

# ШЕФ

ПЕРВЫЕ ЛИЦА

ЭКОНОМИКА

ПОЛИТИКА

БИЗНЕС

июнь 2017

16+

## AGRO

### ЦЕНА И КАЧЕСТВО ГОСПОДДЕРЖКИ

Точки роста  
для аграриев  
Воронежской  
области

### ПРИБАВКА ДЛЯ ЭКСПОРТНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

Что может стать  
продуктовым  
брендом  
региона

### О ПИВНОМ ЗАВОДЕ ХРИСТОФОРА КИНЦА

Как «Венское»  
стало  
«Жигулёвским»

## Николай НОВИКОВ

генеральный директор  
ООО «Воронежский завод сельхозмашин»

# СИЛА РОССИИ



defo.ru

# ДЕФО | ОФИСНАЯ МЕБЕЛЬ

АРИСТОКРАТ

**20** ~~23 792.-~~  
**599.-**



ДИРЕКТ ЛАЙТ

**5** ~~6 925.-~~  
**149.-**



НАЦИОНАЛЬНАЯ  
МАРКА  
КАЧЕСТВА



ДОБРОСОВЕСТНЫЙ  
ПОСТАВЩИК

## мебель для персонала

СМАРТ

**7** ~~10 339.-~~  
**209.-**

рабочее место  
с тумбой



АККОРД

**5** ~~7 228.-~~  
**767.-**



## мебель для руководителя

ПРЕГО

**51** ~~65 453.-~~  
**499.-**

СТОЛ



ЛОНДОН

**52** ~~214.-~~  
**214.-**

СТОЛ



Воронеж, пр. Труда, 72

☎ 280 21 21

defo.ru

# содержание

**власть. шеф**

## Цена и качество ГОСПОДДЕРЖКИ

Виталий Гусев, ДИРЕКТОР



Сельское хозяйство в Воронежской области всегда имело мощный потенциал для развития, которое особенно заметно в последнее время. В регионе удалось найти точни роста, революционне с изрядной долей оптимизма смотреть в будущее

**РАЗВРАТ ЛИЦОМ К ЖИВОТНОВОДСТВУ**

По итогам 2016 года 74,4% от общего числа сельскохозяйственных организаций Воронежской области по сравнению с 2015 годом увеличили долю в производстве продукции животноводства. В Воронежской области проект «Мил 340» масштабная программа, направленная на развитие животноводства, модернизацию ферм и создание новых рабочих мест. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции. В Воронежской области проект «Мил 340» масштабная программа, направленная на развитие животноводства, модернизацию ферм и создание новых рабочих мест. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции.

**ПРИБАВКА ИЩЕТ В МОЛОКЕ**

Губернатор Воронежской области Александр Гусев посетил в Воронежской области ферму, производящую молоко. Он подчеркнул, что в последние годы в регионе наблюдается устойчивый рост производства продукции животноводства. В Воронежской области проект «Мил 340» масштабная программа, направленная на развитие животноводства, модернизацию ферм и создание новых рабочих мест. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции.

**В ПЛЕНУ КРЕДИТНОГО ДИВЕРТА**

В Воронежской области реализуется программа «Мил 340», направленная на развитие животноводства. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции. В Воронежской области проект «Мил 340» масштабная программа, направленная на развитие животноводства, модернизацию ферм и создание новых рабочих мест. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции.

Илья Шенников, директор ООО «Мил 340»

В Воронежской области реализуется программа «Мил 340», направленная на развитие животноводства. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции. В Воронежской области проект «Мил 340» масштабная программа, направленная на развитие животноводства, модернизацию ферм и создание новых рабочих мест. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции.

стр. 8

**Прибавка для экспортной составляющей**



В Воронежской области реализуется программа «Мил 340», направленная на развитие животноводства. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции. В Воронежской области проект «Мил 340» масштабная программа, направленная на развитие животноводства, модернизацию ферм и создание новых рабочих мест. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции.

стр. 12

**О пивном заводе Христофора Кинца**



В Воронежской области реализуется программа «Мил 340», направленная на развитие животноводства. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции. В Воронежской области проект «Мил 340» масштабная программа, направленная на развитие животноводства, модернизацию ферм и создание новых рабочих мест. В регионе создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура, повышается качество продукции.

стр. 28

4	юбилей
4	Сила России
8	власть
8	Цена и качество господдержки
8	ракурс
12	Прибавка для экспортной составляющей
8	бизнес
20	ФНС уполномочена заявить
22	календарь.шеф
22	Обзор международных event-событий
24	pro
24	Где учат бизнесу?
26	Бизнес-тренеры говорят...
28	ретро
28	О пивном заводе Христофора Кинца, или Как «Венское» стало «Жигулёвским»

# notebook



15 июля

## РЫБОЛОВНО-ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ «ЭРТИЛЬСКАЯ УХА»

📍 **Эртильский район, территория парка «Первомайский»**

В рамках фестиваля рыбаки соревнуются, у кого улов будет больше и кто выловит самый весомый трофей. Повара тем временем устраивают конкурс на самую вкусную уху. А все желающие ловят рыбу сачком в фонтане, играют в пляжный волейбол и дегустируют рыбные блюда, приготовленные местными кулинарами.

Кроме того, в рамках фестиваля проходит фотовыставка «Рыбалка – дело клёвое», рыбный аукцион, а также творческий конкурс «Рыбак рыбаку». В заключение фестиваля гостей ждёт большая концертная программа.

8 июля

*Ливенская вишня  
День семьи, любви и верности!*



## ФЕСТИВАЛЬ «ЛИВЕНСКАЯ ВИШНЯ»

📍 **Павловский район, с. Ливенка,  
поляна возле родника «Головище»**

В рамках фестиваля будут работать четыре площадки – детская, гастрономическая, площадка декоративно-прикладного творчества и концертная площадка. На территории первой площадки гости фестиваля смогут поучаствовать в весёлых народных играх, таких как лапта, банки, перетягивание каната, а также прокатиться на лошадях как верхом, так и в карете. На второй площадке можно будет приобрести вкусные блюда и напитки из вишни – свежесваренное варенье, различные мучные изделия, вишнёвую настойку, компот, чай из вишнёвых побегов и душистых трав и многое другое.

Третья площадка будет представлена самобытными выставками декоративно-прикладного творчества и народного костюма сёл Павловского района, а на четвёртой площадке все желающие смогут насладиться яркими выступлениями лучших творческих коллективов района и области.

8 июля

## ФОЛЬКЛОРНЫЙ ПРАЗДНИК «НА ИВАНА КУПАЛА»

📍 **Лискинский район, с. Старая Хворостань**

Народный праздник, основанный на русских народных традициях, проводится на живописном берегу реки Дон. Основные персонажи театрализованного действия – литературные герои произведений русских писателей, русских народных сказок. В празднике принимают участие лучшие фольклорные коллективы. Гости мероприятия отправляются в увлекательный и таинственный мир славянских обрядов – плетение венков и их спуск в воды Дона, прыжки через костёр, традиционные игры и забавы, угощения, фольклорные песни и танцы.



---

РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА

---

**Главный редактор:** Игорь Борисович Шукшов

**Рекламная служба:**

Владимир Сидоров (8-910-282-30-36)

Анна Макушина (8-903-025-63-87)

**Дизайн и вёрстка:** Наталья Свиридова

**Корректор:** Виктор Гришин

**Фото:** Аким Свиридов

---

**УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ: ШУКШОВ И. Б.**

---

Все рекламируемые в издании товары и услуги подлежат лицензированию и обязательной сертификации.

Ответственность за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях, несёт рекламодатель.

Все цены, указанные в рекламных материалах, действительны на момент подписания издания в печать.

Претензии принимаются в течение двух недель со дня выхода издания.

Мнения редакции и авторов статей могут не совпадать. Перепечатка информации только с разрешения редакции.

Информационно-консультационное издание зарегистрировано в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Воронежской обл.  
Рег. ПИ № ТУ 36-00390 от 23 мая 2013 г.

Издание предназначено для лиц старше 16 лет.

---

**АДРЕС РЕДАКЦИИ И ИЗДАТЕЛЯ**

---

394026, г. Воронеж, Московский пр-т, 11 Б  
тел./факс: (473) 239-25-33

**Отпечатано в типографии:**

ООО «Кватро»

398005, Россия, г. Липецк, ул. 9 Мая, 14 А

Тел. +7 (4742) 555-556

**Подписано в печать:** 23.06.2017

Заказ № 0382

Тираж 3000 экз.

Цена свободная

**Дата выхода в свет:** 28.06.2017



11-13 августа

**ВОРОНЕЖСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОТКРЫТЫЙ ФЕСТИВАЛЬ АВТОРСКОЙ ПЕСНИ «РАМОНСКИЙ РОДНИК»**

**Рамонский район, пляж на р. Воронеж**

Знаменитый Международный открытый фестиваль авторской песни «Рамонский родник» традиционно собирает лучших представителей музыкально-поэтического творчества и почитателей бардовской песни со всех уголков страны и зарубежья. Живописная природа Рамонского района, многочисленные концертные площадки и творческие встречи, романтика палаточной жизни заставляют несколько тысяч человек вновь и вновь возвращаться в эти гостеприимные места и принимать к «Рамонскому роднику».



18 августа

**ОБЛАСТНОЙ ПРАЗДНИК «ХЛЕБ – ВСЕМУ ГОЛОВА»**

**Калачеевский район, с. Заброды, пойма р. Подгорная**

Программа праздника будет включать в себя выставку работ изделий мастеров декоративно-прикладного творчества, демонстрацию сельских подворий, выставку-ярмарку хлебулочных, кондитерских изделий и других сельскохозяйственных продуктов, народные гуляния, игры и забавы и многое другое.

Источник: <http://visitvrn.ru>

В 2017 году ООО «Воронежский завод сельхозмашин» отпраздновал своё десятилетие. По традиции, принятой в большой работающей семье, отмечает его ударным трудом. Цель - выпустить 2017 машин к концу года и поднять качество техники на существенно новый уровень



Текст: Марина БАЖЕНОВА

# СИЛА РОССИИ

### СЕМЕЙНОЕ ДЕЛО БРАТЬЕВ НОВИКОВЫХ

В 2007 году братья Новиковы – Николай, Александр и Анатолий – решили начать собственное дело. Первые пятьдесят зернометателей по чертежам одного из братьев были собраны силами семи человек чуть ли не в гараже.

Новиковы тогда даже и не задумывались об импортозамещении, а просто взяли за основу своих разработок то лучшее, что было в российском автопроме – ходовую часть «Жигулей», внесли ряд усовершенствований и предложили продукцию небольшим фермерским хозяйствам. Техническое образование в сочетании с умением тяжело и упорно трудиться в короткие сроки помогли наладить производство зернометателей для сельского хозяйства. А в 2016 году с конвейера сошли уже 1500 единиц сельхозтехники производственной компании «Воронежский завод сельхозмашин».

Всего же за 10 лет работы коллектива под руководством братьев с конвейера сошли более 5 тыс. машин, ежегодный объём реализации составил 1250 штук, при этом производственные мощности позволяют увеличить объём выпускаемой продукции до 2000-2500 единиц техники в год. С учётом ёмкости рынка

России и ближнего зарубежья в настоящий момент спрос на неё фиксируется на уровне 3-3,5 тыс.

– Наша продукция отличается широким спектром применения, – говорит **Николай Новиков, генеральный директор ООО «Воронежский завод сельхозмашин»**. – На начальном этапе мы сделали ставку на мелкие фермерские хозяйства с площадью обрабатываемой земли от 500 до 1500 га, но постепенно наша техника оказалась востребована маслозаводами, птицефабриками и крупными агрохолдингами.

– Были случаи, когда наши машины поставлялись для погрузки шрота, керамзита, опилок и удобрений, – включается в беседу **технический директор компании Анатолий Новиков**. – При этом погрузка могла производиться в железнодорожные вагоны и на грузовые суда. Три года тому назад мы выполняли заказ для одной новороссийской компании, которая отгружала зерно в 20-40-футовые морские контейнеры. Они закупали специальные погрузчики в Великобритании за 2 млн руб., при этом часть контейнеров приходилось возвращать на догрузку из-за неправильной раскладки груза. Мы сконструировали им машину стоимостью 170 тыс. руб. с более высокой скоростью загрузки и возмож-

ностью раскладки строго 26 т груза по всей длине контейнера.

К 2017 году компания выросла в стабильный семейный бизнес и продолжает развиваться. Сейчас предприятие поставляет свою продукцию не только на местный рынок и в страны СНГ – Белоруссию, Казахстан, Киргизию, закрывая 40-45 % потребностей рынка, но и экспортирует сельхозтехнику в Монголию, Молдавию, Эстонию, Ирак. В стадии обсуждения находится вопрос поставок в Иран и страны африканского континента.

Несмотря на небольшое снижение спроса, связанное с изменением правил субсидирования аграрного сектора, компании удаётся удерживать ведущие позиции по реализации своей продукции. За прошедший год она поставила на рынок сельхозпроизводства 1100 единиц своей техники, сохранив розничные цены неизменными, особенно на фоне удорожания расходных материалов в среднем на 100 %.

### В ОСНОВЕ – КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

Проблемы производства контрафактной продукции, как оказалось, существуют не только в масштабах государства, но и в отдельно взятой компании. Так,

спустя 10 лет работы, руководители ООО «Воронежский завод сельхозмашин» увидели реплики собственной продукции, защищённой авторскими патентами, в ассортименте других производителей. Да, такое всегда случается, когда продукт, выведенный на рынок, сработан на совесть и обладает коммерческой привлекательностью.

– Мы за честную конкуренцию среди 22 производителей и считаем, что они должны правдиво информировать покупателя о своём продукте, – отмечает **Александр Новиков, генеральный директор ООО ТД «Агро-СД»**, ответственного за дистрибуцию. – Несмотря на то, что наши товарные знаки «Вулкан» и «Мамонт» зарегистрированы в Роспатенте, недобросовестные фирмы копируют эти модели, оснащая деталими более низкого качества. Их техника стоит дешевле, имеет более короткий срок службы и невысокое качество переработки зерна. В настоящий момент мы ведём переговоры с такими компаниями и предлагаем приобрести лицензии на наши разработки. Не хотелось бы прибегать к судебным разбирательствам, так как это подрывает доверие потребителей на агропромышленном рынке. Со своей стороны стремимся как можно больше контактировать с покупателем и ведём диалог с остальными производителями.

В 2015-2016 гг. разработки завода успешно прошли государственные испытания в ФБГОУ «Северо-Кавказская МИС», потому что именно в том регионе его продукция представлена наиболее широко. Качество семи машин, выпускаемых предприятием, было подтверждено также ФГБУ «Центрально-Чернозёмная МИС» в Курской области.

В 2017 году завод выставил на госиспытания ещё две модели зерноочистителей. В будущем они станут основой для запуска в производство пятого поколения машин – малогабаритных, экономичных, превосходящих по своим техническим характеристикам существующие российские аналоги. Они обладают расширенным набором опций, повышенной безопасностью, мобильностью и высокой технической оснащённостью: на них установлены мотор-редукторы, электрические тормоза, регулируется скорость и дальность выброса зерна.

Летом с конвейера должен сойти новый зерноочистительный комплекс с более высокой степенью очистки и скоростью обработки зерна. Если серийные машины позволяют отделять не более 3 % мусора при скорости 30 т/час, то новинка на выходе будет производить уже первичную очистку.

– Потребитель требует хорошей техники, даже по более высокой цене, – поясняет Александр Иванович. – Она должна быть оборудована кабиной с кондиционером, электронным управлением – и мы тоже планируем выпуск подобной продукции. Правда, лет через пятнадцать она окажется невостребо-

ванной, потому что тенденции развития сельскохозяйственных складских комплексов направлены на прямое перемещение зерна с поля в высокотехнологичные зернохранилища с компьютерным управлением. Стоимость таких комплексов исчисляется миллионами, поэтому мелкие фермерские хозяйства пока не могут позволить себе приобрести их, но это всего лишь вопрос ближайшего десятилетия.

### **СОТРУДНИЧЕСТВО С АГРАРИЯМИ НА ПОЛЬЗУ РОДНОЙ ЗЕМЛЕ**

«Воронежский завод сельхозмашин» растёт и расширяется. На 11 тыс. кв. м расположились заготовительный, механосборочный, сварочный цеха, собственное складское хозяйство и участок сбыта. Идёт строительство холодного склада для хранения готовой техники.

Значительно расширился ассортимент предлагаемой продукции. Помимо пяти основных моделей зерноочистителей, каждой из которых существует до 20 модификаций, завод выпускает зерноочистительные комплексы (ПЗК) для предварительной очистки (с частичной сушкой и охлаждением) от сорных примесей поступающего с поля зернового вороха колосовых, крупяных, зернобобовых, масличных культур, а также механизации погрузочно-разгрузочных работ на открытых токах и в зерноскладах.

– Наши ПЗК оснащены механизмами для протравливания зерна перед посевом. Кроме того, мы наладили выпуск зерносушилок с применением инфракрасного излучения, при котором нагрев зерна будет поверхностным – от 20 до 50 градусов, – отмечает технический директор Анатолий Новиков. – Точность и качество изготовления деталей для наших машин гарантируется применением в работе высокотехнологичного лазерного оборудования. Мы предоставляем годовую заводскую гарантию на всю нашу технику, а специалисты сервисной группы всегда готовы выехать на место для устранения любых неполадок, так как в сезон уборки урожая у сельанина на счету каждый час. В зависимости от пожеланий аграриев мы используем творческий подход к производству каждой машины и в сотрудничестве с ними производим нашу отечественную технику.

В 2016 году ГК «Воронежский завод сельхозмашин» братьев Новиковых вошла в программу субсидирования производителей сельхозтехники, которая, согласно Постановлению Правительства РФ от 27 декабря 2012 года № 1432 «Об утверждении Правил предоставления субсидий производителям сельскохозяйственной техники», позволяет аграриям покупать технику со скидкой 25-30 %.

В преддверии юбилея компании была запущена дополнительная программа поддержки покупателей. Завод выпустил сертификаты на приобретение техники



**Николай НОВИКОВ**, генеральный директор  
ООО «Воронежский завод сельхозмашин»



**Александр НОВИКОВ**,  
генеральный директор ООО ТД «Агро-СД»



**Анатолий НОВИКОВ**,  
технический директор  
ООО «Воронежский завод  
сельхозмашин»

## юбилей. шеф

со скидкой от 5 до 15 %. Так, на ПЗК можно получить субсидию завода до 90 тыс. рублей, а на зернометатель – 50-60 тыс. рублей в зависимости от модели.

– Мы пойдём навстречу аграриям и продлим действие сертификатов до осени, потому что в условиях объективных трудностей с государственным субсидированием в 2017 году эта мера окажется хорошим подспорьем в их нелёгком труде, – поясняет Николай Новиков.

### ИДТИ В ПЕРВЫХ РЯДАХ

9 мая коллектив ООО «ВЗС» отметил свой юбилей парадом техники. Под флагом Победы, с развевающимися георгиевскими ленточками чувствовали передовиков и ветеранов завода. А вместо военной техники по площадке перед главным зданием завода шла техника мирная – зерноочистители и зернометатели собственного производства.

Но главная сила завода – в людях. В компании разработана гибкая кадровая политика, позволяющая сохранить рабочие места и коллектив, не снижая уровень материального вознаграждения. Средняя заработная плата составляет 30-40 тыс. руб., и вся она выплачивается в срок и в полном объёме.



### В юбилейный год коллектив завода должен произвести 2017 машин, при этом половину выпускаемой продукции заменить машинами нового поколения

По мнению руководства, рабочие не должны знать – продаётся продукция или нет, они должны выполнять производственный план и получать заслуженную заработную плату. При этом в компании жёстко следят за техникой безопасности на производстве и экологией труда, учитывая возрастные и физические способности работников.

– В юбилейный год коллектив завода должен произвести 2017 машин, при

этом половину выпускаемой продукции заменить машинами нового поколения, – поделился своими планами Николай Иванович. – С этой целью на предприятии создана экспериментальная проектно-конструкторская группа. В будущем планируем усилить её специалистами и создать собственную научную организацию, которая будет заниматься специализированными разработками не только в сфере сельского хозяйства, но и в других областях.



# notebook

**Воронежский опорный университет становится площадкой развития термоэлектричества в Российской Федерации, сообщает пресс-служба правительства Воронежской области**

Ректор ВГТУ Сергей Колодяжный рассказал, что в качестве опорного университет получил финансирование из федерального бюджета на 2018 год, утверждена новая программа. Речь, в частности, идёт о подготовке в вузе магистров по трём направлениям, одно из которых – термоэлектричество. На его развитие получен грант в размере 400 млн рублей на три года. В сотрудничестве с предприятием «РИФ» будет вестись работа по закрытому госзаказу, а также по применению термоэлектричества в гражданских целях – системах вентиляции и кондиционирования воздуха.

Также ректор сообщил о реализации проекта «Умный дом» совместно с японской стороной. В настоящий момент подготовлен фундамент, работы ведутся. Сдать объект планируется в начале августа.



**В Воронеже 6-7 сентября текущего года пройдёт международная научно-практическая конференция «Зелёная инфраструктура городской среды: современное состояние и перспективы развития», сообщает Агентство Бизнес Информации (ABIREG.RU)**

В работе конференции примут участие ведущие специалисты в области экологии, озеленения и ландшафтной архитектуры, арбористики из Великобритании, Нидерландов, Италии, Турции, России и стран СНГ.

Среди приглашённых спикеров – учёные и практики Ассоциации арбористов Великобритании, исследовательского агентства при Департаменте по лесному хозяйству в Соединённом Королевстве, центра по исследованию деревьев и почв Голландии, университета Удине (Италия), специалисты по благоустройству и озеленению муниципалитета Болоньи (Италия), представители других стран.

С российской стороны ожидаются специалисты Никитского ботанического сада – Национального учебного центра РАН, крупнейшего дендропарка России Мещерской лесостепной опытно-селекционной станции (Липецкая область), учёные ведущих вузов РФ и многие другие.

Организаторами мероприятия выступают правительство Воронежской области и региональный департамент природных ресурсов и экологии.



**По итогам 5 месяцев 2017 года Воронежская область является лидером информационной активности в сфере культуры среди регионов Российской Федерации с численностью населения свыше 2 млн человек. На втором месте – Московская область, на третьем – город Москва.**

За 5 месяцев 2017 года учреждениями культуры региона в информационной системе опубликовано 5767 событий, а охват аудитории составил свыше 500 тысяч просмотров у партнёров, в социальных сетях и рассылках.

В мае этого года информационной системой отмечено 9 самых активных учреждений культуры в Российской Федерации, среди них – 7 государственных и муниципальных учреждений культуры из Воронежской области.

Лидеры по добавлению событий – МБУК «Централизованная клубная система» и

МБУК «Централизованная библиотечная система» городского округа город Воронеж. Лидеры по количеству рассылок – отдел по культуре и спорту администрации Бутурлиновского муниципального района, МКУК «Центральная районная библиотека» Подгоренского муниципального района, МКУК Бутурлиновский РДК «Октябрь» Бутурлиновского муниципального района. Лидеры по количеству публикаций в соцсетях – ГБ ПОУ «Воронежский музыкальный колледж имени Ростроповичей», МКУК «Районный культурно-досуговый центр села Репьёвка» Репьёвского муниципального района.

**Воронежский регион занимает 18-е место среди субъектов федерации в общем рейтинге реализации проектов государственно-частного партнёрства, и 15-е – по развитию нормативно-правовой базы в этой сфере.**

Всего в Воронежской области реализуется 30 проектов ГЧП. Почти три четверти из них – в сфере ЖКХ. Часть – в социальной сфере и транспорте. Что касается культуры, то пока речь идёт лишь об одном конкретном проекте, который находится в стадии разработки:

туристско-рекреационный центр «Дворцовый комплекс Ольденбургских».

В перспективе у Воронежской области есть потенциал государственно-частного партнёрства не только в вопросе восстановления объектов культурного наследия, но и в благоустройстве и содержании парков и скверов, в создании развлекательно-досуговых центров, в реконструкции и модернизации театров и кинотеатров. Потенциально к диалогу и совместной работе готовы как бизнес, так и органы власти.



# Цена и качество ГОСПОДДЕРЖКИ

Текст: Роман ДАРИНИН  
Фото: Пресс-служба Правительства Воронежской области



Сельское хозяйство в Воронежской области всегда имело мощный потенциал для развития, которое особенно заметно в последнее время. В регионе удалось найти точки роста, позволяющие с изрядной долей оптимизма смотреть в будущее

## РАЗВОРОТ ЛИЦОМ К ЖИВОТНОВОДСТВУ

По итогам 2016 года 94 % от общего числа сельскохозяйственных организаций завершили год с прибылью. Она составила 19 млрд рублей (на миллиард рублей больше предшествующего года), рентабельность с учётом субсидий – 24,3 %, без субсидий – 16,2 %. В департаменте аграрной политики Воронежской области нам сообщили, что в соответствии с программой развития отрасли до 2020 года целевое значение показателя рентабельности сельхозпредприятий установлено на уровне 14 %.

В Воронежской области принят целый ряд нормативных документов, направленных на создание благоприятного инвестиционного климата и привлечение инвестиций в экономику. Действующее в регионе законодательство позволяет реально получить меры государственной поддержки всем наиболее значимым и эффективным инвестиционным проек-

там. Большинство из них реализовано в рамках программы «Развитие сельского хозяйства, производства пищевых продуктов и инфраструктуры агропродовольственного рынка».

Учитывая достигнутый высокий уровень развития растениеводства, сегодня значительные усилия направлены на поддержку животноводческого направления. В правительстве Воронежской области считают необходимым изменить структуру сельскохозяйственного производства и привести к модели, когда 60 % валового продукта занимает продукция животноводства, а 40 % – растениеводства. На сегодняшний день продукция животноводства занимает примерно 35 % в общем объёме произведённой сельхозпродукции. Решение этой задачи должно снизить остроту сразу нескольких проблемных вопросов отрасли. Во-первых, в экономике хозяйств – уменьшить влияние погодных факторов (к примеру, жесточайшая засуха 2010 года немало

предприятий поставила на грань банкротства), перепроизводства отдельных видов продукции (в 2006 году сахарные заводы в разгар уборки приостанавливали приём сахарного корня из-за вала сырья), сезонных ценовых колебаний на зерно и так далее. Во-вторых, обеспечить занятость на селе и нормализовать социальную ситуацию.

– Количество коров – это такой агрегированный показатель развития сельских территорий, – считает **губернатор Воронежской области Алексей Гордеев**. – Одна из главных проблем в селе – отсутствие работы, постоянной и достойно оплачиваемой. Животноводство создаёт такие рабочие места. К тому же заработная плата в этой сфере за последние годы выросла в два раза. Нам, к счастью, удалось переломить стереотип о сельскохозяйственном производстве как отсталой, даже маргинальной сфере, где нет ни денег, ни перспектив. Молодёжь сегодня идёт туда работать.

## ПРИБАВКУ ИЩЕТЕ В МОЛОКЕ

Губернатор Воронежской области Алексей Гордеев на встречах с потенциальными инвесторами и журналистами постоянно подчёркивает, что в вопросах привлечения ресурсов в развитие экономики отношения строятся без учёта санкций. Как пример – молочный и мясной кластеры. «Главная задача – это создание конкурентоспособной, в том числе на мировом рынке, продукции», – заявляет губернатор.

В последние годы регион является лидером по приросту производства товарного молока и по наращиванию поголовья крупного рогатого скота, в том числе коров, среди субъектов РФ. Данная тенденция сохранилась и по результатам 2016 года:

- 1-е место – по прибавке молока (+62 тыс. тонн);
- 2-е место – по наращиванию поголовья КРС (+13 тыс. голов);
- 2-е место – по наращиванию поголовья коров (+5 тыс. голов).

В Воронежской области с 2009 по 2017 год запущено 17 крупных молочных комплексов, в которых размещаются от 1200 до 5000 голов скота. В их строительство инвестировано более 19 млрд рублей.

В 2016 году завершено возведение двух молочных комплексов – на 5000 голов дойного стада (ГК «Молвест», Аннинский район) и на 2800 голов (ООО «ЭкоНива-Агро», Лискинский район). Эти предприятия являются ведущими производителями молочной продукции в Воронежской области и продолжают расширять своё производство. Так, в 2017 году ООО «ЭкоНиваАгро» приступило к реализации проекта строительства ещё одного молочного комплекса на 2800 голов в Бобровском районе. ООО «ЭкоКорм», входящее в холдинг «Молвест», планирует начать реализацию второй очереди строительства молочного комплекса на 2400 голов в Аннинском районе. Первая очередь проекта на 1100 голов фактически завершена. В Верхнемамонском муниципальном районе ООО «Мамоновские фермы» (село Мамоновка), также входящее в состав холдинга «Молвест», реализует инвестиционный проект по строительству молочного комплекса на 2200 коров. Только за счёт этих предприятий количество дойных коров увеличится более чем на 6 тыс. голов.

Кроме того, предполагается реализация ещё ряда инвестиционных проектов, в том числе с иностранным участием. К примеру, ГК «Дон-Агро» планирует создание совместного предприятия с княжеством Лихтенштейн по строительству молочного комплекса в Павловском муниципальном районе. Все это в перспективе (2018-2020 гг.) позволит увеличить производство молока как минимум на 30 %.

А вот что касается растениеводства, то при благоприятно складывающихся условиях в 2017 году планируется получить урожай на уровне не ниже прошлогоднего – не менее 4 млн тонн зерна, 5 млн тонн сахарной свёклы, 0,9 млн тонн семян подсолнечника, что позволит региону войти в тройку лидеров в Центральном федеральном округе.

## В ПЛЕНУ КРЕДИТНОГО ЛИМИТА

В нынешнем году Воронежской области на льготное краткосрочное кредитование выделен лимит бюджетных ассигнований в сумме 1,04 млрд рублей, в том числе 312,1 млн рублей предназначаются для малых форм хозяйствования (крестьянских (фермерских) хозяйств); 231,9 млн рублей – на развитие растениеводства; 168 млн рублей – на развитие животноводства;

**«Наибольший спад пришёл, конечно, на мясное скотоводство – Россия стала производить в 2,7 раза меньше мяса говядины, чем в 1990 году. Производство молока за 25 лет также значительно упало (в 1,8 раза)... Но Воронежской области удалось переломить негативный тренд. Здесь мы видим, можно сказать, завтрашний день, опыт с устойчивой тенденцией роста: многотысячное поголовье, уникальные породы, новейшие технологии, рабочие места и поступления в бюджет... Опыт воронежцев нужно изучать и транслировать по стране».**

*Из доклада Председателя Комитета Госдумы РФ по аграрным вопросам, академика РАН В.И. Кашина на выездном заседании в Воронеже 22 мая 2017 года.*

водства; 196,3 млн рублей – на развитие молочного скотоводства; 99 млн рублей – на развитие мясного скотоводства и 32,9 млн рублей – на переработку продукции растениеводства и животноводства.

Но сегодня весь лимит, выделенный Воронежской области на льготные кредиты, исчерпан, за исключением лимита по малым формам хозяйствования. И теперь сельхозтоваропроизводители, обратившиеся за одобрением кредита, получают отказ и будут вынуждены брать кредит по рыночной ставке.

А по льготному инвестиционному кредитованию лимит бюджетных ассигнований, который составил 5,865 млрд рублей, вовсе не распределён в регионы Российской Федерации.

Отдельно следует сказать о «единой субсидии», которая была введена с 1 января 2017 года. Если раньше транши направлялись под конкретные программы,

то теперь в субъект переводится полная сумма на развитие всех направлений агропромышленного сектора. В Воронежской области в «единую субсидию» вошли 18 направлений государственной поддержки из числа действовавших в регионе в предшествующие годы.

Как сообщили в департаменте аграрной политики региона, в настоящее время принимаются документы по заявкам для субсидирования: на развитие мясно-

го скотоводства; на поддержку племенного крупного рогатого скота молочного и мясного направлений; на поддержку племенного животноводства; на развитие элитного семеноводства; на возмещение части затрат на закладку и уход за многолетними плодовыми и ягодными кустарниковыми насаждениями; на возмещение части затрат по содержанию маточного поголовья овец и коз; на возмещение части затрат на уплату страховых премий по договорам сельскохозяйственного страхования в области растениеводства и животноводства; на возмещение части процентной ставки по краткосрочным кредитам на развитие животноводства и молочного скотоводства; на возмещение части процентной ставки по долгосрочным, среднесрочным и краткосрочным кредитам, взятым малыми формами хозяйствования.



На открытии завода ООО «ЭкоКорм» в с. Николаевка Аннинского района

# власть. шеф

«По своему вкладу в общероссийский объём сельхозпродукции наша область занимает 5-е место в стране. Мы стабильно входим в десятку регионов-лидеров по производству основных видов продукции сельского хозяйства. В прошлом году получен рекордный урожай зерновых и зернобобовых – 4,8 млн тонн. Валовой сбор сахарной свёклы составил 5,8 млн тонн. Лучшей за всю историю полеводства региона стала также средняя по области урожайность зерна – 34,4, сахарной свёклы – 482, подсолнечника – 24 ц с га».

*Из выступления губернатора Воронежской области  
А.В. Гордеева с ежегодным отчётом  
перед депутатами областной Думы 27 апреля 2017 года.*

Кроме того, принимаются документы для проведения конкурсного отбора участников мероприятий государственной программы Воронежской области «Развитие сельского хозяйства, производства пищевых продуктов и инфраструктуры агропродовольственного рынка», претендующих на получение субсидий в виде грантов начинающим фермерам на создание и развитие крестьянских (фермерских) хозяйств; на развитие семейных животноводческих ферм на базе крестьянских (фермерских)

хозяйств; сельскохозяйственным потребительским кооперативам для развития материально-технической базы.

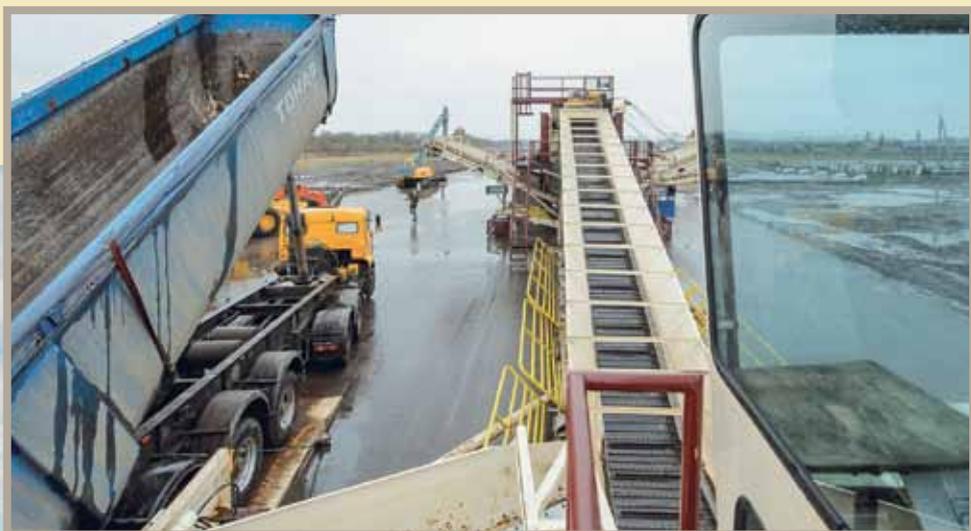
Всего по состоянию на 02.06.2017 года меры государственной поддержки в рамках «единой субсидии» предоставлены 265 сельскохозяйственным товаропроизводителям, в том числе 72 личным подсобным хозяйствам. Общая сумма выплаченных субсидий составила 590,3 млн рублей, в том числе из федерального бюджета – 531,1 млн рублей, из областного бюджета – 59,1 млн рублей, что составляет 35 %



от лимита бюджетных ассигнований, выделенных в текущем году. Примечательно, что наибольший объём средств выплачен по субсидиям на развитие мясного скотоводства – 200,5 млн рублей и на возмещение части процентной ставки по краткосрочным кредитам на развитие молочного скотоводства – 131,1 млн рублей.

## СОБЛАЗНИТЬ ЯБЛОЧНЫМ ВКУСОМ

Ежегодно в середине мая, в пору цветения яблонь, на территории ЗАО «Острогожсксадпитомник» – старейшего садоводческого предприятия региона (основано в 1923 году) – проходит областной фестиваль «Цветущая яблоня». Этот





замечательный плод при хозяйском к нему отношении сможет и работу дать, и накормить, и порадовать, как на этом празднике. Для выращивания яблок сама природа создала в регионе благоприятные почвенно-климатические условия.

Садоводство стало одним из приоритетных направлений развития аграрной отрасли региона. В 2016 году по сравнению с прошлым годом площадь закладки многолетних насаждений в сельхозпредприятиях области (товарное производство яблок) увеличилась на 281 га, в том числе садов интенсивного типа – на 183,6 га. Позитивная динамика продолжается и в текущем году. В 2017 году планируется заложить уже 1187 га садов, 788 га из которых – интенсивного типа. Площадь

раскорчёванных старых садов ежегодно составляет от 20 до 55 % от площадей закладки.

Сегодня по площади садов Воронежская область занимает ведущее место в Центральном Черноземье. Определяющим фактором развития сферы садоводства является системная политика правительства Воронежской области, направленная на всестороннее увеличение поддержки садоводства.

Если в 2015 году в рамках государственной программы по развитию сельского хозяйства субсидиями на общую сумму 109,8 млн рублей было обеспечено 9 крупных и средних хозяйств, производящих продукцию садоводства, то в 2016 году субсидиями на общую сумму 219 млн рублей, или 202 % к прошлому году (!), обеспечено 15 садоводческих предприятий. В основном – это яблоневые сады с деревьями летних, осенних и зимних сортов. Есть и те, кто берется за груши, вишни, сливы, различные ягодники, а также экспериментируют с разведением алычи, жимолости, дюка.

Кроме того, для развития инфраструктуры по хранению и переработке выращенного урожая сформирована нормативно-правовая база, предусматривающая компенсацию части затрат сельхозтоваропроизводителям на строительство и (или) модернизацию плодохранилищ в объеме 20 % от сметной сто-

имости объекта. Проекты, прошедшие конкурсный отбор и получившие положительное заключение Минсельхоза России, смогут получить адресную государственную поддержку, которая осуществляется на условиях софинансирования.

Ежегодно к направлению по развитию плодородия присоединяются предприятия, которые занимались производством другой продукции растениеводства – ООО «Логус Агро», ООО К(Ф)Х Зирка Д.И. Таловского района, ООО «Сладунка» Павловского района, К(Ф)Х Письменный С.А. Калачеевского района и многие другие. Зарубежные инвесторы в отрасли плодородия Воронежской области участия не принимают. Наиболее крупной компанией, которая входит в тройку лидеров по стране по валовым сборам яблок, является ЗАО «Центрально-Чернозёмная плодородная компания». Объемы инвестиций этой компании в отрасль за последние три года составили более 750 млн рублей.

В департаменте аграрной политики Воронежской области надеются, что все эти меры позволят в скором времени увеличить количество продукции плодородия и товаров переработки этой отрасли. А «воронежское яблоко» станет ещё одной визитной карточкой региона.

*Материал публикации подготовлен при участии департамента аграрной политики Воронежской области.*



**397908, Воронежская область,  
г. Лиски, ул. Трудовые Резервы, д. 7  
т.: (47391) 47-555 (факс), 46-904, 46-377  
semkom@list.ru СЕМКОМ.РФ  
ok.ru/usadba.fermera**



**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ  
СЕМЕНА ОВОЩЕЙ И ЦВЕТОВ  
ОТ ЛИДЕРОВ МИРОВОЙ СЕЛЕКЦИИ  
СРЕДСТВА ЗАЩИТЫ РАСТЕНИЙ  
ТОВАРЫ ДЛЯ САДА И ОГОРОДА**

РЕКЛАМА

# Прибавка для экспортной составляющей

Минеральная вода «Боржоми», тульский пряник, испанский хамон, мексиканская текила - все эти продукты объединяет узнаваемость. Товары с указанием места происхождения вызывают высокое доверие к качеству, которое определяется репутацией производителя. Их легче найти среди массы аналогов, их покупают, хотя и стоят они дороже

Текст: Роман ДАРИНИН

## НАЙТИ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОСТЬ

При современном развитии технологий и коммуникаций уже мало быть хорошими, нужно в чём-то обязательно быть лучшими. Что же отличает Воронежскую область от других регионов России? Мы лидеры в производстве мраморной говядины? Хорошее начало, которое должно завершиться кластеризацией – моделью, когда производители как основного, так и смежных продуктов объединяют свои мощности на одной территории. Но пока этого нет... Можно назвать ещё несколько проектов, потенциально способных стать продуктовым брендом региона. Но появится ли из этих ростков что-то такое, о чём будут говорить не только по всей России, но и по всему миру? Думать над реализацией таких проектов нужно всем: и бизнесу – через стремление к прибыли и росту конкурентоспособности, и правительству региона – через поддержку бизнеса и развитие инфраструктуры, и вместе – через генерацию и продвижение идей.

В середине июня в Министерстве сельского хозяйства России состоялось совещание по разработке Концепции продвижения сельхозпродукции, продуктов питания и напитков с наименованием места происхождения (суббрендов) на внешние рынки в рамках приоритетного проекта «Экспорт продукции АПК».

– Россия могла бы предложить на внутреннем и внешнем рынках свои продукты с географическими индикаторами в таких нишах, как дикорастущие ягоды, мёд, мясное животноводство, кондитерская продукция, минеральные воды,

виноделие, молочная и масложировая продукция, рыба, – считает **директор Департамента информационной политики Минсельхоза России Дмитрий Краснов**.

К осени 2016 года министерством уже был разработан проект программы «Развитие экспорта продукции АПК», согласно которой приоритетными направлениями для поставок из России являются Китай, страны Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока, а основными товарами – мясо и мясные субпродукты, зерно, мукомольно-крупяная и масложировая продукция, а также готовые продукты питания.

Сейчас основной экспорт приходится на сырьевые товары. Как подсчитали аналитики информагентства РБК на основе данных Федеральной таможенной службы, это зерно (в 2016 году было продано на 5,6 млрд долларов США), рыба и морепродукты (3 млрд долл.), а также подсолнечное, сафлоровое и хлопковое масла (1,4 млрд долл.). По данным Российского экспортного центра, крупнейшими странами – потребителями российского продовольствия в 2016 году стали Китай (10,1 % от объёма экспорта), Турция (9,2 %), Египет (7,9 %), Республика Корея (7,8 %) и Казахстан (7,1 %).

В Министерстве сельского хозяйства подчёркивают, что использование экспортного потенциала страны, особенно в виде продажи готового продукта, пока крайне низко. В рамках разрабатываемой концепции намечено определить перечень ключевых элементов системы продвижения российских региональных брендов, распределить полномочия,

и в том числе чётко определить роль государства. Сегодня на внешних рынках работают несколько десятков компаний, а доступ должен быть открыт всем, кто выпускает продукцию, соответствующую мировым стандартам.

– Экспорт – это мерило развития бизнеса. Если ты можешь экспортировать, ты вполне конкурентен, – сказал **президент Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» Александр Калинин**, побывавший недавно в Воронеже. – У нас же экспортом занимаются около 0,5 % малого и среднего бизнеса. Это страшно низкий показатель, ведь есть экономики, где он составляет 80 %, например Японии.

## ПРОДВИЖЕНИЕ СВОЕЙ МАРКИ

Воронежская область уже сегодня может многое предъявить стране и миру, в том числе в виде пищевой продукции. Но ситуация в различных сегментах продовольственного рынка разная, и позиционирование производителей вполне конкурентоспособной продукции заметно отличается. К примеру, воронежский хлебозавод № 2 выпускает хлеб «Воронежский», который вновь удостоен звания лауреата конкурса «Воронежское качество – 2017». Однако ситуация на рынке готовых хлебобулочных изделий, зажатом регулированием, а также рост конкуренции со стороны массы мини-пекарен значительно снизили продажи довольно популярного продукта.



Владимир ПУТИН, Президент РФ

*Экспорт сельхозпродукции даёт нам сегодня больше, чем продажи вооружения. Совсем недавно, наверное, мы даже не могли такое себе представить. Я уже публично говорил об этом, могу ещё раз здесь с этой трибуны повторить. Мы нашли выверенные решения, приняли госпрограмму, создали гибкую систему поддержки сельхозпроизводителей, и сегодня АПК – это успешная отрасль, которая кормит страну и завоёвывает международные рынки.*

*Из текста ежегодного Послания Федеральному Собранию Российской Федерации, 1 декабря 2016 года*



Высокий потенциал у мясопереработки, но и здесь рынок крайне неустойчив. Последние годы омрачились банкротством крупных предприятий, к примеру, Калачеевского и Воронежского мясокомбинатов. Ранее в банкротство «ушли» Россошанский и Нововоронежский мясокомбинаты. Имущественный комплекс Калачеевского комбината в апреле приобрёл с торгов ООО «Мясокомбинат Бобровский», и, возможно, производство удастся возобновить.

Наиболее развитым брендовым рынком, пожалуй, является производство молочной продукции. Воронежская компания «Молвест» – третья по объёму переработки молока в России – на днях выпустила на рынок новинку – сливки «Вкуснотеево» жирностью 10 и 20 % в удобной картонной упаковке. В группу компаний входят восемь перерабатывающих предприятий и семь молочных ферм на территории РФ. Компания производит и продаёт молочные продукты около 200 наименований торговых марок «Вкуснотеево», «Нежный возраст», «Иван Поддубный», «Фруате» и др. Продукты флагманской марки «Вку-

снотеево» представлены более чем в 24 тыс. магазинах России. Впрочем, с продвижением на внешние рынки пока значимых результатов не достигнуто. Обособленные подразделения по продажам охватывают лишь европейскую часть России.

В начале 2000-х годов компания «Молвест» попыталась освоить ближайший к Воронежской области и довольно перспективный рынок Украины. Ввоз готовой продукции оказался делом неэффективным. Скоропортящийся продукт не мог «подстраиваться» под таможенные процедуры без потери качества, и было принято решение о приобретении действующего молочного завода на территории соседней страны и регистрации там оригинальных торговых марок. В 2007 году холдинг «Молвест» приобрёл «Криворожский гормолзавод № 1». Предприятие производило молоко и разные виды кисломолочной продукции под торговыми марками «Фруате» и «Сан Крут», а также местными «Ясне сонечко», «Смаковеньки». Компания модернизировала завод и сделала его одним из лидеров среди производителей молочной про-

КРЕСТЬЯНСКО-ФЕРМЕРСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

**ИП ЕРМИЛОВА**

для обработки  
посадочного картофеля  
(семенные  
и продовольственные цели)  
рекомендует

**БИО** ПРЕПАРАТ  
на основе хищных грибов  
(*Duddingtonia flagrans*)



**«Нематофагин-  
Микопро»**

очищает почву  
от всех видов нематод  
(включая карантинные)

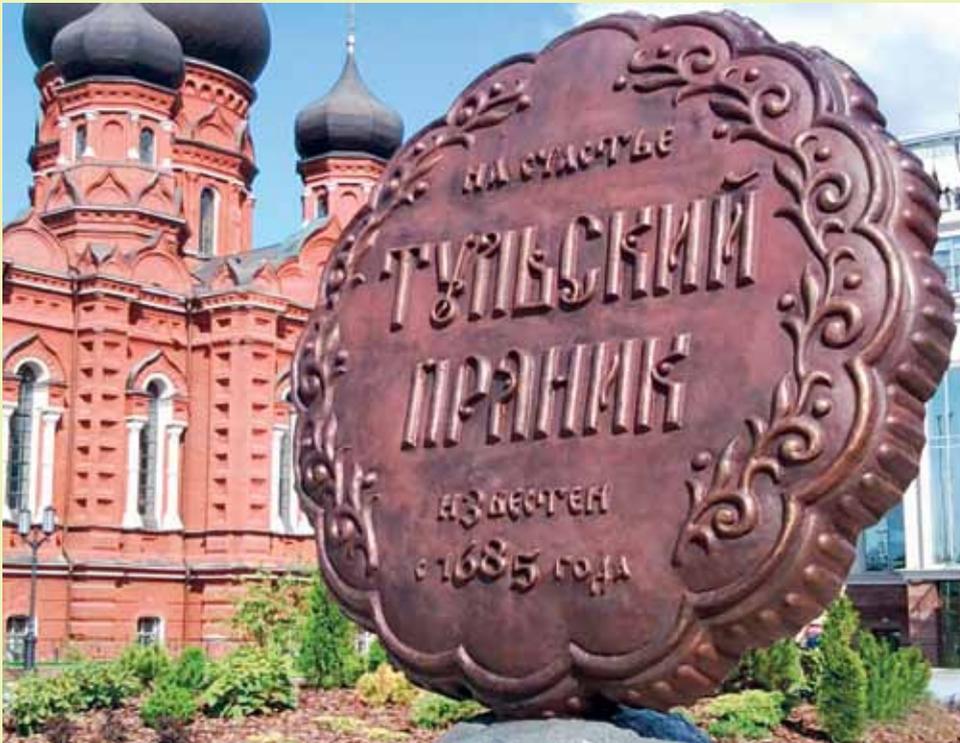
**ПРЕИМУЩЕСТВА:**

- **эффективность уничтожения всех видов нематод в почве после однократной обработки достигает 86 %**
- **экобезопасность для людей, животных, насекомых**
- **рост урожайности картофеля выше 35 %**
- **совместимость с другими препаратами**
- **длительность работы препарата в почве – до двух лет**

Стоимость обработки гектара –  
до 4500 руб.

**Приглашаем к сотрудничеству  
всех заинтересованных лиц!**

Воронежская область,  
с. Бабяково,  
ул. Совхозная, 1 А  
Тел.: +7 (473) 290-72-65,  
8-961-028-53-61  
E-mail: agrosputnik@bk.ru



дукции Днепропетровской области и Восточной Украины. Однако в 2015 году было принято решение о продаже бизнеса. Контрольный пакет акций предприятия в размере 98,3234 % перешёл французской компании Fractale Industrie.

Кроме «Молвеста», в Воронежской области работают и другие компании, занимающиеся переработкой молока и продвигающие местный бренд за пределами региона. Это, к примеру, ООО «Землянское молоко», которое является одной из крупнейших компаний в Центральном Черноземье по производству и реализации сливочного масла, а также спредов с различной массовой долей жира. В конце 2015 года ООО «Землянское молоко» произвело ребрендинг и ввело новую торговую марку «Земляночка».

Среди крупных компаний можно назвать также ООО «Воронежсагро», которое работает на рынке с 1996 года и представляет молочную и масложировую продукцию торговых марок «Деревенские мотивы», «Бурёнкин луг», «Ягодкин».

Группа Компаний «Сырный Дом» позиционирует себя на рынке сливочного масла и сыров и продвигает продажи под торговыми марками «Богдаша» (цельномолочная продукция), «Ровеньки» (твёрдые сыры и масложировая продукция), «Карлов двор» (линейка элитных твёрдых сыров), «Слобода» (масложировая продукция), «Богдамилк» и «Эль Виенто» (фреш-сыры).

ОАО фирма «Молоко» (Россошь) предлагает широкий ассортимент молочной и масложировой продукции под торговой маркой «Квилли Милли»

## НЕЦЕНОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Наряду с Минсельхозом, с инициативой по продвижению российских товаров за рубежом ранее выступило Министерство промышленности и торговли Российской Федерации. С 2014 года там

работают над проектом «Сделано в России» – системой маркировки и идентификации товаров, произведённых в РФ. По замыслу, наличие данной эмблемы на продукции должно увеличить лояльность потребителей. В дальнейшем предполагается создать целое семейство знаков: «Выращено в России», «Российский дизайн» и другие. Реализация программы намечена на 2017–2018 годы.

Не ожидая решительных шагов от правительства, часть крупных продавцов продукции аграрного сектора за пределы страны объединилась в Национальную ассоциацию экспортёров сельскохозяйственной продукции (НАЭСП). По инициативе ассоциации, Масложирового союза и ФНС России в мае более чем 20 компаниями-экспортёрами зерна и другой сельхозпродукции была подписана хартия в сфере оборота сельскохозяйственной продукции, цель которой – исключить многоступенчатый процесс перепродажи сельхозпродукции и начать «очищение отрасли от компаний, использующих сомнительные методы ведения бизнеса при закупках».

В Воронеже для поддержки продвижения продукции компаний на внутреннем и внешнем рынках уже 20 лет проводится конкурс «Воронежское качество». О его популярности свидетельствует постоянный рост количества участников, а также заявленных видов продукции и услуг. Так, в 1998 году в конкурсе участвовали всего 9 предприятий, а в 2017 году – уже 49 предприятий Воронежской области представили 86 видов продукции и услуг.

– Практически все компании, которые были отмечены на конкурсе «Воронежское качество», экспортно ориентированны, – подчеркнул **руководитель департамента промышленности Воронежской области Иван Шкуматов**, выступая 6 июня на церемонии подве-

дения итогов. – Качество продукции и уровень услуг, которые они оказывают, соответствуют мировым стандартам.

В ноябре 2015 года в Воронеже по инициативе регионального департамента предпринимательства и торговли и Союза «Торгово-промышленная палата Воронежской области» был создан Центр координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства. Деятельность Центра в первую очередь направлена на оказание информационно-аналитических и консультационных услуг, организационной поддержки внешнеэкономической деятельности таких предприятий, содействие их выходу на иностранные рынки.

## ПРАВИЛЬНО «ЗАКЛЕЙМИТЬ»

Ставшее уже привычным слово «бренд» в переводе с английского языка обозначает «клеймо». К примеру, известная во всём мире компания Nestle, которая производит продукты питания, является узнаваемым именем. Ещё в 1866 году Генри Нестле произвёл первую в мире молочную смесь для грудных детей. С тех пор питание для детей от Nestle известно каждому родителю, наверное, во всех уголках Земли. Компания насчитывает более 50 брендов. Для младшего поколения это каши, мороженое, хлопья, шоколад и какао «Несквик», а для взрослых – кофе Nescafe, кулинарные продукты Maggi и даже питьевая вода. Также компания производит корма для животных под торговой маркой PURINA. Безусловно, каждый из брендов рассчитан на определённого потребителя, но даже при переходе из одной группы в другую у покупателя, который обращает внимание на общую линейку Nestle, сразу же возникают позитивные ассоциации, которые служат гарантом ожидаемого качества товара.

Для того чтобы создать и развить торговую марку, необходимо исследовать рынок с целью определения новых, перспективных ниш. Одновременно компания может изучить фирмы-конкуренты и их предложения для целевой аудитории, чтобы разработать свою собственную тактику позиционирования на рынке.

Во-первых, товарная политика. К её разработке следует приступать только после получения необходимых результатов исследования рынка. Важно выявить полезные свойства и качества создаваемого бренда в сравнении с существующими на рынке предложениями фирм-конкурентов, сформировать ассортимент и определить марочную политику (узнаваемость и запоминание бренда потребителем).

Во-вторых, ценовая политика компании. Её разработка является сложным процессом, который включает в себя постановку и достижение определённых целей. Такими целями могут быть: захват доли рынка, увеличение спроса на товар, увеличение прибыли или создание ценового барьера для фирм-конкурентов. Для того чтобы отстраниться от фирмы-

конкурента, применяется и демпинговая ценовая политика. Но при этом не стоит забывать о том, что для российского потребителя низкая цена чаще всего говорит о низком качестве товара.

В-третьих, сбытовая политика. Сегодня разработка сбытовой политики является одним из важных условий при реализации продукции. Достаточно хорошо развита сетевая торговля, однако это оказывается не всегда выгодно производителю. Сетевые магазины нередко выставляют жёсткие требования по упаковке, доставке товара, а также по условиям его размещения на полках. Поэтому периодически каналы сбыта пересматриваются и даже в пределах одного города всё чаще приходится замечать, что определённый товар вдруг пропадает полностью из магазинов одной сети, но представлен широким ассортиментом в другой.

В-четвёртых, рекламная кампания. На данном этапе важно собрать все полученные данные и результаты предыдущих этапов и тем самым построить модель потребителя, на которого будет нацелен бренд компании. Реклама является своеобразным подобием двигателя, который помогает ей развиваться. Здесь необходимо понимать, что хочет увидеть в рекламе потребитель. И главное, чтобы эта реклама надолго запомнилась покупателю, оставив положительные эмоции и ассоциации о товаре.

КОМПЕТЕНТНО

Ирина ЕРМИЛОВА,  
руководитель КФХ ИП ЕРМИЛОВА



– В рамках общероссийской конференции, проходившей в Министерстве сельского хозяйства РФ в марте 2016 года и приуроченной к пятилетию Картофельного союза России, обсуждался ряд вопросов, связанных в том числе с организацией баланса производительности и сбыта отечественного картофеля. По итогам общения с коллегами и из опыта нашей компании очевидно, что хорошими перспективами для экспорта в страны СНГ обладает российский семенной картофель. На протяжении длительного времени к нам обращаются хозяйства, приобретающие по 150 тонн разных сортов. Российский семенной картофель более конкурентоспособен в отличие от европейского благодаря более низкой цене и возможности получения более ранних товарных сортов в южных климатических условиях. Такой подход позволяет нашим коллегам по Таможенному союзу поставлять картофель для российского потребителя в самом начале сезона.

С целью поддержки экспорта отечественной аграрной продукции Правительством РФ для семеноводов разработаны и уже внедрены субсидии на выращивание элиты и суперэлиты. Вместе с тем есть ряд вопросов, которые актуальны для семеноводов-картофелеводов Черноземья. В частности, для проверки качества и состояния семенного материала необходимы исследования, которые можно провести в специально оборудованных лабораториях по контролю за качеством (для выявления болезней, бактерий, инфекций в клубнях). Такие лаборатории существуют в Москве, Астрахани и других городах.

Перспективным и действенным методом поддержки для картофелеводов Центрального Черноземья может стать создание лабораторий по контролю за качеством семенного картофеля, отвечающих мировым стандартам.

**ВСЁ для ВОДОСНАБЖЕНИЯ**

**ОТОПЛЕНИЯ КАНАЛИЗАЦИИ**

**САНТЕХНИКА**  
Огромный ассортимент по минимальным ценам

2-394-794

Воронеж, ул. Ленинградская, 82а  
[www.sanremo-v.ru](http://www.sanremo-v.ru)

**СанРемо**  
Управляй водой профессионально

РЕКЛАМА

Где покупают мебель из солнечной Италии?  
Конечно, в салоне «Мебель Италии»!



**ЛЕНИНСКИЙ ПРОСПЕКТ, 78**

MOBILI  
D'ITALIA



тел.: 300-31-30 МЕБЕЛЬИТАЛИИ36.рф

# слово. шеф



**Хиросигэ СЭКО, министр экономики, торговли и промышленности Японии, министр по экономическому сотрудничеству с Россией**

“ **ВМЕСТЕ С ГОСПОДИНОМ ГУБЕРНАТОРОМ МЫ ПОДТВЕРДИЛИ, ЧТО В ДАЛЬНЕЙШЕМ БУДЕМ В ВОРОНЕЖЕ СОТРУДНИЧАТЬ, ЧТОБЫ НАЛАДИТЬ ГОРОДСКУЮ СРЕДУ. ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ТАКИХ КРУПНОМАСШТАБНЫХ ПРОЕКТОВ, КАК СТРОИТЕЛЬСТВО МЕТРОПОЛИТЕНА В ВОРОНЕЖЕ, НЕДОСТАТОЧНО УСИЛИЙ ОДНОЙ ОБЛАСТИ ИЛИ ГОРОДА – НЕОБХОДИМА ПОМОЩЬ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА**

**Сергей ДАВЫДОВ, директор по производству ООО «Некст-Трейд»**



**НЕСМОТРЯ НА ДЕЙСТВУЮЩУЮ СПЕЦИАЛЬНУЮ КВОТУ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА, ПО КОТОРОЙ НЕ МЕНЕЕ 15 % СОВОКУПНОГО ГОДОВОГО ОБЪЁМА ЗАКУПОК ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И МУНИЦИПАЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБЯЗАНЫ ПРОИЗВОДИТЬ У НИХ, УБЕДИТЬ ОСТАЛЬНОЙ КРУПНЫЙ БИЗНЕС ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ В ПРЕИМУЩЕСТВАХ ТАКОЙ КООПЕРАЦИИ ПОКА НЕ УДАЁТСЯ. НАШИ ПОПЫТКИ НАЙТИ КОНТРАГЕНТОВ, НАПРИМЕР, В ВПК ОСТАЛИСЬ БЕЗ РЕЗУЛЬТАТА, ПОЭТОМУ МЫ ИНИЦИИРОВАЛИ ВЫХОД НА РЫНОК ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ**



**Светлана БРИГАДИНА, генеральный директор аудиторской компании «Светла-Аудит»**



**РОЖДАЮТСЯ НОВЫЕ ПОНЯТИЯ, ТАКИЕ КАК КРЕАТИВНЫЙ КАПИТАЛ, КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА. ИХ ЦЕЛЬ – РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНО-СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ, КОТОРАЯ В КАЖДОМ ГОРОДЕ СВОЯ. ПРИ ЭТОМ ИЗМЕРЕНИЕ КАЧЕСТВА КРЕАТИВНОГО КЛАССА ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ «ГОРОД» И «ВЛАСТЬ». ГЛАВНОЕ СЕГОДНЯ – ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ. ВЛАСТЬ ДОЛЖНА СОЗДАТЬ УСЛОВИЯ И НЕ МЕШАТЬ**



**Владимир НЕТЁСОВ, председатель Воронежской областной Думы**



**В 2016 ГОДУ ВОРОНЕЖСКУЮ ОБЛАСТЬ ПОСЕТИЛИ БОЛЕЕ ПОЛУМИЛЛИОНА ТУРИСТОВ. ОДНАКО С УЧЁТОМ НОМЕРНОГО ФОНДА ОБЛАСТЬ СПОСОБНА ПРИНЯТЬ В 3 РАЗА БОЛЬШЕ. КРОМЕ БОГАТОЙ ИСТОРИИ И ЯРКИХ КУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ, ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ ОБЛАДАЕТ И МОЩНЫМ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМ КОМПЛЕКСОМ, ПОЭТОМУ НАПРАВЛЕНИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ**



Джон Ф. ТЕФФТ, Чрезвычайный и Полномочный Посол США в РФ



Я ЧАСТО ПОСЕЩАЮ ГОРОДА РОССИИ В ЦЕЛЯХ ПРОДВИЖЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ НАРОДАМИ. НЕСМОТРЯ НА ТО, ЧТО МЕЖДУ НАШИМИ СТРАНАМИ ЕСТЬ БОЛЬШИЕ РАЗНОГЛАСИЯ ПО РЯДУ ВОПРОСОВ, Я СЧИТАЮ, ЧТО ЗА ПОСЛЕДНИЕ 25 ЛЕТ РОССИЙСКО-АМЕРИКАНСКИЕ ОТНОШЕНИЯ НА УРОВНЕ ПРОСТЫХ ГРАЖДАН ЗНАЧИТЕЛЬНО УЛУЧШИЛИСЬ, СФОРМИРОВАЛИСЬ ЧАСТНЫЕ СВЯЗИ МЕЖДУ ЛЮДЬМИ. ИМЕННО ЭТО – КЛЮЧЕВОЙ МОМЕНТ В РАЗВИТИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ, КОТОРЫЕ МОГУТ ПЕРЕЖИВАТЬ ПОДЪЁМЫ И УПАДКИ. Я НА ДИПСЛУЖБЕ УЖЕ 46 ЛЕТ И ВНУТРЕННЕ ПРИДЕРЖИВАЮСЬ ОПТИМИСТИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ

Пётр ЧЕКМАРЕВ, директор департамента растениеводства Минсельхоза РФ



МЫ СЕЙЧАС АКТИВНО ПОСЕЩАЕМ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЕ ЗАВОДЫ И ХОТИМ, ЧТОБЫ НАШЕ РОССИЙСКОЕ МАШИНОСТРОЕНИЕ ВЫШЛО НА ЕЩЁ БОЛЕЕ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ. «ВОРОНЕЖСЕЛЬМАШ» ИМЕЕТ БОГАТУЮ СТОЛЕТНЮЮ ИСТОРИЮ, В РОССИИ И МИРЕ ТАКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ – ЕДИНИЦЫ. СЕГОДНЯ ПРОДУКЦИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНА НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ И МИРОВОМ РЫНКАХ СЕЛЬХОЗТЕХНИКИ. НАДЕЕМСЯ, ЗАВОД РЕШИТ В СТРАНЕ ПРОБЛЕМУ ПЕРЕРАБОТКИ, ОЧИСТКИ И ХРАНЕНИЯ ЗЕРНА

**ШАНС** ООО

Старейший традиционный посудо-хозяйственный магазин

*Всё от гвоздя до цемента*

- \* МЕТИЗЫ
- \* ПОСУДА
- \* МЕБЕЛЬ
- \* КОВРЫ
- \* БЫТОВАЯ ХИМИЯ
- \* ВСЁ ДЛЯ САДА И ОГОРОДА
- \* ЭЛЕКТРОТОВАРЫ
- \* КОВАНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

ПР-Т ПАТРИОТОВ, 5А  
(НА ЮГО-ЗАПАДНОМ РЫНКЕ)

т.: (473) 263-69-80, 8-920-467-01-39  
[www.shanstovari.ru](http://www.shanstovari.ru) [nvo58@mail.ru](mailto:nvo58@mail.ru)

# ФНС уполномочена заявить

Текст: Ирина ШАБАНОВА

Международная информационная группа «Интерфакс» при участии УФНС России по Воронежской области провела практический семинар «Безопасность бизнеса. Современные информационные системы оценки рисков». В нём приняли участие руководители компаний и бизнес-подразделений, а также руководители и специалисты служб безопасности. Налоговые органы следят не только за тем, чтобы налоговые декларации сдавались вовремя и с показателями, соответствующими действительности – большое внимание уделяется выявлению и пресечению налоговых правонарушений, направленных на искусственное занижение суммы налога, подлежащей уплате в бюджет. О том, по каким критериям ведётся отбор компаний для проведения выездных налоговых проверок и какие «серые» способы минимизации налогооблагаемой базы встретились на практике, рассказала Елена ПОПОВА, главный государственный налоговый инспектор УФНС России по Воронежской области

## ОТ КОЛИЧЕСТВА – К КАЧЕСТВУ

Не так всё просто было с выездными налоговыми проверками, но опыт последнего времени показывает, что от их количества налоговики перешли к качеству. Об этом говорят и цифры, озвученные на семинаре. Если в 2006 году таких проверок в регионе было 2566, то в 2016-м их количество сократилось до 460. Зато увеличилась сумма доначислений по их результатам: если в 2006 году она составляла 1,2 млрд рублей, то в прошлом году эта цифра увеличилась до 1,7 млрд рублей.

Причём если десять лет назад по итогам 90 % проверок компаниям выставлялись претензии на сумму меньше 1 млн рублей, то сейчас количество самих проверок сократилось до 10 %.

Первоначально установка федерального аппарата службы была – обеспечить как можно больший объём проверок. Здесь основная головная боль налоговиков – в сумме конечных доначислений на каждую выездную проверку. Они выбирали «цель» на основе предпроверочного анализа. Для этого использовались внутренние методики, учитывающие информацию из бухгалтерской отчётности компании, первичной документации, статистических данных. Несколько сотрудников налоговой выезжали на три-четыре месяца разбираться, затрат получалось много, на деле результат оказывался мизерным. Надо ещё в суде отстоять сумму доначислений, а как показывает практика, арбитражные дела длятся не один месяц. Федералы посчитали, что для таких компаний не должна назначаться выездная проверка, с ними нужно «проводить разъяснительную работу».

Сейчас у налоговиков главная задача – выявить схемы уклонения от налогов.

## КРИТЕРИИ ОТБОРА НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ

Концепция планирования выездных налоговых проверок была разработана ещё в 2007 году приказом ФНС России от 30 мая 2007 г. № ММ-3-06/333. Она до сих пор определяет алгоритм отбора кандидатов. Согласно Концепции, отбор налогоплательщиков на проведение выездной проверки проводится по критериям риска совершения налогового правонарушения. Всего она предусматривает 12 критериев риска. Есть среди них наиболее распространённые.

Например, низкая налоговая нагрузка – отношение уплаченных налогов за год к сумме выручки. Средняя налоговая нагрузка в Воронежской области за 2016 год составила 9,6 %. Или отражение убытков на протяжении нескольких налоговых периодов, отражение в налоговой отчётности значительных сумм налоговых вычетов. Можно попасть в поле зрения налоговиков, если у организации темп расходов опережает темп роста доходов. Весьма распространено и построение финансово-хозяйственной деятельности на основе заключения договоров с контрагентами-перекупщиками или посредниками («цепочки контрагентов») без наличия разумных экономических или иных причин (деловой цели).

Ждать налоговиков придётся и так называемым «организациям-мигрантам» за неоднократное снятие и постановку на учёт в налоговых органах.

И, конечно же, карается законом получение необоснованной выгоды посредством манипулирования ценами в сделках между взаимозависимыми лицами, признаваемых контролируемы. В этих сделках не существует суммового порога, они – от нуля, поэтому какова бы ни была сумма, отчитываться за неё перед налоговиками придётся.

## «СХЕМЫ» УХОДА ОТ УПЛАТЫ НАЛОГОВ ПОДТВЕРЖДАЮТСЯ НА ПРАКТИКЕ

**Искусственное завышение цен.** По словам Елены Поповой, налоговая инспекция в прошлом году провела проверку нескольких фирм, которые входили в состав крупного холдинга, контролируемого руководителями из иностранного государства. Проверка выявила, что была значительно завышена стоимость управленческих услуг, которые оказывала «материнская» компания. Налоговики провели анализ финансовых и товарных поставок входящих в холдинг компаний, и выяснилось, что деньги попросту выводились за рубеж и там обналичивались. По результатам сумма доначислений составила более 60 млн рублей.

Или ещё один холдинг, в который входили организации по производству и реализации сельскохозяйственной продукции. Сельхозпроизводитель был освобождён от уплаты налога на прибыль,



Фото: natog.ru

другая компания, занимающаяся реализацией, приобретала у него продукцию по ценам, превышающим цены региона в 2-3 и более раз. Руководители компании предпочли добровольно оплатить сумму доначислений и не доводить дело до суда.

**Создание формальных источников для налога на добавленную стоимость.** Очередная схема, чаще всего связанная с организациями, занимающимися производством сельхозпродукции, когда организация покупает продукцию у налогоплательщика, который освобождён от уплаты НДС. Создаётся искусственный документооборот, вовлекая в эту цепочку ещё пять-шесть организаций, которые тоже освобождаются от уплаты налога. В итоге, после «прохождения» через всю цепочку контрагентов, цена реализации товара на деле становится ниже цены приобретения.

Очень много претензий у налоговиков к организациям, занимающимся строительными работами. Так, в прошлом году налоговая инспекция проверила несколько фирм-субподрядчиков, которые выполняли в Воронежской области работы по ремонту дорог. Назначенная экспертиза (на её проведение было потрачено 500 млн рублей) установила, что на деле работы выполнены не были. Сумма доначислений по результатам выездной налоговой проверки составила более 45 млн рублей.

## ПРОЯВЛЕНИЕ ДОЛЖНОЙ ОСМОТРИТЕЛЬНОСТИ

Обсуждался на семинаре и спорный вопрос между налоговиками и налогоплательщиками, что подразумевать под «проявлением должной осмотрительности» по отношению к контрагентам. Поскольку теперь привлечь к ответственности могут и за нарушения партнёра по сделке, списать вину на то, что «я не знал» – не удастся. Налоговый кодекс не устанавливает процедуру проверки контрагента. Это остаётся на совести налогоплательщика, который заключает сделку. Но на семинаре было разъяснено письмо ЕД-5-9/547 от 23 марта 2017 года, какие шаги следует предпринять.

С чего нужно начинать проверку контрагента? С проверки его существования: государственная регистрация, полномочия на проведение сделки (проверка юридического статуса). Отсутствие должной осмотрительности и осторожности проявляется в заключении договора с несуществующими лицами. Проверка возможна также с использованием общедоступных источников информации, прежде всего интернет-ресурсов ФНС. Кстати, получение сведений по ОГРН (ОГРНИП) лица или по наименованию выписки из ЕГРЮЛ в форме электронного документа, заверенной электронной подписью МИФНС по централизованной обработке данных, доступно бесплатно через сайт ФНС.

# календарь



## 5 - 7 ИЮЛЯ ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ ПОЛЯ 2017 - МЕЖДУНАРОДНАЯ АГРОТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

**ГДЕ:** Россия, Казань, ВЦ «Казанская ярмарка»

**ОРГАНИЗАТОР:** IFWexpo Heidelberg GmbH, ОАО «Казанская ярмарка»

**ЭКСПОНИРУЕМЫЕ ПРОДУКТЫ:**

- Селекция и семеноводство
- Питание растений
- Защита растений
- Технологии возделывания культур

- Электроника и механика
- Техника и приборы
- Техника для растениеводства
- Животноводство
- Сельское хозяйство и окружающая среда
- Управление, консалтинг и информация
- Сельскохозяйственные организации
- Наука и исследования

## 22 - 26 АВГУСТА GAMESCOM 2017 - МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ИНТЕРАКТИВНЫХ ИГР И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

**ГДЕ:** Германия, Кельн, Koelnmesse

**ОРГАНИЗАТОР:** Koelnmesse GmbH

**ЭКСПОНИРУЕМЫЕ ПРОДУКТЫ:**

- Игры, приставки, консоли
- Звуковые и графические технологии

- Электроника для потребителей
  - ПО
  - Мобильные устройства
- 500 000 посетителей**



## 10 - 13 ИЮЛЯ ИННОПРОМ 2017 - ГЛАВНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА РОССИИ

**ГДЕ:** Россия, Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

**ОРГАНИЗАТОР:** Группа компаний «Формика»

**ЭКСПОНИРУЕМЫЕ ПРОДУКТЫ:**

- Машиностроение
  - Автоматизация производства
  - Робототехника
  - Логистика
  - Новые материалы
  - Энергоэффективность
  - IT-решения
- 48 000 посетителей**



## 12 - 15 СЕНТЯБРЯ FURNITURE CHINA 2017 - КИТАЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА МЕБЕЛИ

**ГДЕ:** Китай, Шанхай, Shanghai New International Expo Centre (SNIEC)

**ОРГАНИЗАТОР:** Shanghai UBM Sinoexpo Int'l Exhibition Co., Ltd.

**ЭКСПОНИРУЕМЫЕ ПРОДУКТЫ:**

- Современная и классическая мебель
  - Гостиные и спальные гарнитуры
  - Диваны и кресла
  - Детская и молодёжная мебель
  - Изделия из красного дерева
  - Обстановка кухонь
  - Садовая мебель
  - Фурнитура и комплектующие
  - Картины, зеркала и рамы
  - Ковры
  - Резьба по камню
  - Кухонная утварь
  - Осветительные приборы
- 119 975 посетителей**

**18 - 23 ИЮЛЯ  
МАКС 2017 - МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВИАЦИОННО-КОСМИЧЕСКИЙ САЛОН**

**ГДЕ:** Россия, Москва, Жуковский  
**ОРГАНИЗАТОР:** ОАО «Авиасалон»  
**ЭКСПОНИРУЕМЫЕ ПРОДУКТЫ:**

- Летательные аппараты
- Двигателестроение
- Вооружение летательных аппаратов
- Оборудование летательных аппаратов
- Тренажёры и имитаторы
- Космическая промышленность и исследования
- Материалы и технологии
- Ремонт и техническое обслуживание летательных аппаратов
- Военная техника
- Системы коммуникации и связи

- Аэропорты и аэродромы
- Государственные и международные организации
- Лётные клубы и школы
- Музеи и выставки
- Аэрокосмические выставки и салоны
- Финансовые услуги и страхование
- СМИ и информационные услуги
- Вузы
- Авиамоделлизм
- Автомобильная техника
- Проектные, строительные и инвестиционные организации в авиакосмической отрасли

**404 000 посетителей**



**15 - 18 СЕНТЯБРЯ  
НОМІ МІЛАНО (AUTUMN) 2017 - МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПОДАРОКОВ И ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА**

**ГДЕ:** Италия, Милан, fieramilano  
**ОРГАНИЗАТОР:** Fiera Milano S.p.A.  
**ЭКСПОНИРУЕМЫЕ ПРОДУКТЫ:**

- Кухонные и столовые принадлежности
- Домашний текстиль
- Кухонная мебель
- Все для ванной комнаты
- Принадлежности для душа
- Средства по уходу за собой
- Души, аромамасла, освежители воздуха
- Модная одежда, аксессуары, бижутерия
- Подарки и сувениры, всё для праздника
- Всё для сада, садовая и дачная мебель

- Принадлежности для игр на свежем воздухе
- Детская комната: мебель, аксессуары, игрушки
- Детская одежда, предметы по уходу за детьми
- Товары и аксессуары для туризма и путешествий
- Принадлежности для работы, канцелярские изделия
- Видео- и аудиоаппаратура, диски
- Концептуальный дизайн

**165 000 посетителей**



**6 - 10 СЕНТЯБРЯ  
МОСКОВСКАЯ  
МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КНИЖНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА — ММКВЯ 2017**

**ГДЕ:** Россия, Москва, ВДНХ  
**ОРГАНИЗАТОР:** ОАО «Генеральная дирекция международных книжных выставок и ярмарок»

**ЭКСПОНИРУЕМЫЕ ПРОДУКТЫ:**

- Деловой и МІСЕ-туризм
- Книги
- Издательства
- Детская литература
- Бизнес-издания

**100 000 посетителей**



**27 - 30 СЕНТЯБРЯ  
МАРМОМАСС 2017 -  
МЕЖДУНАРОДНАЯ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ  
ВЫСТАВКА МРАМОРА,  
ДИЗАЙНА МРАМОРНЫХ  
ИЗДЕЛИЙ И ТЕХНОЛОГИЙ  
ОБРАБОТКИ КАМНЯ**

**ГДЕ:** Италия, Верона, Veronafiere  
**ОРГАНИЗАТОР:** Veronafiere  
**ЭКСПОНИРУЕМЫЕ ПРОДУКТЫ:**

- Режущее и полирующее оборудование
- Гранитные блоки
- Готовый мрамор
- Натуральный камень
- Добывающее, установочное и обрабатывающее оборудование
- Специальные прессы и услуги
- Изделия из камня и уход
- Керамика
- Покрyтия
- Транспортировка и упаковка

**671 186 посетителей**

# Где учат бизнесу?

## Обзор наиболее популярных в России направлений бизнес-образования

В начале 2000 годов стартовал рост не только экономики и предпринимательства, но и рынка образовательных услуг для предпринимателей.

Как грибы начали появляться школы и даже целые направления.

Сегодня бизнес-образование в России – одна из самых быстроразвивающихся ниш. Какие подводные камни могут подстеречь человека неопытного при выборе того или иного курса или тренинга?

АВТОР

**Евгений ШЛЕЕНКОВ** – основатель и генеральный директор Центра развития предпринимательства «Шмель», соучредитель строительной компании «Евродом», владелец кофейной компании «ДиМаэстри», бизнес-тренер и бизнес-консультант



### Курсы предпринимательства для всех

Целевая аудитория – не сегментирована.  
Стоимость – от 5000 руб. до бесконечности.

Очень популярный сегодня вид тренингов, который призывает всех и каждого начать или стать эффективнее в своём деле. Целевая аудитория подобных курсов не определена. То есть приглашают всех, кто готов заплатить. Неважно, открыли ли вы кафе или занимаетесь обучением дайвингу. Суть везде одна – как увеличить свои доходы и быть успешнее, чем уже есть. В основе – популярные сегодня теории личной эффективности и предпринимательства.

Главная проблема подобных программ лежит в отсутствии сегментации, то есть приглашаются люди из разных бизнес-ниш: крупный и мелкий бизнес, розница, опт, сфера услуг и так далее.

Однако каждая ниша имеет свои нюансы. Если вам обещают поднять выручку в два раза, то как минимум спикер должен знать ваш бизнес. Правда, участников иногда набирается больше 100 человек – и все из разных сфер. Вот тут и появляется излюбленный приём – говорить общими фразами и штампами. Эффективность этих знаний низкая, практическая применимость – нулевая. Безусловно, есть исключения, но опыт убеждает, что чем обширнее условия и описание, тем более бесполезной будет информация. При выборе изучите, кто

читает курс, близок ли этот человек вам по духу и, главное, по нише бизнеса. Обращайтесь к тем, кто может реально помочь.

### Бизнес-курсы с чёткой сегментацией

Целевая аудитория – предприниматели из конкретной ниши. Например, владельцы салонов красоты, фермеры и другие.  
Стоимость – 5000-500 000 руб.

Здесь мы видим более чёткий и конкретный посыл: «научим работать в рекламе» или «как увеличить прибыль салона красоты». Чем более конкретизирован сегмент, тем больше участников набирается, так как людям важно получить знания в своей нише. При наличии опытного тренера результаты могут быть весьма впечатляющими.

На таких мероприятиях не бывает случайных людей, поэтому и вопросы, и обсуждения кейсов более детальные и точные. Предварительно лучше изучить биографию спикера, чтобы понимать, действительно ли он знает все о салонах красоты. Как минимум за его плечами должен быть успешный бизнес в вашей нише.

Ещё важно понимать собственную цель – зачем вы идёте на тренинг. Из этого будет складываться его успешность лично для вас. Платите за ценный практический опыт, а не за теорию. Литературу по данной теме изучить можно самостоятельно, а вот разбор реальных кейсов и пример готовых инструментов – большая редкость.

### Бизнес-марафоны

Целевая аудитория – начинающие предприниматели.  
Стоимость – от 10 000 руб. до бесконечности.

В последние годы в тренде жёсткие бизнес-тренинги, направленные на прокачку лидерских качеств. Происходит это зачастую в очень неприятной форме: вам ставят планы, которые при невыполнении превращаются в наказание, да ещё и во всеуслышание. Эффективна ли подобная «прокачка»? Всё зависит от человека и от той ступени, на которой он уже находится. Если вы чувствуете, что тормозите, лениетесь, бизнес работает «в ноль» или не идёт вообще, вам сложно решиться в принципе что-то начать делать – тогда подобные программы идеально подойдут. Но если вы хотите конкретных результатов в виде новых бизнес-знаний, подумайте: возможно, эти знания вы получите, но ценой очень некомфортных заданий и манипуляций. Приготовьтесь вставать в 6 утра, постоянно отчитываться и получать туммаки. Такая своеобразная армия для предпринимателей, где есть своя дедовщина и срок отбывания. Кстати, выгоняют с подобных марафонов тоже с позором. Будьте готовы.

### Курсы по продвижению бизнеса

Целевая аудитория – маркетологи и предприниматели.  
Стоимость – 3000-500 000 руб.

Ещё одна разновидность бизнес-программ – уроки продвижения, где вас

обещают научить работать в Яндекс директ, Google AdWords, рассказать секреты онлайн-продвижения, фишки, нюансы... В целом эти курсы очень узконаправленные и вызывают доверие. Однако они требуют постоянного апгрейда, так как технологии работы с продвижением товаров и услуг в Интернете меняются каждый день. То, что вчера было актуально, сегодня уже не работает.

Многие тренеры экономят на собственном развитии и продвигают программы, которые писали ещё в 2015 году. В итоге вы тратите время и деньги на базовую информацию и устаревшие технологии.

Как минимум ознакомьтесь с обучающими видео на YouTube, это поможет разобраться и оценить качество предлагаемого курса. Настоящих гуру маркетинга не так много, как может показаться на первый взгляд. Изучайте тщательно послужной список спикера. Идеально, если у него есть своё агентство, так как работать с таким же предпринимателем, как и вы, будет продуктивнее, он видит предмет изнутри.

Бывают очень сильные специалисты, которые работают в качестве исполнителей на крупные корпорации. Они могут поделиться знаниями, но не практическим применением их в реальном бизнесе. Продвижение собственного

бизнеса кардинально отличается от работы на кого-то и размером бюджетов, и самим подходом.

### Дистанционные онлайн-курсы

**Целевая аудитория — начинающие и действующие предприниматели. Стоимость — 5000-100 000 руб.**

Самый доступный вид бизнес-образования сегодня. Причина в том, что для проведения вебинара достаточно иметь хороший компьютер и Интернет. Курс можно проводить из любой точки мира, чем активно пользуются фрилансеры, которые проводят тренинги, сидя где-нибудь на пляжах Бали или Таиланда. Вы тоже не ограничены в выборе места, откуда этот тренинг слушать.

За дешевизной и удобством скрываются и подводные камни: качество тренинга, квалификация спикера и возможность практики. Личный контакт очень важен — когда можно договориться об индивидуальном коучинге, пригласить тренера посмотреть бизнес. А онлайн-курсы зачастую представляют собой набор красочной теории, но как применить её на практике — непонятно.

Если вы хотите получить теоретическую базу, то подобный вид обучения — идеальный.

### МВА

**Целевая аудитория — действующие предприниматели. Стоимость — от 150 000 руб. до нескольких миллионов.**

Это высший эшелон, бизнес-Гарвард. Сейчас подобные программы существуют на базе почти всех крупных университетов России.

К подобному обучению стоит подходить осознанно и серьёзно, потому что инвестиции в него более чем высокие. Важно оценить, насколько для вас именно опыт МВА будет полезен, так как зачастую обучение проходят ради красивой корочки, которая будет висеть в кабинете и оповещать всех входящих о том, что вы прошли высшую школу бизнеса. Оценивайте, как вы сможете применить полученные знания на практике.

Неважно, какой вид обучения вы в итоге выберете. Важно, какую цель вы преследуете, потому что от вашей личной мотивации будет зависеть выбор той или иной программы, вовлечённость во время учёбы, конечная польза для собственного дела. Вас могут научить быть бизнесменом, но не эффективным управленцем. Это то качество, которое возвращается и воспитывается лично вами, в вашей собственной школе жизни.



## Давайте знакомиться!

Типография «Кватро» уже более 10 лет успешно работает на рынке Центрального Черноземья.



Директор - Ирина Владимировна Земляницина  
Руководитель отдела продаж - Лазовский Игорь

Современные производственные мощности дают нам возможность оперативно решать самые разнообразные и нестандартные задачи наших клиентов. Разумная ценовая политика, скидки на комплексные и крупные заказы, короткие сроки производства и всегда высокое качество позволяют компании «Кватро» постоянно развиваться и уверенно лидировать на рынке рекламной полиграфии Липецка и других городов Центрального Черноземья.



В 2014 году мы построили собственное здание площадью 1200 кв. м, переехали и обновили парк оборудования.



Упаковка



Журналы



Вырубные папки



Бумажные пакеты



Листовки



Буклеты



Брошюры



Блокноты



Календари



Календарные блоки



POS материалы



Этикетка

[www.kvatro-media.ru](http://www.kvatro-media.ru)  
8 (4742) 555 - 556

Реклама.

# БИЗНЕС-ТРЕНЕРЫ ГОВОРЯТ...

**Галина САРТАН,**  
кандидат психологических наук,  
директор Корпоративного университета  
СК Allianz РОСНО, директор центра  
регионального обучения СК ОАО  
РОСНО, директор по персоналу группы  
компаний «Орлис», руководитель  
регионального обучения компании  
ОСАО «Ингосстрах», зав. кафедрой  
инновационного менеджмента  
Государственной Академии Инноваций  
(г. Москва), преподаватель ГУ ВШЭ,  
АМИР (Академия менеджмента и рынка,  
г. Москва), МИРБИС (Президентская  
программа подготовки руководителей),  
автор трёх книг

Я никогда не боялась летать на самолётах. Как-то перед перелётом задумалась, почему не боюсь. И поняла: я успокаиваюсь тогда, когда вокруг меня объективная реальность, влиять на которую я не могу. Подобное происходит и в кризис. Можно его бояться, расстраиваться, а можно воспринимать как объективную реальность и продолжать работать. Что выберете вы, зависит от вашего отношения к жизни. Это своеобразная проверка себя на прочность.



Каково моё отношение к кризисам? Пережила их все, поэтому могу делать выводы. Обобщила это отношение в пяти пунктах:

- Никогда не буду делать то, что делает толпа. Будь то скупка товаров в магазинах или покупка домов в тёплых странах.
- В любой ситуации расширяюсь – разные страны, бизнесы, проекты и т. п. Что-то не срабатывает, но что-то обязательно выстрелит.
- Нахожу выгоду даже из проигрышной ситуации хотя бы в том, что уже знаю, куда ходить не стоит.
- Вкладываюсь в развитие, а не в шмотки. Оглянитесь, сколько хлама вокруг вас. И за это вы вкалывали?
- И самое главное – меняю реальность и вовлекаю в это других.

**Анна ЛЕБЕДЕВА,**  
директор представительства  
Международного Эриксоновского  
Университета коучинга в СНГ,  
профессиональный коуч (PCC ICF),  
старший тренер сертификационной  
программы МЭУ «Наука и искусство  
управленческого коучинга»

Когда мы были маленькими, нам нравилось петь, рисовать, бегать, танцевать, складывать 2+2, без особой цели, просто потому, что нам это нравилось. Проходит время, ребёнку говорят: «Слушай, у тебя же слуха нет, ты плохо поёшь!», «Ну что это за рисунок? У этой кошки кривые ушки, разве ты художник?», «Разве ты математик, посмотри – три ошибки сделал... И мы принимаем эти внешние оценки как истину в последней инстанции и привносим их в свой внутренний мир. Постепенно формируется система убеждений. И человек, уже взрослый, избегает необходимости спеть, говорит: «Я не рисую, я не танцую...»

Мы так идём полжизни. И только по прошествии большого количества лет можем снять с себя чужие оценки, как гири, оставить их и выйти в пространство внутренних ресурсов, выйти за рамки чужих оценок и стать полностью свободными.

**Ильгиз ВАЛИНУРОВ,**  
профессиональный рекрутер, спикер,  
модератор HR-конференций,  
президент Российской гильдии  
рекрутеров, автор видеокурса  
«Идеальный кандидат»



Как же искать и привлекать в штат «продажников»? Во-первых, для начала самому стать продавцом. Да-да, необходимо продать свою вакансию. Как и в продажах – пляшите от потребностей покупателя. Что хочет купить «кандидат-продавец»? Повышение заработной платы, близость к дому, международный бренд? Нет! Это уже вчерашняя история. Сегодня покупают эмоции и впечатления. Можно продавать машины, но лучше продавать впечатления от быстрой езды и зависть соседей. Или, наоборот, предложить идею, что при покупке недорогой машины можно существенно сэкономить и отправиться в отпуск получать впечатления от путешествия по экзотическим странам.

А что есть в вашей вакансии «продажника» привлекательного? Обучение, развитие, карьерный рост, дружный коллектив? Забудьте – в 99,999 % вакансий пишут такое. Вы сами-то в это верите? Сомневаюсь. Напишите что-нибудь свежее и интересное вам самим.





**Анна МОНОСОВА,**  
кандидат психологических наук, директор  
по развитию компании *Ars Vitae*,  
автор более ста научных  
и научно-популярных работ, учредитель  
проекта «Психология Здоровья».

Как-то во дворец с зеркальными стенами забежала собака и увидела множество собственных подобий. На всякий случай она оскалилась – «собаки» оскалились в ответ. Она зарычала – они тоже. Теперь она была

уверена, что жизнь её в опасности, и начала лаять. Миллионы «собак» повторили её действие. Утром несчастную собаку нашли мёртвой. Она погибла в борьбе с собственными отражениями.

Это притча. Суть её в том, что если в наступлении кризиса вы видите только угрозы, ваша ситуация будет стремительно ухудшаться. Начните искать возможности, и они появятся. Идеи, ресурсы, поддержка – следствие, а не причина позитивного отношения к ситуации. Мир – отражение ваших мыслей.

**Мария МОРОЗОВА,**  
сертифицированный  
бизнес-тренер, Executive-коуч, член Совета  
Директоров представительства Международной  
Федерации коучинга в России  
(ICF – International Coach Federation), консультант  
по персональному и корпоративному развитию  
персонала, Генеральный Директор *BuroAkzent*  
(Бюро Корпоративного Развития Акцент),  
преподаватель программ МВА АНХГС и МИРБИС,  
сертифицированный консультант-пользователь  
*Personal Profile Analysis (PPA)* и *Human Job  
Analysis (HJA)* – *Thomas International Course*



Стратегия первой половины жизни отличается от стратегии второй половины. Первая половина – это карьерные завоевания, стремление быть первым, соревновательный дух, стремление к материальной независимости. И работодатели часто этим пользуются. Почему охотнее берут на работу молодёжь? Потому что они – вверх стремящиеся, карьерно ориентированные и так далее. А во второй половине жизни человек больше смотрит в глубину себя, и скорее хочется чего-то душевного, стабильного, более осознанного. Если основные финансово-социальные вопросы уже решены, то человек начинает задумываться: «А что я, собственно, делаю на этой работе, кроме того, что деньги зарабатываю? Я ведь не вижу жизни. Что полезного я сделал? Какой след я оставляю после себя?»

**Екатерина КИКТЕВА,**  
кандидат политических наук,  
консультант, тренер, event-мейкер,  
ведущая киноклуба

Когда-то утром в бизнес-лагере на берегу Красного моря, как в пионерском лагере, нужно было выходить на зарядку. Чего страшно не хотелось. Но, в отличие от пионерского лагеря, здесь за участие в зарядке выдавали местные деньги (игровые), поэтому, ругаясь, выползали, даже после бурных ночей. Оказалось – только поначалу: поскольку бонус за зарядку не увеличивался, в сознании он постепенно стал девальвироваться, и мотивация сошла на нет. Мотивация – страшная вещь!

**Яна БАБАНИНА,**  
тренер-консультант,  
руководитель  
проектов, коуч,  
партнёр *GET Global*



Какие типичные ошибки делают менеджеры среднего звена? Из моего опыта, не из книг:

- Не развивают людей или развивают операционные навыки, не развивая лидерство, ответственность, системное мышление и инициативу.
- Управляют через голову своих подчинённых руководителей их подчинёнными.
- Мотивируют только команду прямых подчинённых, не заботясь о мотивации и атмосфере всей структуры.
- Доминируют и подавляют.
- Управляют отдельными людьми, не формируя из них команду, особенно если работа устроена параллельно. Не конт-

ролируют процессы и качество работы внизу.

- Не берут на работу сильных людей, чтобы не подсидели.
- Руководят административно, не лидируя, не вовлекая людей.
- Занимаются только оперативной работой, забывая или не успевая заниматься стратегическими вещами: долгосрочным планированием, видением. Не транслируют стратегию и видение сотрудникам.
- Ставят высокие цели, не помогая находить решение: «Вы должны, и точка!» – и сами не знают, как этого достичь.
- Не анализируют и не планируют качественно. Действуют ситуативно, или есть разрыв между дальними целями и оперативной работой.
- Не умеют выстраивать работу в параллели кросс-функционально.



# О ПИВНОМ ЗАВОДЕ Христофора Кинца, или Как «Венское» стало «Жигулёвским»

Текст: Владимир ЕЛЕЦКИХ

Пивоваренные заводы губернии были известны ещё воронежскому историку Евфимию Болховитинову, который их сосчитал на начало XIX столетия и подчеркнул, что в городе Воронеже таковых было два. Считается, что возникли оба в 1811 году. Вроде как до этого воронежцы и пиво не пили!



## ПРЕДЫСТОРИЯ ВОРОНЕЖСКОГО ПИВА

Из статистических сведений выясняется, что в это время в Воронеже было целых пять пивоваренных заводов, и трудилось на них 65 рабочих. Хотя что это за заводы были и кто был их владельцем, нам неизвестно – чай, не на Диком Западе живём! Это там своим прошлым гордятся и как бы кичатся. Нам-то кичиться нечем. Всю историю на революции и восстания изрисовали!

А всё-таки пива перед первой Отечественной войной было вдоволь. Потом постепенно пивное дело пришло в упадок. То ли пивовары разбежались, то ли заводчики прогорели из-за непомерных налогов и акцизов – теперь не разобраться. Короче говоря, к 1863 году продолжали слабо конкурировать пивоварни И.К. Фёдорова и Сеницынский заводик, ставший позднее «Чернавским», у которого в цехах и на складе числилось 12 рабочих.

## КОНКУРЕНЦИЯ, ГОСПОДА!

У Василия Гавриловича Сеницына для пивного производства было собственное деревянное здание, каменная сушильня для хмеля и солода, и стояло в этом торгово-промышленном заведении из оборудования котлов железных – три штуки, да 12 деревянных чанов. Нынешняя улица П. Алексеева между перекрёстками ул. К. Маркса, Таранченко и Софьи Перовской так и называлась – Сеницынский переулочек. В нижней его части и находился сей пивной заводик, неподалёку от самой купеческой усадьбы на берегу реки. Стоял почти рядом с Успенской церковью.

Как сообщает краевед П. Попов, «здешнее имение купец приобрёл в 1840 году у мещанки Надежды Фефеловой. В 1867 году В.Г. Сеницын подарил приречную усадьбу сыну Николаю, а тот решил продать её другому лицу».



Воронеж. Нееловская улица

Пиво Синицын сбывал в Воронеже и ещё четырёх соседних уездах. Варил он ещё и «мёд», который продавал не всегда удачно, но стабильно. Жили пивовары небедно. А сам Синицын имел ещё и доходные дома.

На заводе В.Г. Синицына трудился всего один мастер-пивовар в подчинении хозяина, и получал он от 70-75 копеек серебром в месяц, а производил этот пивовар с рабочими в год 8500 вёдер обычного пива на сумму 5975 рублей серебром. Работы хватало всем. В специальных чанах бродило пиво. Рабочие таскали в кулях солод, крупитчатую муку, хмель да дровишки. Потом готовое свежее пивко разливали в бочонки и ставили на лёд.

**ДО «ВЕНСКОГО»  
БЫЛО «ФЁДОРОВСКОЕ»**

В 1874 году один из основателей Петровского яхт-клуба воронежский купец И.К. Фёдоров сооружает на берегу реки в конце Нееловской улицы пивной и водочный заводики. Позднее он оставил себе исключительно пивное производство.

У Фёдорова на производстве работало 10 взрослых и 6 малолеток – и пиво разливали, и посуду мыли, и этикетки клеили. Шестеро работников грамоты не знали вовсе и расписывались крестиком, зато дети были на хозяйском содержании, да ещё платил им за 8-часовой рабочий день – кому рубль, кому и два. Так из детишек воспитывали будущих пивоваров.

Не шибко на заводе притесняли, но работать люд шёл туда от большой нужды. Работа была неприятная, особенно посудомоечная, а когда однажды клиент в бутылке с пивом осу обнаружил, то заводчик нерадивого работника-пацанёнка вычислил. Надрал тому папаша уши, да и распрощался парнишка с предприятием.

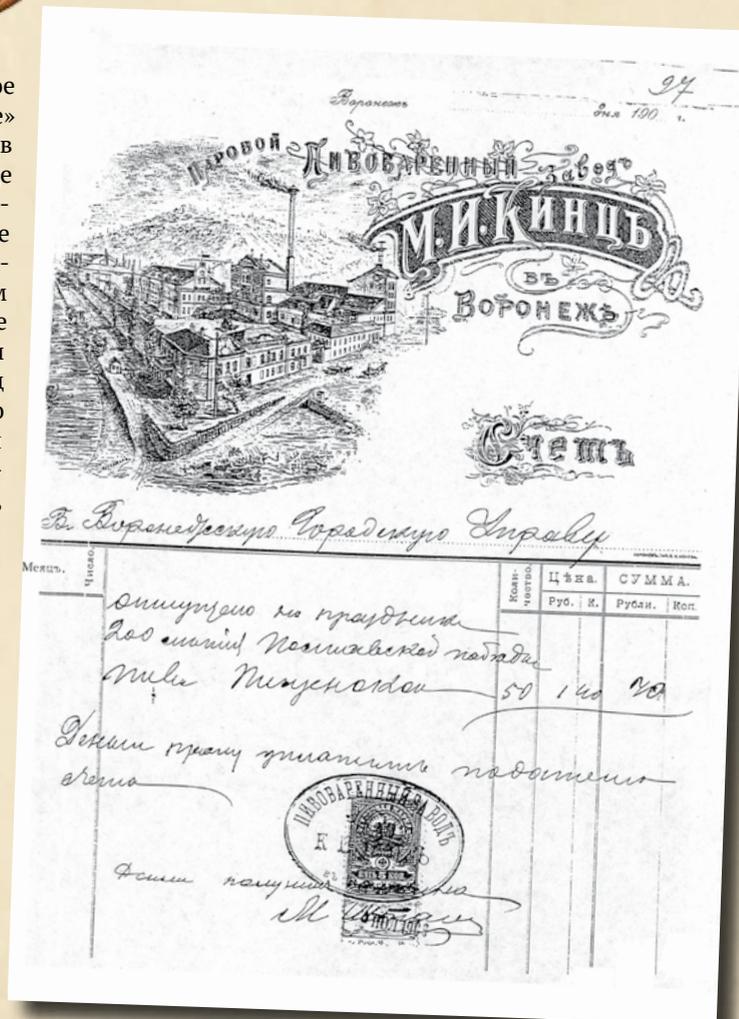


Московское пивоваренное товарищество «Трёхгорное» держало заводской склад в собственном доме на улице Тулиновской (ныне ул. Комиссаржевской). В Воронеже его представлял Л.Я. Бабушкин – заведующий складом готовой продукции. Что же за пиво предлагал господин Бабушкин? Торговал склад по рубль семьдесят за ведро пивом «Двойной золотой ярлык», по такой же цене – тёмным «Кульмбахским», а ещё дороже стоило пиво «Экспорт» (красный ярлык), но и самое дешёвое «Столовое» тоже пользовалось успехом и шло по рубль шестьдесят за 12 литров.

В местных газетах Бабушкин давал объявления такого рода: «Бутылки с клеймом фирмы Трёхгорного пивоваренного товарищества, ёмкостью в 1/30 ведра (30 штук в ведре), выпущенные с пивом из Воронежского склада Трёхгорного товарищест-

ва в 1892 году, обратно будут принимать-ся до 1 марта 1897 года. О чем до сведения публики имею довести».

А однажды произошла история, отправившая Л.Я. Бабушкина в поход по судебным инстанциям. 1 февраля 1895 года некий гражданин Д-въ купил в гостинице «Россия» бутылку пива Трёхгорного товарищества. Официант откупорил пиво и пошёл по своим делам. Как же было не возмущаться гражданину Д-ву, когда вместе с пивом в стакан вывалился полуразложившийся мышонок. На суде Бабушкин признал свою бутыл-





ку, но утверждал, что пиво в неё налито в ином месте, а может быть, мышь засунута специально, чтобы опорочить его и фирму. Суд рассмотрел претензии обвинения и определил Л.Я. Бабушкину штраф 45 рублей, а в случае его несостоятельности – двухнедельный арест.

## «ПИВНОЙ КОРОЛЬ» ВОРОНЕЖА

В конце концов фёдоровский заводик в конце XIX века переходит к Х.И. Кинцу. Владелец пивного завода в д. Новое Першино Дмитриевского уезда Курской губернии решил освоить пивное дело в Воронеже.

Известно, что баварский подданный Христофор Иванович Кинц содержал на своём пивоваренном заводе десять рабочих. Малолеток, как говорили, заводчик не терпел и гордился этим. Впрочем, из двадцати заводов по всем ближайшим губерниям только у него не применялся детский труд.

Бочковое пиво от Кинца любили все: от чиновника до простого работяги. «Венское», «Пильзенское», прочих сортов пиво шло на ура!



Пиво работники завода лили, кроме бочонков, и в красивые стеклянные бутылки. Эти бутылки украшают сегодня коллекции многих бирофилистов – собирателей пивной атрибутики. А ещё оно славилось своей упоркой – была она свинцовой и весьма прочной. В «Памятной книжке Воронежской губернии» за 1903 год приводятся три адреса предприятий, выпускающих пиво, в том числе наследников К.И. Кинца (наверное,

у него было два имени – Христофор и Христофор), и жили они на Мясной улице в собственном доме.

## НОВАЯ ЖИЗНЬ ЗАВОДА

В 1904 году примитивное производство бывшего завода Фёдорова «русский немец» Кинц превращает в мощное пивное производство. Единственно – неудовольствие горожан и местных властей вызывала сточная труба завода, выходящая в реку неподалёку от него. Пивной запах вокруг этого места раздражал население. Особенно невзлюбил за то заводчика городской санитарный врач, регулярно обращавшийся к нему с убедительными просьбами по этому поводу. Также врач говорил на заседании городской Думы, что сточная труба с завода захватывает и воды туалета для рабочих, что делает стоки ещё более зловонными. Правда, городская Управа молчала.

Продавалось разливное пиво попроще в пивных ларьках на торговых площадях. А ставили их тогда не ближе 40 сажен от церковных оград и учебно-воспитатель-



# ЛАЗЕРТАГ

## АКТИВНЫЙ ОТДЫХ В ВОРОНЕЖЕ



### приглашает провести **ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ И КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ**



#### **НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА:**

- **настоящий военный полигон (до 100 участников в одной игре)**
- **незабываемые приключения**
- **оборудование 9-го поколения**
- **профессиональные инструкторы**
- **свежий лесной воздух**
- **уникальный ландшафт**
- **любой сценарий боя**
- **удобные зоны отдыха**
- **трансфер, кейтеринг**
- **услуги фотографа**
- **выступление артистов**

г. Воронеж,  
Московский проспект, 157 а  
(лесной массив  
за ост. Обл. больница)  
Тел.: 8 (980) 344-44-80  
<http://lasertag-vrn.ru>

ных заведений, согласно законодательству. И правило это соблюдали неукоснительно.

В начале двадцатого века в Воронеже до самой революции «гремел» завод, расположенный у самого Чернавского моста в конце Нееловской улицы. Смотрелся он сверхшикарно: целый комплекс современных зданий и складов разместился на набережной реки Воронеж под Острожной горой. На своих счетах, изданных типографским способом, М.И. Кинц напечатал шикарную картину, где некий художник А.В. Гиттерман с достаточной скрупулёзностью все заводское производство представил в графическом виде. На рисунке завод выглядел представительно, были отображены мельчайшие детали, увиденные художником. Даже лодки на реке с катающимися горожанами должны были, по замыслу художника, изображать спокойствие и незыблемость позиций пива М.И. Кинца.

Отличался заводчик и благотворительностью. Его пиво выступило в качестве праздничного подношения в честь юбилея Полтавской битвы, и в городскую Управу был представлен счёт за пилзенское пиво в количестве 50 бутылок (?) на сумму 70 рублей (по дешёвой цене). Этот счёт помог найти в делах городской Управы в ГАВО краевед Алексей Комлев. Так открылась новая «пивная» страница воронежской истории. На цветной открытке начала века, найденной с помощью коллекционера Виктора Чикунова, удалось рассмотреть и то, как выглядел завод М.И. Кинца, запечатлённый уже фотографом. Его размеры на фото не кажутся столь внушительными, хотя некоторые черты зданий переданы художником Гиттерманом довольно-таки узнаваемо.

#### **РЕВОЛЮЦИОННЫЙ ПЕРЕДЕЛ**

Революция 1917 года позволила изменить расклад на пивном рынке. В Воронеж активно проникает пиво Лепивзавода «Красная Бавария», контора отделения которого располагалась в 1925 году на ул. К. Маркса, а затем на проспекте Революции, 61 во вновь построенном «Утюжке». Свою родословную это пиво ведёт от пиво-медоваренного завода национализированного акционерного общества «Новая Бавария», получившего медаль ещё в 1903 году на выставке в Нижнем Новгороде. До революции пиверцы держали главный склад в Москве на Полюстровской набережной, а позднее, в годы НЭПа, стали неуклонно продвигаться на рынки других городов.

В Воронеже «Красная Бавария» имела ряд торговых точек, где продавали пиво на розлив. Например, на Хлебной площади стояла с 1928 года пивная № 4, а пивная № 3 находилась у завода Безелкина на ул. 1 Мая.

Сразу после установления НЭПа под вывеской «Пиво-воды» по улице Комиссаржевской, 14 открылся новый завод безалкогольных напитков, который в 1932 году уже произвёл 10 тонн пива.

Кстати, после Кинца марку пива переименовали. Уже в советское время напиток из солода под названием «пиво «Венское» Куйбышевского пивзавода получил высшую оценку. Но чиновники в названии пива усмотрели нечто непатриотичное. Потребовалось указание председателя Госкомиссии Лазаря Кагановича «Венское» светлое срочно переименовать в «Жигулёвское» и рекомендовать для повсеместного производства в СССР. Пиво доброе, пенное, полезное и с соблюдением традиций. А главное – всем по карману.

Попробовали? Вкусно? Вот и я говорю!





# ИЩИТЕ ПЕРСОНАЛ С НАМИ РАБОТА.RU

**БЕСПЛАТНО** Тариф «Бесплатная вакансия»

**ДОСТУПНО** Тариф «Вакансия оптимальная»

**ЭФФЕКТИВНО** Пакет «Безлимитный – 1»

Подробную информацию о размещении вакансий  
можно узнать на портале

**РАБОТА.RU**

или у менеджеров по тел.: 8 (473) 239-00-03, 300-37-41

E-mail: reklama@socium.vrn.ru

с 29 по 1  
СЕНТЯБРЯ ОКТЯБРЯ

# ВЫСТАВКА СТИЛЬ И КРАСОТА

НАЙДИТЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЁРОВ

БОЛЕЕ  
**10**  
ГОРОДОВ  
ЦЕНТРАЛЬНОЙ  
РОССИИ

БОЛЕЕ  
**80**  
БРЕНДОВ

БОЛЕЕ  
**5000**  
ПОСЕТИТЕЛЕЙ

ПРЕЗЕНТУЙТЕ СВОЙ ПРОДУКТ ИЛИ УСЛУГУ



**2 ЭТАЖ**



**29-30  
МАРТА  
2018**

## СТРОИТЕЛЬНЫЙ ФОРУМ ВОРОНЕЖ BUILD\*

**ВЫСТАВКА**  
СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
ТЕХНИКИ И ОБОРУДОВАНИЯ

**ЗДЕСЬ ЗАКЛЮЧАЮТСЯ  
КОНТРАКТЫ!**

ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ НА САЙТЕ  
[www.expo36.ru](http://www.expo36.ru)  
ИЛИ ПО ТЕЛЕФОНУ +7(473) 228-03-29

# ЛАУРЕАТ ПРЕМИИ им. В. СТОЛЛЯ – 2017, номинация «Успешный молодёжный бизнес»

## ИГОРЬ ПЕРЕВЕЗЕНЦЕВ,

директор ООО НПП «ИнтерПолярис»,  
директор ООО «МеталлМаркет»

“

*Мы стремимся достичь уровня  
качества, который даст нам  
повод гордиться своим  
производством* ”



### ООО НПП «ИНТЕРПОЛЯРИС»

- Разработка конструкторской документации для промышленных предприятий в сферах гидрогазодинамики и тепломассообмена
- Создание систем пористого и микроканального охлаждения, термостатирования для электронной техники и энергетических установок
- Проектирование оборудования для нефтяной и газовой промышленности
- НИР, ОКР, НИОКР, НИОКТР
- Расчёты CAD, CAM, CAE



Воронеж, ул. Ворошилова, д. 20

+7(920) 444-44-26 общий  
+7(920) 227-35-15 директор  
+7(910) 349-62-66  
заместитель по тех. вопросам

e-mail: [interpolyaris@ya.ru](mailto:interpolyaris@ya.ru)  
<http://interpolyaris.ru>

### ООО «МЕТАЛЛМАРКЕТ»

- Производство тяжелых металлоконструкций
- Металлическая мебель хозяйственно-бытового и специального назначения
- Производство торговых, технологических и остановочных павильонов и комплексов
- Металлопрокат



ГРУППА КОМПАНИЙ

**МеталлМаркет**  
металлоконструкции городской инфраструктуры

Нововоронеж, Парковый проезд, д. 6 (офис),  
Заводской проезд, д. 6 Б, Г (производство)  
+7(920) 444-44-25 общий  
+7(920) 444-11-16 начальник производства  
e-mail: [metallmarket36@mail.ru](mailto:metallmarket36@mail.ru)  
<http://pavilion-vrn.ru>