМ, И МЫ ЭТО ПОНИМАЕМ»

Фирменная сеть «Мясная лавка» ТМ «Барнаульский пищевик» не просто витрина с охлажденной продукцией. Это тщательно выстроенная система розничной торговли, в которой упор делается на доверие, постоянство и качество, а не на глянцево-вывески. В 2025 году сеть стала победителем престижного конкурса «Торговля России» в номинации «Лучшая фирменная сеть местного производителя». Мы поговорили с директором ООО «Алтайские мясные лавки» Николаем Колотвиным о том, почему формат небольших лавок снова набирает обороты, что нужно современному покупателю и как «Мясная лавка» планирует расширяться за пределы Барнаула.

– Николай, в 2025 году вы победили в конкурсе «Торговля России», организованном Министерством промышленности и торговли РФ. Как отреагировали, когда узнали о награде?

– Конечно, мы испытали радость и гордость. Победа в таком конкурсе – это признание на федеральном уровне. Особенно приятно, что в номинации «Лучшая фирменная сеть местного производителя» участвовало более 1300 компаний со всей страны, и именно нас выбрали лучшими в Алтайском крае.

– Как думаете, что помогло вам обойти конкурентов? Что оценивало жюри?

– Основной акцент был сделан на качестве продукции и уровне обслуживания. Для нас это ключевые ориентиры: покупатель должен получать только свежее мясо и деликатесы, знать, откуда они, быть уверенным в их происхождении и качестве. Мы следим за ассортиментом, постоянно обновляем линейку, внедряем новинки и держим цены на доступном уровне – это и создаёт доверие.

– Сейчас всё больше разговоров о том, что покупатели стали уставать от больших форматов и снова тянутся к небольшим магазинам у дома. Вы на передовой этого процесса, замечаете ли вы такие изменения в поведении клиентов? Почему, на ваш взгляд, меняются предпочтения?

– Сейчас, в эпоху перегруженных супермаркетов, люди ищут в торговле не только удобство, но и осмысленность. Формат лавки возвращает покупателя к прямому контакту с продуктом. В небольшом магазине проще ориентироваться, проще задать вопрос, проще получить честный ответ. И главное – именно в таких точках можно найти то, чего нет на стандартной полке: уникальные рецепты, мясо конкретного производителя, деликатесы по ГОСТу, приготовленные с душой.

– Получается, тут важнее не сколько продал, а как к тебе потом вернулись?

– Именно. Люди приходят не просто купить мяса. Они приходят за предсказуемостью, за качеством, за ощущением: «Меня здесь ждут». Мы стараемся, чтобы каждый чувствовал себя желанным гостем. В этом и есть суть нашего подхода.

– А насколько сейчас важна консультация в магазине? Есть ли у вас акцент на персонал?

– Абсолютно. Наши продавцы знают состав, способы приготовления, могут посоветовать – и всё это не ради скрипта,



Николай Колотвин,
директор ООО «Алтайские мясные лавки»
ТМ «Барнаульский пищевик»



а по-настоящему. Это часть нашей концепции: дать максимум достоверной информации о продукции.

– **Расскажите немного о продукции. Чем отличается ваш ассортимент от других?**

– У нас большой выбор свежей охлажденной свинины, говядины, индейки, курицы. Колбасы и деликатесы мы делаем как по ГОСТу, так и по собственным рецептам. Добавим к этому специи, соусы, сопутствующие товары. Всё это доставляется ранним утром до открытия магазинов, чтобы к первым покупателям пришло самое свежее.

– **Какой продукт в «Мясной лавке» особенно любят барнаульцы?**

– У каждого района – свои любимые продукты. Где-то больше берут шашлыки по нашим авторским рецептам, где-то – сардельки классические, где-то колбасы и деликатесы. Это тоже плюс формата: мы слышим клиента, адаптируем ассортимент под локацию, экспериментируем, и всё это быстро, гибко.

– **Сейчас вы представлены только в Барнауле?**

– Пока большая часть магазинов в Барнауле, также есть

магазины в Павловске и Клочках. Мы серьёзно думаем о развитии сети за пределами города. Хочется быть ближе к покупателям в прямом смысле этого слова. Сейчас как раз изучаем несколько локаций, и скоро, надеемся, сможем порадовать новыми адресами.

– **Что вас вдохновляет продолжать? Всё-таки работа с мясной продукцией – это не самая простая сфера.**

– Именно потому и вдохновляет. Каждый день мы доказываем, что можно быть стабильным, честным, полезным бизнесом. Для нас важно, чтобы покупатель, заходя в «Мясную лавку», знал: здесь – по-настоящему!

000 «Алтайские мясные лавки»

г. Барнаул, ул. Попова, 262а

Тел./факс +7 (3852) 203-045

www.22bp.ru

Telegram: https://t.me/ml_bp22

VK: https://vk.com/barnaulskiy_pischevik

OK: <https://ok.ru/group53649773428898>

ГОТОВАЯ ЕДА – ЭТО НЕ КОМПРОМИСС, А ВОЗМОЖНОСТЬ ЖИТЬ БЫСТРЕЕ И ВКУСНЕЕ

Готовая еда в Барнауле пока лишь набирает обороты, уступая более привычным рынкам Москвы или Петербурга. Но именно здесь Светлана Провозён с командой запустила гастромаркет «Днём с Огнём» – место, которое не просто решает вопрос еды, а меняет само отношение к тому, как мы едим вне дома. В этом интервью Светлана Провозен рассказывает, как удаётся сохранять качество, почему готовая еда – не обязательно компромисс и как важно ценить время в эпоху постоянной спешки.

– Светлана, готовая еда у нас до сих пор ассоциируется с чем-то компромиссным: невкусным или некачественным. Вам удалось эту установку изменить. За счёт чего – вкуса, формата, сервиса?

– Мы – что-то среднее между магазином и рестораном. У нас можно перекусить на месте, взять еду с собой или заказать доставку – удобно, когда нет времени готовить, но хочется есть по-домашнему. При этом часть блюд мы делаем на уровне хорошего ресторана – это как раз то, что не готовят дома каждый день. По сути, мы помогаем людям решать бытовой вопрос – что поесть, когда семья, работа, суета – и при этом не жертвовать вкусом и качеством.

– Многие считают, что готовая еда – это всегда компромисс. Что скажете тем, кто думает: «Домашнее – только дома»?

– Это очень распространённое мнение, и я его понимаю. Вкус и цвет – понятия субъективные. Кто-то считает, что домашняя еда – только если её приготовил ты сам. Но я могу уверенно сказать: когда еду готовят профессионалы, вкладывая душу и строго контролируя процесс, результат выходит очень близок к домашнему. Мы собирали лучшие рецепты из домашних кухонь, оптимизировали их, убрали лишнее, оставили самое вкусное.

– У вас огромный ассортимент. Мы насчитали и бургеры, и фирменные котлеты, и форель, и хлеб, и блины, и сырники, и драники... Кто придумывает этот гастрономический микс?

– Идея назревала давно, но воплотилась в жизнь в 2020 году. Я сама очень занята, и мне было важно создать такой формат, которому можно полностью доверять, потому что сама привыкла контролировать всё идеально. Каждое новое блюдо я лично пробую, анализирую, корректирую рецептуру, чтобы сохранить качество и вкус. Мы внимательно слушаем обратную связь от покупателей – их пожелания и замечания – и гибко подстраиваем меню под реальные запросы аудитории. Это не просто бизнес, а работа, основанная на личном опыте и понимании, что в сегодняшнем ритме люди хотят получать качественную домашнюю еду быстро и без компромиссов.

– В каком-то смысле это уже почти «гастроном будущего»: всё есть, всё вкусно, и ничего готовить не надо. А что сегодня берут барнаульцы?

– У нас есть топ-20 хитов. Самые любимые – ремесленный хлеб с хрустящей корочкой, настоящий узбекский плов, приготовленный в казане на открытом огне, ручные пельмени, которые лепят у нас прямо за стеклом. И, конечно, слоёная выпечка – её очень любят!

Мы получаем много благодарностей от людей, которые говорят: «Спасибо, что вы есть». Часто мамы с детьми, занятые семьи, люди, которым некогда или сложно готовить дома, – для них мы настоящая палочка-выручалочка. Мы помогаем им сохранять правильное питание, не жертвуя вкусом.

Светлана Провозён,
руководитель гастромаркета «Днём с Огнём»



– А расскажите, кто эти профессионалы, которые стоят у плиты?

– У нас есть бренд-шеф и шеф-повар, которые вместе дорабатывают рецепты и контролируют качество. Они обучались в Москве, у специалистов из Франции. Работали в ресторанах Москвы и Белокурихи. Сейчас с кадрами сложно, поэтому мы их имена не раскрываем.

– Есть популярное мнение, что готовая еда – это роскошь, а не повседневность, и дешевле готовить самим. А вы как считаете?

– Когда я сама делала эксперимент – сравнивала расходы за месяц на покупку готовой еды и на домашнее приготовление – оказалось, что разница в стоимости минимальна. А если учитывать потраченное время на походы по магазинам, мытьё посуды, приготовление и уборку, то готовая еда становится даже выгоднее. Время – это ресурс, который стоит очень дорого, особенно для занятых людей.

– В 2025 году вы стали победителем конкурса «Торговля России» в номинации «Лучший магазин». Как считаете, за что вам присудили эту награду? Что, по-вашему, жюри увидело в вашем бизнесе такого, чего не хватает другим?

– Думаю, всё-таки за ассортимент и качество продукции. У нас почти 95% – это собственное производство. Важно, как это всё подаётся и выглядит, и, конечно, вкус. Я считаю, что именно сочетание качества, ассортимента и отношения к делу сыграли решающую роль.

– Как вы считаете, чего сейчас не хватает рынку готовой еды в Барнауле?

– Честно говоря, на мой взгляд, у нас в Барнауле просто не хватает заведений, которые действительно делают ставку на качество и свежесть продуктов. В крупных городах готовая еда – это давно привычный, удобный и востребованный формат: люди привыкли брать её с собой или заказывать, потому что знают – там не экономят на сырье, не используют полуфабрикаты и химические добавки ради удешевления.

У нас же рынок пока только развивается, и, к сожалению, многие предприятия идут по пути оптимизации себестоимости в ущерб качеству продукции. Они стараются сэкономить на основных ингредиентах, использовать заменители, чтобы повысить прибыль, но в итоге страдает вкус и качество. А покупатели тонко чувствуют эти изменения и быстро теряют доверие. Мы же стараемся идти противоположным путём – иногда даже идём в ущерб себестоимости, но используем только качественные продукты: настоящий сыр, свежее мясо, натуральные специи.

000 «Рашэн Традишн»

г. Барнаул, ул. Гущина, 77а

г. Барнаул, ул. Солнечная поляна, 28а

г. Барнаул, Змеиногорский тракт, 104п/1

☎ Тел.: 8 (923) 650-33-00, 239-239

e-mail: bda@dso22.ru

🌐 Сайт: <https://dso22.ru>

📍 Соцсети: <https://t.me/dnemsognem28>



ОТ ДОМАШНЕЙ КУХНИ – ДО ЛЮБИМЦЕВ ВСЕЙ СЕМЬИ

В Барнауле Алексей вместе с супругой превратил обычное желание побаловать сына безвредными сладостями в дело, за которым теперь выстраивается очередь. Они сушат ягоды и фрукты у себя дома маленькими партиями, возят пастилу и фруктовые чипсы по ярмаркам и фестивалям, чтобы доказать: сладости могут быть вкусными и настоящими, без сахара и красителей. «Предприниматель Барнаула» поговорил с владельцем компании «Вкусы Лета 22» Алексеем Саморуковым о том, как домашняя пастила стала любимицей горожан, какие мифы приходится развеивать каждый день и почему в каждой упаковке их сладостей остается вкус настоящего лета – без обмана и лишней химии.

– Алексей, помните, когда впервые подумали: «А давай сделаем пастилу сами?»

– Помню как вчера. Прихожу после работы, а жена говорит: «У сына диабет, а сладкое он любит. Давай попробуем сделать что-то сами, без сахара». Сначала делали только для себя, потом друзьям понравилось, дальше знакомые захотели попробовать. И так закрутилось, что с 2022 года мы этим живем.

– Сладости без сахара – звучит, будто это сразу про бизнес. А как у вас это устроено?

– Мы не завод, у нас маленькое производство дома. Делаем всё маленькими партиями, чтобы пастила была свежей, а не лежала месяцами. И так, чтобы каждую упаковку можно было съесть самому и не пожалеть.

– Как выглядит путь ягод до вашей свежей и натуральной пастилы?

– Начинается с ягод и фруктов. Что-то выращиваем сами на участке, что-то покупаем. Главное – без химии. Яблоки запекаем, ягоды моем, перемальваем всё вместе и отправляем сушиться при 40 градусах. Это не за час делается: арбуз, например, может сушиться сутки. Потом всё фасуем под каждую ярмарку, чтобы не отсырело, потому что хруст должен оставаться хрустом, даже если это мандарин.

– Малиновая пастила, арбузные чипсы... Почему у вас такие летние вкусы?

– Потому что лето – это ягоды, вкус и солнце. Вкус и лето – так и назвали, чтобы сразу было понятно, что это про настоящее, про фрукты, про простую радость.

– Кто ваши фанаты? Спортсмены, пэпэшники или мамы, которые ищут детям полезную вкусняшку?

– Разные люди. Те, кому нельзя сахар из-за диабета. Спортсмены, родители, которые хотят детям что-то полезное. И те, кто просто любит вкусное, но без вреда. Нашу пастилу даже в бассейны детские и секции берут в качестве спонсорских подарков на соревнования. И детям можно с шести месяцев.

– Часто слышу, что «натуральная пастила» – это маркетинг. Чем ваша отличается от магазинной?



Алексей Саморуков,
владелец компании «Вкусы Лета 22»



– Отборной ягодой. У нас в малиновой пастиле даже косточки остаются, потому что делаем из настоящих ягод, а не из порошков и соков с консервантами. Многие думают, что пастила – это просто сладкая штука, а по факту в магазинах она может быть с добавками, красителями и сахаром. У нас этого нет. И люди это чувствуют на вкус, поэтому мы и ездим по ярмаркам и фестивалям, рассказываем об этом людям. Были на гастрономических фестивалях, на дне города в Камне-на-Оби, едем в Заринск, участвовали в фестивале «Ах!Фест», подали заявку на «Сибирское поле». Хочется, чтобы люди знали: сладости могут быть вкусными и без сахара, и без лишней химии.

– А если кто-то захочет заказать вашу пастилу в другой город, это реально?

– Да, можем отправить хоть в Мурманск, хоть куда. Один раз действительно в Мурманск отправляли. В Барнауле у нас есть клиенты, которые уже не пакетиками берут нашу продукцию, а килограммами, потому что ее удобно брать с собой в дорогу, в поход, в школу, на прогулку – она лёгкая, витаминов в ней много и не портится.

– Спрос есть, а маркетинг-плейсы не рассматриваете?

– Пока нет. Боюсь, что чипсы могут поломаться, а хранение у них сложное. А я хочу, чтобы человек открыл упаковку и сказал: «Вот это вкус!» Для нас важно сохранить качество, даже если это не самый лёгкий путь.

– Будет больше вкусов? Или этого достаточно?

– Хотим заняться сушкой овощей, вялить томаты и чернослив. Пока делаем это для себя, но хочется вывести на уровень, чтобы люди могли попробовать. Планируем пройти сертифи-

кацию, как с пастилой и фруктами, чтобы всё было по правилам, и тогда сможем радовать новыми вкусами.

– На ярмарках вокруг много тех, кто делает похожее. Не чувствуете конкуренции?

– Видим других, конечно. Но наша цель – не перетягивать людей у кого-то, а показать, что сладости могут быть другими. Настоящими, натуральными, без сахара. Когда человек берёт кусочек пастилы и говорит: «Вау, такого я не пробова!» – это для нас важнее всего.

– А сами к чему идёте? Какая у вас мечта?

– Мечтаем расти и развиваться, выйти на новый уровень. Для нас это не просто работа, а увлечение, которое приносит удовольствие. Довольные покупатели – лучшая благодарность.

ИП Саморуков А.О.

г. Барнаул, 2-й Кооперативный проезд, 41

☎ Тел.: +7 (913) 244-92-22

+7 (913) 253-36-48

МЫ ДЕЛАЕМ СОК, КОТОРЫЙ ВОЗВРАЩАЕТ ЛЮДЯМ ЖИЗНЬ

Барнаул, кажется, ещё не стал городом здоровья, но здесь растут проекты, которые меняют ситуацию. Один из них – «Green Vale», которая с 2020 года специализируется на органических соках. Мы поговорили с основателем и директором компании Ариной Чернышевой о том, как пандемия перевернула отношение к здоровью, почему натуральное давно перестало быть просто модным словом и каким вообще может быть бизнес, если начать не с гонки за прибылью, а с желания пить по утрам что-то настоящее.

– Арина, почему вы начали этим заниматься? Это ведь не самая простая и специфичная ниша для Барнаула.

– Я сама искала что-то по-настоящему живое и натуральное для здоровья. Не БАДы и таблетки, а то, что можно пить утром и понимать: это настоящее. Всегда любила масла холодного отжима, травы, натуральные продукты, которые поддерживают организм изнутри.

Когда начался ковид, моя работа с детскими мероприятиями остановилась. Стало ясно: нужно искать что-то новое и полезное для людей. Так я пришла к микрозелени, а потом к идее делать из неё соки.

Начинала дома с гидропонной установки: сама училась, ошибалась, пробовала, ведь тогда не было курсов, как строить ферму и запускать производство соков. Через несколько месяцев поняла, что это нужно не только мне. Мы с мужем нашли помещение в центре Барнаула, сделали вертикальную ферму и начали поставлять микрозелень в рестораны и частным клиентам.

– Но сейчас у вас акцент именно на соках, верно?

– Да. Мы ушли от микрозелени в чистом виде и сосредоточились на пяти видах соков: витграсс (сок из ростков пшеницы), барлей грасс (из ростков ячменя), сок из микрозелени брокколи, сельдерея и амаранта. Мы уникальны тем, что сами производим всю биомассу, сами выращиваем на собственной ферме, сами делаем холодный отжим и сразу шоковую заморозку. В итоге люди получают продукт, в котором сохранилась вся ценность, а не порошок или пастеризованную жидкость.

– Насколько сложно было организовать производство в городе?

– Сложно, но возможно. Мы работаем в обычном здании в центре города, у нас вертикальная ферма полного цикла с круглосуточным производством. Каждые два дня у нас новые посевы, новые отжимы, заморозка. Это цикл, который мы выстроили, чтобы полностью контролировать качество.

Мы сами регулируем объём выращивания, состав, используем только органические удобрения, никакой химии. Это даёт уверенность в том, что продукт натуральный и безопасный.

– Сейчас говорят, что даже на Алтае всё уже не такое «чистое». Вы верите, что можно делать по-настоящему натуральный продукт?

– Я понимаю, что наши алтайские поля десятки лет удобряли и обрабатывали, это реальность. Мы покупаем алтайскую пшеницу, тщательно промываем, барботируем несколько дней, проращиваем. У нас есть документы по содержанию тяжёлых металлов – показатели в норме, безопасно для здоровья.

Арина Чернышева,
директор компании
«Green Vale»



Но мне хочется большего. Мы начали сотрудничество с Игорем Валентиновичем Пляко, директором «Курай Агро Плюс», который, по сути, единственный в России выращивает пшеницу и другие культуры по строгим органическим стандартам. Я уже взяла у него пробную партию, тестирую вкус и технологию проращивания. Если всё подойдёт, мы перейдём на 100%-ную органику и оформим это официально.

В России всего около 250 компаний имеют право ставить на упаковке зелёный знак «органик». Я хочу, чтобы «Green Vale» стала одной из них.

– Барнаул не Москва, и кажется, что для таких городов, как ваш, запрос на здоровый образ жизни – это что-то чуждое. Насколько жители города оказались готовы к таким продуктам?

– Барнаул готов. У нас тоже люди хотят быть здоровыми, просто нужен честный, качественный продукт и человек, который за этим стоит, а не бот в чате. Есть дилеры даже в посёлках, где на каждом углу пивнушки, но находятся те, кто верит в здоровое питание и хочет менять среду вокруг. Да и люди сами тянутся к настоящему, ведь организм не обманешь: попробовал – и понимаешь, что это твоё.

– Наверняка часто приходится иметь дело со скептиками. Чем вы отвечаете тем, кто говорит, что это не работает? Что это просто модная пустышка?

– Ох, люблю я таких людей! (смеется) Серьезно, это честный вопрос. Знаете, я всегда отвечаю просто: «Приходите и смотрите». У нас открытое производство, мы не прячемся. Можно увидеть, как мы растим микрозелень, как выжимаем сок, как он сразу замораживается. У нас чисто, у нас порядок, у нас живой продукт, не этикетка ради этикетки.

Мы сейчас еще с медицинским университетом сотрудничаем, запускаем клинические исследования, чтобы не просто

на словах, а по анализам показать, что витграсс, например, действительно поднимает железо и даёт энергию. Мы хотим, чтобы наши соки стали таким продуктом, за который не надо оправдываться, что «ой, не факт, что работает».

А ещё я всегда говорю: «Организм не обманешь». Попробуйте курс семь дней, и он сам подскажет: это ваше или нет. У нас нет цели продать любой ценой, мы сами этот продукт пьём, дети наши пьют, семьи наших клиентов пьют.

– А кто ваши клиенты? Как бы вы их описали?

– Женщины от 25 до 45, мамы, предпринимательницы, спортивные девчонки, те, кто заботятся о здоровье семьи. Они сначала пробуют сами, потом дают мужьям, детям, родителям – и у нас появляются целые семьи, которые начинают утро с витграсса.

– С какими запросами чаще всего приходят люди?

– О, знаете, запросы очень земные: усталость, бессонница, лишний вес, анемия, проблемы с ЖКТ, слабый иммунитет. Кто-то хочет перестать чувствовать себя выжатым лимоном, кто-то хочет похудеть без издевательств над собой, кто-то мечтает убрать отёки и вернуть лёгкость в теле.

Есть и такие, кто приходит после болезней, с кожными проблемами, после химиотерапии и хочет поддержать себя натуральными способами. И знаете, у всех один запрос: «Хочу натуральное, без сложных схем и обмана, чтобы действительно работало».

А ещё люди часто спрашивают, с чего начать. Отвечаю: начните с малого – одной порции витграсса утром, и организм сам подскажет, нужно ли вам это.

– Были истории, когда у ваших клиентов менялась жизнь после ваших соков?

– Да! Это самое вдохновляющее. Например, одна девушка вдруг заметила, что у неё пропала седина. Она всегда красила





волосы у одного колориста, а тут приходит, а красить-то нечего! Её мастер была в шоке.

Кто-то делится, что ушли отёки с лица и тела, перестало болеть и вздуваться в животе, восстановился ЖКТ. Кто-то перестал болеть каждую зиму, укрепился иммунитет. Конечно, не все могут пить соки – некоторым вкус не заходит, но эффекта не чувствовать невозможно. Просто организм сам показывает: «Да, мне это нужно».

– **Вы ведь сами пьете свои соки. Чувствуете эффект?**

– Конечно. Витграсс я пью уже четыре года каждый день, иногда до трёх порций в день. Эффект чувствуется: энергия, лёгкость, ясная голова. Но я пью и другие соки, у меня их пять видов, и каждый работает по-своему.

Уже есть идеи запускать ещё новые соки и даже БАД на основе ростков пшеницы и брокколи. Сейчас получили оборудование, будем капсулировать. Хочу, чтобы натуральное и живое питание было доступным и понятным для людей.

– **О чем мечтает человек, который делает здоровые продукты для других?**

– Мечтаю, чтобы люди были здоровыми и счастливыми. Чтобы наши продукты помогли кому-то встать на ноги, кому-то справиться с болезнью, кому-то просто почувствовать себя лучше.

А еще мечтаю намеренно стать номером один в России по живым сокам из ростков пшеницы и микрорзелени, по настоящим натуральным БАД, которые работают, а не обещают.



GREEN VALE

ИП Чернышева А.Г.

г. Барнаул, ул. Анатолия, 35а, 1-й этаж

Тел.: +7 (952) 006-03-17 (производство)
+7 (905) 081-44-89 (руководитель)

 https://t.me/Green_Vale22

 https://vk.com/green_vale22

 <https://green-vale.ru>

ТЕХНОЛОГИИ, АМБИЦИИ, РОСТ: КАК БАРНАУЛЬСКИЙ СТАРТАП СТАЛ ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЛИДЕРОМ В СФЕРЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОРТИРОВКИ. ИСТОРИЯ УСПЕХА «РУСПРОМ МЕУЕР»

Шесть лет назад компания «РусПром Меуер» начала свой путь на рынке российской промышленности. Сегодня предприятие занимает первое место по поставкам оборудования для оптической сортировки и контроля качества продукции, имеет пять филиалов в ключевых городах России.



Павел Беспалов,
генеральный директор «РусПром Меуер»

В 2025 году Павел Беспалов, генеральный директор «РусПром Меуер», получил награду «Лучший предприниматель Барнаула» в сфере торговли. За этим признанием стоит история преобразования локального бизнеса в федерально-го игрока, который работает с крупнейшими предприятиями страны. В интервью с Павлом поговорили о стратегии роста, технологических инновациях и управлении командой в современных условиях.

ФОКУС НА РОСТ: НЕ ПРОСТО ПРОДАВАТЬ, А МЕНЯТЬ РЫНОК

– Павел, направление оптической сортировки вы начали развивать в 2019 году. Сейчас ваша компания оснащает оборудованием предприятия России, Белоруссии, Казахстана. Как вам удалось так быстро вырасти?

– Мы изначально не хотели быть очередным региональным поставщиком. Ставка была на системную работу с клиентом:

доставить оборудование, обеспечить сервис, адаптацию, интеграцию в производство.

В 2019 году мы обратили внимание на узкий рынок оптической сортировки. Проанализировали его и увидели потенциал: промышленность стабильно растет, при этом растут и требования к качеству сырья. Мы понимали: тот, кто сможет решить задачи бизнеса по обеспечению безопасности и качества продукции, станет ключевым партнером для производителей.

КИТАЙ – ЭТО ТЕХНОЛОГИЧНО И ПЕРСПЕКТИВНО

– Вы стали единственным официальным дистрибьютором завода «Meuer» в России. Что стоит за этим выбором?

– В 2019 году я побывал в Китае на нескольких заводах по производству фотосепараторов. «Meuer» сразу выделился масштабом и уровнем технологического развития! На территории более ста тысяч квадратных метров расположены собственные научно-исследовательские центры, роботизированные павильоны, высокотехнологичное производство, административные здания. Здесь же и пространство для отдыха сотрудников – кафе, сад, благоухоающий растениями.

В пользу компании «Meuer» говорят и цифры: более 30 лет на рынке, входит в топ-300 крупнейших предприятий Поднебесной, оборудование представлено в 113 странах мира. Более того, завод тесно сотрудничает с Правительством Китая в области стандартизации пищевой промышленности. Это подтверждает высокий уровень доверия к заводу и его экспертизы.

Особое внимание привлекли технологии, которые на тот момент ещё не были представлены в России: глубокое обучение (AI Deep Learning), камеры UHD, системы NIR/InGaAs, а также собственные разработки – например, эжекторы Maglev. Каждая такая технология способствует решению самых разных задач предприятий.

Но выбирали не только мы, но и нас: переговоры о партнерстве длились около полугода – китайская сторона детально изучала наши возможности, перспективы, подходы к ведению бизнеса. Каждый из нас тогда сделал правильный выбор: шесть лет мы поставляем оборудование, которым гордимся, а завод видит в нас динамичного и надежного партнера.

ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ДЕЙСТВИИ

– Сегодня «РусПром Меуер» активно внедряет фотосепараторы с искусственным интеллектом. Как ИИ меняет промышленность и влияет на качество продукции?

– Мы уже давно вышли за рамки базового ИИ, который сортирует продукцию только по цвету – такие технологии «Meuer» внедрил ещё десять лет назад. Сегодня мы работаем с техноло-

30 ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ГОРОДА БАРНАУЛА»



гией глубокого обучения – AI Deep Learning. Она анализирует продукт комплексно: по цвету и форме.

Это принципиально новый уровень сортировки. Мы решаем задачи, которые раньше считались нерешаемыми: например, оборудование за доли секунд различает мягкую пшеницу и выбеленный ячмень, отделяет гречишу от дикой редьки, эффективно удаляет склерозии из подсолнечника – такую задачу мы, кстати, успешно решили на Дне Сибирского поля для заказчиков.

Кроме высокой точности сортировки, новые технологии значительно упрощают работу с оборудованием. Один инженер может за пару дней обучить машину под конкретные требования, затем загрузить эту программу на любое количество фотосепараторов. Это снижает время ввода в эксплуатацию, минимизирует зависимость от узких специалистов и делает внедрение масштабируемым. Отмечу, что наши инженеры пишут программы, которыми уже пользуются коллеги в других странах.

Всё это позволяет клиентам автоматизировать процессы, вывести качество продукции на новый уровень.

– Помимо фотосепарации, вы развиваете направление рентген-контроля. В чём его ключевое преимущество?

– С ростом требований к качеству и безопасности со стороны торговых сетей, особенно в сегменте готовых продуктов, спрос на рентген-детекторы заметно увеличился.

Рентген-инспекция позволяет проверять продукцию, которую невозможно проконтролировать визуально: например, в упаковке или в банке. Оборудование выявляет включения стекла, металла, силикона, керамики и других инородных включений даже в закрытой упаковке – от мясных изделий до консервов и детского питания. Рентген-детекторы «Мейер» с технологией глубокого обучения умеют отличать опасные примеси от допустимых элементов, например, не реагируют на металлические клипсы на колбасной оболочке. Для производителей это защита бренда и уверенность в поставках.

КОГДА ТЕХНИКА НАЧИНАЕТ РАБОТАТЬ НА БИЗНЕС

– Считается, что такие технологии дороги и не всегда окупаются. Так ли это?

– Дело не в стоимости, а в том, как использовать машину. У нас есть реальный пример: компания приобрела оборудование для сортировки семян подсолнечника, а в итоге стали использовать его для подработки различных культур. В результате окупили технику за два месяца. В среднем по рынку срок окупаемости – от года до трех. Зависит от задач и продукта.

Для клиентов это не просто автоматизация. Это один из инструментов роста: заказчики выходят на международный рынок, заключают выгодные контракты. За счет повышения качества продукции растет и ее стоимость, что напрямую влияет на рентабельность бизнеса.

«MEYER» НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ АГРОСЕКТОРА

– Где ещё востребованы такие технологии, кроме агросектора?

– Переработка вторсырья – рынок, который только набирает обороты в России и уже активно развивается во всём мире на фоне растущего внимания к экологии и экономике замкнутого цикла.

Фотосепараторы позволяют сортировать материалы по цвету, типу. Например, сегодня мы успешно решаем задачу, которая раньше считалась практически нерешаемой, – удаление чёрных точек из пластиковых гранул. Наше оборудование также применяется при сортировке стекла, пластика, металла и других материалов.

Такие технологии делают переработку более точной и эффективной, позволяют улучшить качество вторичного сырья для дальнейшего использования. В этом мы видим свой вклад в устойчивое производство и экологию.

ЛЮДИ ВАЖНЕЕ МАШИН: ПОЧЕМУ КОМПАНИЯ ИНВЕСТИРУЕТ В СПЕЦИАЛИСТОВ

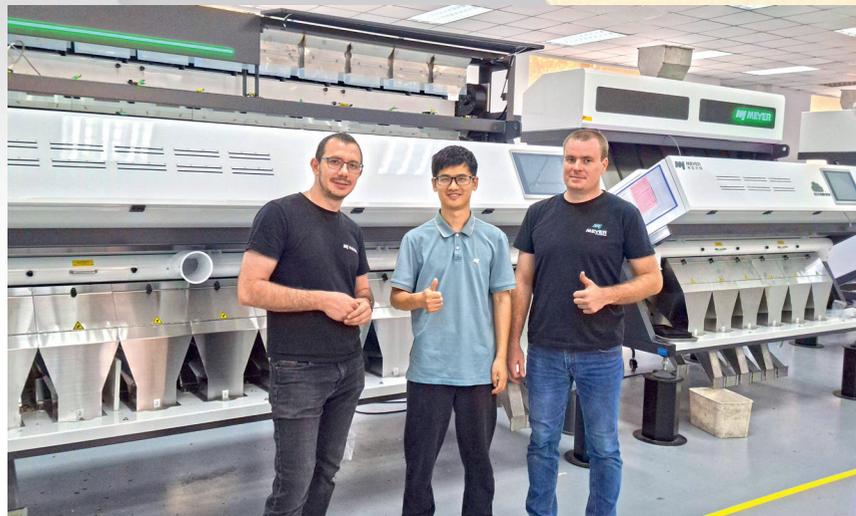
– Вы не просто поставляете оборудование, а еще обучаете сотрудников, отправляете их в Китай. Почему важно инвестировать в людей?

– Потому что сильная команда – основа успеха в любой сфере. За последний год наша команда выросла до 130 человек, и мы развиваем внутреннюю экспертизу.

Мы запустили корпоративную программу «Академия Роста». Лучшие инженеры и менеджеры по итогам работы проходят обучение на заводе «Мейер» в Китае, где знакомятся с новейшими технологиями, обмениваются опытом с зарубежными коллегами и получают практические навыки. Как рассказал один из наших специалистов, который в этом году побывал на заводе, пока европейские партнёры только осваивают технологии глубокого обучения, наши специалисты уже внедряют их на практике и обучают других.

В этом году мы также начали реализовывать второе направление «Академия роста. Молодые кадры». Это программа для студентов технических и аграрных вузов, ориентированная на знакомство с нашим оборудованием и обучение работе с технологичными решениями в сфере сортировки и контроля качества. Мы активно сотрудничаем с Алтайским государственным аграрным университетом, АлтГТУ имени И.И. Ползунова, а также с Новосибирским государственным аграрным университетом.

В планах – проведение совместных исследований посевного материала. Мы видим в этом развитие отрасли через пере-



дачу практических знаний о передовых технологиях будущему поколению.

МИССИЯ: РАЗВИВАТЬ БИЗНЕС ЧЕРЕЗ ТЕХНОЛОГИИ И ЛЮДЕЙ

– Что вы считаете главной задачей «РусПром Мейер» сегодня?

– У нас две цели. Первая – технологическая: мы помогаем предприятиям повышать качество продукции и повышать доходность. Вторая – социальная: мы строим компанию, где люди растут и развиваются. Стабильный бизнес держится не на разовых поставках, а на долгосрочном доверии – клиентов, команды, рынка. И его не купить за деньги, его можно только заслужить.

000 «РусПром Мейер»

г. Барнаул, ул. Попова, 208а

Тел. 8 (800) 200-93-04

e-mail: nfo@meyer-corp.ru

Сайт: <https://meyer-corp.ru/contacts/>

Концети: <https://t.me/meyercorp>

<https://vk.com/meyercorp>

https://dzen.ru/meyer?share_to=link

РАБОТАЕМ НА КАЧЕСТВО ОТДЫХА: КАК БАРНАУЛЬСКАЯ КОМПАНИЯ СТАЛА ЛУЧШЕЙ В ПРОИЗВОДСТВЕ

Когда-то «Тонар» начинал с простых ледобуров, а сегодня это флагман российского производства товаров для рыбалки, охоты, туризма и отдыха. Их палатки, гриль-зоны, экипировка и фирменные ледобуры известны по всей стране – от крупных городов до отдалённых деревень, а также в странах СНГ. В 2025 году предприятие получило титул «Лучший производитель Барнаула». Как за годы перемен сохранить качество, масштаб и стать локомотивом отрасли – рассказывает директор Вячеслав Крымов. История о том, как делают настоящий бизнес, в котором хочется быть и работать.



**Вячеслав Крымов,
директор ООО «Тонар Плюс»**

– Вячеслав Михайлович, в 2025 году вы стали победителем в номинации «Лучший предприниматель в сфере производства» города Барнаула. Как вообще это ощущать – быть признанным лучшим производителем? В чём, по вашему мнению, ваша главная заслуга?

– Честно говоря, это очень приятно и важно, что наш вклад в развитие города заметили и оценили. Мы знаем, что в Барнауле есть много достойных предприятий с важной продукцией. А мы, можно сказать, работаем с товарами народного потребления – рыбалка, туризм, отдых, люди часто воспринимают это как что-то «на заднем плане». Но отдых – неотъемлемая часть жизни, от качества отдыха зависит, как человек будет работать и чувствовать себя. Мы стараемся дать максимум качества и комфорта.

Если говорить о причинах победы – это, пожалуй, комплекс усилий. В 2024 году мы вложили много в развитие производства, автоматизацию, запуск новых направлений и продуктов. Мы серьезно поработали над модернизацией.

– Об этом подробнее. Что из новинок уже внедрили и как это повлияло – производство ускорилось, качество выросло?

– Главное новшество – линейка модульных кухонь. Это готовые решения для летних гриль-зон, зон отдыха на природе. В линейке около 16 изделий, подходящих под любые размеры и вкусы. Разработка и испытания длились полгода, а с января

2025 года продукция вышла в продажу. Уже присутствует в крупных сетевых магазинах по всей стране, и её можно найти почти в каждом крупном городе.

Для этого мы приобрели новое листогибочное оборудование с роботами – гибка деталей теперь полностью автоматизирована без постоянного участия оператора. Также модернизировали участок сборки – поточные линии, комфортные условия для сотрудников, чтобы производство было быстрым и качественным. Для дополнительной гарантии качества в швейных изделиях мы применяем маркировку «Честный знак» – это помогает отследить продукцию и исключить подделки. А для узнаваемости и усиления бренда используем современные технологии – термоперенос, шелкографию, вышивку. Вместе с техническим университетом мы работаем над проектом производства ножей для ледобуров, но это пока в стадии разработки.

– После 2022 года вы полностью перепрошили рынок – ушли с западных направлений и переориентировались на другие регионы. С кем сейчас работаете и как изменилось ваше присутствие?

– Да, мы гордимся тем, что наша продукция представлена практически во всех регионах России – от крупных городов до самых маленьких деревень, в магазинах для рыболовов и туристов. Раньше активно сотрудничали с западными странами – Европой и США. Но с 2022 года этот рынок для нас фактически

закрылся, и мы сосредоточились на внутреннем спросе, который заметно вырос, а также на ближнем зарубежье – Белоруссия, Казахстан, Армения, Азербайджан и Грузия. Это позволило нам удержать позиции и даже расширить присутствие.

– **Слышала, что многие промышленники говорят о падении спроса, вы тоже это ощущаете?**

– Да, в 2025 году продажи упали примерно на 15-20% по сравнению с прошлым годом. Это общая тенденция по всем отраслям. Одна из главных причин – жесткая конкуренция с китайскими производителями на маркетплейсах Ozon, Wildberries и других.

– **Чем именно эта конкуренция опасна для вас?**

– Это большая проблема для нас. Китайские продавцы выходят напрямую и предлагают контрафактные товары, которые копируют нашу продукцию. Мы постоянно боремся с этим – мониторим маркетплейсы, блокируем карточки с подделками, но это огромный и непрерывный труд. Из-за этого часть покупателей уходит к дешевым подделкам, которые не имеют нужного качества. Мы же отвечаем за прочность и долговечность наших изделий, имеем патенты и проводим серьезные испытания. Например, наши стулья рассчитаны на 200 кг и выдерживают даже больше, а китайские аналоги зачастую указывают цифры просто для галочки. Покупатели, сэкономив один раз, рискуют потом купить новый товар – уже у нас.

Например, наши ледобуры стоят примерно 3500 рублей, а китайский аналог можно найти за 2000 – тут просто физически не сделать качественный продукт. Мы же ставим качество превыше всего и гарантируем поддержку, запчасти и сервис. Помимо этого, у нас есть экспериментальный цех, где мы сами тестируем и совершенствуем нашу продукцию.

– **Расскажите, как устроен экспериментальный цех и зачем это нужно?**

– Основные испытания проходят в полевых условиях с участием профессионалов: рыболовов, туристов, спортсменов. Мы сотрудничаем с известными экспертами, например, Сергей Казанцев – старший тренер сборной России по ловле на мормышку – главный испытатель наших ледобуров. Мангалы тестировали такие шефы, как Алексей Шефер, Василий Вдовин и даже Василий Емельяненко – они дают свои отзывы и помогают дорабатывать изделия.

– **В 2025 году вы существенно расширили швейное производство, увеличив площади до 2000 м². Расскажите, что именно изменилось и как это повлияло на объёмы выпуска и команду?**

– Да, весной 2025 года мы переехали в новое помещение, полностью обновили оборудование и организовали поточное производство зимней одежды для охоты и рыбалки. Штат вырос с 60 до почти 100 человек, а объёмы производства увеличились примерно вдвое. Продукция востребована, мы даже пока выпускаем меньше, чем могли бы продать, и активно ищем новых специалистов. С сентября начинаем сотрудничество с федеральным центром компетенций для повышения производительности труда.

– **С производительностью труда понятно, а как вы сейчас удерживаете швей? Ведь это дефицитная профессия, да и в целом по кадрам дефицит везде.**

– Заработная плата у швей сейчас от 40 до 90 тысяч рублей, новичкам, конечно, меньше, опытным – больше, важна в том числе квалификация и производительность швеи на конкретной операции. Раньше была гонка зарплат, но она остановилась –



бесконечное повышение ведёт к росту цены продукции и снижению продаж. Зарплата сейчас не главный фактор выбора работы, потому что в отрасли она более-менее одинакова у всех. Для людей важны хорошие условия труда. В новом цехе мы организовали комфортные места для работы и отдыха, смонтировали хорошее освещение и систему кондиционирования, улучшили оборудование, обеспечили питание на производстве. Важно, чтобы людям было удобно и приятно работать.

– **«Тонар» – это не только про производство. Вы активно поддерживаете жизнь региона: соревнования по рыбалке, турниры, детские мероприятия. Зачем вам это? Это история про имидж или что-то большее?**

– У нас есть рыболовные турниры, а ещё футбол и волейбол в любительском формате. Пока серьёзных побед нет, мы только начали в прошлом году, но уверены, что впереди ещё много достижений. Команды составляют наши сотрудники – мы и спонсируем эти мероприятия, и сами участвуем.

Почему для нас это важно? Рыбалка – основная сфера сбыта нашей продукции. Поддерживая рыболовов и организуя призы из нашей продукции, мы хотим, чтобы увлечённых этим спортом становилось больше. Это помогает не только развивать региональную экосистему, но и сохранять интерес к нашим товарам.

– **Подводя итог, какие у вас планы на ближайшие 3–5 лет?**

– Сейчас основной фокус – робототехника, чтобы закрыть проблему кадрового дефицита, потому что он никуда не исчезнет. За прошлый год около 10 рабочих мест были полностью заменены роботами, особенно на операциях с высокой серийностью. Продолжать автоматизацию производства. Сейчас государство предлагает меры поддержки – субсидии, льготные кредиты, мы ими воспользуемся, чтобы внедрять новых роботов и оборудование. Будем развивать швейное производство – спрос растёт. Планируем расширять ассортимент, увеличивать мощности. Также видим потенциал в производстве мангалов и гриль-зон – дачный отдых набирает популярность, люди переезжают в частные дома. Это направление активно растёт, и мы будем его развивать.

Производственная компания «Тонар Плюс»

г. Барнаул, проспект Космонавтов, 10,

вход через КПП

☎ Тел. +7 (961) 231-00-44

✉ e-mail: office@tonargroup.ru

🌐 www.tonar.su

АВТОСЕРВИС – НЕ ГАРАЖ, А ЦЕНТР ЗАБОТЫ И ТЕХНОЛОГИЙ

Сегодня рынок автосервисов в Барнауле кажется перенасыщенным, но предприниматель Николай Погуляев доказал, что даже здесь можно расти и развиваться. Он руководит станцией «FIT SERVICE», работает под узнаваемой федеральной франшизой и в 2025 году стал победителем конкурса «Лучший предприниматель города Барнаула» в номинации «Лучший предприниматель в сфере предоставления услуг населению». Мы поговорили с Николаем о том, почему простая услуга ремонта автомобилей остаётся востребованной, как меняется рынок, зачем инвестировать в персонал и почему сервисы будущего – это не гаражи, а полноценные технологичные центры заботы о людях и их машинах.



**Николай Погуляев,
руководитель станции «FIT SERVICE»**

– Николай, сейчас в Барнауле автосервисов много. Есть ли сегодня на этом рынке место для роста или уже всё занято?

– Город перенасыщен, если честно. По статистике, Барнаул один из самых плотных городов Сибири по количеству автосервисов, и по уровню клиентского сервиса мы даже обходим многие города Центральной России. Конкуренция высокая, и связано это не с большим числом автовладельцев – их у нас на душу населения меньше, чем в других регионах, а с исторически сложившейся конкуренцией. Динамика роста прибыли замедлилась.

– Суровые зимы и резкие перепады температур влияют на рынок?

– Конечно. У нас ярко выраженная сезонность: зимой ломается всё, что может сломаться, летом перегревается всё, что может перегреться. Резко континентальный климат даёт нагрузку на машины, но при этом они долго ходят – не используют реагенты, кузова не гниют.

– А как сейчас со спросом на услуги? Он падает или всё-таки держится?

– Общая экономическая ситуация заставляет людей экономить и откладывать ремонты, если есть возможность. За последний год рост составил 10–20%, хотя раньше был 30% ежегодно – я в этом бизнесе с 2018-го. Это отложенный спрос, который потом даст двойной всплеск, как это уже было после ковида.

– Это влияет на состояние автомобилей?

– Да, техническое состояние ухудшается, люди экономят и откладывают ремонты даже важных узлов, которые влияют на безопасность. Плюс, автомобильный парк стареет – люди меньше обновляют машины.

– Вы в бизнесе с 2018-го. За это время потребности клиентов как-то изменились, особенно на фоне роста китайских авто?

– Да, сильно. Люди уже не ищут подешевле, а выбирают комфорт, скорость и гарантию. Мы не бюджетный сервис, у нас работают квалифицированные мастера, и это стоит денег, но клиенты готовы платить за уверенность и безопасность. Появилось больше новых китайских машин, их пока мало ремонтируют, но больше делают дооснащение – ставят защитные плёнки, сигнализации, допы. При этом выросло количество сложных ремонтов: двигатели, коробки, редукторы. Раньше многие просто меняли агрегаты, а сейчас чаще ремонтируют.

– Многие боятся «развода» и навязанных услуг в автосервисах. Как выстраиваете доверие?

– Прозрачность – главный фактор. Фото- и видеофиксация всех работ, отчёты клиенту через приложение: какие неисправности нашли, что исправляем, какие запчасти меняем. Клиенты могут забрать старые детали. Сейчас люди реже интересуются этим, доверяют увиденному и хотят просто оставить машину в надёжном месте.

– Клиенты стали требовательнее?

– Без сомнения. Это общая тенденция. При этом появляется «потребительский терроризм» – клиенты создают прецеденты, но прозрачность защищает и нас.

– После гаражных ремонтов к вам попадают машины в ужасном состоянии? Самое странное, что находили?

– Да, видел сам. Самое забавное было, когда в двери автомобиля нашли зашпаклёванный тапок. Видимо, решили сэкономить на шпаклёвке...

– Но всё же многие выбирают «гаражи», чтобы сэкономить. Насколько это оправдано?

– Вот пример с тапком показывает: экономия на материалах и технологиях оборачивается рисками. Потом всё равно приходится переделывать, только уже дороже. Гораздо безопаснее сразу ехать туда, где есть ответственность и контроль.

– Как объяснить клиентам, что вовремя обслужить дешевле?

– Сейчас больше людей оставляют машину на ремонт сразу после диагностики. Мастера показывают детали, последствия, фото- и видеонаглядность убеждает лучше слов.

– А есть недооценённые услуги, которые продлевают жизнь авто?

– Скорее, жизнь автомобилиста. Озонация салона – убивает бактерии, устраняет плесень и грязь, дышать в машине становится легче.

– Вы несколько лет в бизнесе. На чём нельзя экономить, чтобы оставаться на плаву?

– На персонале и оборудовании. Это две вещи, которые нельзя трогать. А вот расходы на рекламу, аренду – да, можно оптимизировать, но важно не перегибать.

– К слову, о персонале. Почти во всех сферах – дефицит кадров. Как удерживаете сильных мастеров?

– Нужно создавать интерес к работе: хорошие условия, новая техника, чистота, стирка спецодежды, комната отдыха с кухней, душем, телевизором. Это важно для персонала. Плюс развитие: автомеханики хотят учиться, получать новые навыки, и, если в это не инвестировать, хорошие кадры уйдут.

– Технологии сейчас меняют всё, включая автосервис. Какие инновации уже применяете?

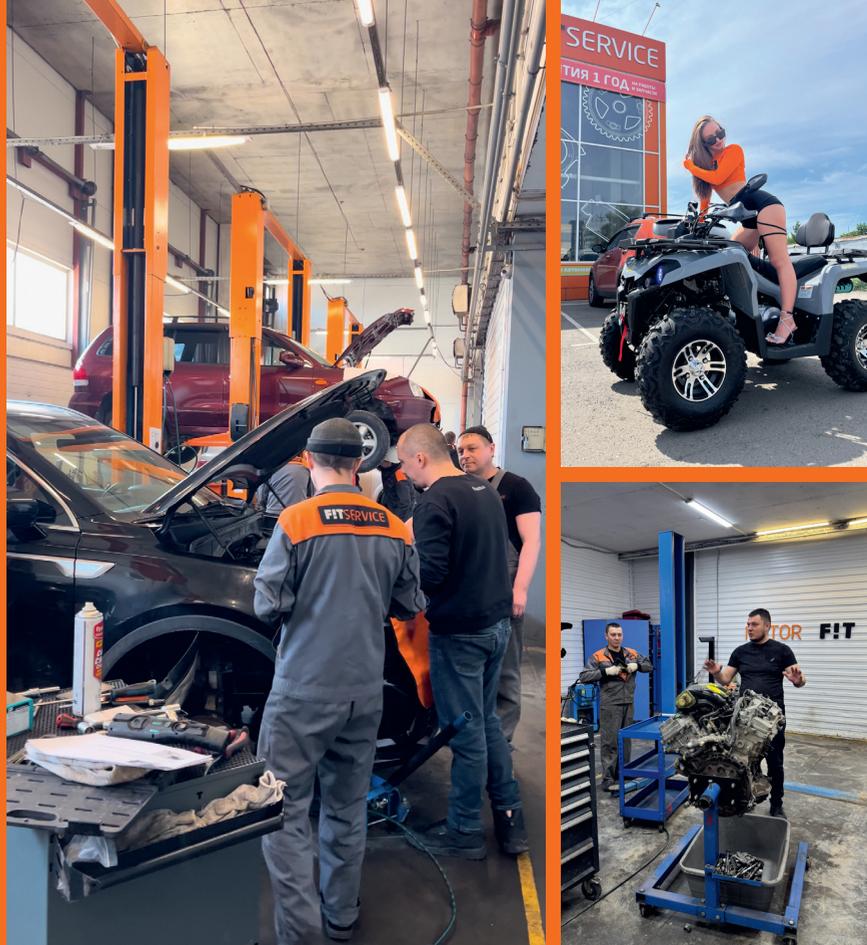
– У нас автоматизированная база, которая анализирует историю поломок конкретных марок и моделей, подсказывает мастеру, на что обратить внимание, чтобы не упустить мелочи. Также система подсказывает мастеру, как выполнять ремонт, какие моменты затяжки использовать, как правильно ставить детали. Для клиента система фиксирует пробег, историю обслуживания и напоминает, когда и с чем лучше приехать.

– Технологии приходят и в автопром, всё больше электромобилей. Это вызов для сервисов?

– Электромобили займут часть рынка, но не полностью, особенно в Барнауле. К тому же в электромобилях и гибридах хватает механических узлов: подвеска, редукторы, которые требуют обслуживания. Ремонт электроустановок набирает обороты, и теперь требуется больше автоэлектриков. Эти специалисты ещё дороже и сложнее в обучении, но рынок движется в эту сторону.

– Сейчас доля электромобилей у вас в сервисе большая?

– Пока нет, в Алтайском крае зарегистрировано менее 1,5% электромобилей и около 3% гибридов. Мы готовы работать с ними, но пока это небольшая часть.



FITSERVICE

ИП Погуляев Н.М.

г. Барнаул, Павловский тракт, 31лг

Тел. +7 (385) 225-10-95

<https://new.fitauto.ru/>

ЛЮДИ ВСЕГДА БУДУТ ХОТЕТЬ ЕСТЬ, И ЭТО ЧЕСТНЫЙ БИЗНЕС

Сегодня кафе открываются в каждом квартале, и кажется, что найти свою нишу в общепите невозможно. Но Евгений Лубягин, владелец сети закрытых столовых «Вкусный обед, привет!» в Барнауле и победитель в номинации «Лучший молодой предприниматель» на городском конкурсе, доказал обратное. Он кормит тех, кто каждый день держит на плечах город: сотрудников завода «Благо» и МВД. Для него это больше, чем бизнес – способ заботы о людях, которые утром спешат на смену, а в обед хотят домашней еды без лишнего пафоса.

Мы поговорили с Евгением о том, почему простая еда остаётся востребованной, с какими вызовами сталкивается общепит в Барнауле и зачем предпринимателю заниматься делом, которое требует контроля 24/7.

– Евгений, зачем открывать столовые, когда в городе уже полно заведений и сервисов доставки?

– А люди ели, едят и будут есть. Простая еда всегда нужна. В городе столовых много, но когда я только думал открываться, понимал, что хочу гарантированный поток гостей. Заводы, МВД – люди ходят на обед стабильно, без праздников и выходных. Это честный, предсказуемый бизнес.

– То есть вы сразу выбрали закрытый формат, чтобы не зависеть от случайных клиентов?

– Да, это было осознанно. Открытые столовые тяжело держать на плаву, если нет стабильной посещаемости. А здесь каждый день приходят люди, которым нужно поесть. Для меня важно, чтобы еда была доступной, вкусной и домашней, а не просто ради прибыли.

– А что для вас домашняя еда в условиях столовой?

– Это еда, приготовленная вкусно и с душой. Манты, борщ, гуляш, макароны, котлеты. У нас люди любят простое и понятное. Главное, чтобы свежее и качественное. Мы не разогреваем еду со вчерашнего дня, даже если это убытки. Бывает, летом мало людей, кто-то уходит в отпуска, а еда остаётся. Списания большие, но лучше так, чем кормить некачественным.

– Вы упомянули манты, говорят, это ваше коронное блюдо.

– Да, манты у нас любят. Каждый день делают, раскатывают, лепят. Сотрудники завода спрашивают: «Манты будут?» и, если вдруг не сделали, начинают просить.

– С каким запросом чаще всего приходят сотрудники заводов и МВД?

– Люди хотят просто поесть сытно и вкусно. Им не нужны модные блюда, они работают физически, им важна энергия. В начале мы даже опрос проводили, что хотят видеть в меню, но, понимаете, нельзя угодить всем. Кто-то просил язык говяжий, но его брали один-два человека. Для нас это невыгодно, приходится подстраиваться под большинство.

– А вы сами бы что ели каждый день, если бы готовили только для себя?

– Макароны люблю. Прямо каждый день мог бы есть.

– Работа в столовой – это тяжёлый, ежедневный труд. Никогда не хотелось всё бросить?

– Было. И не раз. Бывает, что думаешь: «А зачем это всё?» Но потом приходят люди, благодарят, говорят, что было вкусно. И ты понимаешь, что это нужно.

– Сегодня многие считают столовые вчерашним днём, когда вокруг рестораны с яркими концепциями. Вы с этим согласны?

– Нет. Люди всегда будут хотеть есть. Простая еда нужна всегда. Особенно там, где работают люди руками, головой, без лишней суеты. Я считаю, что столовые – это не пережиток, это честный бизнес.

– Какие принципы для вас в работе самые важные?

– Лучше в минус уйти, но приготовить вкусно. Доверие к сотрудникам. Без доверия ничего не получится, а в столовой особенно.

– Вы упомянули команду. Сложно ли найти хороших поваров в Барнауле?

– Сложно. С кадрами всегда непросто. Если человек приходит без опыта, ставим его к опытному повару, обучаем. Людей нужно учить, иначе качество пострадает. Но без команды в столовой никак.

– Недавно вы стали победителем в номинации «Лучший молодой предприниматель» на конкурсе «Лучший предприниматель города Барнаула». Это что-то изменило для вас или просто бумажка?

– Не скрою, приятно. Конечно, я не ради наград работаю, но когда твой труд замечают, это даёт уверенность. Каждый день вкладываешь силы, решаешь кучу вопросов, рутины много, а тут тебе говорят: «Ты молодец». Это мотивирует. Значит, всё не зря, значит, двигаюсь правильно.

– И последний вопрос. Вы видите развитие? Или столовая для вас – это стабильность без амбиций?

– Конечно, есть планы. Хочется открыть ещё пару столовых, может, сделать доставку по предприятиям, цех организовать. Но всё постепенно. Главное – не гнаться за модой, а делать своё дело хорошо.

БЛИЦ

- Три главных блюда для столовой?
- Манты, борщ, беляши.
- Что бы ели сами каждый день?
- Макароны очень люблю.
- Главная ошибка в общепите?
- Ошибиться в кадрах.
- Сколько работает владелец столовой?
- Круглосуточно.
- Чем гордитесь больше всего?
- Доверием людей и команды.

ИП Лубягин Е.Ю.

г. Барнаул, ул. Ленина, 74

ООО «Благо»

г. Барнаул, ул. Тракторная, 3д

ООО «Ле Мондид» (Лемано Про)

г. Барнаул, Павловский тракт, 192а



Евгений Лубягин,
владелец сети закрытых столовых
«Вкусный обед, привет!»



ЕСЛИ БИЗНЕС ТАСКАЕТ БУМАЖКИ ВРУЧНУЮ – ОН УЖЕ В АУТСАЙДЕРАХ

Барнаул давно вышел из эпохи «ручного управления» бизнесом – кто не успевает за цифровыми трендами, тот уходит в тень. «Компания ПРОКС», одна из крупнейших франчайзи 1С в Алтайском крае, недавно отпраздновала 25-летие и завоевала звание «Лучший предприниматель Барнаула» в номинации «Женское предпринимательство». Ее руководитель Татьяна Пятковская знает, как вытащить бизнес из хаоса бумажек и штрафов в прозрачную, работающую систему и почему без автоматизации сегодня никуда. Если вы ещё таскаете документы вручную – пора менять правила игры.

– Татьяна, чем сегодня реально помогает предпринимателям «Компания ПРОКС»? Многие думают, что справятся сами.

– «ПРОКС» – центр сопровождения торговли. Помогаем автоматизировать бизнес: настраиваем онлайн-кассы, выпускаем электронные подписи, внедряем учёт, маркировку и бухгалтерию, чтобы предприниматель сосредоточился на развитии и заработке, а не на рутине с программами и техсбоями. Бизнес, конечно, может справиться сам, но вопрос – хочет ли он тратить на это время и силы. Мы берём рутину на себя.

– Вы сейчас описали «ПРОКС» как помощника бизнеса в ежедневной рутине. А как вообще пришли к этому направлению? Ведь вы основали компанию ещё в 1999 году, когда автоматизация только начиналась.

– Мы с супругом учились на прикладной информатике, когда развивалась 1С. Сначала это была подработка, но быстро превратилась в основной доход. Видели, что предпринимателям нужна помощь в освоении и настройке программ, поэтому решили заниматься этим профессионально.

– За это время рынок менялся, требования ужесточались. Как удавалось развиваться?

– Следили за потребностями предпринимателей, новыми законами и технологиями. Понимали, что бизнесу важно закрывать сразу несколько вопросов в одном месте – не только установить кассу, но и наладить отчётность, выпустить подпись, внедрить маркировку, подключить сервисы. Расширяли услуги, чтобы предприниматели получали полное сопровождение.

– А кто чаще всего обращается за ними на практике? Это больше новички, крупные компании, сфера услуг?

– Приходят и небольшие предприниматели, и сетевые компании. Задачи разные – настройка 1С с нуля, маркировка, обновление касс, учёт себестоимости. Клиент растёт – подключаем новые решения. Если бизнес закрывается – помогаем сделать это корректно. Важно не только зайти в бизнес, но и грамотно выйти.

– Сейчас много говорят о штрафах и проверках. Какие страхи приводят предпринимателей к вам?

– Бизнес боится не соответствовать требованиям и получить штрафы. Раньше надеялись экономить на налогах, сейчас контроль жёстче – искусственный интеллект выявляет нарушения. Очень много обращений по маркировке: мы маркируем остатки, учим работать с «Честным знаком», сопровождаем процесс, чтобы избежать штрафов.

– Многие настраивают кассы по старинке, лишь бы формально соблюсти требования. Почему важно делать это правильно?

– Онлайн-кассы – часть системы контроля и автоматизации. Чеки с данными уходят оператору фискальных данных, формируются базы, которые показывают реальную картину продаж. От

Татьяна Пятковская,
руководитель ООО «Компания ПРОКС»



этого зависят отчёты, маркировка, контроль остатков, списание просрочки. Правильно настроенная касса помогает контролировать сотрудников и избежать ошибок. Сейчас даже покупатель не сможет купить просроченный товар – касса не пробьёт чек. Это реальность.

– Сейчас как раз много говорят о том, что бизнесу нужно становиться цифрово зрелым. Как понять, что пора переходить на цифровые рельсы и какие риски несёт работа без автоматизации?

– Всё просто: как только устал от «зоопарка» из программ и старых касс, значит, готов к цифровизации. Многие до сих пор сводят таблицы в Excel, а заполнить бумажку порой сложнее, чем внести данные в сервис налоговой. Молодёжь уже живёт с планшетами и онлайн-записями. Бизнес и так работает с рисками, но если ты без автоматизации, реагируешь медленнее. Клиенты выбирают тех, кто быстро перезвонит, пришлёт счёт, подтвердит заказ. Сервис – часть цифровизации, и люди голосуют рублём.

– Но многие боятся цифровизации, думая, что это только проверки и штрафы. Это так?

– Проверки и штрафы – вторая сторона медали. Первая – понимание бизнеса: куда уходят деньги, себестоимость, какой канал приносит клиентов. Без цифр этого не увидеть. Если всё прозрачно – бояться штрафов не придётся.

– Что мешает предпринимателям сделать этот шаг к прозрачности? Какие типичные ошибки вы замечаете?

– Ошибка – работать как раньше. Как раньше уже не будет. Системы контроля умнеют, данные с касс идут в налоговую, и

инспекция сразу видит, если нет оформленных сотрудников, хотя касса бьёт чеки постоянно.

– Вы работаете в Барнауле уже больше 25 лет и видели, как меняется предпринимательская среда. Какая она сейчас и какие изменения вы замечаете?

– Очень меняется. Молодёжь идёт в бизнес смелее и понимает, зачем нужны интеграции и автоматизация. Раньше люди боялись лишнюю кнопку нажать. Уходит старое поколение, приходит новое, которое развивается быстрее.

– Татьяна, недавно вы стали «Лучшим предпринимателем Барнаула» в номинации «Женское предпринимательство». Что для вас значит эта награда и как вы определяете успех своей работы с клиентами?

– Мы 25 лет ведем бизнес с мужем, но обычно мужчина на виду, а женщина в тени. Я поняла: пора заявить о себе. И это был важный опыт. Лучшая награда для нас – когда рекомендуют, остаются надолго, дают отзывы. Есть клиенты с самого начала, мы росли вместе. Для нас важны репутация и доверие. В прошлом году получили несколько наград, включая «Лучший предприниматель Барнаула» и признание Торгово-промышленной палаты.

ООО «Компания ПРОКС»

г. Барнаул, ул. Взлетная, 65

☎ Тел. моб. +7 (905) 982-95-97

Тел. отдела +7 (3852) 507-440, доб. 226

🌐 e-mail: seg@prox-it.ru | lesadom@yandex.ru

ЧТО ОБЩЕГО У ЛЕСТНИЦ, КОТЛОВ И СГУЩЕНКИ?

На первый взгляд – ничего. Но у каждого производства, от пивоварен до мебельных мастерских, есть человек, без которого не будет ни одной детали: инженер-конструктор. Никита Морозов уже несколько лет превращает идеи в готовые решения для бизнеса. Он помогает предпринимателям не сливать деньги на ошибки, экономит металл и время, а ещё кайфует, когда его 3D-модель становится реальным изделием, нужным людям.

В интервью Никита рассказал, зачем предпринимателю инженер, как технологии меняют работу, сколько можно зарабатывать в этой сфере и почему инженерка – это не скучные схемы, а профессия для тех, кто хочет создавать, а не просто говорить.

– Никита, честно, многие думают: инженер-конструктор – это человек, который целыми днями сидит за компьютером и рисует скучные схемы. А вы ведь этим зарабатываете, ещё и удовольствие получаете. Как так получилось?

– Да, я работаю как самозанятый инженер-конструктор через ООО «Молком» и дочернюю «Азот индустрия». Это основное направление моей деятельности. Мы занимаемся разработкой оборудования для пищевой, фармацевтической, пивоваренной и химической промышленности – в основном все из пищевой нержавеющей стали под задачи конкретных заказчиков. У нас есть свой лазерный ЧПУ, 3D-сканеры, и мы проектируем оборудование полностью: от идеи до готовых файлов для производства.

– А если упростить, зачем предпринимателю обращаться к вам, когда «в Интернете есть схемы»?

– Потому что скачать схему недостаточно. Предпринимателю нужно готовое решение под своё производство. Мы разрабатываем 3D-модели, рассчитываем материалы, готовим спецификации и чертежи для лазера, гибки, сборки. Предприниматель получает понятный комплект, чтобы сразу запускать работу и не сливать деньги на ошибки.

– Многие думают, что оборудование проще закупить. Но кто-то ведь должен его создать.

– Именно. Большинство не понимают, что каждое оборудование – это индивидуальный проект. Даже простая ёмкость требует расчётов и чертежей, чтобы не сливать металл зря. Раньше всё чертили на бумаге, теперь мы делаем это в CAD-системах (Компас 3D, SolidWorks, AutoCAD). Это ускоряет процесс, снижает издержки, помогает просчитать материалы с точностью. Например, профильную трубу на раму раньше считали вручную, теперь мы строим модель, выводим спецификацию, и клиент сразу знает, сколько нужно отрезков, а не заказывает лишние три хлыста на 30 тысяч рублей.

– Расскажите пример, которым гордитесь.

– Была история: заказчику срочно нужно было сделать лестницу, сроки горели, а он набросал схему в примитивной программе. За ночь я переработал её в полноценные файлы для лазерной резки и учёл все доработки, включая безопасное скругление углов. Утром заказчик получил файлы, отправил на производство и сдал объект в срок. Приятно, когда твоя работа помогает бизнесу не терять деньги.

– Никита, насколько востребована инженерка в Алтайском крае? Ведь многим проще заказывать готовое.

– Почти на каждом производстве, где что-то делают из металла или пластика, нужен инженер-конструктор. В Барнауле и



Никита Морозов,
инженер-конструктор

Алтайском крае есть более 50 производств, которым регулярно требуется разработка оборудования. Но инженеров мало: многие после университета уходят в маркетинг или блогинг, а инженерка остаётся делом для тех, кто хочет создавать, а не просто говорить.

– **Вы сказали, что зарплаты в сфере растут?**

– Да, буквально за 2–3 года в два раза. Сегодня инженеры могут получать от 60 тысяч до 500 тысяч рублей и выше. Много работы можно делать на удалёнке: я, например, делаю визуализации, рендеры, работаю с моделями дистанционно. Главное – быть компетентным, а заказчики находятся через сафанку и постоянные связи.

– **Часто слышим: «Скоро нейросети всех заменят». Вас тоже?**

– Пока нет. Мы внедряем нейросети для упрощения визуализаций и обработки рутинных задач, тестируем промт-инжиниринг, следим за CAD-новинками. Но сложные проекты требуют человека, который понимает, как идея превратится в реальное работающее изделие.

– **Какие технологии сейчас вас вдохновляют?**

– 3D-сканирование: раньше день уходил на замеры, теперь за 20 минут получаем точную модель. Постепенно внедряем нейросети, чтобы из 3D-моделей автоматом строились чертежи, но пока идеальной системы нет. Слежу за обновлениями в Компас-3D, думаю, что в ближайшие годы появятся решения, которые ещё ускорят процесс.

– **Никита, что лично вам даёт удовольствие в этой работе?**

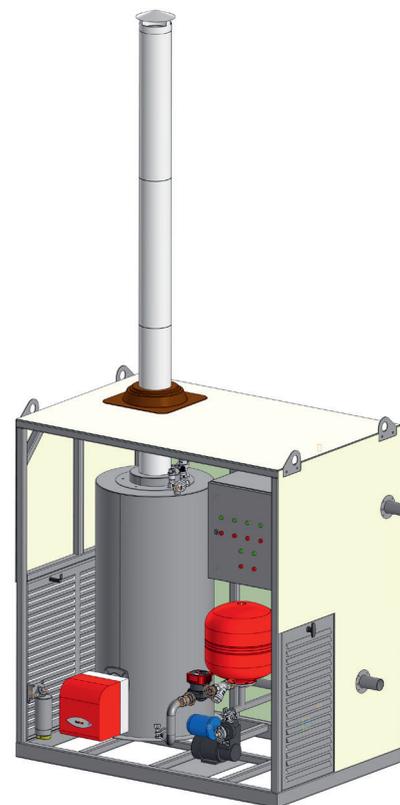
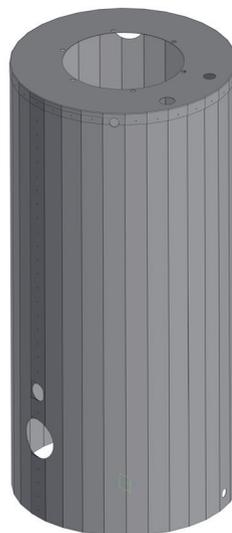
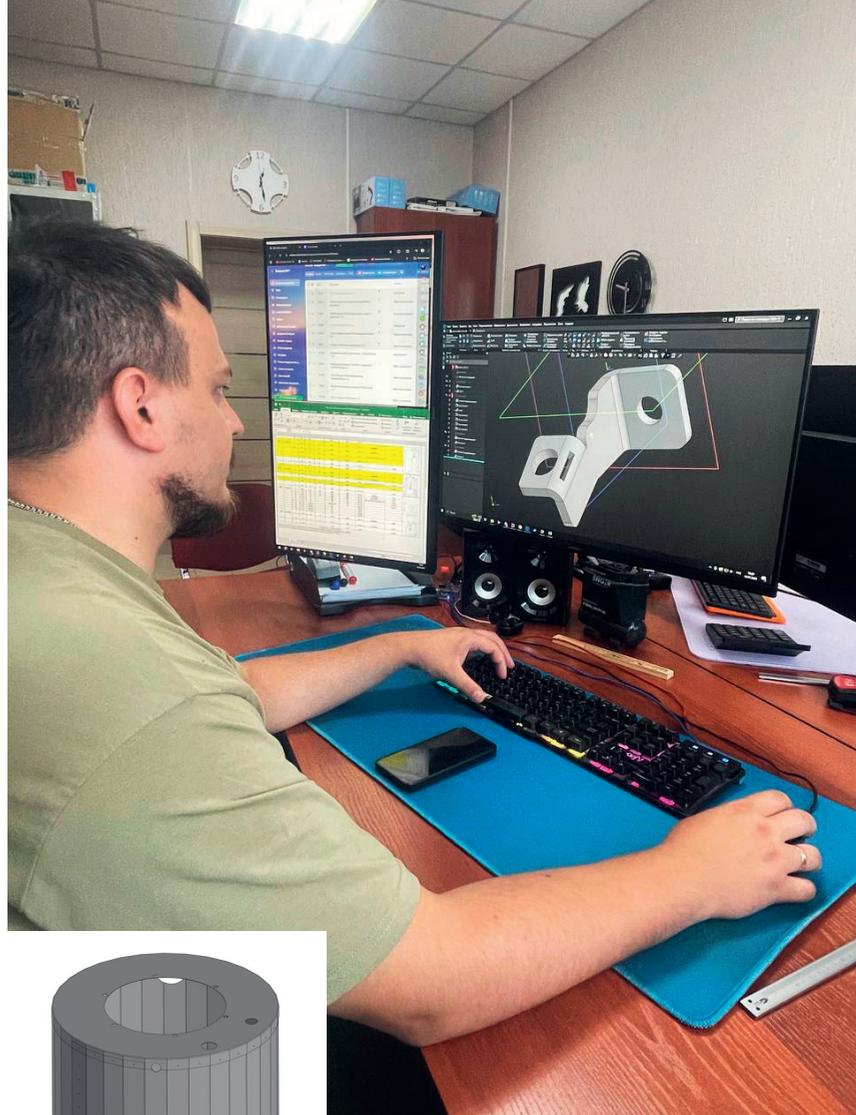
– Возможность создавать что-то новое с нуля, думать, придумывать решения, видеть, как из идеи получается реальная вещь. Например, котёл можно сделать обычным, а можно спроектировать так, чтобы он был удобным, красивым и функциональным. Когда видишь готовое изделие и понимаешь, что к этому приложил руки и голову, – это даёт кайф.

– **Вы ведь недавно выиграли конкурс для самозанятых «Лучший предприниматель Барнаула»?**

– Да, занял первое место в номинации «Самозанятый года», приз был 100 тысяч рублей, которые вложил в мощный 3D-сканер. Это стало подтверждением, что я на правильном пути и что государство поддерживает тех, кто делает своё дело с любовью.

– **Планы на будущее?**

– Расширять сотрудничество, искать крупные проекты, постепенно масштабироваться. Возможно, соберу команду, если объёмы возрастут. Инженерное дело – это профессия с будущим, и я хочу, чтобы об этом знали больше предпринимателей.



Самозанятый Морозов Н.А.

**Услуги инженера-конструктора,
реверс-инжиниринг (обратная разработка),**

3D-печать, 3D-сканирование

г. Барнаул, ул. Гридасова, 15, офис 104

☎ Тел. +7 983 182 55 75 (рабочий номер)

🌐 e-mail: moska.kowarna@gmail.com

Сайты проектов (где участвую):

<https://azoti.ru/>

(Азот Индустрия – производство оборудования для удобрений)

<https://molkom22.ru/>

(ООО «Молком» – производство оборудования для пищевой, фармацевтической, пивоваренной, химической промышленности, а также услуги лазерной резки и гибки металла)

УКРАШЕНИЯ, В КОТОРЫХ СЛЫШЕН ГОЛОС ЖЕНЩИНЫ



Сегодня купить украшения можно хоть на заправке, хоть в пару кликов на маркетплейсе. Но зачем женщине кольцо или серьги, если она не чувствует, что они – про неё? Украшения как способ сказать миру: «Я знаю, кто я, и не боюсь этого». Юлия Чехова, основатель и дизайнер бренда Brand 17.01 из Барнаула, создаёт кольца и серьги, которые помогают женщинам не прятаться за шаблонами, а заявлять о себе с достоинством.

– Юлия, сегодня украшения продаются везде – в магазинах, онлайн, в супермаркетах. Зачем тогда ваши, авторские?

– Моё украшение живое. Оно несёт энергию, в нём чувствуется рука человека, который это создал. На маркетплейсах это просто вещи, они мёртвые, а у меня – это история, идея, энергия. Я сама разрабатываю, формирую каждую деталь вручную. Дизайн уникальный, производство – не поток, и у людей, когда я рассказываю, как всё создаётся, возникает желание иметь именно такую вещь.

– А что именно вы производите? Что входит в вашу линейку?

– В основном это серьги, кольца, иногда броши, чокеры – украшения, которые можно носить каждый день и которые подчеркивают индивидуальность. Все изделия – ручной работы, уникальные. Материалы – латунь и бронза, иногда добавляю вставки из натуральных камней, жемчуга Swarovski. Мне нравится, что металл пластичный, даёт свободу формам.

– А как вообще началась история Brand 17.01?

– Всё началось с броши-попугая! *(смеётся)* Я училась в Ярославле на курсах вышивки высокой моды, освоила технику золотого шитья, создала эту брошь и вернулась в Барнаул. На время отложила это, но потом поняла – хочу создавать украшения дальше. Помните бум брошей в 2018–2019? Я тоже участвовала, но быстро поняла, что два дня над одной брошью – это не моё. Стала искать металл. Хотела учиться во Флоренции, но группа не набралась, тогда нашла школу в Москве по работе с металлической глиной – порошковому спеканию. Первый курс прошла в конце 2019-го. В 2020-м открыла мастерскую, а в 2022-м уже пошли выставки, масштабировалась, набила руку.

– Вы работаете с каким-то особенным материалом, правильно? Чем он уникален и почему вы выбрали именно его для своих украшений?

– Да, Metalclay – это металлическая глина Японии, разработанная на заводе Mitsubishi. По сути, это порошок металла, который, разведённый дистиллированной водой, превращается в глину. Из него можно лепить любые формы, а затем изделие сушат и обжигают при температуре от 580 градусов и выше.

В итоге получается настоящее украшение из латуни или бронзы – без сложных этапов восковки и литья. Для меня это творческая магия с безграничными возможностями.

– Кто в основном ваши клиенты? По вашим словам, это явно люди с определённым мировоззрением, ценностями и особым подходом к жизни.

– Мои клиентки – уверенные женщины за 30, которые не гонятся за модой, а выбирают украшения, отражающие их лич-



ность и силу. Это бизнес-леди и профессионалы, для которых украшения – часть их истории, а не просто аксессуар. Они предпочитают ручную работу, латунь и бронзу вместо «золота ради галочки», чтобы заявить: «Я есть, и я не боюсь быть собой».

– Судя по вашему подходу и уникальности изделий, вы явно не работаете в бюджетном сегменте.

– Конечно. Стоимость изделий начинается от 5 тысяч рублей. Есть украшения и дороже, если это индивидуальный заказ с редкими элементами.

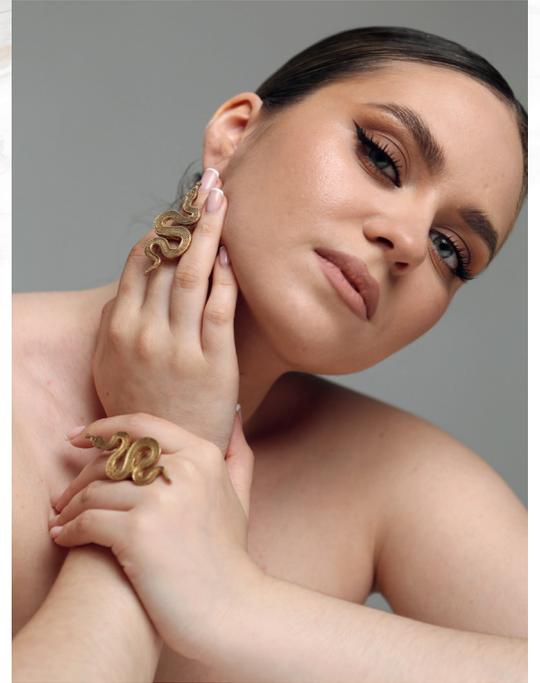
– Часто говорят, что украшения – просто вещи. А вы действительно считаете, что ваши кольца и серьги могут менять судьбы? Бывали ли у вас случаи, когда женщина надевала ваше украшение, и её жизнь менялась кардинально?

– Я в это искренне верю. Многие мои клиентки говорят: «Как только я надела твоё кольцо, всё изменилось». Кто-то встречает любовь, кто-то начинает зарабатывать больше. Может, это звучит как эзотерика, но энергия творца действительно передаётся, влияет на человека. Украшение не просто аксессуар, это напоминание миру и себе самой: «Я есть, и я сильна».

– Что сейчас в тренде в мире украшений?

– Геометрия, авторские формы, но всё очень индивидуально. В Новосибирске у меня зимой раскупали серьги-ракушки. Мои





топ-продажи – это серьги и кольца. Кто-то выбирает змей, ящериц, кто-то классику. Украшение должно отражать характер.

– Мне кажется, ваши ценности, стиль и подход здесь мало востребованы. В Барнауле многим пока сложно выйти за рамки привычного.

– Честно, на Барнаул я мало работаю, большинство клиентов – Новосибирск, Кемерово, иногда Москва, Питер. Там женщины чаще понимают ценность украшений, которые сделаны руками и с душой, а не просто штампуются. Там золото уже мало кого удивляет, а хочется чего-то авторского.

– А как насчёт зарубежных клиентов? Они есть?

– Да, есть клиенты из Казахстана и Америки. Однажды клиентка рассказывала, что сняла крестик и носила мой чокер 24/7, даже ночью, пока он не порвался. Для неё это было гораздо больше, чем просто украшение. Такие истории заставляют по-новому смотреть на свою работу.

– Насколько сложно, на ваш взгляд, мастерам из Алтайского края заявить о себе на более широком рынке, как это сделали вы?

– Барнаул – хороший и уютный город, но площадок для продвижения украшений пока мало. Я участвовала в выставке «А-Алтайское», провожу мастер-классы, но таких событий явно недостаточно, поэтому с самого начала искала возможности в Новосибирске, потом в Москве – там, например, вошла в семерку лучших на конкурсе JUNWEX с кольцом-черепахой.

Что касается международного опыта, в 2021 году я была на Dubai Fashion WEEK. Сначала думала, что это будет формальность, но быстро поняла: никто тебя вести за руку не будет, если хочешь расти – нужно действовать самой. Этот урок стал для меня ключевым. В 2024 году меня пригласили на выставку в Италию, причём не просто за деньги, а потому что мой дизайн действительно оценили.

– Вы создаёте украшения, подчеркивающие женскую природу. Что думаете о том, что каждая женщина роскошна? Сегодня женщины про себя это помнят?

– Скажу так: женщины часто забывают, что они роскошны, просто потому что родились женщинами. И я это тоже иногда забываю, потому что много работы, поездок, дел и радовать себя времени нет. Но надо. Не «должна» даже, а надо радовать и баловать себя, напоминать себе, что вы красивы и достойны. Это может быть маленькая вещь – купить себе цветы, надеть украшение без повода, позволить себе выйти на прогулку, остановиться и вдохнуть. И важно помнить, что всё в наших руках: вернуть женщину женщине может только она сама. И украшения – это не про блеск, это про напоминание, что мы прекрасны, сильны и можем создавать красоту вокруг себя и внутри.

– А вы сами не боитесь носить выделяющиеся украшения?

– Иногда боюсь, как и все. *(улыбается)* Но мои украшения для тех, кто хочет выйти из тени. Иногда перемены начинаются с малого – с кольца, которое выделяет тебя.



Brand 17.01

г. Барнаул, пр. Калинина, 37б.

офис 501



Тел. 8 (960) 944-41-68



e-mail: Brand17.01@icloud.com

ОТ МАЙОРА ПОЛИЦИИ ДО МАСТЕРА РУЧНОЙ РАБОТЫ: КАК АКСАНА ЕРМАКОВА СОЗДАЁТ ДЕРЕВЯННЫЕ ШЕДЕВРЫ ДЛЯ ЗВЁЗД И ПРЕЗИДЕНТОВ

Аксана Ермакова – женщина, которая сумела изменить свою жизнь кардинально. Из майора полиции, старшего следователя по особо важным делам она превратилась в мастера ручной работы по дереву, чьи изделия попадают в руки самых известных людей России и даже президента Турции. Как такое возможно? Мы поговорили с Аксаной, чтобы понять, как один человек может из профессионала в юриспруденции превратиться в творца, чьё имя теперь связано с эксклюзивными кухонными изделиями из массива дерева.



Аксана Ермакова,
женщина-столяр
Творческой мастерской
«ЗАТЕЙНИЦА»

– Аксана, у вас уникальный путь – от майора юстиции до мастера ручной деревянной посуды. Расскажите, как вообще такое возможно? Что вас заставило оставить всё и погрузиться в дерево?

– После службы в правоохранительных органах я долго искала себя. Много пробовала – вязание, декупаж... Но всё изменилось, когда мой муж начал помогать мне с деревянными заготовками для мастер-классов. Мы стали вместе делать кухонную посуду, и это переросло в дело всей жизни. К сожалению, муж ушёл из жизни в 2020-м, и с тех пор я продолжаю творить одна с любовью и уважением к нашему общему делу.

– Столяр – профессия, которая у многих ассоциируется с мужчинами. Как вы справились с тем, что теперь всё приходится делать одной, без мужа, который был профессионалом?

– Было сложно, конечно. Инструменты тяжелые, техника – это отдельная наука. Пришлось самой учиться всему с нуля. Порой устаю до черноты, руки болят, фрезер на шесть килограммов – это не лёгкая игрушка. Но, знаешь, это как медитация – когда видишь, что задуманное получилось, усталость растворяется. Главное – терпение и любовь к своему делу.

– А что именно вы сейчас производите? Какие изделия идут в основную линейку?

– В основном это посуда – тарелки для подачи и сервировки, менажницы, соусники. Бывают классические формы, а бывают авторские, которые я сама придумываю. Иногда делаю разделочные доски, но они меня уже не так вдохновляют – предпочитаю что-то посложнее, с оригинальным дизайном.

– Расскажите, как вы пришли к выбору именно этих пород дерева? Почему не сосна, например?

– Сосна – мягкое дерево, и оно быстро портится, царапается, крошится. А я хотела, чтобы изделия служили долго и были настоящими помощниками на кухне. Дуб, ясень и орех – твёрдые, но при этом приятные на ощупь и красивые. С ними сложнее работать, но результат того стоит.

– Сколько времени уходит, например, на обычную тарелку? Бывает, что работа занимает несколько дней?

– Да, простая тарелка – от двух до трёх часов. Полчаса – вырезание, остальное – шлифовка и отделка. А вот сложные, объёмные изделия могут делать и по два дня. Инструмент сильно вибрирует, руки устают, надо делать перерывы, чтобы не получить травму. Тут и физика, и терпение – и не каждому это под силу.



– Ваши работы сейчас у таких знаменитостей, как Николай Расторгуев и Леонид Якубович. Где произошёл тот самый поворотный момент, после которого ваша посуда вышла на такой уровень?

– Случайность, как любят говорить, но я верю, что случайности не случайны. Началось всё с Барнаула, с выставок и ярмарок. Потом познакомилась с Кристиной Гагулиной – она известный предприниматель и общественный деятель, ей очень понравились мои работы, и она стала продвигать их. Сделала посуду с её логотипом, она возила их на разные мероприятия и дарила знаменитостям. Так мои изделия дошли до известных людей, в том числе и к Расторгуеву, Якубовичу, а также в семьи президентов и шейхов.

– Судя по всему, у вас не самый бюджетный сегмент. Расскажите, сколько примерно стоят ваши работы? Это доступно или все-таки премиум?

– Да, ценник у меня от полутора до пяти тысяч рублей. Для ручной работы и натурального дерева – вполне адекватно. Многие считают, что за ручную работу и натуральные материалы это справедливо, иногда даже дешево. Посуда ручной работы – это качество, уникальность и долговечность. За такие изделия готовы платить те, кто ценит настоящее.

– Покупатели у вас уже далеко за пределами Барнаула, правильно?

– Да, география у меня достаточно широкая – это крупные города России, такие как Москва, Новосибирск, Санкт-Петербург, Красноярск, Сочи, Краснодар. Есть и зарубежные клиенты – Италия, Испания, Франция, США. Для многих это не просто утилитарные вещи, а статус, часть образа жизни, экологичный и стильный подарок.

– А какую работу вы помните лучше всего? Что вас тронуло?

– Самая запоминающаяся – с американским орехом. Его стружка пахнет йодом, цвет – как тёртый шоколад. Когда пропитываешь маслом, рисунок раскрывается – прямо магия. Такое дерево не забыть.

– Бывали ли заказы, от которых отказывались? Что сложнее – угодить клиенту или самой себе?

– Заказы с нереальными требованиями – да, такие сложные. Приходится объяснять, что дерево живое и капризное. Но люблю вызовы – недавно делала «хамонеру» – подставку для хамона. Пришлось разбираться в теме, чтобы сделать достойно.

– Сегодня в Интернете и на маркетплейсах полно дешевой посуды – за 500, 1000 рублей. Кто покупает ручную работу? Наверняка это люди с особыми ценностями и мышлением.

– Абсолютно. Это люди, которые ценят качество и эстетику. Творческие, внимательные к деталям, которые понимают, что такое настоящий ручной труд. Им не важна низкая цена – они знают, что за ней скрывается недолговечность и бездушность. Они бережливы и прагматичны: посуда из моего дерева служит десятилетиями, не трескается, не лопается.

– Планируете ли вы передать своё мастерство? Или, может, ищете партнёров, чтобы ваше дело не остановилось?

– Желающих продолжить дело в семье нет, к сожалению. Но уже есть мысли о партнёрах и учениках – недавно был парень из колледжа, которому понравился мой нестандартный подход. Я не классический столяр, я работаю от души.

– И, наконец, мечта. Есть ли у вас такая, о которой вы боитесь даже вслух сказать? Что хотели бы увидеть или сделать, если бы всё было возможно?

– Мечта – чтобы мои изделия жили долго, вдохновляли и находили своих людей. Главное – оставаться за инструментом, пока хватает здоровья. А ещё... Я мечтаю встретиться с моим любимым певцом – Николаем Расторгуевым. Хотя это не связано с работой.

Творческая мастерская «ЗАТЕЙНИЦА»

Тел. +7 (913) 095-14-18

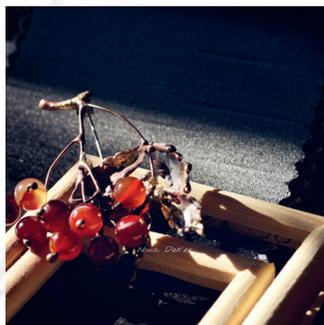
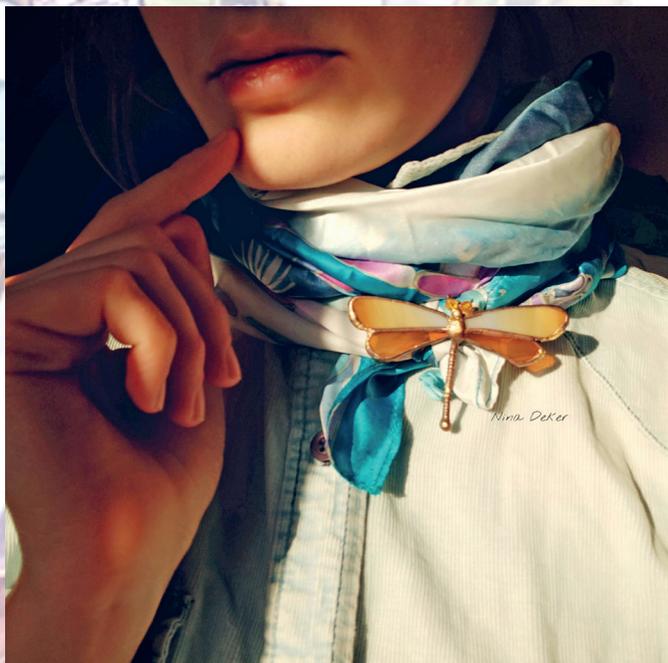
Соцсети:

 <https://vk.com/zateinica22>

 https://t.me/tm_zateinica

НЕ ДЕЛАЮ ВЕЩИ, ДЕЛАЮ ИСКУССТВО

В мире, где всё массово повторяется и теряет индивидуальность, найти нечто уникальное – та еще задача. Люди всё чаще ищут вещи, которые не просто сделаны, а настоящие – с историей, с душой. В Барнауле есть мастерская, где витражи превращаются в живое искусство, а украшения становятся не просто аксессуарами, а частичками света. Нина Декер, создавая эти уникальные работы, не боится выходить за рамки привычного и делать то, что вдохновляет. Этот разговор о том, что делает мир вокруг нас настоящим и ярким.



– Нина, мы живём в мире массмаркета, где почти всё производят быстро и дешево. Как вам удаётся оставаться в мире уникальных, ручных работ?

– На самом деле, сейчас наоборот: люди начинают ценить уникальность. Когда заказывают у меня работу, они не просто получают вещь, а кусочек искусства с душой. Это не массовое производство, а нечто настоящее. В мире однообразия люди всё больше ищут что-то яркое и живое, и мастера, как я, дают им именно это – уникальные работы, которые нельзя повторить. Крафтовое производство и ремесленничество становятся трендом, и это наш шанс.

– Сейчас у вас своя витражная мастерская в Барнауле. Как для вас вообще началась эта история? Почему именно стекло?

– Все началось в 2017 году, когда я осознала, что хочу работать с этим благородным материалом. Мне всегда нравилась игра с цветом и светом. Стекло – это живой материал, который меняется в зависимости от освещения. Мне было интересно создать что-то, что не просто стоит на полке, а действительно меняет атмосферу вокруг. Витражи стали моим способом воплотить это желание.

– А вы обучались этому ремеслу или это был процесс самообучения?

– В основном самообучение. Я черпала знания в Интернете, смотрела мастер-классы, общалась с другими мастерами. Конечно, было много ошибок, но это часть пути.

– У вас два направления: витражи и украшения. Как они сочетаются?

– Да, верно. Я работаю и с украшениями, и с интерьерными работами. И серёжки, и кулоны, и витражи, панно, зеркала, флорариумы и многое другое. Это два разных мира. Украшения – более личные, витражи – пространственные. Но и там, и там важно внимание к каждой детали.

– Витражи сегодня – это скорее нишевый продукт, не для массового рынка, а для людей, которые действительно ценят уникальность. Как бы вы описали портрет своего клиента? Чем он живёт? Это ведь не просто покупка, а целый выбор образа жизни, верно?

– Абсолютно. Клиенты очень разные, и это всегда интересно. Кто-то покупает витражи, чтобы показать свое положение или успех. А кто-то – чтобы окружить именно себя чем-то уникальным и красивым, для личной радости. Ко мне обращаются



Нина Декер,
руководитель витражной мастерской





совсем разные люди, но чаще всего это те, кто так или иначе связаны с искусством – либо сами художники, театральные работники, например, либо ценители. Это люди, которые знают, как важно окружать себя тем, что вдохновляет.

– **А какие факторы заставляют их выбирать именно витражи?**

– Во-первых, это стекло – чистый и светлый материал. Во-вторых, витражи не просто декор, а произведение искусства. И, конечно, они вносят особую атмосферу в пространство, становятся его частью.

– **Сколько времени уходит на создание витража?**

– Зависит от сложности. Простые формы – быстро. Но вот когда каждая деталь, каждый лепесток требует внимания и ручной работы – процесс затягивается. Сейчас у меня на столе витраж размером 1,2 на 0,4 метра. Уже неделю делаю и ещё не закончила, при том, что это одна половина.

– **У вас были заказы от известных людей или компаний? Можете привести примеры?**

– Да, были интересные заказы. Например, я создавала работы для ректора пединститута, для подарков иностранным гостям на форумах. Это очень приятно, когда твоя работа становится частью значимых событий.

– **Вы используете технику Тиффани. Насколько сложно её освоить?**

– Да, вначале было трудно, информации в Интернете почти не было и нет сейчас, приходилось учиться на практике. Это не просто работа со стеклом, но и умение сочетать различные навыки: от понимания химии до дизайна. Каждый проект – новый вызов с обилием нюансов, которые нужно учитывать.

– **Витражи, как мне кажется, традиционно ассоциируются с церковным искусством или чем-то древним. Как их вписать в современный интерьер, чтобы это не выглядело как музейный экспонат?**

– Легко. Например, это могут быть геометрические фигуры, абстракции или объемные композиции. Главное – правильно подобрать форму и цвет, чтобы витраж гармонично сочетался с остальным интерьером.

– **Где вы берете материалы для работы?**

– Стекло я закупую через поставщиков в Америке, Мексике, Франции, потому что в России не производят художественное стекло. Но все больше материалов, таких как химикаты, металлические конструкции, начинают производить в России.



Многие мастера по необходимости или для поддержки начали использовать отечественные компоненты, и это стало отличной альтернативой.

– Ваши работы явно не для низкого ценового сегмента. Сколько они стоят?

– Зависит от материалов и сложности. Броши от 1000 рублей, но если в работе натуральные камни или жемчуг, то дороже. Витражи – от 45 000 рублей за квадратный метр, конечно, цена может значительно увеличиться в зависимости от сложности и используемых материалов – каждый проект просчитывается индивидуально.

– В творческих профессиях, по-моему, без вдохновения просто невозможно работать. А где вы его берете?

– Вдохновение, на самом деле, везде. Главное – не перегружать себя и быть открытым к миру. Это и мои растения, и природа, и, конечно, искусство других людей, как современников, так и классиков. Выставки, музеи – они всегда открывают новые горизонты и идеи.

– У многих предпринимателей есть правило – не брать заказы, которые не радуют. Есть ли у вас такое правило?

– Да, конечно. Если проект не зажигает, если не чувствую с ним душевной связи, то не возьмусь. Творчество – это не конвейер, а энергия, которую надо направить в правильное русло.

Иногда я могу уступить в цене или материалах, если тема цепляет, но если нет – лучше сказать нет и не тратить ни своё, ни чужое время.

– Творчество, конечно, не про стабильный доход. Как вы относитесь к этому?

– Да, это так! Но, знаете, мне кажется, именно нестабильность – это часть магии творчества. Каждый день – как новый шанс, и ты не можешь предсказать, какой проект вдохновит тебя или насколько он принесет доход. У меня нет стабильности в классическом смысле, но я научилась балансировать между удовольствием от работы и финансовыми моментами. Главное – не терять страсть!

– А как понять, твое ли это?

– Творчество – это всегда поиск. В какой-то момент одно направление – твой путь, а потом этот путь может повернуть, разветвиться, сузиться, всячески непредсказуемо меняться. Это просто новый этап.

Витражная мастерская Нины Декер

г. Барнаул, ул. Дёповская, 10

☎ Тел. +7 (960) 940-39-69

🌐 Сайт: <https://taplink.cc/ninadeker>

ЯРКИЕ СОБЫТИЯ ТЕКУЩЕГО ГОДА



Производители города Барнаула представили свою продукцию на Международной выставке «Продэкспо – 2025»



Золотой медалью и дипломами удостоена продукция индивидуального предпринимателя Каныгина А.А., выпускаемая под ТМ «Бродич».



АО «Барнаульский молочный комбинат» получил золотые медали и дипломы международного конкурса «Лучший продукт – 2025» за 7 видов сыра. Своим товаром отличилась и компания «Киприно» – получены золотые медали и дипломы за сыры и сливочное масло

Предприниматели города награждены в преддверии Дня российского предпринимательства, в том числе победители конкурса «Лучший предприниматель города Барнаула»



В Барнауле прошло тематическое мероприятие – ярмарка «Выбирай свое!» в рамках празднования Дня российского предпринимательства



Выездное заседание Координационного совета предпринимателей города на производственной площадке ООО «ТД Комплекс Агро»



Барнаульская специализированная продовольственная ярмарка выходного дня стала победителем всероссийского конкурса «Торговля России – 2025»



Награждены лучшие работники торговли в рамках профессионального праздника - Дня работника торговли



Награждены победители ежегодного городского конкурса «На лучшую организацию работы по охране труда»



Состоялось заседание городской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений на базе Алтайского территориального управления Западно-Сибирской железной дороги



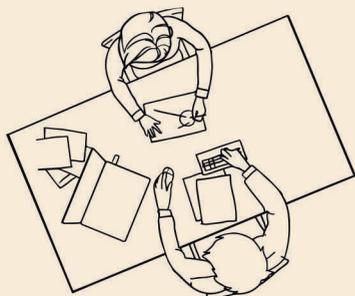
ЭКСПОРТ

**мой
бизнес**
Алтайский край



ОБУЧЕНИЕ

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕГО БИЗНЕСА



СОЦИАЛЬНЫЙ
БИЗНЕС

ФИНАНСОВАЯ
ПОДДЕРЖКА

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
И КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

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

ПОДДЕРЖКА СОЦИАЛЬНОГО БИЗНЕСА

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



МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА

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



ЭКСПОРТНАЯ ПОДДЕРЖКА

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



ОРГАНИЗУЕМ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКАХ И БИЗНЕС-МИССИЯХ
НА ТЕРРИТОРИИ РФ



ПОЛЕЗНЫЕ КОНТАКТЫ

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

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

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

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

Государственная поддержка экспорта

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

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

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

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

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



Задай вопрос!
на официальном
интернет-сайте города



Страница комитета
по развитию
предпринимательства,
потребительскому
рынку и вопросам труда

**НАД ПРОЕКТОМ
РАБОТАЛИ:**

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

Наталья Кротова,
Наталья Крылова,
Алина Постникова,
Анастасия Чебакова

Подписано в печать 15.08.2025 г.
Тираж 1300 экз. Заказ № 367138.
Отпечатано в типографии «Золотой тираж»
(ООО «Омскбланкиздат»),
644007, г. Омск, ул. Орджоникидзе, 34, тел. 212-111,
www.золотойтираж.рф

12+