

ЧИТАЙТЕ В НОМЕРЕ

Инструменты развития

Участники конференции «Бизнес - 2017» обсудили актуальные вопросы экономического развития области.



стр. 12

Точки роста промышленности

Экспертная группа представила врио губернатора области Дмитрию Миронову свои предложения.



стр. 8



стр. 16



стр. 34



стр. 48

Фабрика будущего

НПО «Сатурн» стало пилотной площадкой реализации программы Национальной технологической инициативы.

Куем железо, красоту и знания

Молодые ярославские бизнесы, которым не страшна конкуренция.

Исторические хроники

Истоки отечественного дизелестроения.

СОБЫТИЯ

- Регион в цифрах **3**
 Облако тэгов **4**
 Инструменты развития.
 Конференция «Бизнес - 2017» **12**

СТРАТЕГИЯ

- Точки роста промышленности **8**
 Фабрика будущего
 в Ярославской области **16**
 Кризиса нет, есть возможности **40**

НОВЫЕ ЧЛЕНЫ ПАЛАТЫ

- АО «Шенкер» **31**

ИСТОРИЧЕСКИЕ ХРОНИКИ

- Истоки отечественного
 дизелестроения **48**
 Символ ярославских
 грузовиков **55**

ТЕНДЕНЦИИ

- 20** Финансы под контролем
30 Свидетельства на товарный знак
43 Центр экспорта Ярославской
 области

ПРАКТИКА

- 22** Бизнес-новости
26 По упаковке встречаются...
32 Разрешить конфликт
 с помощью примирения

ИНИЦИАТИВЫ

- 34** Куем железо, красоту и знания
44 Акции как один из самых
 эффективных маркетинговых
 инструментов
56 Коммерческие
 предложения

Главный редактор
 Лавров В.А.

Ответственный редактор
 Пащенко Е.А.

Дизайн и верстка
 Абрамова С.В.

Рассылка
 Боброва Т.Н.
 тел: (4852) 21-62-61

Над номером работали:
 Вишневская А.О.

За достоверность рекламной
 информации редакция
 ответственности не несет.
 Мнение авторов статей может не
 совпадать с мнением редакции.
 При использовании материалов
 ссылка на журнал обязательна.

Отпечатано в ООО «Полиграфия»:
 Ярославль, ул. Республиканская, 61

Тираж 1000 экз.

Дата выхода в свет: 28.02.2017
 Распространяется бесплатно
 Издание зарегистрировано
 Верхне-Волжским
 межрегиональным
 территориальным управлением
 МПТР России 29.01.2003

Регистрационный номер ПИ
 №5-0617

№1 (141)
 январь-февраль 2017

Адрес редакции и издателя:

150014 г. Ярославль,
 ул. Свободы, 62
 тел: (4852) 32-88-85
 тел: (4852) 21-79-72

Учредитель: ЯрТПП



e-mail: prestpp@yartpp.ru
 e-mail: vestnik@yartpp.ru
 www.yartpp.ru

РЕГИОН В ЦИФРАХ

75%

руководителей компаний Ярославля и области – **мужчины**. Такой вывод сделала компания HeadHunter, проанализировав около 6 тыс. резюме топ-менеджеров. Чаще всего **мужчины-руководители выбирают для работы сферу продаж (44%), производство, технологии (31%), управление малым бизнесом (24,7%), строительство и недвижимость (15%), управление закупками (14%)**. Средний оклад, который хотят получать мужчины на должности топ-менеджера, составляет не менее **90 тыс. рублей в месяц**. Женщины-руководители в среднем претендуют на 65 тыс. рублей.

650

млн рублей из федерального и областного бюджетов пойдут на реализацию **губернаторского предвыборного проекта «Решаем вместе»**. Муниципальные образования, для того чтобы принять участие в этом проекте, должны до 1 апреля представить заявки от населения и предусмотреть в местных бюджетах средства в размере **5%** от проектов, обозначенных в заявках. Самые большие суммы – **387 млн рублей и 220 млн рублей** – правительство собирается направить на благоустройство дворовых территорий и поддержку местных инициатив.

150

млн рублей кредита возьмет ярославская мэрия для покрытия действующего долга. Планируется в ходе аукциона «уронить» процентную ставку **до 10%**. Если же участники аукциона не пойдут на снижение, возможно, Ярославлю придется перекредитовываться **под 13% годовых**.

50

млн рублей вложил в город в 2016 году Фонд содействия развитию Ярославля. Средства меценатов, в том числе, членов ЯрТПП, были направлены как на благоустройство города, так и на проведение имиджевых для Ярославля мероприятий – в том числе, на праздничное оформление города к Новому году.

34.2%

На **до 32,3 млрд рублей** увеличило годовую выручку НПО «Сатурн». При этом чистая прибыль компании в 2016 году составила **617,9 млн рублей**.

2

млрд рублей планирует инвестировать в Ярославскую область в ближайшие 5 лет компания Газпром. В рамках программы газификации области построят более 570 км новых газопроводов, в результате чего топливо получат более 7,5 тыс. домовладений.

11

тыс. лет в общей сложности провели на больничном жители Ярославской области в 2016 году. Общая сумма выплат по временной нетрудоспособности составила **2 млрд 738 млн рублей**. А экономика региона недополучила за год **12,8 млрд рублей** дохода.

228.4

млрд рублей составил объем привлеченных банковским сектором Ярославской области средств в 2016 году. Основной рост пришелся на вклады населения – за год они увеличились на **7,3 млрд рублей** до **177,3 млрд рублей**. Депозиты юридических лиц также показали положительную динамику: их объем на конец 2016 года составил **20,5 млрд рублей** против **15,5 млрд рублей** годом ранее.

ОБЛАКО ТЕГОВ

#Про бизнес за чашкой кофе

Вице-президент ЯрТПП Наталья Рогоцкая побеседовала с предпринимателями в рамках бизнес-завтрака, организованного Ассоциацией «Бизкон». Формат бизнес-завтрака давно пользуется популярностью в ярославской бизнес-среде. Непринужденный разговор за чашкой кофе стирает многие условности и позволяет уже через пять минут быть уверенным, что вокруг – компания старых знакомых. Для Ярославской ТПП все предприниматели – в первую очередь соратники и друзья, и прошедший бизнес-завтрак стал тому полным подтверждением.

Много говорили о том, что ЯрТПП – это «история» обо всем бизнесе, как крупном, так и малом, причем доля малых предприятий среди членов ЯрТПП – наибольшая. **Наталья Рогоцкая** рассказала о ежедневной работе ЯрТПП по решению множества вопросов, возникающих у малого бизнеса, и не просто обобщенно, а о тех вопросах, которые сегодня стоят на повестке дня работы палаты – например, о вопросах, связанных с изменениями в экологическом законодательстве, которые затронут всех членов предпринимательского сообщества.

Акцент был сделан на работе с членами палаты через профильные комитеты ЯрТПП, участие в которых дает возможность предпринимателям сформулировать свои вопросы к контролирующим и властным органам, выработать консолидированную позицию.

Самый главный итог встречи – это полная решимость участников вступить в ЯрТПП.

#В Дагестан – по Волге

Ярославскую область посетила делегация Республики Дагестан во главе с министром промышленности и торговли РД Юсупом Умавовым. В программу визита вошли: встреча с зампредела Правительства области Валерием Холодовым, посещение завода «Русские краски» и встреча с представителями ярославского бизнес-сообщества в ЯрТПП.

Председатель комитета развития промышленности регионального департамента инвестиций и промышленности **Сергей Полищук** познакомил дагестанскую делегацию с основными показателями и тенденциями развития промышленности области. Индекс промышленного производства составил по итогам 2016 года 107,1%. Объем отгруженных товаров вырос на 107,4%.

Гости уже знакомы с ярославскими товарами – к примеру, с продукцией компании «Русские краски». А вот шоколад, чай и кофе фабрики «Собрание» знают, но не подозревали, что предприятие находится в Ярославской области.

Министр промышленности и торговли РД, отметив, что доля промышленности в валовом региональном продукте Ярославской области впечатляет (около 30% против 6,3 в ВРП Дагестана), привел не менее впечатляющие данные по динамике промышленности в Дагестане в 2016 году. Так, индекс промышленного производства в 2016 году в РД составил 136,3%, при этом машиностроение и обработка выросли на 62%, обрабатывающие производства – на 42%, а объем отгруженных товаров собственного производства увеличился на 25%.

«В рамках подписанного соглашения нам хотелось бы сотрудничать с вами по локализации производства узлов, комплектующих на наших предприятиях, — высказал пожелание **Юсуп Умавов**. — Также, если вы планируете выход на новые рынки, мы можем интегрировать ваше предприятие – найти на нашей площадке хорошее место, чтобы вы могли внедрить свою технологию и освоить наш рынок».

Ярославская сторона выразила заинтересованность в помощи Дагестана по выходу на рынки Азербайджана, Ирана и другие страны зоны Каспия.

«Главным трендом развития в следующие 3-5 лет может стать Волга, – сказал президент ЯрТПП **Сергей Кузенёв**. – Наши предприятия получают сейчас много обращений на виды продукции, которые можно транспортировать рекой. В первую очередь это лес, лесоматериалы, стройматериалы. При этом нам из Ярославля тяжело изучить азербайджанский рынок, понять добросовестность партнеров. Вам это сделать проще. Таким образом, северная продукция могла бы отправиться в Дагестан и дальше. А чтобы рейс был взаимовыгодным, можно организовать погрузку в обе стороны: плодоовощная продукция Азербайджана и Дагестана здесь очень нужна».

Все новости ЯрТПП – на сайте news.yartpp.ru

#Итоги и планы

1 февраля состоялось первое заседание Совета ЯрТПП в 2017 году. Со вступлением в Ярославскую торгово-промышленную палату Совет поздравил сразу четыре компании – две транспортные и две строительные. Членами палаты стали: ОАО «Ярославский речной порт», транспортно-экспедиционная компания международного значения АО «Шенкер»; ООО «Фора» – компания-застройщик, сочетающая инновационные подходы в строительстве и управлении жилым фондом; ИП Кординский Н.Г., специализирующийся на строительстве быстровозводимых зданий и сооружений ангарного типа.

Заслушав отчет президента ЯрТПП Сергея Кузенёва об исполнении финансового плана палаты за 2016 год, члены Совета утвердили план на текущий год. В ходе обсуждения показателей прошлого года был, в числе прочих, поднят дискуссионный вопрос о благотворительности. Хотя основная деятельность палаты не подразумевает участия в благотворительных акциях, в 2016 году силами ЯрТПП и членов палаты было спонсировано проведение елки в Губернаторском доме для детей из детских домов области.

Член Совета ЯрТПП Евгений Мухин предложил членам палаты и в дальнейшем действовать в целях благотворительности сообща – возможно, в рамках совместного благотворительного фонда. Это позволило бы членам палаты, в том числе, упростить взаимодействие с органами власти в части спонсирования городских и областных мероприятий.

Были затронуты также другие наболевшие с конца прошлого года проблемы регионального бизнеса – аттестация рабочих мест, частые проверки контролирующих служб, стоимость земли и имущества и в целом ориентация нового областного правительства на привлечение новых инвесторов, а не на поддержку уже работающих на территории области.

Члены Совета ЯрТПП ждут на последующих заседаниях новое руководство области для конструктивного диалога.

#В тренде агро- журналистика

3 февраля Союз журналистов Ярославской области подводил итоги 2016 года. В ходе праздничного заседания награды лучшим в профессии вручили представители областного правительства и Думы, мэрии и Экономического совета области, УМВД и прокуратуры, а также других ведомств и организаций. В том числе награды от ЯрТПП получили **5 победителей регионального этапа конкурса «Экономическое возрождение России».**

Этот конкурс проводится палатой совместно с Союзом журналистов уже не первый год. Он призван решать задачу стимулирования развития экономического направления в ярославской журналистике, объективного отражения СМИ проблем становления и успехов предпринимательства. И, как показал 2016 год, задача постепенно решается.

«В этом году очень много работ было подано на конкурс, – отметила **Ирина Пухтий**, председатель Региональной общественной организации «Союз журналистов Ярославской области». – Это хорошая тенденция – журналисты уже лучше стали разбираться в экономике, хотя острее эти проблемы ставить, привлекать больше специалистов, высказывать рекомендации и прочее».

В этом году дипломы и премии получили:

- **Елена Куликова**, корреспондент Угличского общественного телерадиовещания;
- **Владимир Кобылинский**, специальный корреспондент газеты «Городские новости»;
- **Борис Куфирин**, корреспондент газеты «Ярославский агрокурьер»;
- **Алексей Сырцов**, корреспондент газеты «Районные будни»;
- **Светлана Муравьева**, корреспондент газеты «Брейтовские новости».

Большинство материалов, присланных на конкурс, в этот раз были посвящены агропромышленному комплексу – крупным холдингам и семейным крестьянским хозяйствам, историям предпринимательского успеха, предприятиям, использующим прогрессивные технологии. Так что экономический тренд в регионе нашел отражение и в журналистике.

Работы победителей регионального этапа отправлены в Торгово-промышленную палату России для участия в федеральном этапе конкурса.

#Новый комитет при ЯрТПП

Торгово-промышленная палата продолжает работу по активизации профильных комитетов при ЯрТПП. На рабочей встрече с представителями Отделения по Ярославской области ГУ Центрального банка России были определены основные направления сотрудничества регулятора с вновь создаваемым Комитетом ЯрТПП по финансовым рынкам.

В планах деятельности Комитета – проведение за-

седаний по требующим особого внимания участников рынка вопросам: введение «натурального возмещения» в ОСАГО, способы противодействия киберпреступности, введение новых правил работы коллекторов, изменения на рынке лизинговых услуг. Первое заседание комитета состоится в марте.

Приглашаем членов палаты к активному участию в работе Комитета по финансовым рынкам!

#Труды прудовые

Год экологии начался в Ярославской области с беспрецедентного события – масштабного общественно-го обсуждения путей утилизации отходов одного из предприятий области. **26 января в ЯрТПП состоялось совещание по проблеме ликвидации кислородных прудов-накопителей ОАО «ЯНПЗ им. Д.И. Менделеева»** с привлечением представителей научного сообщества и предпринимателей, Правительства области и администрации Тутаевского района, прессы и общественных деятелей.

Разработчики из Ярославля, Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Воронежа и Московской области представили подробные презентации своих проектов.

В частности, ООО Научно-технический центр «Световит», работающий с ЯНПЗ им. Д.И. Менделеева с 2013 года, предложил применить крекинг для получения из кислородного гудрона энергии и стройматериалов. В настоящее время необходимая для этого установка уже создана и используется для переработки ТБО – для ее переоборудования нужны только добрая воля и время (6 месяцев). Компания «Экохим» из Воронежа сообщила об опытно-промышленных испытаниях своей пилотной установки по обезвоживанию и нейтрализации кислых гудронов путем тонкослойного крекинга в реакторе с получением товарной продукции (битум и печное топливо).

Представители Международного конгресса промышленников и предпринимателей ООО «Vektor-N», базирующегося в Долгопрудном, рассказали о передвижной установке химического разложения, для переоборудования которой потребуются всего 4 месяца. Были и другие предложения.

Представители ЯНПЗ им. Д.И. Менделеева также представили свою технологию нейтрализации кислородного гудрона и призвали разработчиков проектов, не стесняясь, обращаться к владельцам прудов за дополнительной информацией.

«Все разработки, которые мы сегодня услышали, требуют или доработки или дополнительного обсуждения, – высказал в конце заседания мнение научного сообщества **Владимир Макаров**, доктор технических наук, профессор кафедры охраны труда и природы ЯГТУ. – И первое, что мы должны сделать, – это разработать программу, как спустить кислую воду, находящуюся в прудах поверх гудрона. Главная тревога у нас сейчас – за состояние Волги и питьевых водозаборов. Сегодня 270 тыс. кубометров этой воды потихоньку стекает в нашу Волгу, что совершенно недопустимо».

«Это не последнее заседание, работа будет продолжаться, – заверил **Юрий Фирсов**, директор департамента охраны окружающей среды и природопользования Ярославской области. – Каждая технология имеет свои положительные и отрицательные аспекты. По результатам сегодняшнего рассмотрения мы в любом случае запросим с организаций проектные решения и представим их на рассмотрение экспертам. Поскольку проект состоит из нескольких этапов и необходима очистка прудов от трех составляющих (твердые донные массовые отложения, жидкий гудрон в середине и кислая вода наверху), мы рассмотрим и возможность привлечения нескольких организаций. Мы хотели бы в этом году определиться с выбором метода и приступить к первому этапу ликвидации накопленного ущерба на территории Ярославской области».

ЯрТПП: двери открыты!

22 февраля в ЯрТПП прошел День открытых дверей – день информативных презентаций и мастер-классов, чествования новых членов палаты и установления новых контактов.

«Торгово-промышленная палата Ярославской области – это, в первую очередь, ваша организация, — обратился к собравшимся президент палаты **Сергей Кузенёв**. – Это не департамент правительства области, не институт развития. Это ваша организация, призванная в первую очередь заниматься вашими вопросами – вопросами развития, сотрудничества, поддержки. Мы не говорим, что решим каждую вашу проблему здесь и сейчас, но однозначно скажу – если вы возьмете за правило при появлении проблем сначала приходить в палату и обсуждать их здесь, то вместе у нас получится найти тот эффективный путь,

который поможет эту проблему решить быстрее, чем если бы вы занимались ею индивидуально. Опыт такого рода у нас накоплен, и весьма обширный».

Вице-президент ЯрТПП **Наталья Рогоцкая** провела презентацию программы «Партнерство», которая позволяет членам палаты предоставлять друг другу перекрестные скидки и льготы на свои услуги и товары. А представитель ЗАО «ТЭК-Торг» рассказала о возможностях работы на электронных торговых площадках. Кстати, ЯрТПП достигнута договоренность об ускоренной регистрации ее членов на площадке ТЭК-Торг в течение двух часов.

После торжественного вручения членских билетов состоялись мастер-классы и неформальное общение за чашкой кофе.

#Как построить прибыль?

По итогам февральского заседания строительного комитета ЯрТПП в мэрию направлено письмо с рекомендациями по решению самых острых вопросов ярославского строительного комплекса. Впрочем, в адрес областных властей участники заседания тоже высказали ряд замечаний. В первую очередь, относительно статистики ввода жилья, которой руководствуются власти при составлении прогнозов.

«По нашему мнению и в 2017 году цифра ввода в эксплуатацию будет не маленькая, – сообщил **Виктор Жучков**, первый заместитель директора департамента строительства области. – Не рекорд, конечно, но в районе 500-600 тыс. кв.м будет точно».

Участники заседания, со своей стороны, возразили, что большая часть введенного жилья – это достраивание заделов трех-, пяти- и семилетней давности. Но уже к началу 2017 года многие застройщики снизили объемы строительства в два раза и более.

«Давайте мыслить жизненным циклом нашего продукта, – предложил генеральный директор ООО ГК «Ярстройзаказчик» **Александр Ерин**. – Инерция ввода сейчас обусловлена несколькими причинами. Во-первых, это отложенный спрос после 2008 года, во-вторых, взрывной спрос в связи с инфляционными ожиданиями после введения санкций, в-третьих, сбалансированная политика ярославских властей по борьбе с административными барьерами. Конкуренция за последние три-четыре года резко выросла, потому что в строительство было выгодно вкладывать. Но сейчас мы видим, что количество проданных квартир падает в разы – и маржинальность резко падает. Такого притока инвесторов в

этот бизнес, какой был четыре года назад, сейчас не будет. И через два-три года мы столкнемся с серьезными проблемами, которые сегодня не видны».

Участники заседания рекомендовали департаменту строительства иметь прогноз деятельности строительного комплекса на 2-3 года вперед.

По словам Виктора Жучкова сумма средств, выделяемых из бюджетов всех уровней на стимулирование приобретения жилья гражданами в 2017 году составит 710,7 млн рублей. Предполагается, что вместе с привлеченными небюджетными средствами поддержка достигнет 998 млн рублей.

Большинство вопросов, прозвучавших от участников строительного рынка, были связаны с дополнительными затратами на строительство парковочных мест, детских площадок и площадок для занятия физкультурой на территориях жилой застройки, которые возлагаются на строителей мэрией Ярославля.

С целью сохранения темпов строительства в городе строительный комитет ЯрТПП рекомендовал мэрии доработать соответствующие постановления. В частности, исключить дополнительные детские площадки и крупные спортивные площадки из требований для жилых домов с площадью квартир от 3 до 15 тыс. кв.м, а количество мест парковки, размещаемых на участке строительства принять от 10 до 20%, исходя из норм автомобилизации 250 автомобилей на 1000 жителей.

Также письмо комитета содержит рекомендацию мэрии Ярославля не вносить изменения в действующие в городе нормы проектирования в течение пяти лет.



ТОЧКИ РОСТА ПРОМЫШЛЕННОСТИ

14 февраля на Ярославском заводе порошковых красок участники экспертной группы «Промышленность» представили врио губернатора области Дмитрию Миронову свои предложения в программу стратегического развития Ярославской области «10 точек роста».

Текст: **Анастасия Вишневская**

Машиностроение, химия, транспорт

Открывая заседание, **Дмитрий Миронов** подчеркнул, что «промышленность региона – это системообразующий элемент экономики, на долю которого приходится треть валового регионального продукта, в котором занято около 30% трудоспособного населения. Мы должны максимально использовать конкурентные преимущества региона, мощный научно-технический потенциал, создавать современную технологическую базу и обеспечить сбалансированную структуру промышленности».

О результатах работы экспертной группы рассказал президент ЯрТПП **Сергей Кузнецов**. Участники группы, в состав которой вошли руководители промышленных предприятий, научных подразделений предприятий, представители образования и другие эксперты, проанализировали текущую ситуацию в промышленности. Результатом анализа стал многостраничный труд, в котором эксперты предложили стимулирование развития в части промышленности сосредоточить на машиностроении, химической промышленности, производстве химических изделий и сырья, фармацевтике и производстве строительных материалов.

Плюс задействовать, как отдельную подотрасль, транспортно-логистический сектор.

Что касается транспортно-логистической отрасли, здесь важно понять, как позиционировать Ярославскую область при общении с инвесторами – с учетом географического положения региона в створе транспортного коридора «Север – Юг». Эксперты рекомендовали правительству пообщаться с Минтрансом на тему создания и развития в Ярославской области транспортно-перевалочного узла грузов из стран Азиатского Региона и регионов Северо-Восточной, Северной и Центральной части России.



Ключевыми же факторами успеха промышленного развития экспертная группа считает: разработку и освоение производства принципиально новых продуктов на основе инноваций, активное участие в процессе импортозамещения и максимальное содействие экспорту с территории области.

Факторы успеха

1. Инновации. Продукты, которые находятся на рынке десятки лет, имеют минимальную рентабельность и высокую конкурентную среду. Поэтому экспертная группа, в том числе, проводила поиск продуктов, производство которых пока находится в начальной стадии. Например, производство композитов, смол, пигментов – сейчас в Ярославле есть отдельные предприятия, разрабатывающие это направление, но в основном эти продукты завозятся из-за рубежа. Между тем, такие производства могут иметь высокую добавочную стоимость и пока очень невысокую конкурентную среду.

2. Акцент на импортозамещении. В сочетании с акцентом на инновациях он должен дать хорошие результаты. При этом сегодня заметен и потенциал ярославских предприятий в этой сфере, и немалое количество проблем.

«Мы реально связаны с программами по импортозамещению, но за три последних года, когда это слово звучит, достижений, честно говоря, очень мало, - констатировал член экспертной группы, генеральный директор завода «Русские краски» **Валерий Абрамов.** – Хотя пример завода порошковых красок говорит о том, что можно иностранцев подвинуть, и рынок, который на 90% был иностранным, сегодня уже на

50% отечественный. Мы участвуем в программах, работаем с Минпромторгом, у нас есть объединение «Центролак», которое пытается решать стратегические вопросы в нашей отрасли. Проблем и вопросов много, и мы готовы за них браться».

3. Максимальное содействие экспорту с территории области. Это также экономически обоснованное требование – сегодня внутреннее потребление России составляет 2% от мирового, выйдя даже на несколько стран, можнократно увеличить свой рынок и объемы производства. Основная проблема в том, что многие хотят выйти на зарубежные рынки, но не знают, как это сделать. Однако предпринимательское сообщество надеется, что Центр экспорта Ярославской области, созданный при содействии Российского экспортного центра, в течение года встанет на ноги и сможет оказывать реальную помощь предприятиям, которые хотят выйти на мировые рынки.

Отрасли – по кластеру

Для того чтобы задействовать факторы успеха, эксперты предлагают воспользоваться комплексом инструментов, уже опробованных на ярославской земле и доказавших свою эффективность. И первый в этом «инструментальном» ряду – **кластерный подход.**

«Развивать кластеры особенно важно, потому что одна из моделей дальнейшего развития экономики России предусматривает приоритетность государственной поддержки предприятиям, вошедшим в кластер. А мы ни в коем случае не должны упустить этот вопрос в 2018-2019 годах и отстать, у нас должно быть опережающее предложение по кластерам, как существ-

вующим, так и потенциально перспективным», - подчеркнул Сергей Кузенёв.

Уже сейчас на федеральном уровне доминирует в развитии территорий кластерный подход. С некоторыми федеральными инструментами поодиночке работать сложно, зато можно, объединившись в кластер. Например, есть ФЦП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014-2020 годы», есть президентские программы подготовки управленческих и инженерных кадров, есть Российская Венчурная Компания и фонд «Сколково». Во всех этих институтах можно получать недорогое либо безвозмездное финансирование.

Основная задача здесь для региона – это координация работы кластера. Сегодня многие предприниматели хотели бы каким-то образом объединяться, но не хватает кого-то одного, кто бы взял на себя объединяющую роль.

Проанализировав существующие и перспективные кластеры, члены экспертной группы выделили девять кластеров – действующих, либо уже готовых к формированию. В частности, достаточно глубоко была проанализирована ситуация в лакокрасочной промышленности, которая сегодня дает около 12% лакокрасочных материалов, производимых на территории России. То есть Ярославль фактически уже лидер отрасли, при этом кластера, как такового, до сих пор нет.

В ходе работы над предложениями в программу «Десять точек роста» эксперты подробно изучили структуру предполагаемого кластера и уже предположили, какие элементы в этой цепочке нужно достроить. В частности, департаменту инвестиций и



промышленности предлагается при работе с внешними инвесторами сконцентрироваться на таких секторах как производство смол, пигментов и т.д. Аналогичное предложение действует и в отношении других отраслей, имеющих выпадающие продукты, производство которых нужно либо стимулировать для местных производителей, если они обеспечены ресурсами, либо концентрироваться на них при работе с инвесторами.

Всего эксперты отметили пять потенциально перспективных кластеров: лакокрасочных материалов, информационных технологий, агропромышленного комплекса, логистики и транспорта, бизнес-аутсорсинга.

Вот это кадр!

Кадровое обеспечение и качество образования – еще один важнейший инструмент развития экономики, в том числе, для развития идеи кластеров. Поэтому, в частности, экспертная группа поддержала создание Центра трансфера технологий в таких отраслях как химия и машиностроение и рекомендовала развивать Центр на базе вузов.

Однако это не единственный образовательный проект, предложенный к развитию.

«Вузы, наука – это те кадры, которые будут подготовлены для нас на завтра, хотя нужны они уже сегодня. Мы предполагаем реализовать центры технологий, центры коллективного пользования, чтобы молодые ученые, исследователи могли использовать их для реализации новых продуктов, новых технологий, которые позволят нам пойти опережающими темпами», – рассказал на заседании заместитель директора

по инновационному развитию НПО «Сатурн» **Павел Бехер**.

Участники заседания осветили также ряд трудностей, с которыми сталкиваются как образовательные учреждения, так и промышленные предприятия при решении кадрового вопроса.

«У нас в регионе представлены все уровни образования, но все образовательные проекты инициированы либо самими фармкомпаниями, либо проектами, где фармкомпания является ведущей, а образовательная компания ведомой, – рассказала **Елена Степанова**, исполнительный директор Ассоциации современной фармацевтической промышленности и инновационной медицины Ярославской области. – Мы понимаем, что ресурсов каждого отдельно взятого образовательного учреждения никогда не хватит, чтобы подготовить высококвалифицированного специалиста для предприятий инновационной экономики. И здесь наши образовательные организации сталкиваются в ряд трудностей, в том числе и законодательных, когда сетевая реализация программ между образовательными организациями невозможна, все это происходит на полузаконных основаниях. Кроме того, важнейшей проблемой является то, что педагогические кадры, как средних профессиональных учебных заведений, так и высших учебных заведений сами нуждаются в повышении квалификации и профессиональной переподготовке. Думаю, что точно такие же задачи стоят перед другими промышленными отраслями».

В качестве решения правительству предлагается осуществить системный подход к развитию кластеров вообще и к развитию системы образования для кластеров, в частности. В том числе, позиция региональной власти (как и экспертного сообщества) важна для формирования контрольных цифр приема на бюджетные места. В зависимости от прогнозируемых потребностей отраслей можно будет определять не только объемы, но и направления подготовки.

Внутриобластная кооперация

Отдельный блок исследований экспертной группы был посвящен такому важнейшему фактору экономической стабильности и развития как внутриобластная кооперация. Предложения группы по этому направлению содержат четыре основных пункта:

1. Создание информационной базы товаров и услуг, производимых и потребляемых предприятиями Ярославской области с основным акцентом на вовлечение предприятий малого и среднего бизнеса в производственные цепочки. Поскольку очевидно, что торговый сектор в ближайшее время будет объективно сокращаться, будут освобождаться капиталы и рабочие руки – и хорошо, если бы они могли перетекать в производственный сектор. В этих целях группа предложила правительству при распределении государственной поддержки создавать преференции малым предприятиям, нацеленным на производство товаров и услуг для крупных предприятий, готовых взаимодействовать.

Благо основа для взаимодействия у нас уже есть – на базе торгово-промышленной палаты действует Центр субконтрактации.

2. Стимулирование услуг аутсорсинга для действующих предприятий. Может быть, с разработкой механизма налогового стимулирования.

3. Создание условий для местных производителей при проведении государственных и муниципальных закупок. Много копий ломается по поводу законов 44-ФЗ и 94-ФЗ, но во многих областях созданы такие механизмы поддержки местного производителя, которые годами работают эффективно. Эксперты уверены, что квалификационные требования могут быть уточнены в ходе торгов, и предлагают проработать на законодательном уровне преференцию в 15% для производителей, уплачивающих налоги в Ярославскую область.

4. Необходимость при работе с инвесторами в первую очередь активно предлагать существующие производственные площадки, оснащенные инфраструктурой. При ограниченности ресурсов не стоит расти вширь и строить новую инфраструктуру в чистом поле. Нужно развивать площадки на уже существующих предприятиях. Там тоже есть свои сложности, но их можно решать – например, за счет налоговых льгот для владельцев.

ЯРОСЛАВСКИЙ ЗАВОД ПОРОШКОВЫХ КРАСОК ЗАПУСТИЛ ШЕСТУЮ ТЕХНОЛОГИЧЕСКУЮ ЛИНИЮ

Запуск новой производственной линии на заводе состоялся 14 февраля при участии врио губернатора области Дмитрия Миронова.

– Запуск этой линии для нас очень значимое событие – сказал председатель совета директоров объединения «Русские краски» Яков Якушев. – Ежегодно мы увеличиваем объем производства порошковых красок на 20 процентов. В прошлом году выпущено 4,6 тысячи тонн. По этому показателю наше предприятие второе в России.

Вместе с Яковом Якушевым и генеральным директором ЯЗПК Сергеем Котовым Дмитрий Миронов осмотрел лабораторию новых материалов и испытательную лабораторию завода. Главе региона продемонстрировали оборудование, на котором



изготавливаются и испытываются новые образцы красок.

Ярославский завод порошковых красок основан в декабре 2002 года компанией «Русские краски». В апреле 2004 года

были запущены две промышленные линии общей мощностью до 2000 тонн порошковой краски в год. В настоящее время на заводе шесть линий. Численность работников – 140 человек.

Объем продаж ЯЗПК в прошлом году составил 1,3 миллиарда рублей, сумма налогов и страховых взносов – около 100 миллионов.

География поставок продукции завода – 54 региона России, а также республики Беларусь и Казахстан.

КАК УВЕЛИЧИТЬ ДОЛЮ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ЛКМ В СУДОСТРОЕНИИ

На территории АО «Русские краски» Объединенная судовая корпорация (ОСК) провела масштабное совещание на тему «Современные ЛКМ в судостроении». В совещании, состоявшемся на финише 2016 года, приняли участие крупные игроки российского рынка судостроения, научные и конструкторские бюро, компании, выпускающие лакокрасочные материалы для судов. Среди них: «Хемпель», «Акзо Нобель», «Йотун», «Завод 812», «Ярославский судостроительный завод», предприятия Ассоциации «Центрлак» («Русские краски», «Краски КВИЛ», ХК «Пигмент»), представители Министерства промышленности и торговли РФ и другие.

В настоящее время большая доля потребления лакокрасочных покрытий в России приходится на импортные продукты. В 2015-2016 годах несколько иностранных компаний запустили локальные производства по выпуску ЛКМ в России. В то же время отечественные компании стараются не отставать: инвестируют в развитие производства, разрабатывают новые материалы.

Присутствующие представители Ассоциации «Центрлак» отмечали **высокую**



стоимость сертификации материалов для дальнейшей их поставки на гражданский флот и ВПК, а также **небольшую долю российских лакокрасочных материалов в структуре общего потребления ЛКМ.**

Но, как считают участники конференции, выход есть. Для этого **необходимо упростить систему сертификации, предусмотреть субсидирование затрат на сертификацию, изменить условия конкурсных закупок ЛКМ** в части рекомендаций сертифицированных аналогов российского происхождения. А также изменить взаимодействие между российскими производителями ЛКМ и научными, конструкторскими

бюро, предприятиями, входящими в ОСК, головными институтами судостроения. Это позволит сохранить научную базу и дать толчок к ее развитию в области ЛКМ для судостроения и кораблестроения в России.

Проблем в отрасли много. Это и отсутствие

многих необходимых позиций сырья, несоответствие отечественного сырья современным требованиям, слабая научно-исследовательская деятельность по разработке российских лакокрасочных материалов для судостроения и кораблестроения, преодоление информационного вакуума между лакокрасочными компаниями, научно-производственными судостроительными объединениями и сертифицирующими органами.

По результатам обсуждения вопросов, участники совещания выработали решения, которые, как они надеются, помогут изменить положение в потреблении отечественных ЛКМ.



ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ

Чего ждать предпринимателям от начавшегося года и как приспособиться к новым условиям? Чтобы ответить на эти вопросы, 8 февраля Торгово-промышленная палата Ярославской области, региональное отделение Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» при поддержке департамента инвестиций и промышленности области провели конференцию, посвященную актуальным вопросам развития экономики «Бизнес — 2017».

Текст: **Екатерина Пащенко**

«Вопросы повестки дня конференции формировались не спонтанно, – сообщил во вступительном слове президент ЯрТПП **Сергей Кузенёв**. – И в торгово-промышленную палату, и в аппарат уполномоченного по правам предпринимателей, и в «Деловую Россию» регулярно от бизнеса поступают запросы, просьбы пояснить ту или иную ситуацию. Мы обобщили эти вопросы, и они легли в основу программы конференции».

Свыше 100 представителей бизнеса и власти обсудили условия финансирования проектов региональным фондом развития промышленности, предстоящее повышение тарифов на электроэнергию, особенности технологического присоединения к электрическим и газовым сетям в соответствии с изменениями в законодательстве и многие другие вопросы.

Фонды в помощь

Об условиях предоставления финансирования для развития ярославских предприятий рассказали директор Фонда развития промышленности и агропромышленного комплекса Ярославской области **Антон Векшин** и эксперт департамента промышленной политики ФГАУ «Российский Фонд технологического развития» (Фонд развития промышленности) **Николай Топорков**.

Если федеральный фонд сам по себе предоставляет предприятиям 4 вида поддержки (5%-е займы



по программам «Проекты развития», «Консорциумы», «Станкостроение» и лизинг под 1%), то в региональных фондах сегодня действует одна программа – «Совместные займы». Займы финансируются в соотношении 30/70: 30% – региональные средства, 70% – федеральные.

На 2017 год в ФРПИПК Ярославской области заложены 40 млн рублей для участия в программе, однако, при наличии одобренных заявок, сумма может пересматриваться в сторону увеличения.

Основные параметры целевого займа, предоставляемого региональным фондом:

- Сумма займа – от 20 до 100 млн рублей.
- Срок займа – до 60 месяцев.
- Общая процентная ставка – 5% в год.
- Необходимо предоставить обеспечение по займу к объему общей суммы займа (в соответ-



ствии с предусмотренными стандартами фонда видами обеспечения).

- Погашение займа осуществляется равными ежеквартальными платежами в течение последних двух лет срока реализации проекта.

- Начисление процентов осуществляется ежеквартально, с первого квартала после даты выдачи займа.

- Целевой объем продаж новой продукции – не менее 50% от суммы займа в год, начиная со второго года серийного производства.

- Обязательства по софинансированию проекта со стороны заявителя – не менее 50% от общего бюджета проекта (средства, полученные за счет субсидий и других прямых мер поддержки, не учитываются).

Предприятие-соискатель должно пройти достаточно жесткий отбор. Например, среди критериев есть требования отсутствия задолженностей перед бюджетами всех уровней и наличия производства на территории Ярославской области.

«Проекты рассматриваются в два этапа, — объяснил Антон Векшин. — Наш фонд проводит первый этап – это предпроектное взаимодействие, консультационная помощь в оформлении заявки, экспресс-оценка и решение о соответствии заявки условиям финансирования. Далее проводится комплексная экспертиза, которая включает в себя четыре вида экспертиз: научно-техническая, производственно-технологическая, финансово-экономическая и правовая. Они проводятся и на первом этапе, и на втором. Научно-техническая и производственно-технологическая экспертизы оплачиваются предприятием – причем, если экспертиза проводится на первом этапе в компаниях, аккредитованных при федеральном ФРП, ее результаты будут засчитаны и на втором этапе. Финансовая и правовая экспертизы проводятся силами фонда бесплатно».

Напомним, что в прошлом году федеральный Фонд развития промышленности подписал договоры с тремя ярославскими предприятиями (АО «Р-Фарм», ОАО «ЯЗДА» и ЗАО «НПО «Регулятор») на

общую сумму 1,2 млрд рублей. В 2017 году одобрено финансирование проекта рыбинского предприятия «Севермаш» на сумму 155 млн рублей.

Региональный фонд только в 2017 году начал работу совместно с ФРП – и готов рассматривать заявки.

Желающему получить займ в фонде необходимо создать личный кабинет на сайте frprf.ru. После регистрации в личном кабинете станут доступны все необходимые к заполнению формы. Все контакты между заявителем и фондом происходят в режиме онлайн через личный кабинет.

Тарифы имеют значение

Вторая часть конференции «Бизнес – 2017» была посвящена наболевшей теме тарифов на электроэнергию и особенностям формирования платы за техприсоединение к электрическим и газовым сетям.

В прошлом году рост тарифов на электричество для промышленных предприятий по одноставочному тарифу высокого напряжения составил рекордные 52%, что стало неприятной неожиданностью для предприятий и привело к ощутимому увеличению затрат.



О том, какого повышения тарифов на электроэнергию ожидать с 1 июля текущего года рассказал заместитель директора департамента ЖКХ, энергетики и регулирования тарифов Ярославской области **Алексей Метельков**.

Согласно расчетам, **единый котловой тариф** в Ярославской области **увеличится по одноставочному тарифу высокого напряжения на 2,1%** и составит **1,73 руб. / за кВт ч.** Такой же **рост на 2,1%** произойдет **по среднему напряжению, по низкому напряжению** чуть выше – **2,4%** и составит **3,8 руб. / за кВт ч.**

С 2008 года единый котловой тариф устанавливается регионами согласно действующему федеральному законодательству. В расчете тарифа учитываются затраты всех сетевых организаций на передачу электроэнергии. Поскольку филиалом ПАО «МРСК Центра» в Ярославской области является компания «Ярэнерго», то она рассчитывается с территориальными сетевыми организациями. В настоящее время в области 23 сетевые организации (до политики укрупнения их было более 70).

Что касается, технологического присоединения к электрическим сетям, то согласно постановлению Правительства Российской Федерации от 24.12.2016 № 1476 установлены единые стандартизированные ставки за технологическое присоединение и ставки на единицу максимальной мощности на территории Ярославской области. Расчет стандартизированных тарифных ставок произведен методом сравнения аналогов на основе выборки по расходам территориальных сетевых организаций на строительство объектов электросетевого хозяйства за 3 предшествующих года. Стандартизированная ставка С1 («бумажная плата») утверждена на 1 присоединение.

В прошедшем году не только тарифы на электроэнергию, но еще сильнее ударили цены на металл. И если эти процессы будут продолжаться в том же духе, мы опять будем вариться только внутри российского рынка и не сможем быть конкурентоспособными на мировом рынке. Это главная проблема на сегодня.

Павел Кузнецов

Генеральный директор
рыбинского завода Дорожных машин

По словам замдиректора департамента ЖКХ, энергетики и регулирования тарифов области А. Метелькова по настоянию Ярославского УФАС России стандартизированная ставка была рассчитана не из величины мощности, а единой на 1 технологическое присоединение.



Заместитель директора по реализации и развитию услуг филиала ПАО «МРСК Центра» — «Ярэнерго» **Александр Комягин** рассказал о планах по сокращению этапов доступа к энергосетям и сроков исполнения мероприятий по договорам техприсоединения для заявителей максимальной мощности до 150 кВт.

Сроки техприсоединения в 2016 году в среднем составили 89 дней. На 2017-2018 годы планируется сократить срок до 65 дней.

«Сроки технологического присоединения зависят от объема строительства и ряда факторов, связанных с необходимостью согласования стройки с уполномоченными органами, – пояснил Александр Комягин. – В каждом конкретном случае сроки разные. Сегодня много времени уходит на согласительные процедуры, почти 30 дней, мы договорились с правительством области в текущем году выйти на согласование документов в течение 5-10 дней».

В этом году потребуется всего 3 визита заявителя в компанию «Ярэнерго» для подключения к энергосети, а если пользоваться Интернет-приемной на сайте www.mrsk-1.ru, и того меньше.

Напоминаем, **подать заявку на техприсоединение к энергосетям** можно очно через центры обслуживания потребителей, заочно через контакт-центр **8-800-50-50-115** или через интернет приемную на сайте www.mrsk-1.ru.

Каждый квартал «Ярэнерго» проводит круглые столы, где можно получить ответы на все вопросы, связанные с подключением к энергосетям.

Для малого и среднего бизнеса сегодня действует льгота по стоимости за техприсоединение до 150 кВт в размере 50%, с октября 2017 года, согласно законодательству, льгота составит 100%. В рамках инвестиционной программы стоимость будет включена в тариф.

Деятельность «Ярэнерго» по сокращению сроков по технологическому присоединению влияет на общую оценку инвестиционной привлекательности региона, которую ежегодно проводит Агентство стратегических инициатив. Мероприятия по повышению доступности техприсоединения к энергосетям продолжатся, в планах, как сообщил Александр Комягин, войти в первую 20-ку среди регионов РФ по инвестиционной привлекательности.

Газу быть!

Заместитель генерального директора по строительству и инвестициям АО «Газпром газораспреде-



ление Ярославль» **Артур Нартов** рассказал о планах работы организации в ближайшее время.

«Правила подключения объектов капитального строительства к сетям газораспределения определены Постановлением № 1314 от 30.12.2013 года, которое вступило в силу с 1 марта 2014 года, и в отличие от коллег-энергетиков мы только нарабатываем опыт, конечно, без шишек не обходится, – отметил Артур Нартов. – Запланированы и проводятся как организационные, так и технические мероприятия. Созданы службы единого окна, центральная служба находится в Ярославле по адресу Суздальское шоссе, 33. Действуют филиалы в Даниловском, Ростовском, Мышкинском и других муниципальных районах области. Основная проблема у нас та же, что и у энергетиков – земельно-правовые отношения. Не раз были ситуации, когда земли вокруг наших заявителей находились в залоге или под арестом».

Конечно, всех интересуют и технические возможности, и сроки. «В 2016 году средний срок реализации техприсоединения составил 542 дня, – сообщил Артур Нартов. – Были технологические присоединения и за 26 дней, но были и гораздо более длительные».

В соответствии с законодательством к 2021 году сроки по техприсоединению должны составить 135 дней. На совещании в правительстве области в конце января было решено создать вневедомственную комиссию, в которую войдут ответственные за согласование документов представители департаментов. «Если это взаимодействие будет реализовано, надеюсь, что мы уложимся в сроки 135 дней раньше 2021 года», – подчеркнул Артур Нартов.

Он отметил, что в области до сих пор сохраняется «ручное управление», особенно при реализации крупных инвестпроектов, а должна работать система, над ее созданием и идет работа.

«Сегодня знаменательный день, на совещании у губернатора области подписан план-график по газификации региона на ближайшие 5 лет, – сообщил

Артур Нартов. – В 10 муниципальных районах области будут построены новые газораспределительные сети, в том числе и в Брейтовском районе. Об этом губернатор говорил еще в сентябре, но никто не верил. Теперь это факт. К 2021 году в Брейтовском районе планируется построить 160 км газопроводов. В целом до 2021 года в 10 муниципальных районах построят 576 км газораспределительных сетей. Но и здесь мы наступаем на те же грабли, что и при принятии программы газификации на 2012–2015 годы: трассы не проработаны, коридоры не отмежеваны, не поставлены на кадастровый учет, эти проблемы придется решать в ближайшее время».

«В целом настрой у нас положительный, двигаемся согласно законодательным инициативам, – завершая выступление подчеркнул Артур Нартов, – готовы работать со всеми заявителями, в приоритете – субъекты малого и среднего бизнеса».

Президент ЯрТПП Сергей Кузенёв предложил предпринимателям в случае проблем с присоединением к электрическим или газовым сетям обращаться в ЯрТПП, при содействии коллег-энергетиков и газовиков палата постарается найти способы решения проблем.

В итоговом слове уполномоченный по правам предпринимателей **Альфир Бакиров** продемонстрировал общую, не очень радостную картину:

– Наша работа по защите прав предпринимателей по итогам 2016 года была признана лучшей в России, но несмотря на все усилия работы становится все больше и больше. Парадоксальная ситуация. На всех уровнях говорится о поддержке бизнеса, создаются все новые структуры, но обстановка, к сожалению, не меняется. Приходится констатировать, что бюрократическое давление государства только усиливается. Мы внимательно отслеживаем все происходящие процессы, стараемся на них влиять. На днях внесли в областную Думу проект закона об оценке регулирующего воздействия, который предполагает защиту интересов предпринимателей в каждом муниципальном образовании области. Согласно закону, любой нормативный акт, который будет приниматься муниципальным образованием должен проходить оценку регулирующего воздействия его влияния на бизнес-процессы.

«Работы предстоит много, – подытожил **Сергей Кузенёв**. – Наша общая задача – и областной Думы, и Правительства области, и ЯрТПП, и аппарата уполномоченного по правам предпринимателей, «Деловой России» и других структур – эффективно взаимодействовать и создавать условия для развития бизнеса в Ярославской области. Будем работать!».

«Сегодня мы обсудим «дорожную карту» «Технет». Речь идет о перспективных производственных технологиях. Это целый набор решений, которые революционным образом меняют индустриальное производство, делают его эффективным, автоматизированным, позволяют оцифровать все стадии оборота продукта — от самой инженерной мысли до утилизации»

Д.А. Медведев

на заседании президиума Совета при Президенте РФ
по модернизации экономики и инновационному развитию России 14.02.2017
по реализации Национальной технологической инициативы.



ФАБРИКА БУДУЩЕГО В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

НПО «Сатурн» стало пилотной площадкой, где в рамках российской программы Национальной Технологической Инициативы реализуется проект «Фабрика будущего». О том, что он из себя представляет, рассказывает заместитель директора по инновационному развитию предприятия Павел Бехер.

Современная техногенная цивилизация в ходе своего развития прошла путь промышленных революций от первой (1760-е – 1840-е годы) до происходящей сейчас на наших глазах четвертой промышленной революции. Каждая революция происходила при появлении кардинально новых,

«подрывных» (disruptive) технологий. Первая – железные дороги, паровой двигатель. Вторая (конец XIX – начало XX вв.) – электричество, массовое производство, конвейер. Третья (1960-е – 1990-е годы) – электроника, компьютеры. Для четвертой промышленной революции такими подрывными

технологиями становятся применение «повсеместно» доступного высокоскоростного Интернета, миниатюризация производственных устройств, и, следовательно, возможность создания так называемых киберфизических систем, имеющих цифровых двойников в виртуальном мире, для работы с которыми возможно использовать машинное обучение и искусственный интеллект.

К следующему утверждению можно относиться скептически, но реальность демонстрирует явным образом, что дальнейшее серьезное повышение эффективности производства при внедрении эво-

2025» в КНР и другие. В Российской Федерации такой программой становится Национальная Технологическая Инициатива (НТИ).

В рамках реализации НТИ сформирована кросс-рыночная группа «Технет», стратегическая цель которой – формирование комплекса ключевых компетенций в Российской Федерации, обеспечивающих интеграцию передовых производственных технологий и бизнес-моделей для Фабрик Будущего с целью создания глобально конкурентоспособной продукции нового поколения для рынков НТИ и высокотехнологичных отраслей промышленности.



Вокруг Фабрики Будущего необходимо создавать «питательную среду», новую инфраструктуру, в том числе центры коллективного пользования оборудованием и технологиями, инжиниринговые центры и центры прототипирования, центры трансфера технологий.

Павел Бехер

заместитель директора по инновационному развитию НПО «Сатурн»

люционно развивающихся традиционных методов обработки становится практически невозможным. Выход на глобальные рынки с существующим технологическим укладом для большинства предприятий Российской Федерации невозможен в условиях жесточайшей конкуренции как со стороны развитых, так и развивающихся стран.

Ситуация не является уникальной исключительно для России. В таких же условиях пребывают и предприятия других стран. Поэтому ведущие мировые компании и государства (как развитые с целью сохранения ведущих позиций, так и развивающиеся для приобретения лидирующих позиций) предпринимают усилия в реализации различных программ по развитию передовых производственных технологий: General Electric («Brilliant Factory»), Siemens («Digital Enterprise»), «Advanced Manufacturing Partnership» и «The Open Manufacturing program» (DARPA) в США, «Factories of the Future» в Европейском союзе, «Reference Architecture Model RAMI 4.0» в рамках Industrie 4.0 в Германии, «Made in China

Под Фабрикой Будущего понимается совокупность передовых технологий, инструментов, стандартов, программ и систем, предназначенных для решения задачи по «трансляции» и обеспечению всех необходимых условий для создания, поддержки и распространения нового поколения современных производств, модернизации существующих с учетом специфики заказа каждой из индустрий, секторов и рынков. **Создание Фабрик Будущего в высокотехнологичных секторах экономики Российской Федерации отвечает на вызовы цифровизации и интеллектуализации производственных процессов, которые сегодня активно идут в мире.**

Компания Deloitte провела опрос более чем 500 руководителей ключевых глобальных производственных компаний по востребованности передовых производственных технологий The 2016 Global Manufacturing Competitiveness Index (GMCI). Результаты по приоритетности несколько отличаются, но Топ-10 технологий уверенно сформирован.



ТОП-10 передовых производственных технологий

Цифровое проектирование и моделирование. как совокупность технологий компьютерного проектирования, математического моделирования, компьютерного и суперкомпьютерного инжиниринга и оптимизации, технологической подготовки производства (в т. ч. нового поколения), ориентированной на аддитивное производство, технологий управления данными о продукте и технологий управления жизненным циклом изделий.

Новые материалы. в том числе передовые сплавы (суперсплавы), передовые полимеры, передовые композиционные материалы, передовые керамические материалы, металлопорошки и металлопорошковые композиции, метаматериалы.

Аддитивные технологии, включая 3D-принтеры, технологии, подходы и способы работ с исходными материалами, разработка и эксплуатация расходных материалов и набор услуг по 3D-печати.

CNC-технологии и гибридные технологии, включая станки и технологии оборудования с числовым программным управлением, приводную технику, гибридные многофункциональные технологии обработки.

Промышленная сенсорика – внедрение «умных» сенсоров и инструментов управления (контроллеров) в производственное оборудование, в помещении на уровне цеха или фабрики в целом.

Технологии робототехники, прежде всего промышленные роботы (по процессам, по механообработке, сборке и монтажу, транспортировке деталей в зону работы технологического оборудования, складским операциям и др.).

Информационные системы управления предприятием.

Big Data – сбор, хранение, управление и обработка больших данных.

Предиктивная аналитика – анализ накопленного массива «больших данных» с целью предсказания поведения промышленных систем, их отказов и повышения эффективности их использования. Возможная революция в области обслуживания смещением крена с превентивного по заявленному ресурсу на обслуживание по состоянию на основании прогноза.

Индустриальный интернет является значимым интегральным технологическим направлением и позволяет связать в единую цепочку различные ИТ-системы, оборудование, датчики на предприятии.

Таким образом, можно сделать вывод, что ключевым аспектом реализации передовых производственных технологий становится «вживление» информационных технологий в производственные и эксплуатационные процессы, т.е. дигитализация производства, что находит отражение в основных направлениях дорожной карты «Технет».

В рамках реализации этих направлений ПАО «НПО «Сатурн» (входит в состав АО «ОДК» ГК «РОСТЕХ») намерено реализовать проект создания испытательного полигона «Фабрика Будущего», целью которого будет создание комплексных компетенций для производства персонализированного продукта со скоростью, определяемой потребностью заказчика (при сохранении или снижении себестоимости в сравнении с серийным продуктом сегодня).

Ключевые направления реализации проекта «Фабрика Будущего» в НПО «Сатурн»

1. Аддитивное производство

- Методы конструкторской и технологической оптимизации
- Цифровое высокоскоростное аддитивное производство
- Масштабирование производства

2. 3D – ткачество и полимерно-композиционные материалы

- Методы проектного и технологического моделирования
- Автоматизированные системы изготовления 3D преформ
- Изготовление термопластичных композиционных материалов

3. Умный завод

- Универсальная перенастраиваемая оснастка
- Гибкая производственная ячейка
- Автоматическая технологическая подготовка производства

4. Виртуальная фабрика

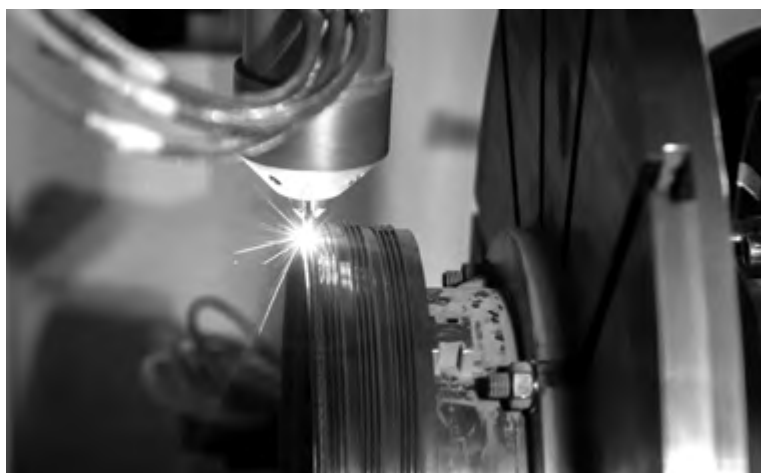
- Предиктивное управление предприятием
- Управление производственной средой через виртуальную модель
- Проектирование виртуальной среды продукта.



Реализация этого проекта позволит использовать опыт Фабрики будущего для самых разных производств в России и Ярославской области, включая, например, производство автокомпонентов или химические производства.

Вокруг проекта Фабрика Будущего, реализуемого в НПО «Сатурн», в перспективе возможно формирование «питательной среды» или кластера передовых производственных технологий, включающего создание новой инфраструктуры – центров коллективного пользования оборудованием и технологиями, инженеринговых центров и центров прототипирования, центров трансфера технологий и т.п., и вместе с этим комфортной юрисдикции и городской среды, трансформации учреждений высшего, среднего и школьного образования.

Темы, связанные с реализацией Фабрики Будущего, будут обсуждаться на IV Международном технологическом форуме 24-27 апреля 2017 года в Рыбинске, где каждый участник найдет для себя темы для возможной реализации. Запланированы обсуждения возможностей и технологий решения задач-вызовов и открытые встречи с экспертами и лидерами индустрии.



ФИНАНСЫ ПОД КОНТРОЛЕМ

В Отделении по Ярославской области Главного Управления Банка России по Центральному федеральному округу подвели финансовые итоги 2016 года. Как работал банковский и финансовый сектор в прошлом году на территории Ярославской области наглядно представлено в цифрах. О том, какие нововведения на рынке финансовых услуг вступили в силу в этом году мы побеседовали с управляющим Отделением Ярославль ГУ Банка России по ЦФО Владимиром Борисовичем Алексеевым.

Текст: Екатерина Пащенко

– Владимир Борисович, Банк России контролирует деятельность микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов, ломбардов. Что нового в их деятельности на территории Ярославской области?

– С 1 января усилена защита прав заемщиков микрофинансовых организаций. Вступило в силу трехкратное ограничение начисления процентов по договору потребительского микрозайма, заключенному, начиная с этой даты. Если срок возврата по договору не превышает одного года, МФО не вправе начислять заемщику – физическому лицу – проценты после того, как их сумма достигнет трехкратного размера суммы займа. Стоит отметить, что данное ограничение не распространяется на штрафы и пени, а также на платежи за услуги, оказываемые заемщику за отдельную плату. Еще одно ограничение касается просрочки возврата краткосрочного (до года) потребительского микрозайма: после возникновения просрочки МФО может начислять должнику проценты только на непогашенную часть суммы основного долга, однако начисление прекратится, как только проценты достигнут двукратного размера этой суммы. При этом МФО сможет вновь начать начисление процентов только после частичного погашения заемщиком займа или уплаты причитающихся процентов. Неустойка должна начисляться только на непогашенную заемщиком часть суммы основного долга. Информацию об этих ограничениях каждая МФО обязана размещать на первой странице краткосрочного договора потребительского займа перед таблицей с индивидуальными условиями договора. Чтобы избежать недопонимания с МФО, настоятельно рекомендуем тщательно читать договор перед подписанием, а не после.

дать установленные «правила игры». Но не лишним будет подчеркнуть, что на рынке все еще существуют «серые» организации, нелегально выдающие займы. Рекомендую перед обращением в МФО обязательно проверить, внесена ли компания в специальный государственный реестр на сайте банка России www.cbr.ru.

– Наступивший год принес уже несколько нововведений на рынке финансовых услуг. Одно из них – обязательное оформление электронных полисов ОСАГО всеми страховыми компаниями. Как вы оцениваете результаты января?

– Весьма положительно. Конечно, е-ОСАГО для большинства потребителей является новым сервисом, автоводители только привыкают к возможности общаться со страховщиком по интернету, но популярность нового сервиса растет. Только за январь, как показывает статистика Российского союза автостраховщиков (РСА), автоводители оформили порядка 190 тыс. полисов е-ОСАГО, что составляет 60% от общего числа таких договоров, заключенных за весь 2016 год.

Конечно, на таком перспективном рынке тоже начинают возникать некие «серые» схемы. Появляются сайты, которые маскируются под якобы интернет-ресурсы крупных страховщиков и даже Российского союза автостраховщиков. Надо сказать, что фальшивый сайт обычно имеет очень схожий дизайн с оригиналом, может предоставлять возможность оформить полис онлайн и оплатить его на сайте. Важное отличие поддельного сайта страховщика от настоящего – адрес страницы. Мошенники дают фальшивке имя, схожее с адресом подлинного сайта. Обычный пользователь может и не заметить непривычного напи-

Рынок финансовых услуг в Ярославской области

Сегодня на территории области работают:

11 филиалов банков, головные организации которых зарегистрированы в других регионах страны

302 внутренних структурных подразделения кредитных организаций: дополнительных, операционных и кредитно-кассовых офисов, а также операционных касс

24 микрофинансовые организации (МФО)

31 ломбард

11 кредитных потребительских кооперативов (КПК)

15 сельскохозяйственных кредитно-потребительских кооперативов (СКПК)

177.3 млрд рублей – объем вкладов населения в банках (+ 7,3 млрд рублей по сравнению с 2015 годом)

сания сайта, разницы в одну-две буквы, и окажется на поддельной странице. Ссылки на фальшивые сайты можно встретить в поисковых системах, в соцсетях, в электронных письмах. К сожалению, после подобной «покупки» автовладелец не получает подлинного полиса ОСАГО. Мошенники могут выслать своему «клиенту» на электронную почту переделанный файл настоящего бланка е-ОСАГО с печатями и поддельными подписями. Подобные «полисы»

платежного инструмента – карты «Мир». **Поясните подробности.**

– Наличие Национальной системы платежных карт (НСПК) – важный показатель уровня развития экономики и финансовой системы страны. Такие системы успешно работают во многих странах мира – Японии, США, Китае, Индии, Армении и других. В России в кратчайшие сроки с нуля была создана НСПК, процессинговый центр которой обрабатывает все внутророссийские

Карта «Мир» гарантирует безопасность и независимость национальной платежной системы от внешних факторов



Наличие Национальной системы платежных карт – важный показатель уровня развития экономики и финансовой системы страны.

В. Б. Алексеев
управляющий Отделением
Ярославль ГУ Банка России
по ЦФО

сиейской разработки. Это гарантирует безопасность и независимость национальной платежной системы от внешних факторов. При этом карта «Мир» соответствует как российским, так и международным стандартам безопасности. Уже сейчас к приему карт «Мир» готовы почти вся банкоматная сеть на территории страны, все крупнейшие торгово-сервисные предприятия. Массовая эмиссия этих карт должна начаться в текущем году. Для их владельцев разрабатывается интересная программа лояльности, о которой мы обязательно будем рассказывать нашим землякам.

– Спасибо за беседу. Надеюсь, мы еще вернемся к нашему разговору о развитии финансовых рынков и о новых продуктах, которые банки, МФО, страховые компании и другие игроки готовы предложить жителям региона. И о том, как Банк России регулирует и контролирует работу своих поднадзорных.

недействительны: их нет в базах данных страховых компаний и РСА, а при проверке ГИБДД наличие поддельного документа будет приравнено к отсутствию полиса.

Чтобы избежать обмана, следует оформлять е-ОСАГО только на официальном сайте страховой компании, продающей электронные полисы. Чтобы узнать правильный адрес сайта страховщика, нужно использовать список на сайте РСА (www.autoins.ru) в разделе «Электронный полис ОСАГО». Рекомендуется внимательно проверять соответствие адреса сайта официальному сайту страховой компании, а также изменение этого адреса при переходе на новые страницы сайта. Одним из признаков сайта-клона может считаться предложение оплатить полис ОСАГО через сервис электронных кошельков. Если вы все-таки стали жертвой обмана, следует обратиться в правоохранительные органы.

– И еще один вопрос, который сейчас начали широко обсуждать – в этом году планируется внедрение национального

платежи по картам международных платежных систем. Программное обеспечение НСПК и платежное приложение для самой карты «Мир» являются продуктами рос-

Объемы кредитования по основным видам экономической деятельности	
170.7 млрд рублей	кредитов выдано в 2016 году юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям
10.7 млрд рублей	– организациям транспорта и связи (в 4,1 раза больше, чем в 2015 году)
63.9 млрд рублей	– предприятиям обрабатывающей отрасли (что в 1,2 раз больше, чем за 2015 год), из них 24,5 млрд рублей (38,4%) приходится на производство транспортных средств и оборудования
4.6 млрд рублей	– сельское хозяйство (против 2,4 млрд рублей в 2015 году)
49.4 млрд рублей	– потребительские кредиты (на 19% больше показателей 2015 года)
4.8 млрд рублей	– объем кредитования строительной отрасли (против 4,0 млрд рублей по сравнению с 2015 годом)
7346 млрд рублей	ипотечных жилищных кредитов на сумму 10,1 млрд рублей выдано в 2016 году (на 16,1% больше показателей 2015 года)

В РЫБИНСКЕ ПРОДОЛЖАЕТСЯ ОСВОЕНИЕ КОРАБЕЛЬНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ

Вопросы производства газотурбинных двигателей и агрегатов в рамках исполнения государственного оборонного заказа и программ импортозамещения, обеспечения заказов военной и гражданской техники обсудили в ПАО «НПО «Сатурн» в ходе визита заместителя председателя правительства РФ Дмитрия Рогозина. Вице-преьера встречали врио губернатора Ярославской области Дмитрий Миронов, генеральный директор АО «ОДК» Александр Артюхов, заместитель генерального директора – управляющий директор ПАО «НПО «Сатурн» Виктор Поляков.

Правительственная делегация посетила объекты активно развивающейся производственной и опытно-конструкторской базы компании, вновь возводимые в рамках федеральных целевых программ и программ технического перевооружения производственные и испытательные корпуса. В ходе визита состоялось рабочее совещание, на котором стороны рассмотрели текущее состояние реализации основополагающих программ «НПО «Сатурн».

По итогам встречи Дмитрий Рогозин прокомментировал:

– В Рыбинске, на этом заводе, практи-



чески полностью за кратчайший период развернуто производство всей номенклатуры продукции, которая до сих пор производилась на Украине. С советских времен таково было разделение производственной кооперации, что за корабельные двигатели отвечали именно двигателестроители Украины. Теперь ситуация изменилась. Работа двигателестроителей в НПО «Сатурн» идет полностью по плану. С 2018 года наш флот будет получать те двигатели, которые раньше мы ожидали от Украины. Мы, безусловно, удовлетворены той работой, которую проводит Объединенная двигателестроительная корпорация, ей

досталось сложное наследство, и она в нем разобралась. Сегодня перед ОДК стоят новые задачи, которые связаны с авиационным двигателестроением, в частности по двигателю 35 тонн тяги, и эта работа разворачивается, формируется новое семейство двигателей для авиации.

Но самое главное, формируется самая новая, ранее не существовавшая компетенция в корабельном двигателестроении. Буквально за два года работа была проведена, и на сегодняшний момент мы видим уже испытательные стенды, производство лопаток, литье. Все это радует, в том числе и культура производства.

Поэтому все задачи, которые были поставлены президентом в рамках программы импортозамещения, а точнее по созданию новых компетенций, новых знаний, нового мастерства, нового производства, реализуются по плану – штатно и четко.

Пресс-служба НПО «Сатурн»

«ЯРОСЛАВСКИЕ КРАСКИ» УВЕЛИЧИЛИ ЭКСПОРТ НА 18% В 2016 ГОДУ

Качество «Ярославских красок» высоко оценили за рубежом.

В 2016 году экспортные поставки компании выросли на 18% по сравнению с 2015 годом.

«Ярославские краски» покупают не только большинство регионов России, но и девять зарубежных стран: страны СНГ и Монголия. Этот отечественный бренд много лет хорошо известен на постсоветском пространстве и обычным покупателям, и дилерам, которые продают там «Ярославские краски» с момента появления компании в 1999 году.

Больше всего ярославские материалы импортируют страны Центральной и Средней Азии – Монголия, Казахстан и Узбекистан, а также восточно-европейский партнер – Беларусь. Наиболее востребована в них продукция под маркой «Ярославские краски», недорогих «Ярко» и «Май». Самым большим спросом пользуются экологичные продукты на водной основе и быстросохнущие материалы линейки «Нитра».

Одной из причин, по которым популярность «Ярославских красок» за рубежом возросла, стал благоприятный для экспорта валютный курс рубля. К тому же покупате-



ли товаров для ремонта в этих странах, как и в России, с энтузиазмом приняли «Май» – эта линейка бюджетных ЛКМ появилась в портфеле компании в 2016 году.

В натуральном измерении в прошлом году компания продала на 5% больше продукции, чем в предыдущем.

В этом году компания «Ярославские краски» также расширит свой товарный портфель. Ключевой новинкой станет линейка Brite для профессионалов ремонта.

Пресс-служба
«Объединение «Ярославские краски»

ТРИ ДНЯ ПОЛЕТА И ТРИ ГОДА ПОДГОТОВКИ

7 февраля с аэродрома Южный в Рыбинске стартовал беспосадочный полет Федора Конюхова на тепловом аэростате. Перед пилотами стояла задача установить абсолютный мировой рекорд по продолжительности полета и продержаться в воздухе дольше 51 часа. Несмотря на 27-градусный мороз отправить известного путешественника за новым рекордом собрались активные граждане, в том числе и президент ЯрТПП Сергей Кузенёв.

За полетом можно было наблюдать в режиме онлайн. Федор Конюхов и Иван Меняйло преодолели более 1000 км пути и прошли через Ярославскую, Ивановскую, Владимирскую, Нижегородскую, Рязанскую, Пензенскую, Саратовскую области и республику Мордовия, совершив посадку в поселке Семенной под городом Красный Кут Саратовской области.

Полет принес сразу несколько достижений в копилку отечественного воздухоплавания. Выполнена главная задача – установлен новый абсолютный мировой рекорд продолжительности полета для теплового аэростата – 55 часов и 10 минут (предварительные данные). Предыдущий мировой рекорд – 50 часов 38 минут – установили японские пилоты Мичио Канда

и Хиразуки Такезава 1 февраля 1997 года.

Также нашими пилотами установлен национальный рекорд по дальности полетов на тепловых аэростатах – 1028 километров. Две ночевки в полете – это тоже достижение в области пилотирования тепловых аэростатов для нашей страны.

Все задачи выполнены и даже перевыполнены. За этими достижениями – многие годы работы команды и пилотов. К абсолютному мировому рекорду шли постепенно. Сначала полет на 19 часов (2015), затем на 32 часа (2016), заказ нового аэростата у НПП РУСБАЛ и его тестирование. Работа технической команды во главе с Антоном Моревым по созданию облегченной корзины, способной нести почти 5000 литров топлива.

В полете на 55 часов использовалось оборудование и баллоны с воздушного шара «МОРТОН», на котором Фёдор Конюхов облетел вокруг света. Так что кругосветка тоже внесла свой вклад.

Генеральным партнером проекта выступил ПАО «Бинбанк». Компания «Русская механика» предоставила три снегохода «Тайга», автомобиль сопровождения и профессиональных водителей.

За активное участие в подготовке старта команда проекта поблагодарила админи-



фото: Геннадий Столяров

страцию Рыбинска и лично главу города Дениса Добрякова: «Такой качественной организации стартовой площадки, как в Рыбинске, мы еще не видели. Взлетное поле расчищено и утрамбовано. Пожарные машины, кареты скорой помощи, теплые палатки с питанием, световые пушки, мощные генераторы – все сделано по высшему разряду. В Рыбинске можно проводить чемпионат мира по воздухоплаванию».

konyukhov.ru

«ВЫМПЕЛ» ПОСТРОИТ ЯХТУ ДЛЯ ФЁДОРА КОНЮХОВА

15 февраля в Рыбинске на судостроительном заводе «Вымпел» состоялось обсуждение планов строительства скоростной парусной яхты для рекордного кругосветного плавания Фёдора Конюхова. В совещании участвовали генеральный директор АО «ССЗ «Вымпел» Олег Белков, руководители предприятия, знаменитый путешественник Фёдор Конюхов, представители его экспедиционного штаба, глава Рыбинска Денис Добряков.

«Парусная яхта должна быть самой большой в мире – длиной 75 метров, а кроме того, очень быстрой – двигаться со скоростью 42 узла (77 км/ч), выдерживать в океане любые ветра и шторма», – рассказал о своём видении Фёдор Конюхов.

После кругосветного плавания яхта, которую предложено назвать «Адмирал



Фёдор Ушаков», станет учебным парусным судном для Военно-Морского Флота. «У нас есть возможность построить быстросходную яхту для экстремального плавания, – заверил путешественника и его команду генеральный директор «Вымпела»

Олег Белков, – на первом этапе прорисуем внешнюю архитектуру судна, отправим Фёдору Конюхову, затем подготовим инженерную записку для Министерства обороны».

Предварительно договорились о том, что закладка яхты может состояться в 2017-ом. За год завод выполнит проект, построит корпус из алюминия, подберёт для носовой части материал особо высокой прочности. Для оснащения 37-метровыми мачтами и оборудованием яхту переведут на Чёрное море, где будет произведена достройка.

www.vympel-rybinsk.ru



НОВЫЕ РЫНКИ ДЛЯ РОССИЙСКОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Таковыми рынками являются Ближний Восток и Южная Азия. Ярославская компания ПСЦ «Электроника» в этом убедилась лично, принимая участие в одном из самых масштабных в мире безопасности событий – Международной выставке «INTERSEC 2017», проходившей с 22 по 24 января в Дубае (ОАЭ).

INTERSEC является ключевой площадкой для демонстрации передовых мировых технологий общественной безопасности и охраны в странах Ближнего Востока и Южной Азии. Несколько цифр, чтобы представить масштаб мероприятия: общая площадь – 56 300 кв. м, 1304 экспонента, 58 стран-участниц, более 33 000 посетителей.

Одна из тенденций Ближневосточного рынка систем безопасности – повышенный спрос на внедрение комплексных решений, автоматизация и сокращение стоимости внедрения и владения системой безопа-

ности. Именно поэтому высокий интерес у арабских интеграторов и дистрибьюторов, предоставляющих конечные решения заказчикам, вызвал программный комплекс Elektronika Security Manager (ESM), разработанный ПСЦ «Электроника».

ESM – открытая платформа класса PSIM (Physical Security Information Management), которая интегрирует разрозненные подсистемы объекта и позволяет создать единую систему управления безопасностью. Такой подход позволяет уменьшить негативное влияние «человеческого фактора», контролировать и управлять временем реагирования на инциденты.

За время проведения выставки состоялось около ста партнерских контактов. На этих встречах обсуждались перспективы международного сотрудничества, возможности совместного продвижения интеграционной платформы ESM на рынках стран Ближнего Востока и Южной Азии.

Ближневосточный регион является крайне интересным и перспективным рынком для российских производителей программного и аппаратного обеспечения систем безопасности. Во-первых, он емкий: миллионы потребителей, расширение ключевых инвестиционных секторов (нефтехимический сектор, металлургия, алюминиевая и цементная промышленность, производство строительных материалов, горнодобывающая и пищевая промышленность, объекты инфраструктуры, сфера услуг), предстоящая реализация масштабных проектов, таких как ЭКСПО-2020 в Дубае, Чемпионат Мира по футболу-2022 в Катаре, строительство нового терминального комплекса в Абу-Даби и др. Во-вторых, он разный. Каждая страна имеет свои особенности и свои запросы. А, в-третьих, он не монополизирован.

Пресс-служба ПСЦ «Электроника»

В ПЕРСПЕКТИВЕ – РОСТ ПРОИЗВОДСТВА

По данным финансово-экономической службы Тутаевского моторного завода, в 2016 году произведено товарной продукции на сумму 3 004 487 тыс. рублей, в том числе запасных частей на сумму 319 883 тыс. рублей.

К 2015 году это составляет 142,1%. За год изготовлено 2611 двигателей (156,6% по сравнению с 2015 годом), 1390 ко-

робок передач, 1481 демультипликатор. Произведено 7554 тонны чугуна, 3329 тонн штамповок.

В 2017 году ОАО «ТМЗ» планирует увеличение объемов реализации на 16% выше уровня 2016 года, в основном за счет роста производства двигателей и освоения новых видов продукции и услуг: автомобильных

лебедок, лебедок для лифтового хозяйства, организации услуг по ремонту двигателей. Выручка от реализации в 2017 году составит 3 828 млн рублей. Производство двигателей – 3200 штук. Среднемесячная заработная плата – 31,1 тыс. рублей, что выше уровня 2016 года на 15,2%.

oao TMZ.ru

ИЗ ЯРОСЛАВЛЯ В ЛОНДОН

Экспонаты из фондов Ярославского музея-заповедника увидят жители туманного Альбиона уже в марте.

Выставка «Валентина Терешкова: Первая женщина в космосе» откроется в Музее науки 15 марта и будет открыта для посещения до 19 сентября 2017 года.

Кроме Ярославского музея-заповедника экспонаты для выставки предоставили дочь Валентины Владимировны – Елена Андриановна Терешкова, Ярославский художественный музей и Московский Мемориальный музей космонавтики.

Всего двенадцать экспонатов из музея-заповедника отправились в столь длинное путешествие. Это личные документы – членский билет Ярославского областного аэроклуба ДОСААФ на имя Терешковой Валентины Владимировны, пригласительный билет Терешковой В.В. на XIV Съезд ВЛКСМ, комсомольский билет N 24014186; а также личные вещи – комбинезон, перчатки, ботинки и нож, с которым Валентина Терешкова совершила 89 прыжков с парашютом, будучи спортсменом-парашютистом Ярославского аэроклуба ДОСААФ.



ПУТЕШЕСТВИЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ИКОНЫ

25 января Ярославский музей-заповедник праздновал свой 152-й день рождения. В этот день музей получил необыкновенный подарок – в собрание музея вернулась бесценная икона «Воскресение с сошествием во ад» XVII века, украденная в 1995 году из церкви Николы Надеина.

Икона была создана мастерами ярославской иконописной школы XVII века для местного ряда иконостаса церкви Николы Надеина.

Более десяти лет памятник находился в розыске. И только в 2016 году, благодаря счастливому стечению обстоятельств, икона была найдена в одной из частных антикварных галерей в Венеции научным



сотрудником Государственной Третьяковской Галереи Леоном Нерсесяном. Деловая репутация коллекционера, в чьей собственности находилась икона, не вызвала нареканий, а это значит, что редкий памятник не подлежал конфискации. Переговоры с владельцем, выкуп иконы и возвращение ее на родину взял на себя Музей русской иконы, которому за последние десять лет удалось выкупить и безвозмездно передать в государственные музеи Ростова, Великого Устюга, Устюжны и Мурома более 20 похищенных шедевров древнерусского искусства XVI-XVIII веков. После длительных переговоров владелец антикварной галереи согласился продать икону «Воскресение с сошествием во ад» владельцу Музея русской иконы Михаилу Абрамову.

Михаил Абрамов рассказал журналистам, что переговоры по возвращению иконы были долгими и очень непростыми, в них было

задействовано много людей.

– Икона была показана в Москве, это событие вызвало большой интерес в кругу специалистов и широкой публики, но мы ни на минуту не предполагали оставить икону в собрании своего Музея, так как с самого начала имели в виду её возвращение в Ярославль, – сказал Михаил Абрамов.

Предприниматель и меценат был достаточно откровенен, охотно отвечал на разные вопросы журналистов, обходя молчанием лишь один вопрос – о стоимости сделки. «Возвращение на родину столь значимых для страны произведений древнерусского искусства – честь для меня», – сказал Михаил Абрамов.

В праздничный вечер в адрес дарителя прозвучало много слов благодарности.

По словам заместителя директора музея Светланы Блажевской, икона «Воскресение с сошествием во ад» за время своих странствий сильно изогнулась, требует реставрации, поэтому вернуть ее в иконостас храма Николы Надеина не представляется возможным, после исследования иконы реставраторами и специалистами она займет достойное место в экспозиции «Иконы Ярославля».



ПО УПАКОВКЕ ВСТРЕЧАЮТ...

Традиционные выставки «Упаковка/УпакИталия-2017» и «Интерпластика-2017» прошли в «Экспоцентре» в Москве с 24 по 27 января. Участники ярославской делегации от ЯрТПШ в этот раз привезли из столицы не только контакты новых и потенциальных партнеров, но и приглашения выступить в качестве спикеров в рамках деловых программ профильных выставок этого года.

Текст: **Анастасия Вишневская**

Если на «Интерпластике» Ярославская область была представлена только научно-технической фирмой «НТВ», то в экспозиции территориальных торгово-промышленных палат и национальной конфедерации упаковщиков НКПак был оформлен целый коллективный стенд от Ярославской торгово-промышленной палаты. Участниками стенда в этом году стали и «старожилы» выставки – компании **3D-Pack** и «Азимут», и начавшая деятельность только в прошлом году ростовская компания «Экопакснаб».

«УпакИталия» прошла в обновленном виде. Во-первых, она впервые проходила под брендом Interpack alliance, объединяющим упаковочные выставки по всему миру. Во-вторых, экспозиция впервые разместилась в павильоне «Форум». По отзывам участников, это помещение и более компактное, чем предыдущее, и более удобное для посетителей – любой стенд можно было легко найти, так что недостатка внимания со стороны гостей выставки ярославцы не испытывали.

«В этом году было такое количество посетителей и потенциальных клиентов, что представители ярославских компаний едва успевали записывать контакты и давать информацию о себе, – поделилась впечатлениями заместитель директора департамента организации деятельности ЯрТПП **Марина Ключкина**. – Причем компаниям удалось найти партнеров в Москве даже среди земляков, поскольку из Ярославля многие приехали на эту выставку и в качестве посетителей».

«У посетителей объединенного стенда экологичная бумажная упаковка ООО «Экопакснаб» вызвала неподдельный интерес, – рассказала по окончании выставки **Елена Калашникова**, заместитель генерального директора по маркетингу и инновациям ООО «Экопакснаб». – Были установлены новые



неожиданные контакты как с российскими компаниями, так и с представителями США, Италии, Франции, Кипра, получены запросы на разработку новых видов бумажной упаковки, собрана реальная информация о состоянии российского рынка. Мы от всей души благодарим Ярославскую торгово-промышленную палату за отличную организацию и возможность достойно представить компанию из Ростовского района на международном уровне».

Существенно изменился подход к организации деловой части выставки. Так, доклады и дискуссии в этом году проходили не в изоляции от выставочных помещений, а непосредственно внутри павильона среди выставочных стендов. Так что все желающие, в том числе, и участники, могли совместить работу своего стенда и обсуждение современных тенденций в производстве и утилизации упаковки, тонкостях дизайна и услуг, необходимых промышленности упаковочных материалов.

В ходе деловой программы состоялась презентация инициативы по сокращению

продовольственных потерь и пищевых отходов – SAVE FOOD – на российском рынке, прошел блок семинаров «75 лет ПЭТ». Также организаторы выставки – ООО «Мессе Дюссельдорф Москва» – провели презентацию крупнейшей упаковочной выставки Interpack 2017, которая пройдет с 4 по 10 мая 2017 года в Дюссельдорфе (Германия).

Свой вклад в деловую программу внесли и ярославцы. Заместитель генерального директора компании «Азимут» **Петр Лавров** стал спикером «Дня цифровых инноваций в упаковке и этикетке» и рассказал гостям и коллегам о производстве уникальных для России этикеток по технологии «Азимута». Доклад Петра Лаврова привлек внимание организаторов деловой программы выставки «Бутилирование и бутилированные воды», которая пройдет в июне 2017 года в Москве. Также все участники от Ярославской области получили приглашения выступить в рамках деловой программы крупнейшей выставки в упаковочной индустрии России и Восточной Европы – RosUpack.

ПРИГЛАШАЕМ ВАС В НОВЫЙ ОФИС



по адресу: г. Ярославль, ул. Свободы, д. 2



SOCIETE GENERALE GROUP

ВМЕСТЕ
МЫ СИЛЬНЕЕ

РЕКЛАМА В ЖУРНАЛЕ «ДЕЛОВЫЕ ВЕСТИ ЯРОСЛАВИИ»

Для бизнеса,
для региона!

ЦВЕТНАЯ

от 4500 руб

ЧЕРНО-БЕЛАЯ

от 750 руб

Контакты:

**тел.: (4852) 21-79-72,
e-mail: vestnik@yartpp.ru**





СОЮЗ «ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ»

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕЗЕНТАЦИЙ, БИЗНЕС-ВСТРЕЧ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ МИССИЙ

В ЯрТПП накоплен большой опыт в организации мероприятий. Рекомендации об успешно проведенных семинарах-презентациях вы можете получить у наших клиентов, среди которых: ООО «ШУНК Интек», японский концерн Yamazaki Mazak, Группа компаний SECO, Представительство АО «Хермле ВВЭ АГ» в Москве, ЗАО «Шнейдер Электрик», SINGER, Toyota Tsusho Tekhnika, ООО «KSB», Rockwool, PERI.



Для организации мероприятий предлагаем следующие услуги:

- предоставление помещения;
- информирование и получение с заинтересованных лиц подтверждения участия в мероприятии;
- предоставление списка потенциальных потребителей продукции Заказчика с указанием контактных данных;
- выставочное оборудование;
- размещение информации в журнале «Деловые вести Ярославии» и на сайте ЯрТПП.

Контактное лицо: **тел. (4852) 21-98-61,**
Ключкина Марина Никоновна **e-mail: retech@yartpp.ru**

Для бизнеса, для региона!



СОЮЗ «ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ»

ПРОГРАММА «ПАРТНЕРСТВО»

проект Торгово-промышленной палаты Ярославской области,
направленный на укрепление партнерских отношений между
организациями и предприятиями - членами ЯрТПП и представляющий
собой систему перекрестных скидок на товары и услуги.

Программа «Партнерство» – это:

- ▶ более 400 участников проекта (все действительные члены ЯрТПП автоматически являются участниками проекта и могут получать и предоставлять скидки)
- ▶ платформа для продвижения товаров и услуг организаций – членов ЯрТПП
- ▶ продвижение бренда компании/ организации и дополнительная реклама вашего бизнеса
- ▶ более выгодные финансовые условия партнерства между организациями – членами ЯрТПП



Как стать участником программы "Партнерство"

Право стать участником партнерской программы имеют только предприятия – члены ЯрТПП. Чтобы войти в состав программы необходимо оформить заявку и направить в Отдел по работе с членами ЯрТПП по **e-mail: org@yartpp.ru**

Более подробную информацию можно получить по **тел: +7 (4852) 21-62-61, 45-80-68.**

На сайте ЯрТПП об участниках программы размещается следующая информация:

- ▶ логотип Партнера с переходом на сайт
- ▶ краткая информация о компании и ее деятельности
- ▶ размер скидки и условия ее предоставления
- ▶ контактные данные (наименование компании, адрес, контактные телефоны, электронная почта и адрес сайта).

Право на получение скидок по программе «Партнерство» предоставляется при отсутствии задолженности по оплате членского взноса.

Для бизнеса, для региона!

В январе-феврале 2017 года Отделом патентных услуг и товарных знаков ЯРТПП получены следующие

СВИДЕТЕЛЬСТВА

Свидетельство на товарный знак
(знак обслуживания)
№ 596973



Правообладатель:
ФГУП Центр «Русские ремесла»

Свидетельство на товарный знак
(знак обслуживания)
№ 601484



Правообладатель:
ООО «Мастерская майолики Павловой и Шепелева»

Свидетельство на товарный знак (знак обслуживания)
№ 598578



Правообладатель:
АНО «Научно-производственное объединение «Экколлайн»

Свидетельство на товарный знак
(знак обслуживания)
№ 597688



Правообладатель:
Расоян Р.Т.

Свидетельство на товарный знак
(знак обслуживания)
№ 598981



Правообладатель:
Власов А.Е.

Свидетельство на товарный знак
(знак обслуживания)
№ 600496



Правообладатель:
Муханов П.А.

Свидетельство на товарный знак
(знак обслуживания)
№ 602706



Правообладатель:
ООО «Полиграфпринт»

Свидетельство на товарный знак
(знак обслуживания)
№ 593104



Правообладатель:
ООО «Ярославский комбинат молочных продуктов»

Здесь может быть информация о регистрации Вашей промышленной собственности



По всем вопросам патентования объектов промышленной собственности, регистрации товарных знаков и защиты своего авторского права обращайтесь к начальнику отдела ПУ и ТЗ

Татьяне Владимировне Кукушкиной.

Тел./факс: (4852) 45-87-10

e-mail: patent@yartpp.ru, sertif@yartpp.ru

НАДЕЖНЫЙ ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПРОВАЙДЕР В ЛЮБОЙ ТОЧКЕ МИРА

DB SCHENKER – логистическое подразделение компании Deutsche Bahn (немецкие железные дороги). В 1992 году открылось российское подразделение Deutsche Bahn – АО «Шенкер», которое занимает в настоящее время одну из лидирующих позиций среди международных 3PL – операторов. На сегодняшний день в АО «Шенкер» работает более 900 сотрудников, филиальная сеть компании представлена в 24 городах страны.

Региональное представительство АО «Шенкер» в Ярославле успешно функционирует с 2008 года.

Компания оказывает услуги по доставке сборных грузов в торговые сети, а также доставке полногруженным транспортом. В состав регионального представительства входит офис и терминал кросс-докинга. Также в регионе есть резервный склад площадью 2000 кв.м.

«Мы осуществляем доставку сборных грузов во все розничные сети, в том числе, распределительные центры «Тандер», «Глобус», а также на промышленные предприятия и в коммерческие организации Ярославской и других областей, – рассказывает **старший региональный представитель АО «Шенкер» в Ярославле Дмитрий Смирнов.** – Мы готовы доставить груз до получателя в более чем 65 регионах России, республику Беларусь и Казахстан. Предлагаем доставку полногруженным транспортом, в том числе с соблюдением температурного режима, услуги ответственного хранения, решения по консолидации и отправке сборных грузов, комплектные перевозки в страны Европы и Азии, либо в обратном направлении».

Работая с DB Schenker, вы получаете:

- Высокоэффективную международную сеть, обеспечивающую быстрые и надежные транспортные услуги в России и на территории Европы;
- Возможность консолидации грузов из разных стран мира в одной точке;
- Доставку в федеральные торговые сети по расписанию;
- Доставку грузов с соблюдением температурного режима;
- Возврат сопроводительной документации с отметками грузополучателя с доступом к просмотру документов в сканированном виде;
- Возможность межтерминальных перевозок грузов;
- Европейский уровень сервиса.

DB SCHENKER гарантирует одинаково высокое качество услуг как в России, так и в любом другом офисе мира. Мы используем весь опыт и экспертные знания глобальной сети DB SCHENKER для решения самых сложных логистических задач и предлагаем клиентам лучшее обслуживание в отрасли.

Годовой оборот компании составляет 20,3 млрд евро. В компании работают 65 000 сотрудников в более чем в 2 000 офисах по всему миру.

АО «Шенкер» в Ярославле:
ул. Осташинская, д.9
+7 (4852) 599-506



25 лет компании в России
145 лет в мире

Ваш логистический провайдер в любой точке мира



РАЗРЕШИТЬ КОНФЛИКТ С ПОМОЩЬЮ ПРИМИРЕНИЯ

Разрешать конфликты предприниматели по-прежнему идут проторенной дорожкой в суд. Арбитражные суды рассматривают по 15-16 тысяч дел в год! В современном мире примирительные процедуры не в чести. Несмотря на это уже третий год ЯрТПП, аппарат уполномоченного по правам предпринимателей и Арбитражный суд Ярославской области занимаются популяризацией примирительной процедуры – медиации.

Текст: Екатерина Пащенко

В ЯрТПП 27 января прошла **пресс-конференция на тему «Суд и медиация: возможности и перспективы»**, вслед за которой состоялся **круглый стол, посвященный практике применения медиации в судах.**

В пресс-конференции приняли участие президент ЯрТПП Сергей Кузенёв, уполномоченный по правам предпринимателей Альфир Бакиров, заместитель председателя Арбитражного суда Ярославской области Елена Украинцева, председатель Коллегии медиаторов при ЯрТПП Наталия Мамаева, а также журналисты, судьи, юристы и медиаторы.

Еще в августе 2014 года президентом Торгово-промышленной палаты и Уполномоченным по правам предпринимателей был подписан Меморандум о сотрудничестве и взаимодействии в сфере ме-

диации для развития возможностей досудебного урегулирования споров, возникающих в процессе экономической деятельности. Именно с этой целью при ЯрТПП была создана **Коллегия медиаторов.** С тех пор стороны совместными усилиями занимаются популяризацией этой примирительной процедуры и проводят разъяснительную работу в Арбитражном суде, в ЯрТПП, на базе аппарата уполномоченного.

«Недавно заключили соглашение с МФЦ, – отметила Наталия Мамаева, – проводим бесплатные консультации и всеми возможными силами стараемся расширить круг представлений о самой процедуре, ее преимуществах и результатах».

По словам заместителя председателя Арбитражного суда Елены Украинцевой, за последние четыре

года число мировых соглашений остается на уровне 2% от общего количества рассматриваемых дел. В 2016 году они были связаны с подрядом, энергоснабжением и поставкой, услугами аренды, страхованием.

«В западных странах действует процедура обязательной медиации и суд не приступает к рассмотрению спора до тех пор пока стороны не обоснуют внятно почему не могут воспользоваться этой процедурой или не достигли результата. Думаю, что и в России мы к этому придем, – подчеркнула **Елена Украинцева**. – Пока же реальные шаги должны быть направлены на то, чтобы медиация в сравнении с судебным разбирательством экономически была более доступна. Судебное разбирательство, напротив, не должно быть дешевым».

Эту позицию поддержал и региональный уполномоченный: «В прошлом году по приглашению Совета Европы мы ездили на обучающий семинар во Францию. Участники конфликта там стараются договориться до суда, и обращаются в суд, когда на других площадках не нашли решения своей проблемы. Судебные разбирательства при этом обходятся значительно дороже».

«За время нашей практической деятельности мы убедились, что медиативные процедуры нужны, – подчеркнул уполномоченный по правам предпринимателей **Альфир Бакиров**. – И мы активно их используем при встречах предпринимателей с представителями власти».

Интересные данные привела зампред Арбитражного суда области Елена Укра-

инцева: «Согласно исследованиям в России только 3-5% людей планируют свою жизнь в горизонте 10 лет. Все остальные слабо представляют, что будет через год. И именно таким людям сложно проявить дальновидность и преодолеть возникшие трудности».

Особенности менталитета российских предпринимателей пока также не способствуют популярности процедуры медиации. Когда понимают, что услуги медиатора оплачивают обе стороны, перестают доверять и медиатору.

За время существования Коллегии медиаторов, а это два с половиной года, в Ярославле прошли обучение и получили удостоверения профессиональных медиаторов почти 40 человек. Все они внесены в Реестр, который ведет Коллегия медиаторов при ЯрТПП.

«Такое количество подготовленных профессиональных специалистов дает возможность говорить о следующем шаге – специализации по сферам деятельности, – подчеркнул президент ЯрТПП Сергей Кузенёв. – А когда накопится объем дел, сформируется практика, появятся основания обратиться в законодательные органы и в порядке эксперимента вводить обязательную медиацию в отдельных сферах».

По окончании пресс-конференции президент ЯрТПП Сергей Кузенёв и Уполномоченный по правам предпринимателей Альфир Бакиров торжественно вручили удостоверения новоиспеченным медиаторам, в числе которых и вице-президент ЯрТПП Наталья Рогоцкая.



Председатель Коллегии адвокатов «Академия правовой защиты» **Галина Старостина**, выступая на круглом столе, призвала судей склонять стороны к примирению: «У нас сложилась безусловная презумпция доверия к суду и если не будет посылка из суда к примирению, никто мириться не пойдет».

Опираясь на свой опыт медиаторской деятельности, Галина Старостина отметила, что медиатором должен быть человек неординарный. «Войдя в зал, где присутствуют конфликтующие стороны, между которыми воздух искрится, зачастую не знаешь то ли стихи Мандельштама читать, то ли гопак танцевать. И все ради того, чтобы остудить накал эмоций. Только после погашения эмоций можно вести конструктивные переговоры. Медиатор – это человек, мастерски владеющий словом. Словом, которое люди слышат. Когда я приступала к медиаторской деятельности, мне нравилась методика «адвокат дьявола», то есть нагнать страстей, доводя ситуацию до абсурда. Но сейчас я сменила тактику и помимо многих инструментов применяю способ «генератора идей», т.е. предлагаю сторонам различные варианты выхода из ситуации, тем самым говоря, что выход есть».

Главный итог круглого стола – нужна тотальная популяризация примирительных процедур, так как уровень агрессии в обществе достиг предельного уровня. Медиативными техниками заинтересовались и судьи Арбитражного суда. Для них Коллегия медиаторов тоже готова провести обучение.

Напоминаем, что Коллегия медиаторов при ЯрТПП приглашает предпринимателей каждый вторник с 9.00 до 17.00 на **бесплатную консультацию к профессиональному медиатору**. Записаться можно по телефону: (4852) 78-56-07.



В процессе обучения я поняла, и это стало потрясением, что слушать и услышать, что говорит другой человек – это целая наука. Не перефразировать, как мы привыкли, не вносить что-то свое, не додумывать за других, а просто услышать.

И, еще, было непросто согласиться с мыслью, что люди бывают другими, имеют право на другую точку зрения, на другие мысли, на другую жизнь. И точка. Если исходить из таких позиций, то можно услышать намного больше.

Наталья Рогоцкая
вице-президент ЯрТПП

КУЕМ ЖЕЛЕЗО, КРАСОТУ И ЗНАНИЯ

У одних наших героев вполне вещественный металл превращается в нечто воздушно-имиджевое. У других – настроение, жест, светотень обретают законченность и плотность, такую, что иногда ее можно потрогать руками. А роботы, сделанные учениками третьего героя, вполне могут потрогать руками вас.

Представляем подборку самых интересных, на наш взгляд, молодых ярославских бизнесов, доказавших, что если в основе лежит сверхидея, конкуренция не страшна.

Текст: Анастасия Вишневская

ПРОИЗВОДСТВО УКРАШЕНИЙ И ОДЕЖДЫ OMUT JEWELRY

Автор – Анастасия Климова (дизайнер и основательница марки)

Возраст идеи

Около 7 лет.

Возраст проекта

1 год.

Первоначальные вложения

Собственные средства и средства, вырученные в ходе реализации проекта, в целом более миллиона рублей.

Срок окупаемости

Заложенный в бизнес-плане – 3 года, предполагаемый сегодня – 2 года.

Путь идеи

У бренда было два этапа. Сначала, с 2010 по 2015 год, я работала одна. Тогда это был формат творческого эксперимента: я работала одна, с небольшим шоу-румом, все вещи делались в единственном экземпляре и о коммерческом проекте речи не шло.

В 2015 году ко мне присоединились партнеры – Григорий Коваль (директор по развитию) и Алена Коваль (директор по продвижению и маркетингу). Мы поменяли формат работы, зарегистрировали ООО, создали интернет-магазин и начали организовывать производство.



Вообще тема contemporary-украшений в интернете представлена очень широко, и в самом начале я ориентировалась на несколько нишевых марок, следила за их развитием, изучала подходы. Но сейчас, когда мы решили, куда хотим развиваться, могу сказать, что ориентиров в этой сфере у нас нет. Теперь я учусь, скорее, у дизайнеров одежды.

Суть проекта

Сейчас в нашем интернет-магазине представлено более 20 моделей украшений и одежды из цепей. У нас есть условное деление на первую и вторую линию. Первая линия – сложные топы, платья, вторая – более утилитарные вещи и более демократичные по цене: ожерелья, трансформеры, которые подходят для каждодневного ношения.

В производстве мы используем два вида металла: алюминий и сталь. Иногда вместе – сталь как более прочный металл используется как несущая конструкция, а алюминий набирает объем, чтобы изделие при всей массивности было легким.

Поначалу это были более украшения, чем одежда. Переход к более сложным вещам, к флагманским платьям, реализовался только когда присоединились партнеры, сложилось производство и появились обученные люди. По простой причине: все наши вещи делаются руками, и в одни руки это сделать не то чтобы не реально, но очень сложно и долго.

Изначально мы рассчитывали, что продажи будут в основном за границу – поэтому сделали сайт сразу на двух языках и уже собирались делать его на китайском. Но, как оказалось, неплохо идут дела и в России. По отзывам видно, что много за-

рубежной аудитории интересуется нашими украшениями. Но по фактическим покупкам 80% сейчас продается в России.

Самое важное для нас достижение на сегодня – это начало продаж в магазине Leform в Москве и в шоу-руме CHURCH boutique в Лос-Анжелесе.

Второе достижение – тот факт, что начали продаваться самые дорогие и сложные наши изделия – платья.

И третий очень приятный момент – Ярославский художественный музей взял в свой фонд одну из наших вещей.

Расходы

Пока для наших объемов производства хватает небольшой мастерской на фабрике «Красный перекоп», поэтому расходы на аренду незначительны. А вот закупка материалов, обучение людей, почтовые расходы, организация доставки (она у нас по России бесплатная) – это требует значительных трат.

Весь прошлый год наши расходы на 90% состояли из производства, отлаживания процессов и создания сайта. И только 10% пошли на продвижение и рекламу. Мы пока скорее пробовали, изучали, как это работает, чем масштабную рекламную кампанию проводили.

Думаю, в этом году процентное соотношение изменится, потому что основные процессы отлажены.

Кадры

Постоянный штат сейчас состоит из семи человек. Трое – это я и партнеры.

Плюс четыре мастера, которые работают на производстве. Плюс плавающее количество фрилансеров, которых мы задействуем, когда нужны фотосъемка, ретуш фотографий, редакторская работа и прочее.

Мастеров я пока обучаю сама, но в течение прошлого года уже сформировался один мастер такого уровня, что может и начать что-то делать с эскиза, и обучать других.

Это был сложный момент – придумать формат обучения и сделать его эффективным. Но вроде получилось. Мы даже рассматривали такой вариант заработка, потому что сейчас это актуальная тема – мастер-классы, школы. Но для нас это только кризисный, не интересный вариант. Он дает возможность быстро заработать, но не дает возможности роста.

Целевая аудитория

Пока у нас составилось три отчетливых портрета клиента. Первая категория: архитекторы и дизайнеры (люди в контексте), вторая – молодые мамы (видимо, им в какой-то период хочется уже чего-то отличного от детей), третья – мужчины, которые дарят украшение в подарок (средний возраст, высокий достаток, техника Apple).

Продвижение

Изначально проект существовал исключительно в соцсетях. Сейчас появился сайт, и для его продвижения мы продолжаем использовать соцсети. Кстати, с CHURCH boutique мы нашли через инстаграм.

Собственно, оффлайн-продажи изна-

чально были задуманы как часть продвижения. Мы предполагали, что доля прибыли от них будет небольшой, но сам факт того, что мы продаемся в крутых магазинах, будет работать на нас. Но оказалось, что оффлайн-магазины тоже вполне наш формат, сейчас только 60% продаж идет через интернет-магазин.

Мы используем кросс-маркетинг, поскольку выстраиваем партнерские отношения со всеми, с кем возможно, будь то фотографы, стилисты или дизайнеры одежды, с кем мы можем сколлаборироваться и снять на их одежде свой продукт.

В прямую рекламу мы пока не очень много вкладывали – в основном, в Google AdWords. Но это дело дорогое и требует четкого таргетирования, а портрет покупателя у нас еще в процессе «рисования».

Есть у нас такая маркетинговая задача как «вербовка» агентов влияния. Мы хотим сотрудничать с селебрити, как в музыкальной индустрии, так и в кинопроизводстве. Это непростая задача, особенно из Ярославля, но мы этим обязательно будем заниматься.

Конкуренция

В России у нас нет конкурентов, которые делали бы подобный продукт. За рубежом, наверное, будет больше конкуренции, потому что там в принципе развиты нишевые продукты и небольшие мастерские.

Но пока, по работам, представленным в интернете, видно, что, скорее всего, у наших потенциальных конкурентов нет производства – это только единичные вещи, которые много раз отсняты. Потому что организовать такое производство на самом деле очень сложно. Это ведь не технология, в которой есть ГОСТы, училища, готовые лекала. Здесь нужно создать свою базу моделей, технические эскизы, обучить людей – это все долгий и достаточно сложный процесс.

«Подводные камни»

Сырье для нас – постоянная боль. Оказывается, такую простую вещь, как металлическая цепочка черепахового плетения нельзя заказать в России, потому что ее не производят. Поэтому мы заказываем цепи в Италии и Китае. Естественно, бывают и сбои в поставках, и сюрпризы – например, размер звена внезапно меняется на полтора миллиметра, и нам приходится перерисовывать все схемы. Или чуть меняется оттенок...



Сейчас мы вроде бы нашли для себя оптимальные варианты, но, конечно, хотели бы иметь своего производителя, с которым можем договориться, обсудить варианты. Это расширило бы наши возможности, в том числе, с точки зрения модельного ряда. Но пока у нас не те объемы заказов, которые могли бы заинтересовать крупного поставщика, потому что в случае фурнитуры речь идет о контейнерах. Мы и так заказываем цепи километрами, но этого мало.

Перспективы

В планах на 2017 год – достаточно значительное расширение модельной сетки и по первой, и по второй линии. Также в этом году мы будем развивать количество оффлайн-точек продаж в России.

А дальше однозначно будем продвигаться в Америку и Европу. Мы хотим быть представлены в концептуальных магазинах по всему миру, плюс рассматриваем как одну из целей сотрудничество с крупными онлайн-ритейлерами типа Farfetch или Net-a-Porter.



Также, естественно, планируем постепенно расширять производство. Мы уже производим несколько меньше, чем хотелось бы – новые магазины ждут поставок. В дальнейшем, скорее всего, будем открывать мастер-

ские не только в Ярославле, но и в Москве и за рубежом, поскольку у нас нишевая история, все вещи подгоняются под конкретного заказчика, и отправление со склада невозможно, все привязано к мастерской.

АРТ-СТУДИЯ «ФОТОКИНО»

Авторы – Анна Ивановская и Елена Мирскова



Срок окупаемости

Несколько месяцев.

Путь идеи

Нас с детства притягивало все, что связано с красотой, гармонией. У нас общий взгляд на то, как должны выглядеть современное видео и фотография. И в 2010 году мы пришли к идее собственного совместного дела в этой сфере.

Первоначальные вложения пошли на покупку фотоаппарата. Первый комплект был б/у, купили его в Москве с рук.

На начальном этапе мы снимали преимущественно свадьбы. Это была грандиозная школа общения с разными людьми. Мы и сейчас свадьбы любим и снимаем, но намного меньше, потому что и в других сферах теперь снимаем очень активно.

Первое время мы интенсивно поглощали информацию и перенимали опыт. Был период, когда мы организовывали в Ярославле мастер-классы, зазывая сюда именитых

фотографов – и учились у них. Сейчас уже мы умеем находить бесплатных «учителей». Например, много дают хорошие фильмы, ведь там над каждым кадром работают десятки профессионалов. Так что мы учимся и вдохновляемся и на выставках, и в кино.

Суть проекта

Наш продукт – это красивая картинка, которая несет в себе важный для людей смысл. Это про счастье, про радостные моменты жизни, про хорошие воспоминания.

Есть фотографы и видеографы, которые подходят к этому делу действительно как к бизнесу – пользуются схемами и шаблонами современной фотографии и создают то, что называется «популярная фотография» и «популярное видео».

Мы рассматриваем наше дело все-таки не как бизнес. У нас есть определенные принципы, которые мы привносим в фотографии и видеографию – мы делаем красиво и позитивно, ни на кого не оглядыва-

Возраст проекта

Около 7 лет.

Первоначальные вложения

Собственные средства, 30 тыс. рублей.

ясь. Раскрепощаем людей, «вытаскиваем» из них самих себя, стараемся отучить их от шаблонов и сделать хороший продукт.

В этом плане подход у нас примерно один – что в семейной съемке, что в имиджевой, что в коммерческой. Только в коммерческой мы, кроме создания собственно продукта, помогаем продумать его грамотное использование и размещение. Если это реклама, она должна работать, а не быть просто красивой картинкой.

Мы организуем съемку от и до. Вплоть до выбора одежды и аксессуаров в магазинах-партнерах. Пришли к этому опытным путем. Часто, когда человек сам выбирает, в чем сниматься, выбор падает на что-то не всегда подходящее, отвлекающее внимание от самого человека. А мы стараемся показать, что фотография и видео – это вне моды, это про людей, и глаза зрителя должны фокусироваться на героях и их эмоциях, и не отвлекаться на дисгармоничные элементы в интерьере или одежде.

Расходы

Практически все наши расходы связаны или с оборудованием, или с упаковкой (флешки, диски, коробочки, полиграфия, расходный материал для оформления) – мы большое внимание уделяем упаковке готового материала.

Когда-то была идея офиса, но мы пришли к выводу, что он нам не нужен. Снимаем мы в студиях, на улице, на производстве, а обрабатываем материал дома.

На маркетинг и рекламу трат сейчас практически нет. Всю рекламу делают наши работы и публикации абсолютно бесплатно.

Кадры

Мы работаем вдвоем. Но у нас есть ассистенты – второй оператор и ассистент фотографа. Их мы приглашаем по необходимости.

Целевая аудитория

Целевая аудитория растет вместе с нами – и в плане возраста, и в плане внутреннего развития. Поэтому наши клиенты 2010 года и 2016 года – это разные люди.

Вообще наши клиенты – это те, кто разделяет наши взгляды, нашу философию. Поэтому мы не просто выкладываем свои работы в социальные сети, а рассказываем, описываем, что и как здесь снято. Это хороший фильтр. У нас сейчас много клиентов, с которыми мы можем чай-кофе

попить, поболтать – и это классно, потому что люди раскрепощаются, и на съемочной площадке все проходит гораздо легче.

Продвижение

На первых этапах у нас была наружная реклама – всего один щит на Московском проспекте, но он очень хорошо работал. Может быть, такое место удачное. Ну и макет был хороший.

Сейчас наша реклама – это наши работы, выложенные в соцсетях, наши посты к работам, «сарафанное радио». Плюс мы периодически участвуем в проектах наших партнеров – выступаем спикерами на различных свадебных форумах и других мероприятиях.

Другой рекламы нам уже не надо.

Конкуренция

В Москве конкуренция очень жесткая, потому что у них огромное количество специалистов. В основном, конечно, и там это штамповщики шаблонов, но и генераторов идей там больше. В свое время нам было очень интересно снимать в Москве – новые локации, новые возможности, новые люди.

Со временем, обзаведясь кругом постоянных клиентов и партнеров, мы пришли к выводу, что, по сути, этот город отличается от Ярославля только масштабом, остальное нужно искать в своей голове. Сейчас выезжаем со съемками в Москву реже, т.к. в родном городе график съемок очень плотный.

Стиль «ФотоКино» – это то, чего раньше не было на рынке. Уже сейчас мы видим последователей и нам это очень приятно. Мы надеемся, что, смотря наши работы,

люди начнут понимать истинное предназначение фотографии и видео.

«Подводные камни»

Мы два года пытались подобрать нам в команду ретушеров – тех, кто занимается обработкой отснятого материала. Пробовали разных людей – и каждый раз не получалось. И, как мы поняли в конце концов, вряд ли получится, разве что за очень большие деньги, что тоже не выгодно.

Дело не в том, что люди недостаточно профессиональны, а в том, что они – не мы. Когда к нам приходят клиенты, они хотят получить наше фирменное качество, а это значит, что и обработка должна быть наша фирменная.

Это многое усложняет. В первую очередь, тем, что требует очень много времени.

Перспективы

Год назад, после того как мы начали снимать имиджевые фотосессии, многие клиенты начали к нам обращаться за консультациями: что делать дальше с полученными материалами, где и как их размещать. В конце 2016 года, когда к нам одновременно обратились сразу пять человек, мы предложили встретиться всем вместе, чтобы рассказать обо всем сразу. Так прошло наше первое занятие по визуализации бренда и его продвижению в соцсетях.

На сегодня мы провели уже три групповых занятия, и планируем развивать это направление, потому что люди активно интересуются этой темой, а нам есть, чему их научить.



КУРСЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ГАРАНТИЯ ЗНАНИЙ»



Автор – **Артем Квасов**

Поначалу у нас были курсы по математике, физике и русскому языку в Крестах на базе школы. Затем я начал привносить в программу свои интересы к робототехнике. Мои интересы разделили и дети, и преподаватели – и в дальнейшем мы сделали акцент на робототехнику и программирование.

1,5 года назад мы переехали на Красный съезд, получили лицензию – и от этого центрального офиса продолжили развитие бренда.

Суть проекта

Мы не организуем развлекательные курсы. Любой наш курс ориентирован на профессии будущего: робототехник, программист, инженер-технолог, химик. Поэтому у нас есть ученики, которые в 9–10 лет программируют свои мобильные приложения, самостоятельно вырезают и собирают роботов, способных смотреть по сторонам и ездить.

Робототехника и программирование это то, что мы очень хорошо умеем делать, к тому же они пользуются высоким спросом, поэтому основной акцент мы делаем именно на этих курсах.

В Ярославле на сегодня действует центр на Красном съезде и пять филиалов в школах. В филиалах мы преподаем робототехнику и программирование, 3D-моделирование и основы предпринимательства, а в центральном офисе также готовим к ЕГЭ и ОГЭ и недавно добавили Школу «Юного химика».

Кроме того, мы открыли 13 учебных центров в Москве и два тестовых филиала в Туле и Симферополе. В основном мы располагаемся на территориях школ, библиотек, досуговых центров. Насколько хватает сил, я стараюсь лично контролировать все филиалы, хотя в них есть, конечно, свои администраторы.

Расходы

Самые серьезные расходы у нас на персонал – 30–40% от дохода мы отдаем педагогам.

20% идут на маркетинг и рекламу.

Коммунальные расходы и аренда составляют небольшую часть расходов. В частности за счет того, что ярославские школы разделили наш интерес и предложили свои площадки для проведения занятий по робототехнике и программированию. За что я очень благодарен департаменту образования и департаменту информатизации Ярославской области, потому что они в нас поверили и сами предложили информационную поддержку – прошлой весной пригласили выступить перед директорами. Несколько школ заинтересовались, и теперь мы сотрудничаем с пятью школами по договору о совместной реализации образовательных программ.

Мы со своей стороны обучили педагогов этих школ навыкам преподавания робототехники и бесплатно предоставили им робототехнические конструкторы для занятий с учениками этих школ. А школы предоставляют нам свои кабинеты на один из выходных дней.

Кадры

Сейчас у нас порядка 40 сотрудников. В основном это студенты 5–6 курсов ведущих вузов Ярославля и Москвы (ЯрГУ и ЯГПУ, МГТУ им. Баумана, МГУ, МИФИ и МФТИ), недавние выпускники вузов и аспиранты. Мы стараемся брать молодых, тех, кто ближе и к новым наукам, и к детям.

В Ярославле нет жесткой конкуренции в битве за преподавателя, поэтому у нас особых проблем нет. Мы проводим регулярные бесплатные школы педагогов – и в процессе обучения находим кадры. Например, в сентябре мы проводили бесплатную школу преподавателей робототехники и, благодаря этой школе, у нас появилось шесть новых замечательных педагогов.

Соискатель, приходящий к нам, проходит два тура собеседований. На первом мы изучаем его педагогические навыки, а на втором смотрим, как он может держать

Возраст идеи

Около 5 лет.

Возраст проекта

3 года.

Первоначальные вложения

Собственные средства, 30 тыс. рублей.

Срок окупаемости

Каждый вновь созданный центр окупается за 4–5 месяцев.

Путь идеи

В 2012 году, когда я учился в Москве и преподавал математику в одном из центров дополнительного образования, я стал исследовать, что происходит в этой сфере в Ярославле. И увидел, что серьезных курсов по подготовке к ЕГЭ и ОГЭ практически нет.

Сначала хотел сделать онлайн-курсы, но после презентации своего проекта на форуме предпринимателей на Селигере еще раз подумал и решил перейти в оффлайн.

На начальном этапе пригодились 30 тыс. рублей, заработанные преподаванием математики. Из них 10 тыс. рублей вылетели «в трубу», потому что реклама в транспорте не сработала. 5 тыс. рублей мы потратили на листовки – и сами раздавали их. А 10 тыс. рублей отдали за аренду помещения.

ся в условиях жесткого урока. Это сложное испытание, так что даже в Ярославле у нас получается порядка 10 человек на место. В Москве, где за молодые головы идет более серьезная битва, это 12 человек на место. Там найти достойных гораздо сложнее, но за счет гибкого графика и зарплаты выше рынка у нас получается их привлекать.

Кандидатов, прошедших отбор, мы обучаем сами. В первую очередь, ораторскому мастерству и умению вести себя с детьми, доносить материал. Также учим, как строить занятия непосредственно в наших центрах, и обязательно учим общению с клиентом, т.е. с родителями. С родителями мы должны поддерживать постоянную обратную связь, иначе не сможем гарантировать высокое качество услуг.

Кроме педагогов, у нас есть администраторы центров и методисты (один методист на 5-6 центров).

Целевая аудитория

В первую очередь, это родители от 25 до 35 лет с маленькими детьми, причем родители сами глубоко разбираются в технике и имеют профильное техническое образование. Хотя сейчас появляется интерес не только у «технарей».

Продвижение

В основном мы вкладываемся в интернет – по большей части в контекстную рекламу. В оффлайне (в Москве) мы ограничиваемся тем, что делаем достаточно крупные вывески на всех помещениях,

которые у нас есть, причем, как правило, вывески находятся на первой линии транспортной проходимости. В Ярославле закон о рекламе нам этого пока не позволяет, к сожалению, так что ограничиваемся вывеской, которая у нас есть на основном центре, плюс рекламой на остановках.

В основном же мы продвигаем бренд качеством наших услуг.

Конкуренция

Я бы не сказал, что в России вообще есть жесткая конкуренция в нашей сфере. В Ярославле у нас есть конкуренты разве что в области экзаменационных курсов, но их очень немного. К сожалению, многие предприниматели до сих пор не стремятся к высокому качеству услуг – и быстро закрываются.

В Москве поинтереснее – там действительно приходится время от времени задумываться, какую стратегию лучше использовать, как себя показать. Это стимулирует работать.

«Подводные камни»

Самое сложное в этом бизнесе, как оказалось, – получение лицензии на осуществление образовательной деятельности в области дополнительного образования. Это потребовало очень много сил, времени и денег. Мы даже поменяли одно помещение, потому что оно не подходило под лицензионные требования.

Это и сейчас остается самым сложным. Нам приходится очень внимательно относиться ко всем санитарным нормам, по-

жарным нормам, постоянно следить, чтобы у педагогов были необходимые документы – все это очень строго проверяют.

Еще одна постоянная сложность – время доставки оборудования для робототехники. У нас есть лазерный станок и 3D-принтер, и некоторые детали для роботов мы режем и печатаем сами. Но «начинку» – микроконтроллеры и другие части «мозга» роботов – приходится покупать в Америке, потому что в России их не только не производят, но даже не перепродают. И вот из Америки заказ может прийти через две недели, а может и через три месяца, что иногда стопорит учебный процесс, хотя у нас есть большая база основных деталей.

Перспективы

Сейчас я общаюсь с шестью городами, которые хотят открыть наши центры по франшизе. Думаю, это хорошая модель продвижения, если учитывать, что в отдаленные города мы точно не поедем – в Мурманск, например. Поэтому, если там будет такой центр открываться, я не собираюсь драть пять шкур – главное, чтобы наш бренд развивался.

Сами мы в сентябре будем открываться в Туле. Год тестирования показал, что рынок там похож на ярославский. А вот в Симферополе пока тему развивать не будем.

В следующем году, ориентировочно в январе, планируем привести наши курсы робототехники и программирования в Европу. Вероятно, начнем либо с Чехии, либо с Германии – по этим странам есть некоторые наметки.





КРИЗИСА НЕТ, ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТИ

В 2017 году страховая компания ВСК отмечает свой 25-летний юбилей. За счет чего ей удалось не только пережить все возможные кризисы, но и войти в число ведущих игроков рынка страховых услуг? Каковы дальнейшие планы компании, и как она планирует достигать тех целей, которые перед ней стоят? На эти и другие вопросы ответил председатель совета директоров Страхового Дома ВСК Сергей ЦИКАЛЮК.

Беседовала **Анастасия Скогорева**

Сергей Алексеевич, рынок страховых услуг в России еще молодой и развивающийся. При этом ВСК отмечает 25-летний юбилей, а это серьезный срок для частной страховой компании... С какими сложностями вам приходилось сталкиваться в самом начале пути, на какие вызовы приходилось отвечать?

Наша компания создавалась в начале 1990-х, когда по мере развития рыночных отношений в стране возникла потребность в

самых разных страховых услугах. В ответ на эту потребность на рынке страхования появились новые игроки. Кто-то из них специализировался на страховании автотранспорта, кто-то на страховании физических лиц и т.д.

Специализация ВСК, которая тогда называлась Военно-страховая компания, во многом была обусловлена моей предыдущей профессией. Я 16 лет прослужил в вооруженных силах, поэтому не понаслышке был знаком с теми проблемами, которые

возникли из-за отсутствия страхования рисков, связанных с участием людей в боевых действиях. Вы наверняка помните, сколько в начале 1990-х годов было военных конфликтов вдоль границ нашей страны: Приднестровье, Кавказ, Таджикистан.

Тогда мы предложили систему обязательного государственного страхования для военнослужащих и членов их семей. Это была масштабная задача, и я могу с гордостью сказать, что нам удалось ее решить, а

государство по достоинству оценило наши усилия. Подтверждением является благодарность Президента Российской Федерации в адрес компании и государственные награды, которые получили наши коллеги.

Не ставя под сомнение важность этой задачи, рискну предположить, что это — довольно узкая «ниша». Известно, что на

системообразующих игроков страхового рынка. С одной стороны, 25 лет — серьезный срок, а с другой стороны, не время останавливаться на достигнутом. Наоборот, это хороший трамплин для движения вперед.

В какой момент пришло понимание, что заниматься только военным страхованием недостаточно?

держки, повышать качество обслуживания клиентов. Мы видим преимущества новых бизнес-моделей и некоторые компетенции формируем у себя.

И все же я глубоко убежден, что личный контакт очень важен при построении диалога с клиентом. Страхование — это тот бизнес, который в первую очередь строится на доверии.



Стать лидером на рынке страхования для нас не просто мечта, а именно цель, к которой мы идем, совершая конкретные действия и принимая выверенные управленческие решения.

Сергей Цикалюк

председатель совета директоров
Страхового Дома ВСК

сегодняшний день ваша компания оказывает куда более широкий спектр страховых услуг.

Совершенно верно. Мы не остановились на достигнутом. Нам удалось создать дифференцированную продуктовую линейку по всем видам страхования и развить разветвленную региональную сеть. Мы занимаемся страхованием и в космической отрасли, и в банковской, и в агропромышленном комплексе. Оказываем услуги страхования автогражданской ответственности, опасных производств, перевозчиков и т.д. Всем этим мы прирастали постепенно, по мере развития и изменения масштабов компании.

Мы часто слышим, как цитируют китайскую поговорку: «Не дай вам Бог жить в эпоху перемен». Я с этим тезисом не совсем согласен: как раз в эпоху перемен жить хоть и нелегко, но очень интересно. И когда через 25 лет после создания компании отмечаешь ее юбилей, во-первых, удивляешься, как быстро пролетело время, а во-вторых, испытываешь настоящую гордость за то, что мы смогли преодолеть все трудности, не опустили руки и вывели компанию в число

Мы изначально знали, что это невозможно. Понимали, что компании для развития нужен рынок и, что особенно важно, нужны территории. Поэтому филиальную сеть мы начали создавать практически сразу: в 1992 году, в год создания компании, появился первый филиал в Ростове-на-Дону, а уже в следующем 1993-м были открыты филиалы еще в 54 субъектах РФ. Сейчас ВСК присутствует на территории всей страны, наша филиальная сеть насчитывает более 400 филиалов и отделений.

Но сейчас на рынке начинают появляться компании с принципиально новой бизнес-моделью. Она предполагает централизацию всех процессов и реализует принцип удаленного взаимодействия с клиентами. Как это сочетается с вашей стратегией развития региональной сети?

Одно другому не противоречит. Я согласен с тем, что информационные технологии очень важны для поддержания конкурентоспособности компании. Эту задачу мы решаем постоянно, потому что внедрение новых технологий позволяет нам сокращать из-

Если смотреть на бизнес с этой точки зрения, репутация страховщиков все еще оставляет желать лучшего. Как справляетесь?

Мы максимально прозрачны и открыты для наших клиентов. Я помню, как 15 лет назад в компанию поступило предложение от агентства «Эксперт РА» провести исследование и на основании его результатов присвоить ВСК рейтинг надежности. Тогда я собрал своих коллег и задал им вопрос: должны ли мы принять это предложение. Было приятно услышать в ответ, что это важно и нужно. Таким образом, ВСК стала первой страховой компанией, получившей рейтинг от «Эксперт РА».

Считаю, что публичность — очень важное достоинство ВСК. Уже на протяжении нескольких лет мы работаем с аудитором из «большой тройки» PriceWaterhouseCoopers, которая ежегодно анализирует нашу отчетность с точки зрения ее прозрачности, открытости и соблюдения всех требований регулятора. Мы также сотрудничаем с российской аудиторской компанией «Мариллион». Должен отметить, что между ВСК и

этими компаниями не возникает серьезных расхождений в оценках.

Более того, в этом году несмотря на сложную экономическую ситуацию и высокую конкуренцию мы получили международный рейтинг агентства Fitch на уровне ВВ-.

ВСК собирается выходить на внешние рынки капитала?

Пока нет. Для нас важнее, что благодаря этому мы попали в клуб компаний с международными рейтингами. Это знак качества и возможность осознать, в чем сильные стороны компании, а что необходимо скорректировать в ее бизнес-модели.

По мнению многих экспертов, сейчас мы проходим через очередной кризис. Как, по вашим наблюдениям, переживает его страховая отрасль в целом и ВСК в частности?

Как известно, кризис не появляется внезапно, он проявляет скрытые конфликты и диспропорции. Ни для кого не секрет, что некоторые наши коллеги по рынку оказались в тяжелом положении не столько потому, что ухудшилась экономическая ситуация в стране, сколько потому, что не выстроили стратегию многолетнего развития. Увы, налицо управленческая близорукость и отсутствие заинтересованности в стабильном развитии.



Еще недавно в российском страховании было несколько тысяч игроков, сейчас их количество снизилось до двухсот шестидесяти, при этом активно работают всего два десятка компаний.

При этом основным мотиватором является получение сиюминутной выгоды. Рынку известны прецеденты, когда такие компании сворачивали свою деятельность и обманывали десятки и сотни тысяч людей.

Положим, такие компании априори не могли пережить кризис. Но наверняка и для ответственных и устойчивых участников рынка события последних двух-трех лет стали серьезным испытанием на прочность?

Возможно, я вас удивлю, но как раз для серьезных компаний кризиса нет, а есть возможности для развития. Судите сами – еще недавно в российском страховании было несколько тысяч игроков, сейчас их количество снизилось до двухсот шестидесяти,

при этом активно работают всего два десятка компаний. Как раз между ними и происходит основная конкуренция по самым разным направлениям – в борьбе за клиента, долю рынка, повышение собственной эффективности и сокращение издержек.

А вас не смущает, что на страховом рынке активно работают всего порядка 20 компаний? Получается, что он является очень концентрированным.

Концентрация страхового рынка – это не системный сбой, а объективный процесс. Ужесточаются требования к деятельности страховых компаний со стороны Банка России, и я считаю, что принимаемые меры необходимы для здорового функционирования рынка. Важно учитывать, что мы работаем на достаточно сложном рынке.

В свое время большое количество страховых компаний возникло как раз потому, что многим рынок казался простым. Они были уверены, что смогут эффективно управлять своим бизнесом. Однако большинство совершили ошибку: на самом деле страхование требует от управленцев высочайшего уровня профессионализма и системного подхода. К сожалению, далеко не все руководители и акционеры смогли продемонстрировать эти качества.

Как, на ваш взгляд, развивается рынок по сравнению с тем же банковским сектором?

Считаю, что ключевая характеристика применительно к вашему вопросу – стихийно. За 25 лет работы на этом рынке я принимал участие в разработке нескольких концепций его развития. Увы, эти идеи так и не удалось воплотить в жизнь. Сегодня у нас есть мегарегулятор, но по-прежнему нет структуры, которая отвечала бы за развитие отрасли в целом.

Если посмотреть на российское страхование, нельзя не отметить, что нормы, устанавливаемые для отрасли, плохо проработаны и зачастую не отвечают интересам игроков рынка. Например, к страховым услугам при-

меняется закон о защите прав потребителей, а банковский сектор не подпадает под его действие. Создание «Единого агента», переход на новый план счетов и новый формат отчетности – реализуются за счет страховых компаний, и никого не интересует вопрос об источнике финансирования.

Сейчас специально под один вид страхования – ОСАГО – создается страховой омбудсмен. Но будет ли от этого нового института практическая польза? Я думаю, что никакой омбудсмен не решит главные проблемы рынка, если не будут приняты обсуждаемые сегодня законодательные изменения.

На мой взгляд, необходимо не только жестко регулировать страхование, но и развивать его – создавать условия для повышения маржинальности и капитализации страховых компаний, снимать с них избыточную нагрузку. Без сильного лобби, которое есть у банков, эти вопросы решить почти невозможно.

И заключительный вопрос – каковы дальнейшие планы ВСК?

В прошлом году у нас состоялась сделка с финансовой группой «САФМАР». Считаю, что и для компании, и для российского рынка в целом, это событие знаковое. В текущих рыночных условиях активный рост возможен за счет консолидации бизнеса, поэтому было принято решение объединить наши страховые активы. Мы ожидаем, и на самом деле уже начали ощущать, серьезный синергетический эффект от объединения наших компетенций.

Более того, бизнес семьи Гущериных-Шишханова включает самые разноплановые активы – от нефтяной промышленности до банков и пенсионных фондов. Взаимовыгодное сотрудничество с компаниями группы также увеличивает наши возможности с точки зрения капитала и положения ВСК на рынке.

На сегодняшний день мы оцениваем перспективу развития компании как достаточно серьезную. Наша цель очень амбициозна – мы стремимся занять лидирующую позицию на рынке страхования. В первую очередь, за счет повышения профессионализма, развития технологий и продуктов. Да, мы хотим, если так можно сформулировать, «прыгнуть выше головы». Но это для нас – не просто мечта, а именно цель, к которой мы идем, совершая конкретные действия и принимая выверенные управленческие решения.

ЦЕНТР ЭКСПОРТА ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

В Ярославской области создана инфраструктура поддержки экспортно ориентированных предприятий региона, оказывающая содействие развитию международного делового, технологического, научно-исследовательского сотрудничества.

Хотите оценить свою готовность к выходу на международные рынки, найти новых партнеров, расширить географию клиентов – приходите к нам!

КАКУЮ ПОДДЕРЖКУ МОЖЕТ ПОЛУЧИТЬ МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИЯТИЕ СЕГОДНЯ:

- Создание профиля в базе **Enterprise Europe Network** на русском и английском языке и поиск партнеров на межрегиональном и международном уровне с помощью инструментов Европейской сети поддержки предпринимательства (42 центра в РФ, более 600 организаций, 50 млн. компаний в 60 странах мира)
- **Консультационные услуги** (в том числе с привлечением профильных экспертов) по вопросам внешне-экономической деятельности, делового, технологического, научно-исследовательского сотрудничества с иностранными партнерами
- Участие в **семинарах, мастер-классах, круглых столах** и других информационных мероприятиях
- Содействие в вопросах **оформления, защиты и использования прав на объекты интеллектуальной собственности**
- Участие в **B2B встречах с зарубежными предпринимателями** в Ярославле
- Участие в **бизнес-миссиях в зарубежные страны** с целью поиска партнеров
- **Получение информации** о существующих мерах поддержки экспорта, о возможности участия в выставочных мероприятиях, форумах, B2B встречах, которые проходят в России и за рубежом

НОВЫЕ УСЛУГИ, КОТОРЫЕ ДОСТУПНЫ ПРЕДПРИЯТИЯМ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ В 2017 ГОДУ:

- Содействие в формировании и продвижении экспортного и соответствующего инвестиционного предложения, в том числе в **подготовке и переводе на иностранные языки презентационных и других материалов**
- Содействие в организации участия в **международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях на территории РФ и за рубежом**
- **Создание и модернизация сайта** экспортно ориентированного субъекта МСП, в том числе на иностранном языке
- Содействие в **приведении товаров (работ, услуг) в соответствие с требованиями, необходимыми для экспорта товаров (работ, услуг)**
- Содействие в проведении **маркетинговых исследований** по выводу конкретного продукта субъекта МСП на иностранный рынок

Услуги оказываются малым и средним предприятиям на безвозмездной основе.

г. Ярославль, ул. Чехова, д.2, оф. 244, здание «Бизнес-инкубатора», e-mail info@ric76.ru, тел.: 8 (4852) 59-58-35.

АКЦИИ КАК ОДИН ИЗ САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

или Как провести прибыльную акцию, когда напротив конкуренты

Акции – это один из самых эффективных маркетинговых инструментов для повышения продаж. В бизнес-сообществе сложилось неправильное мнение, что акции и распродажи это всегда убыточно. «Да, народ-то мы привлечем, а вот сможем ли заработать?». Чаще всего акции и распродажи действительно привлекают, но иногда проходят в убыток для собственника.

Текст: **Наталья Смулова**, сертифицированный бизнес-консультант Международной ассоциации «Бизкон»

Так как же правильно использовать этот волшебный инструмент, чтобы получать и продажи и прибыль? Разберем по шагам.

ШАГ 1.

Планирование акций

Акции и распродажи – это не спонтанное действие «вдруг захотелось директору...». Подготовка должна быть проведена заранее. Планирование осуществляется на целый год – сколько акций будет проведено, в какие месяцы, когда начинается подготовка, примерно идея акции или к чему она будет приурочена и т.д.

ШАГ 2.

Целевые аудитории

Тоже очень серьезная работа, которая должна быть проведена в компании. Без знания, кому мы продаем, все продажи как стрельба из пушки по воробьям. Очень часто на мой вопрос «Кто ваша целевая аудитория?» слышу ответ – «Мы работаем для всех!».

Работаем для всех – это значит ни для кого!
Вот реальный пример.

Розничная компания: «Мы продаем вообще всем, кто к нам зайдет: и девушкам, и женщинам 35-45 лет, даже есть клиентки, которые и в 50, и в 60 лет одеваются у нас. У нас есть одежда и для тех, кто за модой следит, и для тех, кто привык к классике».

Я говорю: «Вы понимаете, что вы размываете свою аудиторию? И как итог – проблемы в продажах». В ответ: «Нет, что вы! Мы думаем, наоборот, за счет того, что мы работаем для всех – мы более-менее на плаву».

Что мы в результате сделали? Проанализировали один из розничных магазинов этой компании. Проходящий поток в магазине очень серьезный, причем есть как новая аудитория, так и постоянная, которая ежедневно проходит по этому маршруту.



На витрине стоит манекен девушки в облегающем платье и манекен дамы очень существенных размеров... И вот ситуация: идет девушка, видит молодежное платье, думает: «О, интересное платье!», а затем смотрит на манекен внушительных размеров, который стоит рядом (транслируя, что клиентам с лишним весом тоже сюда) и возникший у девушки интерес моментально проходит. Потенциальный покупатель прошел мимо! Интерес должен был найти подкрепление, а его нет! Такая же ситуация, если бы девушка зашла внутрь магазина. Ее глазам предстанет широкий ассортимент: и молодежная одежда, и одежда для женщин в возрасте, и классика. Такая хаосность навеивает подозрение о дешевизне, и часть аудитории будет просто-напросто потеряна.

Итак, что мы должны знать о своей целевой аудитории.

1. Возраст ваших клиентов.
2. Кто они: мужчины или женщины? Мужчины и женщины по-разному делают выбор, именно поэтому важно знать гендерную составляющую.
3. Где живут ваши покупатели?
4. Какой у ваших клиентов социальный статус? Сколько они зарабатывают? Есть ли у них семья, дети? Если да, то кто в семье принимает решения. Очень часто бывает так, что потребность в товаре или услуге может быть у жены, а решение о покупке будет принимать муж. И в таких случаях нужно продумывать отдельную маркетинговую стратегию.

5. Какие у ваших клиентов есть проблемы, непосредственно связанные с вашим товаром или услугой? Это очень важный пункт, которым почему-то очень часто пренебрегают. Опишите проблемы клиентов их же словами. На основе этих проблем можно писать классные продающие тексты.

6. Какие у ваших клиентов есть страстные желания, мечты, связанные с вашим товаром или услугой?

7. Какие страхи есть у ваших клиентов?

И это далеко не все вопросы, которые мы прорабатываем. Для чего нам это надо?

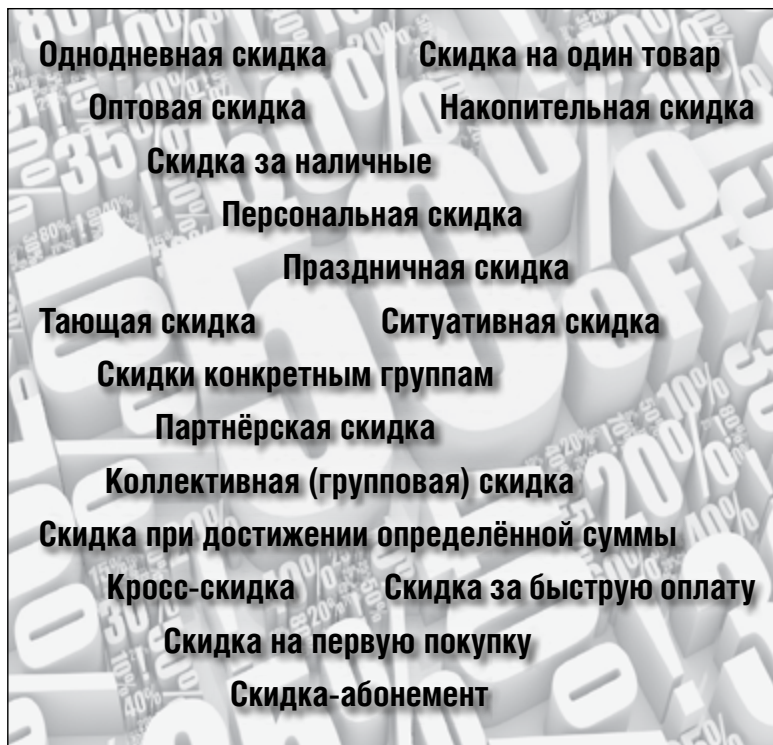
Чтобы понимать, где искать нашу аудиторию и что для нее важно.

ШАГ 3.

Самый, конечно, сложный, для кого-то самый простой – это придумать идею для акций.

Я не пишу здесь стандартный набор акций, где $1+1=3$ и т.д. Есть целый список.

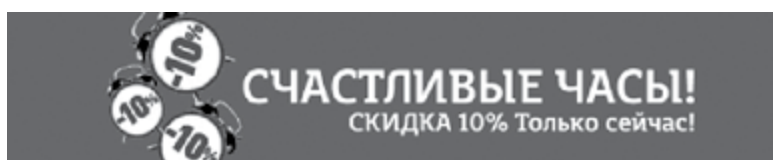
Вот некоторые из них.



Идеи могут быть самые разнообразные. К примеру, можно использовать праздники или обыграть цвет. В июле, когда жарко – можно устроить «День Зимы». У покупателя может быть что-то холодное синее или голубое в одежде, и тогда он получит скидку или специальный «зимний» бонус.

Зимой, наоборот, можно сыграть на ярком цвете, разнообразить холодные зимние будни. Отпразднуем приход весны – солнечное, желтое. День эколога – используем зеленый цвет. 31 мая День Блондинок – «Покрасим мир в розовый цвет!» Простор для фантазии. День России – белый, красный, синий.

Абсолютно несложно декорировать торговый зал, делая акцент на том или ином цвете. Таким образом, мы не только вызываем положительные эмоции, но и вовлекаем покупателя, запускаем вирусность и сарафанное радио. Есть еще один тонкий момент. Человек, одеваясь в зеленое, синее, желтое, на 99% УЖЕ СОГЛАШАЕТСЯ, что он у нас что-то купит, ведь он уже сделал усилие, должна быть и награда – покупка. А мы это еще простимулируем дополнительным интересным бонусом, подарком или скидкой. Идеи с цветом можно придумать очень много, включайте фантазию и дарите людям радость, а себе – прибыль.





ШАГ 4.

Придумываем, что будем дарить, какие **бонусы и подарки** – то есть товар-локомотив. Это или товар, или услуга, на которую мы и привлекаем потенциальных клиентов или покупателей. Она не должна быть дешевой – «отдай боже, что нам негоже...» Нет, эта услуга или товар должны нести ценность для покупателя – покупатель должен хотеть за ней придти!

И тут возникает резонный вопрос: «Если я озвучу хорошую услугу и дам на нее скидку или подарок, то ко мне придут любители экономить и воспользуются только этой услугой, и я буду в убытке?»

Вот тут переходим к следующему шагу.

ШАГ 5.

Допродажи

Чтобы акция не прошла в убыток должен быть прописан весь спектр допродаж, которые обязаны будут делать и предлагать ваши продавцы или персонал. Но прописать это должен руководитель и проконтролировать насколько все поняли продавцы. Здесь самое главное – контроль, иначе все будет спущено, что называется «на тормозах». Почему нельзя давать прописывать допродажи продавцам, говоря, что они и так все знают? Знают, но делать, пока это не прописано – не будут.

ШАГ 6.

Мотивация персонала

Очень важный шаг, т.к. только конкурсами и соревнованиями внутри компании можно сделать месячный план продаж буквально за 2 дня акций. Какие соревнования могут быть? Например, у кого больше в чеке допродаж, у кого больше сумма, у кого больше продано аксессуаров к основному товару и т.д. Но приз для персонала за победу должен быть существенный. Не обязательно денежный, но то, что действительно желает персонал, но не может себе позволить. Например, для женщин это один день в салоне красоты, в отделе продаж – переходящий приз – директорское кожаное кресло. В одной из оптовых компаний призом было получение на месяц корпоративной машины. Идей как мотивировать персонал, может быть много, главное включить фантазию.

ШАГ 7.

Целевые аудитории знаем, идею придумали, теперь надо **продумать каналы рекламы и продвижения** – как клиенты узнают, что у вас акция?

Прописываем каналы, причем как можно больше, ищем бюджетные варианты.

Это могут быть и каналы, которые вы традиционно используете, и совершенно забытые или недооцененные: промоутеры, соцсети, Яндекс Директ и Гугл Эдвордс (только тексты объявлений не забудьте переписать), рассылки и доставки, партнеры, сайт и т.д.

Самое главное не забыть украсить магазин, салон или компанию для проведения акции – чтобы это было видно.

ШАГ 8.

Все подготовлено, макеты готовы. Персонал мотивирован – **запускаем!**

Удачных вам продаж!

ЧЕМ ЯРТПП ГОТОВА ПОМОЧЬ МАЛОМУ БИЗНЕСУ?

- **Зарегистрируем ваш товарный знак**
- **Проведем экспертизу и оценку товара**
- **Поможем с поиском партнеров**
 - пригласим к участию в бизнес-миссиях
 - организуем индивидуальное продвижение вашей продукции и сопровождение в рамках бизнес-миссии
- **Поможем в продвижении продукции**
 - опубликуем рекламу в журнале «Деловые вести»
 - проведем рассылку рекламной листовки в журнале
 - опубликуем вашу информацию на новостном сайте news.yartpp.ru
 - распространим ваше предложение через программу «Партнерство»
- **Поможем в составлении бизнес-планов, программ и стратегий**
- **Найдем интересные вам производственные заказы**
- **Дадим экспертные консультации**
 - расскажем о господдержке
 - о возможностях продвижения в другие регионы и страны
 - поможем найти партнеров и единомышленников в нашем регионе
- **Донесем ваши проблемы до региональной власти**
 - организуем выступление на профильном комитете с участием представителей бизнес-сообщества, чиновников профильных департаментов и представителей федеральных структур

yartpp.ru news.yartpp.ru тел.: (4852) 32-88-85

ЦЕНТР ДЕЛОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЯРТПП

приглашает в марте-апреле на курсы:

1. **Медиация. Базовый курс** (обучение проводится в вечернее время в течение 1 месяца)
2. **Сметное дело** (обучение проводится с 18.00 до 21.00 в течение 2 месяцев)
3. **Менеджер по таможене и ВЭД** (обучение проводится с 18.00 до 21.00 в течение 2 месяцев)
4. **Проектирование в системе AutoCAD** (обучение проводится с 18.00 до 21.00 в течение 1 месяца)
5. **Бухгалтер со знанием компьютерных программ 1С и СБИС++**
(обучение проводится с 18.00 до 21.00 в течение 2,5 месяцев)

Запись по телефонам: (4852) 280-245, 280-246
e-mail: cdo@yartpp.ru



ИСТОКИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ДИЗЕЛЕСТРОЕНИЯ

70 лет назад 30 января 1947 года на Ярославском автомобильном заводе были выпущены первые пять дизелей ЯАЗ-204. Так, в тяжелые для всей страны послевоенные годы началось серийное производство автомобильных двигателей в Ярославле. Чем же сегодня знаменательно это событие, какой вклад оно внесло в развитие Ярославского края, какую роль сыграло в истории нашей страны?

Текст: Андрей Лагузов

Для того, чтобы в полной мере понять истоки появления данной конструкции, нам необходимо вернуться на несколько лет назад, в предвоенный 1941 год. Несмотря на то, что в Европе уже бушевала Вторая мировая война, отечественная промышленность продолжала развиваться, в том числе и в мирном направлении. 10 марта 1941 года вышло Постановление ЦК ВКП и СНК СССР за подписью т.т. Сталина и Молотова о реконструкции Ярославского автозавода на выпуск 10 000 пяти- и семитонных грузовых дизельных автомобилей в год¹. Так началось проектирование новой линейки большегрузных автомобилей, в основе которой лежал пятитонный грузовик Я-14², а на его агрегатах предполагалось строить трехосный 12-тонный грузовик Я-16³ и автомобиль-самосвал грузоподъемностью 4,5 тон-

ны модели Я-17². Проектирование велось совместно группой конструкторов НАТИ и силами наших заводских инженеров. Группу возглавил конструктор Ярославского автозавода В.В. Оsepчугов, а заместителем был назначен конструктор НАТИ А.А. Душкевич⁴

В соответствии с общей концепцией развития отечественной автомобильной промышленности тех лет, при проектировании нового Я-14 применялись американские инженерные решения. Поэтому внешний облик автомобиля был навеян стилем Ар-деко, модным в то время за океаном. В качестве силового агрегата предполагалась конструкция американского двухтактного дизеля GMC, на тот момент одного из самых современных двигателей. Но все же, почему наши инженеры решили использовать зарубежную конструкцию дизеля? Ведь разработки соб-

ственных дизельных моторов велись в СССР довольно успешно. Еще в 1933 году на Ярославском автозаводе были собраны первые экспериментальные двигатели, которые показали свою работоспособность и надежность в Международном Дизельном конкурсе 1934 года. Дело в том, что одним из преимуществ мотора GMC было отсутствие топливного насоса высокого давления. В то время этот автомобильный узел качественно могла изготавливать только немецкая промышленность. С приходом к власти фашистов в Германии отношения между нашими странами накалились, поэтому все работы по внедрению собственного дизеля буксовали. Менее технологичную насос-форсунку, применявшуюся в конструкции GMC, было проще внедрить в производство, чем ТНВД с прецизионной плунжерной парой.



1933 Я-5 Коджу



Осепчугов В.В.



1939 Futurliner A

Чтобы понять насколько удачным был выбор американского варианта, необходимо окунуться в историю самого прототипа. В 1937 году в корпорации General Motors было создано специализированное подразделение по разработке и производству дизельных двигателей. Эта структура получила название Detroit Diesel и уже в 1938 году заявила о создании своей первой серии двухтактных дизелей под названием «Series 71». Предполагалось выпускать четыре рядных двигателя: двух-, трех-, четырех- и шестицилиндровый. В 1939 году корпорация GMC впервые предложила дизель на своих грузовиках одноименной марки. Трехцилиндровый мотор модели 3-71 мощностью 82 л.с. предназначался для коммерческих моделей 550, 600 и 650 грузоподъемностью четыре-пять тонн. Более мощный 110-сильный 4-71 GMC предлагался на шести-восьми тонные автомобили моделей 700, 750, 800 и 850⁵.

Для демонстрации своих достижений, в том числе новых современных двигателей, корпорация GMC разработала и построила двенадцать автобусов под названием Futurliner. Десять из них были оснащены моторами 4-71, один шестицилиндровым 6-71, а последний для сравнительных испытаний был укомплектован бензиновым шестицилиндровым двигателем. Эти автобусы были продемонстрированы на Нью-Йоркской выставке 1939 года, после чего они отправились на Парад Прогресса. Так назывался рекламный тур этих удивительных машин, который проходил по дорогам США, Канады, Мексики и Кубы. За все время Futurliner увидели более 12 миллионов человек, а протяженность пути составила более миллиона миль! Futurliner был призван продемонстрировать всему континенту превосходство новых технологий и конструкций и, конечно, нового дизеля Series 71⁶.

Не удивительно, что взгляд многих инженеров был обращен на эту конструкцию. Дизель был выбран прототипом двигателя перспективного семейства грузовиков Я-14. Выпуск новых машин предполагалось наладить уже к концу третьей пятилетки в 1942 году, но начавшаяся война нарушила эти планы. Несмотря на то, что выпуск машин откладывался, конструкторы не оставили идею применения этого дизеля. В конце 1941 года они предложили заменить на ярославских машинах мотор ЗИС-5, поставки которого прекратились в виду эвакуации завода ЗИС в Ульяновск и Миасс, на дизель GMC 4-71. Им должен был комплектоваться проектируемый ЯГ-9, а с 1943 года GMC 4-71 устанавливался на артиллерийские тягачи Я-12. На этих машинах в условиях военного времени двигатель показал свою надежность и отличные технические качества.

К вопросу о выпуске Я-14 с дизелем конструкции GMC 4-71 вернулись в переломный момент Великой Отечественной войны в начале 1943 года. С 3 по 8 февраля в Москве в Наркомате среднего машиностроения проходило совещание с участием директоров и главных конструкторов автомобильных заводов страны, где обсуждали и определяли типы новых послевоенных конструкций для каждого предприятия. Наш завод представлял главный конструктор Г.М. Кокин. Он выступил с докладом о машинах ЯГ-9 с американскими двигателями GMC, которые завод предлагал выпускать в военное время. Георгий Михайлович предложил начать освоение моторов собственного производства по американскому образцу, и предложил оснащать новыми современными дизелями все послевоенные машины Ярославского завода⁷. Это совещание играло определяющую роль для развития отечественной автомобильной промышленности, но важнее было то, что создание послевоенных кон-

струкций в разгар войны вселяло уверенность в Победе.

Задание на продолжение проектных работ по новой машине Я-14 было получено, но военного заказа с нашего завода никто не снимал. Все силы были брошены на производство тягачей Я-12 и других типов вооружения. В результате, разработка новой модели «буксовала». В августе 1944 года на завод прибыл Акопов С.А. - нарком среднего машиностроения. Он подверг резкой критике работу над перспективной машиной и поставил жесткие сроки постройки экспериментального образца – к началу 1945 года⁸. Приказом по ЯАЗ №147 от 7 сентября 1944 года определялась основная задача для аппарата подготовки производства завода на ближайшее время. Этой задачей стала подготовка опытных образцов грузовых автомобилей. В проект «Я-14» были внесены коррективы, учитывающие достижения автостроения и производственные особенности завода. К разработке конструктивного проекта, подготовке производства и изготовлению опытных образцов в приказе предписывалось приступить с «сега числа»⁹, то есть немедленно!

Начальник Цеха главной сборки нашего завода Самсонов В.А. к тому времени работал на родном предприятии уже 11 лет. Годом ранее ему доверили руководить серийной сборкой тягача Я-12. Теперь, когда перед заводом стояла задача в сжатые сроки подготовить первую послевоенную машину, именно Самсонову было поручено возглавить первый в истории завода экспериментальный цех. Назвать «цехом» пятерых слесарей, двух техников и самого начальника с помощником было трудно, но, приступив к работе 1 сентября 1944 года, этот скромный по размерам коллектив уже 23 декабря вывел на заводской двор первый отечественный серийный дизельный автомобиль ЯАЗ-200 с шасси под номером один¹⁰.



Кокин Г.М.



1944 ЯАЗ-200 шасси №1



Самсонов В.А.

Почему же машина стала называться ЯАЗ-200, и куда исчез Я-14? Дело в том, что ярославский грузовик, как и все послевоенные автомобили получил название согласно классификации, введенной с 1945 года. Новым моделям присваивались названия, которые включали буквенное обозначение завода-изготовителя и номер модели из диапазона, выделенного каждому предприятию. Например, ГАЗ получил номера с 01 по 99. ЗИС досталась вторая сотня, соответственно, и модели носили индексы 110, 150, 151 и 154. Ярославскому заводу выделили цифры, начиная с 200, в связи с этим и первая послевоенная машина стала называться уже не Я-14, а ЯАЗ-200.

Опытный грузовик был одобрен коллегией Наркомата средней промышленности¹⁰, а 19 июня 1945 года в Московском Кремле состоялся показ перспективной автомобильной техники для высшего руководства страны. Непосредственный участник этого события Виктор Алексеевич Самсонов вспоминает этот торжественный день: «19 июня нас вызвали в Кремль для показа новых конструкций автомобилей. Все автомобили в этот день стояли в экспериментальном

цехе Московского автозавода имени Сталина. Быстро сели мы по машинам и поехали. Нашу машину вел в Кремль я, так как шофер в этот день был в Ярославле. День был солнечный, ясный, теплый. Радостное волнение охватывало нас всех, когда мы ехали по улицам Москвы в Кремль. В Кремле наша машина, как самая большая, стояла последней. Около шести часов вечера к нам подошел Иосиф Виссарионович в сопровождении товарищей Молотова, Маленкова, Берии и Микояна. Осмотр начался с легковых машин. Я с глубоким волнением смотрел на Иосифа Виссарионовича и ждал, когда он подойдет к нам. Уже осматривая грузовые автомобили других заводов, товарищ Сталин обратил внимание на нашу машину. «Это Ярославского автозавода. Хорошая машина!» – с этими словами товарищ Сталин подошел к машине и, показывая на фигуру медведя на радиаторе, спросил: «А это что?» Я стоял ближе всех и ответил, что медведь был раньше в гербе Ярославля и что он символизирует Ярославское происхождение и силу машины. Товарищ Сталин одобрительно улыбнулся и сказал: «Это хорошо». Затем, осмотрев автомобиль, товарищ Сталин попросил меня открыть

капот машины. Я встал на бугор, поднял аллигатор и снял боковой щиток, а товарищ Сталин поднялся на подножку и, полулежа на крыле, подробно расспрашивал меня о назначении отдельных агрегатов двигателя: о нагнетателе, о компрессоре и других. Спустившись с подножки, товарищ Сталин сказал: «Вот такие машины нам и надо делать». Поинтересовавшись, чем завод занимался во время войны, товарищ Сталин высказал мнение о том, что надо беречь топливо, создавать экономичные автомобили, повышать грузоподъемность. Товарищ Сталин дал указание Наркому о создании еще более тяжелых автомобилей. Около 30 минут провел товарищ Сталин возле нашей машины. Затем вместе со всеми своими соратниками он отошел к легковым автомобилям и вскоре они распрощались с нами и ушли. Мы сели по машинам и выехали из Кремля. Можно представить, какое волнующее чувство испытывал я в эти минуты. Я вел машину, одобренную Сталиным, я видел Сталина, я говорил со Сталиным, я был безгранично счастлив!»¹¹. В августе 1945 года вышло Постановление СНК СССР по возобновлению работ по реконструкции завода для выпуска 10 000 грузовиков в год.



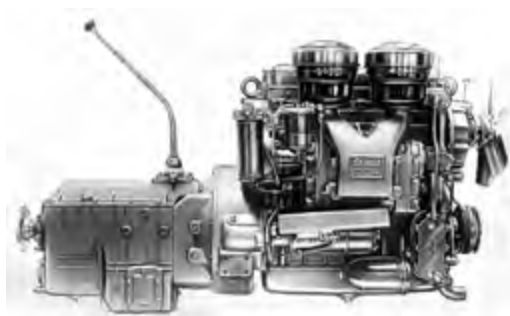
1946 ЯАЗ-200



ЯАЗ-200 стал настоящей победой для Ярославского завода. В тяжелых условиях военного времени была разработана и подготовлена к производству совершенно новая современная машина. Она вынесла на своих плечах все тяготы послевоенной жизни и позволила эффективно и в сжатые сроки восстановить разрушенное войной хозяйство нашей страны.



Ханин Н.С.



Силовой агрегат ЯАЗ-204



Скотников В.В.

Но вернемся к двигателю ЯАЗ-204. История превращения двигателя GMC 4-71 в дизель ЯАЗ-204 не была проста. Производство дизеля GMC изначально было запланировано не в Ярославле, а в Ульяновске¹². Рядом с эвакуированными цехами завода ЗИС предполагалось построить новое предприятие по производству 3,5 тонных грузовиков с трехцилиндровым дизелем типа GMC 3-71. Наряду с этим предполагалось производить четырех- и шестичилиндровые моторы типа GMC 4-71 и GMC 6-71.

В 1943-1944 годах в США для заказа оборудования по ремонту американских дизелей, поставлявшихся по ленд-лизу, была направлена группа специалистов автозавода УЗИС. В ее состав входили инженеры Н.С. Ханин, М.С. Наерман, К.И. Протопопов и технолог В.В. Скотников. С Ярославского завода откомандировали инженеров А.А. Малышева и Г.И. Кожанова. Работа велась в рамках переговоров о поставках оборудования для ремонта моторов, но заказывали наши инженеры станки, входящие в технологическую цепочку по производству дизелей General Motors. В задачи группы также входило

ознакомление с технологиями производства дизельных двигателей GMC¹³. Поначалу американцы приняли все «за чистую монету». Ханина принимал сам вице-президент GM, а другим нашим специалистам показывали автозаводы, испытательные центры, предприятия по производству двигателей и их компонентов. Здесь они получили опыт и знания в области технологии двигателестроения. Работа по заказу станков проходила в обстановке секретности, но в компании General Motors стало известно о наших истинных планах. Как же это случилось? Производство специального оборудования было узким сегментом, и нашим специалистам пришлось обращаться к фирмам, что поставляли станки для General Motors. Эти компании и сообщили о наших заказах «куда следует». В результате GMC использовала все свое влияние, чтобы оборудование не дошло до потребителя, но, к счастью, их усилия не увенчались успехом, и основная часть станков была поставлена в СССР. Но специалистам, участвовавшим в этом задании, было навсегда запрещено посещение любых заводов компании General Motors.

Строительство нового завода по производству дизелей в Ульяновске задерживалось. Тогда было решено разместить производство в Ярославле. В сентябре 1945 года тридцать шесть специалистов из Ульяновска были переведены в Ярославль¹⁴, где они продолжили работу над четырех и шести цилиндровыми дизелями. Многие заняли на ЯАЗ руководящие должности. А.М. Лившиц стал главным инженером нашего завода¹⁵. Н.С. Ханин занял пост заместителя главного конструктора и начальника ведущего дизельного бюро¹⁶. Я.Е. Уринсон стал начальником технологической части дизельного цеха, а В.В. Скотников был назначен начальником центральной заводской лаборатории ЯАЗ¹⁷. Именно на плечи технологов легла работа по запуску дизеля в производство. Но в чем была сложность освоения новой конструкции? Ведь прототип был уже определен. Дело в том, что производство дизельных двигателей требует точной обработки и, следовательно, совершенно иной культуры производства. Прделанная в США работа по изучению технологий производства и богатый собственный опыт позволили нашим технологам выполнить эту задачу.

16 октября 1946 года в дизельном цехе был обработан первый блок цилиндров нового двигателя. Первые пять дизелей ЯАЗ-204 были собраны 30 января 1947 года¹⁹. Начало серийного производства двигателей на ЯАЗ дало возможность начать массовый выпуск грузовиков ЯАЗ-200 в Ярославле, самосвалов МАЗ-205 в Минске и автобусов ЗИС-154 в Москве.



ЯАЗ-204



YA3-210



YA3-210E

Различные модификации двигателя нашли широкое применение, как в народном хозяйстве, так и в оборонном комплексе. Основная модификация YA3-204 служила силовым агрегатом грузовика YA3-200 и самосвала MA3-205. Так называемая «тракторная» модификация YA3-204Б с более глубоким масляным поддоном предназначалась для работы с большими кренами и уклонами. Она служила силовым агрегатом тягача М-2 производства Машиностроительного завода в Мытищах. Модификация YA3-204В обладала большей мощностью и устанавливалась сначала на тягачах YA3-200В, а позднее на MA3-200В. Увеличение мощности достигалось за счет применения более производительных насос-форсунок¹⁹. Аналогичная YA3-204В комплектация YA3-204К устанавливалась на плавающие гусеничные транспортеры Крюковского завода²⁰.

Еще в начале работ по внедрению в производство двухтактного дизеля YA3-204

завод получил от Министерства обороны задание на разработку модификации двигателя для стационарной работы. В феврале 1948 года первые образцы YA3-204Г были отправлены заказчику для испытаний. Основным требованием было поддержание постоянных стабильных оборотов двигателя для нормальной работы аппаратуры радаров. Для этого совместно с НАМИ был разработан однорежимный регулятор оборотов, обеспечивший высокую точность частоты вращения. Первая партия стационарных дизелей была собрана в 1949 году. Она предназначалась для использования в агрегатах АПД-60, являвшихся источником электропитания радиолокаторов²⁰.

Отдельного рассказа заслуживает модификация YA3-204Д, предназначенная для установки на одну из самых передовых отечественных конструкций ЗИС-154. Первый отечественный серийный автобус вагонной компоновки сочетал в себе са-

мые современные технические решения того времени. Он имел несущий кузов, обшивка и несущие конструкции которого были частично выполнены из алюминия и алюминиевых сплавов. Помимо этого он обладал уникальной для автомобильной промышленности схемой электропривода, в которой сочетались упомянутый выше дизель YA3-204Д, работавший в паре с генератором ДК-505А, и электродвигатель ДК-305А²¹. Принцип действия такой схемы упрощенно выглядел так: мотор вращал генератор, вырабатывая энергию, а тот в свою очередь питал электродвигатель²¹. Схема работы трансмиссии такого типа исключала использование коробки передач, что освобождало водителя от необходимости переключать скорости. Надо сказать, что на автобусе с механической коробкой, в зависимости от маршрута, шоферу приходилось переключать передачи более тысячи раз в смену! Компоновка силовой установки в задней части кузова позволила сделать пол автобуса максимально низким, что обеспечивало удобную посадку пассажиров. Мощность двигателя автобуса позволила сделать машину очень вместительной и перевозить до 60 пассажиров.

Первый экземпляр автобуса был построен в начале декабря 1946 года²². Серийное производство началось в 1947, но уже в 1950 году неожиданно было свернуто. Почему же ЗИС-154, который по своим качествам был гораздо ближе к машинам начала XXI века, чем к автомобилям своего времени, был снят с производства? Именно уникальность сослужила ЗИС-154 не добрую службу. В первую очередь, обслуживание автобуса, в конструкцию которого входят электрические машины и дизель, могли выполнять только специалисты очень высокой квалификации. В инструкции по



автобус ЗИС-154



ЯАЗ-210Г



ЯАЗ-210Д

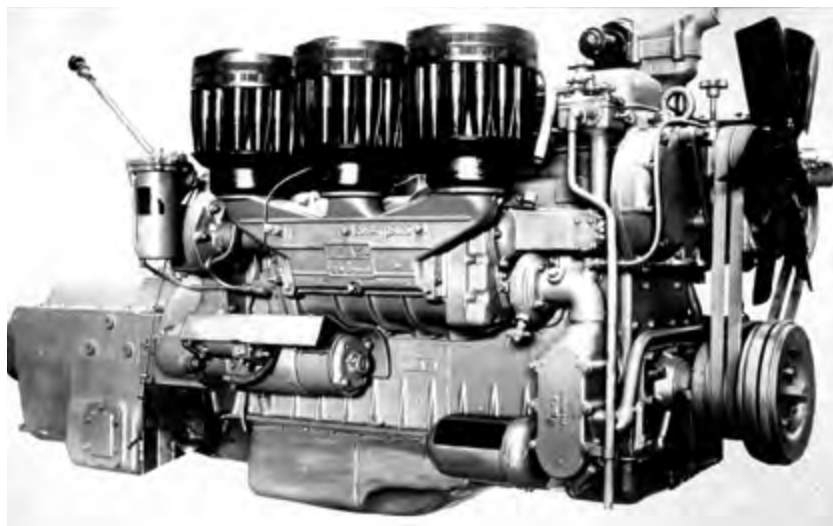
обслуживанию автобуса ЗИС-154 это требование было даже прописано отдельным пунктом²¹. Специалистам эксплуатирующих организаций новые машины не были знакомы даже теоретически. В конце сороковых годов парк городского транспорта состоял в основном из автобусов ЗИС, конструкция которых своими корнями уходила в далекие двадцатые годы. Поэтому при любой поломке ЗИС-154 отправляли не на ремонт, а «к забору». Завод ЗИС вынужден был снять с производства модель 154, заменив ее «временным вариантом» ЗИС-155, конструктивно повторявшим неудачную довоенную разработку ЗИС-17. Поводом для снятия автобуса с производства посчитали несовершенство конструкции Ярославского дизеля ЯАЗ-204. Основной причиной назвали повышенную дымность двигателя, ссылаясь на письмо пассажирки, измазанной платьем выхлопом от ЗИС-154. Даже если это письмо и существовало, документы говорят о другом. В приказе №507 от 6 октября 1948 года «Об улучшении качества автобусов ЗИС-154» подробно отражены все недостатки автобуса. И конструктивные, и производственные. Претензии были, в том числе, и к дизелю. Но в сравнении с недостатками других узлов и агрегатов они не были столь критичны. Кроме того, в приказе нет ни слова о повышенной дымности двигателя²³. Может быть, кто-то хотел разделить ответственность за снятие с производства новой перспективной конструкции, списав все на Ярославский завод? Но спустя несколько лет, дизельные двигатели получили широкое распространение, подросла и квалификация сотрудников эксплуатирующих организаций. Машины ЗИС-154, избежавшие сдачи в металлолом, по словам работников автобусных парков, стали «отрывать от заборов» и запускать на

линии. Они еще очень долгое время перевозили пассажиров. Например, в Ярославской области эти уникальные автобусы служили до начала семидесятых. С 1946 по 1950 год было выпущено 1165 автобусов ЗИС-154²⁴.

В 1951 году завод осваивает серийное производство более мощной шестицилиндровой версии мотора. Она получает индекс ЯАЗ-206 и предназначена для нового семейства трехосных грузовиков. Эти автомобили с 1951 года серийно производились в модификации ЯАЗ-210 грузовик, ЯАЗ-210Г балластный тягач и ЯАЗ-210Е 10-тонный самосвал²⁵, а во второй половине 1952 года начинается выпуск седельного тягача ЯАЗ-210Д²⁶. Моторы были максимально унифицированы и выпускались параллельно в одном цехе. С 1958 года двигатели получают новый индекс ЯАЗ-М204 и ЯАЗ-М206²⁷. Этими двигателями стали оснащаться новые грузовики ЯАЗ-219, тягачи ЯАЗ-221, самосвалы ЯАЗ-222 и

первый ярославский серийный автомобиль с полным приводом ЯАЗ-214.

Автомобильное производство на рубеже 1960-х годов полностью передается в Кременчуг²⁸, где ярославские машины продолжают выпускать под маркой КраЗ. Автомобильный завод ЯАЗ переименовывается в Моторный завод ЯМЗ и полностью переходит на производство двигателей. С запуском в серийное производство новых четырехтактных моторов семейства ЯМЗ-236 в автомобильных конструкциях происходит замена двухтактных ЯАЗ-М204 и ЯАЗ-М206 на более совершенные силовые агрегаты. Даже первый ярославский дизельный грузовик ЯАЗ-200, в то время выпускавшийся уже в Минске под маркой МАЗ-200, с 1962 года стал оснащаться двигателем ЯМЗ-236 и получил новый индекс МАЗ-200П²⁹. К 1967 году в производстве оставалось всего несколько моделей двухтактного семейства, среди которых был стационарный



Силовой агрегат ЯАЗ-М206

ЯАЗ-М204Г³⁰. Надо отметить, что эта модификация была востребована военными, которые не спешили заменить ее новым четырехтактным мотором. В 1971 году стационарные двигатели ЯАЗ-М204Г среди первых четырех моторов Ярославского моторного завода были аттестованы на государственный знак качества³¹!

Двигатели семейства ЯАЗ-204 продержались на конвейере до 1993 года²⁷. Почему эта конструкция производилась почти 50 лет? Может быть, дело в отсталости наших технологий? Но в это время на сме-

ну уже пришло четвертое поколение дизелей семейства ЯМЗ-840, которое доказало свою состоятельность, в том числе, 10 победами в ралли Дакар! Секрет мотора ЯАЗ-204 в том, что все это время он оставался востребованным. Долголетие двухтактного дизеля было обусловлено надежностью, простотой в изготовлении и эксплуатации, а также отличными экономическими показателями. Это заключение подтверждает и американская практика, где двигатели GMC Series 71 нашли широчайшее применение. Ими комплектовали грузовики, автобусы, военную технику, строительные машины,

а также использовали в качестве стационарных силовых агрегатов. Они были востребованы в качестве судовых двигателей, использовались в паре с генератором для привода электродвигателей судов, а также обеспечивали работу прочих судовых механизмов. В конце пятидесятых к рядным моторам добавились V-образные, что позволило строить даже гигантские двадцати-четыре цилиндровые силовые установки мощностью до 1800 л.с. Двигатели GMC Series 71 были сняты с производства в США лишь летом 1995, продержавшись на конвейере почти шестьдесят лет.



Примечания

* Статья представляет собой сокращенный вариант глав Конструкция №31 Я-14 и Конструкция №33 ЯАЗ-204 книги А. Лагузова «Век ярославских моторов».

Фотоматериалы:

1. Семейный архив автора
2. Архив Автодизель (ЯМЗ)

Ссылки на источники

- 1 ГАЯО Р-923, оп.1, д.13, л.74 Статья директора Гусева И.П. «История Ярославского Автомобильного Завода» в журнале «Автомобильная Промышленность» 1949 год
- 2 Расчеты по Я-14 и Я-17 (РС-10000 и РС-10012) ЯАЗ 16 июля 1941 года
- 3 ГАЯО Р-450, оп.8, д.49, л.85
- 4 «Хроники автомоторного института 1918-1946» А.В.Карасев 2010, стр.179
- 5 1939-1940 GMC truck folders (series 550-850)
- 6 General Motors Parade of Progress & A Futurliner Returns. Beaverdam: FRT 2007
- 7 Стенографический отчет Совещания конструкторов автомобильных и смежных заводов НКСМ 3-8 февраля 1943 года, л.101
- 8 «Истоки Будущего» И.Демин 1981, стр.311-312 (Воспоминания Г.М. Кокина)
- 9 ГАЯО Р-450 оп.8 д.51 л.56
- 10 «Полвека труда и строительства» Я: Верхневолжское издательство 1966, стр.190
- 11 ГАЯО Р-923, оп.1, д.9, л.47, «35-летие Ярославского автомобильного завода» материал для докладчиков 1953 (Воспоминания В.А. Самсонова)

12 ГАЯО Р-450, оп.3с, дела 136-149 (Проектная документация завода УЗИС)

13 ГАЯО Р-450, оп.3с, д. 210 «Переписка по дизелям GMC с Америкой» 1944

14 ГАЯО Р-450, оп.8, д.60, л.71

15 ГАЯО Р-450, оп.8, д.59, л.143

16 ГАЯО Р-450, оп.8, д.60, л.67

17 Заводская жизнь №82 от 12 июля 1977 «От рабочего до ученого», стр.2

18 «Полвека труда и строительства» Я: Верхневолжское издательство 1966, стр.209

19 Двигатель ЯАЗ-204 Инструкция по уходу. М: Машгиз 1953, стр. 14

20 ГАЯО Р-450, оп.3с, д.270, л.149

21 Автобус ЗИС-154. Инструкция по обслуживанию. М: Машгиз 1949, стр.8, 80, 14

22 История Московского автозавода им. И.А.Лихачева «Мысль» 1966, стр.417

23 ГАЯО Р-450 оп.8 д.85 л.5-11

24 Отечественные автобусы и троллейбусы. М: За рулем 2014, стр.52

25 ГАЯО Р-450, оп.8, д.131, л.370б

26 ГАЯО Р-450, оп.8, д.142, л.119

27 «Ярославский Автодизель год основания 1916» Рига: PUSE 1996, стр.320

28 «Ярославский Автодизель год основания 1916» Рига: PUSE 1996, стр.343

29 Энциклопедия грузовых автомобилей. М: За рулем 2001 стр.255

30 Двигатели ЯАЗ-М204 и ЯАЗ-М206 Инструкция по эксплуатации изд.7 стр.17

31 «Ярославский Автодизель год основания 1916» Рига: PUSE 1996, стр.91

СИМВОЛ ЯРОСЛАВСКИХ ГРУЗОВИКОВ

Одной из лучших автомобильных эмблем в СССР является фигурка медведя, украшавшая автомобили ЯАЗ с 1946 по 1959 годы. Заводская символика на автомобилях была всегда, но «медведь» стал первой геральдической скульптурой, установленной на отечественный грузовой автомобиль.

Текст: Юрий Бастылев



Идея установки «медведя» на автомобиль Ярославского автозавода родилась в годы Великой Отечественной войны в период создания грузовика Я-14. Проектные работы по этой модели велись еще перед началом войны, но тогда «медведь» на капоте грузовика не предусматривался. К работам по сборке опытного Я-14 приступили в сентябре 1944 года. Для сокращения сроков сборки специалисты экспериментального цеха использовали узлы и детали автомобиля «Маск» серии «L» 1940 модельного года. На капоте американского грузовика стояла фигурка бульдога, что могло натолкнуть заводчан на мысль создать эмблему для своего автомобиля. История умалчивает, кому первому пришла мысль установить фигурку «медведя», олицетворяющего древний символ города Ярославля. Можно предположить, что идея принадлежала кому-то из заводских специалистов, участвующих в работах над машиной.

Разобраться в существующих версиях появления автозаводского талисмана «медведя» помог Андрей Сергеевич Лагузов. Его двоюродный дед по материнской линии Виктор Алексеевич Самсонов был начальником экспериментального цеха автозавода, под руководством которого и был собран опытный грузовик с шасси №1.

19 июня 1945 года в Кремле состоялся показ членам ГКО новых образцов советских автомобилей. От Ярославского автозавода грузовик Я-14 представляли главный конструктор Г.М. Кокин и начальник экспериментального цеха В.А. Самсонов. По воспоминаниям Георгия Михайловича, И.В. Сталин обратил внимание на фигурку медведя. На что ярославцы рассказали ле-

генду о встрече князя Ярослава Мудрого с медведем, по велению которого и основан город с медведем на гербе. Иосифу Сталину идея понравилась. «Медведя оставить», – дал он указание Наркому автомобильной промышленности СССР Степану Акоповичу Акопову. Хотя позже Нарком страшно возмутился: «Тоже мне, историки. Краеведы! Откуда-то выкопали какую-то совершенно древнюю легенду, и сделали себе красивую игрушку. Красивую и дорогую игрушку! Во сколько обойдется заводу ставить ее на каждую машину? А попробуй теперь не поставить...». В ходе обсуждения со Сталиным вопроса о двигателе будущего грузовика, Кокину удалось отстоять дизельный вариант автомобиля, а не бензиновый, что в последующем подтвердило правильность дизельного направления и определило дальнейшую судьбу завода.

Известно, что «медведя» для опытного грузовика выточил заводской слесарь-инструментальщик Виктор Заказов. Сравнивая фото опытного грузовика (шасси №1) и фото последующих «ЯАЗов» видно, что «медведи» на капоте заметно отличаются. В разработке варианта «медведя» для серийных машин участвовал художник-конструктор Юрий Аронович Долматовский. Его считают одним из основателей отечественного автомобильного дизайна, но большую известность он приобрел как писатель, создавший целую серию популярных книг и статей в советских журналах по автомобильной тематике. В книге «Мне нужен автомобиль» есть сюжет о его участии в переработке дизайна «медведя». Благодаря вмешательству Ю.А. Долматовского, ярославский «медведь» превратился

в одну из лучших отечественных эмблем. Так, вместо однообразных знамен и звезд появились «живые» символы, связанные с историей города, в котором находился тот или иной завод.

Все оформление автомобиля смотрелось стильно и привлекательно. Просматривая кадры фильмов и фотографий с ярославскими грузовиками, невольно останавливаясь на мысли, что фигурка «медведя» не только украшала, но и придавала некую живую динамику. По воспоминаниям шоферов дизель «ЯАЗа» производил такие рычащие звуки, что напоминал рев рассерженного медведя, да и внешне грузовик выглядел помедвежьки внушительным, за что в народе их так и прозвали «Медведь».

Не так уж много лет минуло с той поры, но прошлое оказалось безжалостным к большегрузным «ЯАЗам». Их нещадно, до превращения в металлолом, эксплуатировали на многих великих стройках СССР, и, как результат, практически все они исчезли, а жаль. Вот бы снова с ними повстречаться и услышать торжествующий рев дизеля этого «Медведя»!



Эмблема 1944 ЯАЗ-200 шасси №1

В марте-апреле 2017 года

Центр экспорта

Ярославской области

приглашает представителей
малого и среднего
предпринимательства
на следующие мероприятия:

1. **Круглый стол «Несырьевой экспорт - новая российская реальность».**

2. **Бизнес-миссия** предприятий Ярославской области в **Республику Беларусь.**

3. Начало обучения в рамках образовательного проекта РЭЦ (для субъектов МСП).

Курс первый: **«Введение в экспорт. Жизненный цикл экспортного проекта. Государственная поддержка экспортно-ориентированных предприятий».**

С 14 февраля 2017 года Региональный интегрированный центр вошёл в состав Автономной некоммерческой организации Центр экспорта Ярославской области. Теперь экспортно ориентированным предприятиям региона доступно еще больше видов поддержки!

Наши контакты:

тел.: (4852) 59-58-35

info@ric76.ru.

Мы находимся в здании Бизнес-инкубатора на ул. Чехова, 2, офис 244

КОММЕРЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Омская область: 22584

Компания, специализирующаяся на **производстве и продаже зерновых культур, кормов, круп и муки**, ищет потенциальных покупателей своей продукции и партнеров для совместного производства. Рассматривается сотрудничество в рамках договора об услугах по сбыту продукции, либо соглашения о совместном производстве.

Ростовская область: 21336

Компания занимается **производством мягкой мебели**, заинтересована в поиске партнеров среди производителей различных видов мебельной продукции, в рамках соглашения о совместном производстве, соглашения о совместном предприятии.

Республика Мордовия: 20708

Предприятие, специализирующееся на **производстве легковых одноосных прицепов**, ищет поставщиков комплектующих для сотрудничества в рамках производственного соглашения.

Компания рассмотрит предложения от производителей по закупке следующих видов продукции:

- запасные колеса, крепление запасного колеса;
- LED стоп-сигналы, катафоты, крепление стопов;
- крылья оцинкованные, пластиковые;
- крепеж: скобы, болты, гайки.

Калининградская область: 21869

Компания, специализирующаяся на **проектировании и разработке дизайна мини кемперов**, ищет партнеров для организации совместного производства.

В рамках данного соглашения нужны производители автофургонов для кемпинга или автомобилей, готовые рассмотреть предложение по производству мини кемперов для туристов. Компания предлагает рассмотреть свой дизайн и разработку.

Республика Марий Эл: 22105

Компания специализируется на производстве **высококачественных межкомнатных и металлических дверей**. Заинтересована в поиске партнера, разрабатывающего англоязычные сайты, для заключения договора о предоставлении услуг.

Костромская область: 20671

Компания, специализирующаяся на **производстве всех типов одежды** (линейное производство, индивидуальный пошив), ищет партнеров-поставщиков тканей и фурнитуры в рамках договора об услугах по сбыту продукции.

Республика Башкортостан: 21753

Российская компания-производитель упаковочных материалов **ищет производителей ВOPP-пленки, CPP-пленки, PET-пленки.**

Выпускаемая продукция:

- упаковочный материал для упаковки творога, сырков, масла сливочного, маргаринов, спредов;
- ламинированные пленки для упаковки широкого спектра продуктов питания и непищевых товаров;
- трехслойная пленка для жидких молочных продуктов;
- высокобарьерные материалы;
- термоусадочная пленка;
- парниковая пленка;
- пленки общего назначения;
- пакеты под заказ для упаковки бройлеров, мороженого, удобрений и многих других пищевых и непищевых товаров;
- пакеты серийного производства для последующей перепродажи – с петлевой и прорубной ручкой; биоразлагаемые пакеты.

Республика Карелия: 22095

Малое предприятие, специализирующееся в области аквакультуры и **производства отечественного оборудования для рыбоводческих предприятий** (производит рыбоводные садки и хомуты к ним), ищет покупателей/дистрибьюторов в регионах РФ.

Практические свойства продукции:

- уникальность использования для плавков труб из материала СтЗСпЗ;
- отличная прочность благодаря увеличению стоек держателей (леерных реек);
- обработка настила садка антисептическим противоскользким покрытием;
- экономическая выгода в сравнении с зарубежными аналогами;
- увеличение срока эксплуатации за счет использованного материала каркаса;
- устойчивость к изменениям окружающей среды (ветру, шторму, ледоставу).

5 февраля

*Хабаров Денис
Геннадьевич*

Директор
ООО «ЯрКарго»

7 февраля

*Медведь Ольга
Ефимовна*

Генеральный директор
ООО «Микроэлектронная
фирма «ОНИКС»

8 февраля

*Афанасьев Алексей
Александрович*

Генеральный директор
ООО «Ярославская
лакокрасочная компания»

9 февраля

*Михайлов Валерий
Павлович*

Генеральный директор
ООО «Благовест»

10 февраля

*Матюшин Андрей
Александрович*

Генеральный директор
ОАО «Автодизель»

11 февраля

*Борисова Анна
Николаевна*

Индивидуальный
предприниматель

14 февраля

*Смирнова Людмила
Евгеньевна*

Генеральный директор
ООО Консультационно-
аудиторская фирма
«Приоритет»

15 февраля

*Чернов Андрей
Александрович*

директор
ООО «Бизнес-Партнер»

15 февраля

*Новиков Валерий
Валентинович*

Директор
ООО «Управляющая
компания «Аллегро»,
ООО «Нептун 2001»



**Торгово-промышленная палата Ярославской области
сердечно поздравляет Вас
с Днем Рождения!
Желает Вам профессионального процветания,
крепкого здоровья и семейного
благополучия!**

17 февраля

*Савченко Дмитрий
Петрович*

Генеральный директор
ООО «Синто»

19 февраля

*Анисков Николай
Викторович*

Директор ООО
«Дорсервис»

20 февраля

*Чистяков Анатолий
Николаевич*

Генеральный директор
ЗАО АК «Фобос»

23 февраля

*Беляева
Елена Александровна*

Генеральный директор
ООО «Строительная ком-
пания Ярстройинвест»

24 февраля

*Филимендилов Юрий
Александрович*

генеральный директор
ЗАО «Современные
медицинские технологии.
Клиника Константа»

27 февраля

*Перминова Ольга
Георгиевна*

Генеральный директор
ООО «Вершина»

1 марта

*Зиновьев Павел
Викторович*

Генеральный директор
ОАО «Опытный завод
«Паксистем»

2 марта

Беляев Олег Борисович

Директор ООО «Охранное
агентство «Ацтек»

4 марта

*Вавейков Алексей
Владиславович*

Генеральный директор
ООО «Спектр-Автоматика
консалтинг»

5 марта

*Кошубара Татьяна
Михайловна*

Генеральный директор
ООО «Яр-Оценка»

7 марта

*Якунина Людмила
Анатольевна*

Руководитель «Ярославская
областная профсоюзная
организация Российского
профсоюза работников
среднего и малого бизнеса»

10 марта

*Смирнов Вячеслав
Евгеньевич*

Директор ООО «Трейд»,
ООО «Ярославский межотра-
слевой научно-технический
центр «Яртек-плюс»

14 марта

*Бакумов Владимир
Петрович*

Генеральный директор
ООО «ЯрСельхоз
МонтажПроект»

16 марта

*Коробова Варвара
Ивановна*

Руководитель Филиала
ООО «СПСР-Экспресс»
в г. Ярославле и
Ярославской области

18 марта

С Юбилеем!

*Штейман Андрей
Владимирович*

Руководитель
Фирма «Радиал

20 марта

*Барabanов Валерий
Викторович*

Индивидуальный
предприниматель

21 марта

*Семенов Андрей
Александрович*

Генеральный директор
ООО «Торговый Дом
«Дунай»

24 марта

*Григорьева Надежда
Ростиславовна*

Директор ООО «Симтэк»

25 марта

*Абрамов Сергей
Михайлович*

Руководитель Учреждения
Российской академии наук
Институт программных
систем
им. А.К. Айламазяна

30 марта

*Елфимов Игорь
Станиславович*

Председатель
Совета директоров
ОАО «Ярославский
речной порт»

31 марта

*Шемякина Вера
Ивановна*

Президент Некоммерческо-
го партнерства участников
рынка алкогольной продук-
ции Ярославской области

ЯрТПП и «Национальное партнерство развития субконтрактации» помогают в поиске производственных партнеров

Направления:

**металлообработка, резинотехнические изделия,
электротехнические изделия и электроника**



Субконтрактация – вид аутсорсинга, применяемый промышленными предприятиями для оптимизации производственных процессов. Этот способ организации производства использует разделение труда между **Контрактором (заказчиком)** и **Субконтракторами (поставщиками)**.

«Национальное партнерство развития субконтрактации» включает:

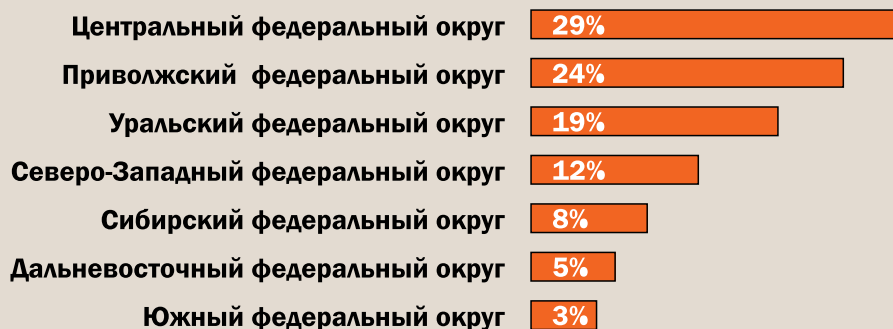
24 региональных центров субконтрактации, в том числе в Беларуси

16000 предприятий-исполнителей

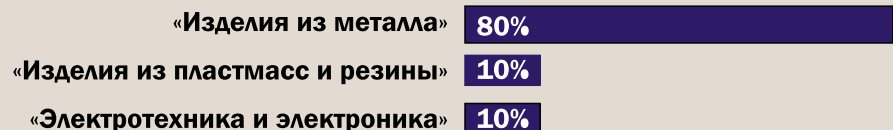
3500 предприятий-заказчиков

4000 активных заказов

География предприятий-субконтракторов



Распределение Технологических процессов



В 2016 году через информационный ресурс Партнерства было

462

заказов размещено



641

предприятий зарегистрировано



в том числе **183**

в качестве заказчиков (контракторов).

