













# ОПОРА

«Опора» выходит при поддержке некоммерческих партнерств «Кузбасский мясо – молочный союз», «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса», Государственного фонда поддержки предпринимательства Кемеровской области.

Кластер  
для «малоэтажки»

III

Экономические  
похороны  
«мальшей»

откладываются

или...

IV

Студенческому  
бизнес – инкубатору  
в Кузбассе быть!

VII

Кто сказал, что начинать бизнес сегодня трудно – все ниши на рынке Кузбасса заняты, и деньги на открытие своего дела найти невозможно? Анна Лукина нашла и нишу, и деньги. И начала выпускать в Прокопьевске импортозамещающую продукцию.

VIII

## Цветочный дебют Анны Лукиной

# Чтобы льгота была льготной

**ОПОРА РОССИИ выступила с инициативой о внесении ряда изменений в закон о малой (льготной) приватизации.**

Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства ОПОРА РОССИИ официально обратилась к заместителю председателя правительства – министру финансов Алексею Кудрину с просьбой инициировать внесение изменений в Налоговый кодекс с целью отмены НДС для субъектов закона о малой (льготной) приватизации № 159-ФЗ.

До 1 января этого года государственное или муниципальное имущество в порядке приватизации НДС не облагалось. С 1 января 2009 года федеральный закон от 26 ноября 2008 г. № 224-ФЗ «О

внесении изменений в часть первую, часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» внес изменения в части уплаты НДС. Вследствие этого рыночная цена таких объектов увеличилась на 18%.

По мнению ОПОРЫ РОССИИ, субъектам малого и среднего предпринимательства необходимо предоставить возможность выкупить имущество в порядке закона № 159-ФЗ без дополнительного финансового обременения в виде оплаты НДС. Эта мера с полным правом может быть отнесена к числу антикризисных. При этом вносимые изменения не будут распространяться на правоотношения, возникающие при реализации государственной или муниципальной собственности посредством аукционной продажи или иными способами.

С просьбой поддер-

жать данную позицию ОПОРА РОССИИ обратилась также к председателю Госдумы Борису Грызлову, первому заместителю председателя правительства и председателю правительственной комиссии по развитию малого и среднего предпринимательства Игорю Шувалову, министру экономического развития Эльвире Набиуллиной.

Кроме того, президент ОПОРЫ РОССИИ Сергей Борисов высказал просьбу учесть позицию организации о распространении норм 159-ФЗ на федеральное имущество. Необходимость этого основывается на изучении экспертами ОПОРЫ практики реализации закона №159-ФЗ. В частности, было выявлено, что значительное количество помещений, арендуемых малыми предприятиями, принадлежит Российской Федерации. Эти предприятия не имеют права выкупа недвижимости в отличие от предпринима-

телей, арендующих региональные либо муниципальные помещения. Такая ситуация ставит в неравные экономические условия предпринимателей, работающих в одном городе (селе, поселке, городском округе и т.д.).

Также в своих обращениях Сергей Борисов обратился к первому вице-премьеру Игорю Шувалову и главе Минэкономразвития Эльвире Набиуллиной с просьбой рекомендовать региональным и муниципальным органам власти равномерно распределять сумму выкупной цены имущества при 159-ФЗ за весь период расщепления и не практиковать условие внесения первоначального взноса от стоимости имущества. По итогам мониторинга ОПОРЫ, такая практика действий местных органов власти принята в отдельных муниципалитетах, в частности, в Кемеровской, Новгородской, Ярославской областях. По мнению экспертов ОПОРЫ, в данном случае местные исполнительные органы совершенно не учли, что № 159-ФЗ принят не в целях пополнения мест-

ных бюджетов, а для имущественной поддержки малого и среднего бизнеса.

По неофициальным данным, рассмотрение законопроекта с поправками в 159-ФЗ во втором чтении запланировано на 1 июля. Напомним, в первом чтении документ был принят 5 июня.

При рассмотрении проекта закона в первом чтении не были учтены предлагаемые ОПОРОЙ РОССИИ нормы: о включении в правовое поле закона № 159-ФЗ имущества ГУПов (МУПов), об учете в законопроекте права выбора покупателя, оставлять выкупаемое имущество в залоге у муниципалитета либо привлекать кредитные ресурсы.

Однако эти предложения продолжают оставаться на повестке дня при проработке законопроекта в Госдуме.

Нормы о продлении срока действия закона № 159-ФЗ до 1 июля 2012 года, по данным ОПОРЫ РОССИИ, планируется рассмотреть в осеннюю сессию Госдумы.

В прошлом выпуске ОПОРЫ за 10 июня мы допустили одну неточность. За что приносим извинения своим читателям. В тексте «Кто из предпринимателей Кузбасса лучший» последнее предложение следует читать так: «Лучшие предприниматели Кемеровской области получили из рук губернатора дипломы, подтверждающие эти высокие звания, и денежные премии в размере 200 тысяч рублей».

## ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ

### Уважаемые предприниматели г. Кемерово!

Вы начинаете бизнес или расширяете его и для этого приобрели жилое помещение. Но ни начать, ни расширить бизнес вы на протяжении долгого времени не можете - при переводе жилого помещения в нежилое вы столкнулись с массой больших и маленьких проблем. Каких? Звоните нам - давайте вместе составим перечень организаций, торгующих развитием бизнеса в нашем городе, чтобы потом вместе с администрацией города решить, как убрать эти - видимые и невидимые - административные барьеры.

Совет по поддержке и развитию малого и среднего предпринимательства при главе города Кемерово совместно с муниципальным автономным учреждением «Центр поддержки предпринимательства» открывает «горячую линию» по обозначению административных барьеров, препятствующих переводу жилых помещений в нежилые.

Вы можете не только обозначить такой барьер, но и внести предложение, как его ликвидировать.

На телефоне «горячей линии» 35-05-07 ждут вашего звонка с 9 до 18 часов. Каждый день (кроме выходных) - с сегодняшнего дня до 31 июля с.г.

### «Методичка» по госзаказу

Федеральная антимонопольная служба и ОПОРА РОССИИ подготовили для предпринимателей «Методическое пособие по участию в системе государственного заказа».

Оно предназначено для оказания помощи предпринимателям, принимающим участие в государственных и муниципальных закупках. В «методичке» разъясняется порядок подготовки и участие в государственных и муниципальных закупках, а также способы и порядок обжалования неправомерных решений государственных и муниципальных закупок, приводятся нормативно-правовая база... В рамках этой темы также оказываются on-line консультации по государственному заказу на сайте [www.dailystroy.ru/goszakaz/](http://www.dailystroy.ru/goszakaz/)

По материалам информационного портала ОПОРЫ РОССИИ.

# Предприниматели получают еще контролеров

**Пенсионный фонд России (ПФР) и Фонд социального страхования (ФСС) получат право взыскивать долги по страховым взносам, которые вводятся с 2010 года вместо единого социального налога (ЕСН). Об этом сообщил (по данным РИА Новости) 17 июня статс-секретарь – заместитель министра финансов РФ Сергей Шаталов.**

«Сотрудники этих органов будут обладать теми же полномочиями, что и налоговые органы. И в процессе контроля, и в процессе принудительных мер взыскания: приостановление операций по счетам, аресты имущества, взыскания задолженностей за счет денежных средств и имущества», сообщил замминистра.

По сообщению Шаталова, для реализации своих новых полномочий ПФР планирует нанять 7-10 тысяч человек. Аналогичными полномочиями наделяется и ФСС, отметил замглавы Минфина.

Ранее Сергей Шаталов уже высказывал мнение о том, что могут возникнуть проблемы, связанные с администрированием страховых платежей. Для их решения, по мнению замглавы Минфина, которое он высказал 13 апреля, необходимо как совершенствовать нормативные акты, так и обучать кадры.

По словам Шаталова, Минфин предлагал сохранить эту функцию за налоговыми органами, однако это предложение не было поддержано.

Напомним, соответствующий законопроект уже прошел в Госдуме первое чтение.

# Порог «упрощенки» поднимут на 3 года

Порог применения упрощенной системы налогообложения малого бизнеса будет повышен до 60 млн. с нынешних 30 млн. рублей. Но только на три года.

Об этом, по сообщению РИА Новости, заявил 17 июня статс-секретарь – заместитель министра финансов РФ Сергей Шаталов.

«Мера временная, она принимается на три года. Что будет через три года – посмотрим», – сообщил замминистра.

Напомним: 22 апреля, принимая участие во Всероссийском форуме по малому и среднему предпринимательству, первый заместитель председателя правительства Игорь Шувалов сообщил о том, что в будущем государство намерено развивать малый бизнес не за счет льгот, в том числе налоговых, а с по-

мощью принятых в мировой практике специальных программ поддержки: «Что мы имеем в виду? Что вообще, по большому счету, мы должны перейти к другой системе поддержки малого и среднего предпринимательства: через субсидирование процентных ставок, через предоставление грантов, через другие механизмы, аналогичные работающим в других цивилизованных странах, где малый и средний предприниматель достаточно развит и поддерживаем государством». По словам Шувалова, те налоговые режимы, которые существуют сегодня в России, «скорее всего, ответ на ту неповоротливость административной системы, неспособность быстро реагировать на изменения ситуации на рынке и, с другой стороны, наше желание оградить от излишнего административного вмешательства в дела малого и среднего предпринимателя».

Управленческий форум провела в Кемерове при поддержке Кузбасской торгово-промышленной палаты Группа компаний «ИНТАЛЕВ» – международная консалтинговая компания, специализирующаяся на внедрении современных систем управления.

В форуме приняли участие более 100 представителей бизнеса, власти и СМИ г. Кемерово.

Особенный интерес у представителей кемеровского бизнеса вызвали доклады Марины Гуляевой, директора сибирского офиса ГК «ИНТАЛЕВ» (Новосибирск), посвященные управлению финансами и контролю финансовых и нефинансовых показателей. Основная задача бизнеса сегодня, считает Марина Гуляева, это построение эффективной системы управления финансами, не зависящей от личностей и «кризисов» в их головах. Для этого необходимы

# «Время перемен: в поисках эффективных технологий управления и новых решений»

оптимизация финансовой структуры, выделение ключевых показателей эффективности, нормирование и лимитирование расходов, оптимизация денежного потока – т.е. управление ликвидностью.

Опытном постановки автоматизированной системы управления финансами на своем предприятии поделится с присутствующими Оксана Грицай, директор ООО «Холдэй-Инвест» (Барнаул). А о том, как рассчитывать рыночную позицию компании и что сделать для того, чтобы усилить ее, участникам форума рассказал Эдуард Вараксин,

директор компании «MainS» (Новосибирск). Он так и озаглавил свой доклад: «7 шагов для усиления рыночной позиции компании в 2009 году».

По отзывам присутствовавших на мероприятии владельцев компаний и топ-менеджеров, управленческий форум «Время перемен: в поисках эффективных технологий управления и новых решений» многим из них помог по-новому взглянуть на собственный бизнес, структурировать свои знания, открыть для себя новые пути решения накопившихся проблем.

Евгения ЕЛИСЕЕВА.



# Кластер для «Малозетажки»

Какие малоэтажные дома строить?

Где? Как сделать так, чтобы увеличить объемы «малозетажки» в регионе? Ответы на эти вопросы в последнее время ищут не только строители, но и власти. Ведь привлекательность проектов малоэтажной застройки уже очевидна.

Три ее главных принципа – быстрота, качество и подъемная для покупателя стоимость 1 кв. метра – привели и к конкретным действиям. Впервые в регионе областной бюджет выделяет деньги на создание инфраструктуры для площадок малоэтажной застройки в городах и районах. Поставлена цель – в ближайшие годы увеличить долю «малозетажки» в общем объеме вводимого в Кузбассе жилья до 50%. При том, что сейчас этот показатель не превышает 25%. Столь амбициозный план, считают в областной администрации, требует новых подходов к развитию строительной отрасли. Одна из основных идей, которая сейчас обсуждается, – создание кластера малоэтажного строительства в регионе.

Давно известное в мире, но пока не прижившееся на российской почве понятие «кластер» (англ. cluster – гроздь, куст, группа, объединение) означает всего лишь группу взаимосвязанных компаний, поставщиков, сконцентрированных по географическому принципу. Суть кластерного подхода к развитию той или иной отрасли, на первый взгляд, проста. Это такое взаимодействие власти и бизнеса, в результате которого формируются связи между предприятиями, основанные на долгосрочных контрактах, а конкурентные преимущества участников кластера работают в целом на развитие территории. Но с другой стороны, такой подход в принципе меняет отношения власти и бизнеса. Сейчас в России власть и бизнес преимущественно взаимодействуют по отраслевому признаку: структура, как российского правительства, так и региональных властей строится по отраслевым департаментам. Кластерный же подход – это смешение всех возможных связей между отраслями. К примеру, за углем идет машиностроение, инфраструктура, энергетика и пр. То же строительство ведет за собой стройматериалы, добычу сырья, торговлю, ЖКХ, производство мебели и т.д.

Мировой опыт уже показал, что создание кластерного

помогает не просто поднять конкретные отрасли промышленности, но и решать глобальные задачи. К примеру, в 1970-80 годы в Испании в Стране Басков, строившей тогда новые отношения с федеральными властями, именно кластерный подход практически ко всем отраслям (станко- и автомобилестроению, энергетике, авиации, производству бытовой техники, образованию, экологии) позволил не только пережить экономический кризис, но и успешно интегрироваться в экономику Евросоюза. По утверждению экспертов, живучесть кластеров и при сегодняшнем кризисе выше, чем отдельных предприятий или промышленных холдингов.

На уровне российского правительства уже принята попытка «запустить» кластеры и в нашу страну. Минэкономразвития РФ совместно с «ОПОРОЙ РОССИИ» и Министерством развития промышленности Северных территорий провинции Онтарио (Канада) в рамках программы канадского сотрудничества в области развития северных территорий (NORDEP) начали обучать региональные власти тому, как вести кластерную политику. В нашей области администрация не только заинтересовалась такой программой и недавно отправили чиновников на обучение в Москву, но и уже



разработали первые кластерные предложения.

По словам начальника управления стратегического развития администрации Ирины Федченко, сегодня малоэтажное строительство, наверное, самый «подготовленный» сектор экономики Кузбасса. Многие условия для создания кластера, потому что уже многое в регионе сделано для формирования кластера. Не говоря уже о том, что у Кузбасса хорошие стартовые условия для роста этого сектора строительства. Во-первых, в области есть практически полная строительная цепочка от добычи сырья до самого строительства. Во-вторых, в последнее время строительная отрасль серьезно изменилась: помимо традиционных цемента и кирпича, в области стали производить современные стройматериалы, изоляционные материалы, клееный брус. Появились новые

технологии строительства. В-третьих, основные игроки на строительном рынке разворачиваются именно в сторону «малозетажки». Это не только самый большой в области проект «Лесная поляна». Малоэтажная, коттеджная застройка развернулась в Новокузнецке, Киселевске, Ленинске-Кузнецком, Юрге и других территориях.

К тому же строители, объединяясь в некоммерческие партнерства, пытаются применять, по сути, кластерный подход к проектам по застройке площадок. Члены партнерства «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса», к примеру, уже реализуют совместный проект по возведению сборно-каркасных жилых домов в квартале «Сосновый» в Белове. Да и само наличие в регионе подобных партнерств или союзов (в области действует Союз строителей Кузбасса) мож-

но считать плюсом в пользу создания кластера. Важен здесь, конечно, не сам факт существования таких объединений, а рабочие связи между компаниями и координация между участниками.

Строительные компании и производители стройматериалов могут, считает Ирина Федченко, стать ядром кластера, вокруг которого должны «двигаться» торговля, логистические и транспортные компании, поставщики упаковки и комплектующих, производители сырья и мебели. Другая составляющая – образовательные учреждения, риэлторы, ипотечные брокеры, финансовые институты. Суть кластерного подхода в том, чтобы объединить единой целью все возможные структуры, так или иначе связанные со строительством. А задача власти – стимулировать такое движение, считает

Ирина Федченко, и приводит конкретный пример.

Канадский кластер малоэтажного строительства и производства стройматериалов вывел эту страну в число мировых лидеров в этой сфере. Опыт и технологии Канады перенимают многие. В проектировании той же «Лесной поляны» участвовали канадские специалисты, при самом строительстве тоже используются канадские технологии. Но это все в рамках одной компании-застройщика. Кластер же, как открытая площадка для всех участников, позволил бы быстрее внедрять перспективные подходы к строительству повсеместно. Власти же, в свою очередь, помимо обычных своих задач по совершенствованию правовой базы, привлечению инвесторов и инвестиций в отрасль, могли бы взять на себя решение кадровых проблем. Ведь при наличии строительных колледжей, техникумов, филиалов институтов с профильными специализациями в регионе до сих пор не готовятся специалисты для работы в сфере «малозетажки», не запущены соответствующие образовательные программы. Наконец, власти могут создать специальное агентство по развитию малоэтажного строительства – структуру, которая будет аккумулировать информацию о технологиях строительства, потребностях компаний, о земельных участках под застройку, приглашать ведущих российских и иностранных экспертов для консультаций и обучения участников кластера.

Примечательно, что в Минэкономразвития РФ уже обещано, что самые привлекательные проекты региональных кластеров получат софинансирование. Хотя само создание кластера – дело затратное в финансовом смысле. Основное здесь, по крайней мере, на первом этапе, – готовность изменить подходы к развитию отрасли как бизнеса, так и власти. Кузбасские власти готовы выступить с кластерной инициативой. Теперь слово за бизнесом?

Татьяна БОРИСОВА.

## шестой проект

### 15 «почему» в пользу гарантий

Госфонда поддержки предпринимательства Кемеровской области

Областная программа предоставления поручительств Государственного фонда поддержки предпринимательства Кемеровской области, призванная решить основную проблему малого и среднего бизнеса – доступность к кредитным ресурсам банков, расширила круг участников. С апреля рассчитывать на поручительство Госфонда вправе и представители торговли, которые не имеют собственного достаточного залога для получения банковского кредита (напомним: торговля не входит в официально утвержденный перечень приоритетных направлений предпринимательской дея-

тельности, которой областная власть обязалась оказывать финансовую поддержку). Правда, с одним «но»: поручительство Госфонда может быть выдано только тем, кто не ведет торговлю подакцизным товаром, т.е. торговлю винно-водочными изделиями, пивом, табачными изделиями, деликатесами, предметами роскоши, автомобилями.

Эту новость сообщила участникам совещания «Малый и средний бизнес – финансовые возможности», прошедшего в минувшую пятницу в кемеровском ДК строителей президент Государственного фонда поддержки предпринимательства

Кемеровской области Наталья Наумова.

На текущий момент пять кузбасских предпринимателей уже получили поручительство фонда по кредитам в банках, и столько же заявок сейчас находится на рассмотрении.

Данная программа была запущена в январе этого года, но фактически (пока не завершилось урегулирование всех договоренностей с банками) она начала работать только в конце мая.

Сегодня в этой программе участвуют семь банков: Сбербанк, Банк УРАЛСИБ, МДМ-Банк, Промсвязьбанк, Росбанк, Альфа-банк и БСТ-Банк. Общая сумма гарантий-

ного фонда составляет 95 млн. рублей, а с учетом мультипликатора объем поручительства достигает 143 млн. рублей. Таким образом, используя гарантию Государственного фонда, предприниматели могут получить кредиты до 20 миллионов рублей на срок до 5 лет на общую сумму около 300 млн. рублей. Фонд предоставляет поручительство в объеме до 70% от суммы кредита по стоимости от 1 до 1,75% годовых от размера поручительства.

Наталья Наумова перечислила на совещании 15 «почему» в пользу гарантий Государственного фонда поддержки предпринимательства Кемеровской области.

Об этом – в следующем выпуске ОПОРЫ или в самом фонде: г. Кемерово, пр. Советский, 56-222. Тел.: 58-71-98, 36-32-77.

## финансы

«Российский банк развития» объявил о приеме заявок на участие в государственной программе финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства.

Порядок осуществления государственной корпорацией «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)» финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства предусматривает предоставление ОАО «РосБР» средств банкам-партнерам для кредитования ими субъектов МСП.

Особенностью новой программы поддержки МСП является реализация механизма рефинансирования портфелей кредитов, предоставлен-

### РосБР ищет партнеров в регионах

ных банками субъектам МСП. Обязательным условием является направление полученных от рефинансирования средств на дальнейшее кредитование субъектов МСП.

Еще одним нововведением программы поддержки МСП стало установление региональных лимитов, то есть предельной величины средств, которые смогут получить субъекты МСП конкретного региона. В рамках регионального лимита на каждый банк данного региона, участвующий в программе ОАО «РосБР», будет установлена региональная квота.

Полгода назад многие эксперты да и сами предприниматели предрекали смерть малому и среднему бизнесу (именно малый и средний бизнес, по их мнению, больше всех пострадает от мирового финансового кризиса).

Что происходит с ним сегодня?

«Экономические похороны» отменяются или?.. Чтобы понять это, мы обратились к предпринимателям, о которых в разное время рассказывала ОПОРА, с просьбой ответить на несколько вопросов. Вопросы эти подсказали участники форума на Интернет-сайте Мариинского союза предпринимателей:

1. Первый ли это кризис в вашей предпринимательской практике?
2. Ваши ощущения собственного положения осенью 2008 и весной 2009 сильно разнятся (в экономическом и моральном плане)?
3. Какие усилия пришлось предпринять для того, что спасти свой бизнес от «экономических похорон»?
4. Помогла ли удержаться на рынке (и как) власть (федеральная, региональная, местная)?
5. А если вспомнить историю своего бизнеса, можете честно признаться, что можно было и не доводить дело до реанимации: профилактика и проще, и дешевле, и надежней?
6. Согласны ли вы с мнением, что «кто не встал с колен, тот не бизнесмен»?

Сегодня мы предлагаем вниманию читателей ответы трех предпринимателей, первыми откликнувшихся на нашу просьбу:

**Евгений ЛЯМИН,**  
генеральный директор  
ООО «ТЕЛЕЭксперт»  
(г. Кемерово):

1. За 10 лет в бизнесе мне приходилось проходить через кризисы не менее пяти раз (т.е. в среднем раз в два года).

2. Я не ощущаю большой разницы в экономическом положении между осенью 2008-го и весной 2009 г. Доходы упали в разы, и традиционный бизнес (финансовый консалтинг) пришлось закрыть и уйти в другую нишу. Мы занялись клинингом. Однако с моральной точки зрения сейчас гораздо проще. За полгода мы привыкли и адаптировались к кризису. Любая предпринимательская оптимист по природе (иначе он не занимался бы бизнесом). Главные ценности предпринимательства – свободу и возможность самостоятельно зарабатывать деньги, слава Богу, даже кризис у нас не смог отобрать. Лично я в очередной раз убедился, что мне и моей семье никто не поможет: ни госу-



дарство, которое постоянно декларирует заботу о малом предпринимательстве; ни банки, которым сейчас не до нас; ни родственники, которым самим нужно помогать; ни друзья, которые тоже выживают, как могут. Сознание любого активного и позитивного человека (а предприниматели – исключительно активные и динамичные люди) устроено так, что он не может постоянно жить с мыслью о чем-то негативном. Мы уже все устали от кризиса,

# НЕ ДОЖДЕТЕСЬ!

требуется даже в условиях кризиса. Мы создали бюро домашних услуг (электрика, сантехника, уборка, транспортные услуги, репетиторы, сиделки и проч.). Оказываем услуги населению и предприятиям и пока держимся на плаву, учимся и постепенно развиваемся. Кстати, от консультирования и сейчас не отказываемся, поскольку и сегодня находят клиенты, которым нужны наши профессиональные знания и опыт. Самое важное: я сохранил главный актив – свой предпринимательский талант. Его у меня никто не отнимет, пока я жив. Так что тем, кто очень бы хотел высказать мне «искренние» соболезнования по поводу моей «бывшей экономической кончины», я отвечаю словами старого еврея: «Не дождётесь!»

4. Лично мне – никак. И, насколько я знаю, многие другие предприниматели не надеются на помощь властей. Главное – не мешали бы. Что же касается тех нескольких десятков человек в трехмиллионном Кузбассе (бывших безработных), которые получили какие-то там гранты и пособия на развитие собственного дела, – общей ситуации в бизнесе они не меняют. Их удельный вес в региональном ВВП смехотворно мал. Кстати, нужно ещё посмотреть на этих свежеспеченных предпринимателей через год-два, кто из них вообще выживет в бизнесе. По статистике в течение первого года разоряются не менее 95% предпринимателей. В неблагоприятных условиях кризиса «выживших» бизнесов будет не более 2-3% от об-

щего объёма новичков-предпринимателей.

5. Отчасти это так. Любого предпринимателя, особенно начинающего, угрозы и риски подстерегают на каждом шагу. Большинство наших мелких бизнесменов «косит» не только и не столько отсутствие денег, сколько слабый уровень управления в компании. Этот кризис не только высветил общую убогость нашей культуры менеджмента (как на государственном, так и на корпоративном уровне), но и лишил доступа к кредитным средствам, на которые и развивались многие бизнесы (например, строительство, торговля, транспорт). Печально и то, что из-за резкого падения доходов населения сузился спрос на целые группы товаров и услуг. Многие секторы рынка просто «сдулись». Например, та же рекламная индустрия. Потребность в рекламе, конечно, существует, но объективный спрос вряд ли достигает 50% от потребностей в рекламных инструментах в прошлые годы. Вот и подсчитайте – сколько работников рекламных агентств, маркетологов, пиарщиков, журналистов, гламурных журналов осталось без работы. Аналогичная ситуация в некогда многочисленном стане риэлторов и ипотечных брокеров. Так что нет спроса – нет и бизнеса. Те немногие «героические» представители пострадавших от кризиса отраслей, которые продолжают бороться за выживание, утешают себя мыслью, что «кризис скоро кончится и мы займём освободившиеся сегменты рынка», на-

самом деле пребывают в иллюзии самообмана. На самом деле это не бизнес, а «бег с пустой тачкой по кругу»: работы много, а полезного результата (прибыли) – мало. В отличие от «прикипевших» к своему бизнесу предпринимателей, которые не хотят посмотреть правде в глаза и закрыть неприбыльные проекты, я человек прагматичный и в бизнесе не держусь долго за то, что не приносит денег. Есть масса идей, которые сегодня востребованы даже в условиях кризиса, на которых можно и нужно прилично зарабатывать. Не в этом ли истинная цель предпринимательства?! А что касается профилактики, то, когда твой бизнес бурно растёт (как это было в прошлые годы), на профилактику не хватает ни времени, ни ресурсов, ни знаний, ни здравого смысла. Счастлив тот бизнесмен и руководитель, который хотя бы научился с годами анализировать причины собственных ошибок, чтобы не повторять их в будущем! Этому не научат ни в каких университетах и бизнес-школах. Опыт (чаще всего собственный) – наш учитель!

6. Согласен полностью! Вставать с колен – признак не только бизнесмена, но и любого человека, имеющего самоуважение и гордость. Настоящие российские бизнесмены, прошедшие через бесконечную череду внутренних и внешних кризисов, закаленные в боях за деньги, по своей живучести подобны вирусам или тараканам. Сколько нас ни «трави» (кризисом, безденежьем, чиновничьим произволом, налоговым прессингом) – не уничтожишь! Мы занимаемся предпринимательством не только ради денег. Мы реализуем свои ценности и цели. Это даёт нам силу и энтузиазм. Отказаться от этих принципов равносильно отказу от себя. Настоящие предприниматели – счастливые люди. Никто от своего счастья не откажется. Бизнес – смысл нашей жизни! Те «маньяки», которым это интересно, присоединяйтесь!

**Алексей БОХАНЦЕВ,**  
создатель первого  
безалкогольного кафе  
«Ark pizza»,  
г. Березовский:

1. Конечно, это не первое глобальное потрясение, вспомнить хотя бы последний дефолт. Но благодаря тому потрясению многие тогда и поднялись.

2. В конце 2008-го было страшно, боялись все, ждали худшего. К весне то ли бояться устали, то ли экономика улучшилась, дела пошли лучше.

3. В основном подготовиться пришлось морально и работать с большей отдачей. В условиях кризиса никак нельзя расслабляться.

4. Администрация проводила программу по субсидированию коммерческих кредитов, в декабре эти деньги очень помогли. Вообще думаю, что если бы были действительно доступные льготные или



беспроцентные кредиты, то другой помощи и не надо. Ну, может ещё гранты на создание новых рабочих мест.

5. Не знаю, мы стабильно работаем, развиваемся, строим планы.

6. Согласен, но бизнесменом себя не считаю, предприниматель я. Только становлюсь бизнесменом, а кризис мешает.

**Андрей ТУТУБАЛИН,**  
директор по развитию  
ООО «Сладкий Дом и К»  
(г. Новокузнецк)

1. Да, кризис первый.  
2. Сейчас, по моему мнению, настала пора бежать в 5 раз быстрее, чем осенью, чтобы остаться на том же самом месте. А мы никогда не снимали с повестки дня развитие дела. Так что бегаем в 10 раз быстрее, чем раньше.

3. Пришлось отказаться от работы с теми заказчиками, кто не смог нормально работать в условиях кризиса. От тех, кто тянет одеяло только на себя в совместной работе.

4. Чиновники никогда не скрывали, что нам будет очень тяжело работать. И это оправдалось. Честность с их стороны была дополнительным стимулом и моральной поддержкой. Также нам удалось выиграть некоторую сумму в конкурсе по ком-



пенсации лизинговых платежей, который устроила областная администрация.

5. О том, что будет кризис в 2008 году, мы знали в 2003 году. И готовились к нему. Был план работы в такой ситуации. Поэтому при падении продаж мы смогли удержать большинство наших покупателей, которые любят нашу продукцию. Также мы предло-

жили «бюджетный» вариант – начали выпускать более дешевые по стоимости торты, расширили ассортимент печенья и кексов.

6. Нет, не согласен. Надо смотреть вперед на год – два – десять лет. И смотреть не только на себя и свою отрасль, а также на развитие ситуации в регионе, в стране, мире. А потом менять себя, чтобы соответствовать изменяющимся условиям. А если строить «понты» вокруг себя, то жаловаться на кризис не стоит.

**Виктория АГАФОНОВА,**  
директор фирмы  
«Камена»,  
г. Кемерово:

1. Это не первый кризис.

2. Ощущения не сильно разнятся.

3. Парадоксально, но особых усилий не пришлось предпринимать.

Совпало с выполнени-



ем госзаказа, который формировался еще раньше.

4. Власти предпринимали попытки оказания помощи (участие в программе общественных работ), но необходимости воспользоваться ею не было.

5. Хотелось бы всегда работать стабильно, но...

6. Согласна на все 100.

## Молодым у нас дорога

Первый областной конкурс «Молодой предприниматель года», итоги которого подвели на прошлой неделе в Кемерове, оправдал ожидания организаторов. Почти все участники защитились достойно и за несколько минут выступления сумели разносторонне представить свой бизнес. Членам жюри было чему удивиться, восхищаться и из кого выбрать.

НОВОЕ ИМЯ В БИЗНЕСЕ

Основные требования к конкурсантам: возраст до 30 лет, проект должен представлять социальную, инновационную значимость, быть направленным на создание рабочих мест.

Среди 16 соискателей наград - владельцы летних кафе, салонов красоты, автозаправок, массажных кабинетов, рекламных агентств, справочных служб, пищевых производств и других объектов малого бизнеса из разных уголков Кузбасса.

Особый интерес у членов жюри вызвало выступление кемеровчанина Алексея Поскрякова, который представил на конкурс проект по производству охотничьих лыж. Поэтому и вопрос, кому же достанется первое место, практически не обсуждался. Премия 300 тысяч рублей однозначно ушла в ООО «Поскряков». Засомневались только в выборе второго и третьего мест. Но после споров определились: второе место и премию в размере 250 тысяч рублей отдала индивидуальному предпринимателю Елене Шитенок из Таштагола. Она - владелица медиаинформационной группы (различного рода реклама и светотехника). На улицах Таштагола становится светлее благодаря и ее стараниям. Елена использует энергосберегающие технологии в подсветке домов и деревьев города. Третье место и денежное вознаграждение в 150 тысяч рублей досталось проекту ООО «Фабрика стильной мебели «Левша». Семен Кочубей из Кемерова «взял» комиссию не только интересным производством, но и ораторскими способностями. При обсуждении его персоны в качестве плюсов членами комиссии упоминалась деловая хватка и способность вести агрессивную маркетинговую политику.

Премии лидеры конкурса могут потратить на свое усмотрение: контроль за расходованием этих денег не предусмотрен. Но и так понятно, что такие молодые люди истратят их только по назначению.

# Навострили лыжи на успех

## «Лыжи из осины»

Вот так скромно и просто, без разработанного бренда и профессиональной раскрутки «Лыжи из Кемерова» или «Лыжи из осины» завоевали популярность охотников, рыболовов, снегоходчиков и прочих любителей активного отдыха практически всей Сибири и за ее пределами. Теперь у Кировского, Вологодского и Нововятского комбинатов, которые стабильно снабжали всю страну лыжами из березы, появился серьезный осиновый конкурент. Дошло до того, что Кировская область, однажды оценив достоинства кемеровского лыжного производства, стала одним из постоянных клиентов: берет на реализацию и не особо афиширует, «откуда дровишки», ведь на лыжах пока никаких опознавательных знаков.

## Семейный бизнес

Мастерили их отец и сын, Алексей и Виктор Борисович Поскряковы, сначала дома и в гараже. Все вручную и чуть ли не на коленях. Сделали первые лыжи себе, родственникам, друзьям. Потом заинтересовались и оценили друзья друзей, и пошло-поехало. Заработало сарафанное радио. Сами заядлые охотники и рыболовы из Междуреченска (в Кемерово переехали только четыре года назад) каждые выходные ходили в горы, как и все, на «кировцах».

— Неудобные они для наших высоких снегов, не эластичные, не гнутся, — поясняет Алексей. — Лыжа врезается в сугроб, и падаешь.

Алексей рассказал, как семилетним мальчуганом начинал учиться ездить на кировских лыжах и все никак не мог на них удержаться.

— Как-то решил опробовать батины и понял: надо такие же! С тех пор в горы, на охоту, на рыбалку только на своих, самодельных.

Виктор Борисович, бывший шахтер и кузнец, подсмотрел этот способ еще у стариков-охотников. Они доску кололи топором, строгали рубанком, отпаривали в воде и загибали под лыжу. Конечно, до лакированных охотничьих скороходов, которые сегодня рядами выстроены в лыжном цеху Поскряковых, тем ходу было еще далеко. Но мысль посетила! Удобных лыж как не было, так и нет, а желающих приобрести такие самоделки у семьи Поскряковых все больше и больше.

Это была идея Алексея — поставить кустарное производство на промышленные рельсы.

Развивать лыжный бизнес он начал сразу по окончании школы. Официально лыжный цех заработал два года назад, когда юному бизнесмену исполнилось 19 лет. Уже на втором курсе экономического факультета Московского филиала современной гуманитарной академии наравне с учебными программами он решал совсем не студенческие вопросы: вовремя выплатить заработную плату работникам, закупить лес, рассмотреть новые каналы продвижения продукции и прочие. Сейчас он без пяти минут дипломированный специалист. У него удачно состоялась преддипломная защита.



В цехе по производству лыж.

Впереди — выпускной, но как признался Алексей, особо порадоваться и отпраздновать диплом некогда, потому что необходимо максимально подготовиться к сезону. Март-сентябрь — горячая пора по производству лыж, в зимний период начнутся продажи.

## Цена вопроса

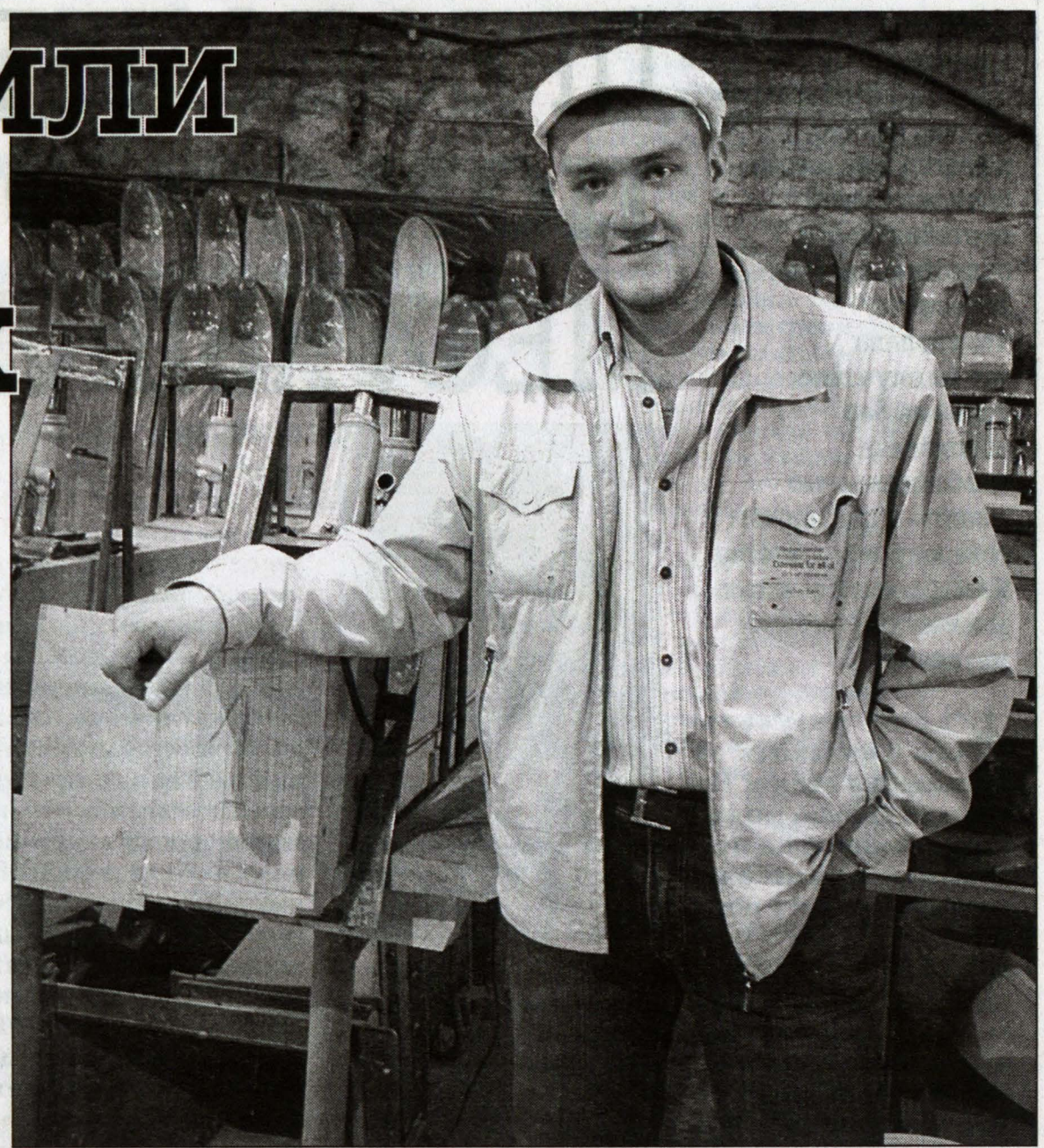
В прошлом году раскупили более 1000 пар лыж. Вложив миллион, заработали два. На этот год уже набралось более 700 заявок. Тысяча пар, упакованные и готовенькие, ждут своего часа в цехе. Но этого явно недостаточно. Нынче Поскряковы планируют сработать в 3-4 миллиона, чтобы в следующем году расширить производство. По подсчетам «лыжников», чтобы удовлетворить потребности сибиряков-охотников, необходимо выпускать 10 тысяч пар в год.

Но кредиты на развитие банки не дают, потому что у бизнесменов нет залогового имущества (квартира не подпадает). Выручает муниципальный фонд поддержки предпринимательства г. Кемерова, где в прошлом году Алексей брал

500 тысяч рублей. Деньги, признался собеседник, серьезно помогли. Став победителем областного конкурса «Молодой предприниматель года», получит 300 тысяч. Эти средства на самом деле оказываются практически спасительными для производства. Сейчас выделена площадка по заготовке осины, но работы не идут без предоплаты. Лес в цехе заканчивается, а останавливать производство нельзя. Поэтому перво-наперво деньги пойдут на заготовку.

Причем заготовить осину именно для лыж — непросто. Сердцевина у этого дерева практически всегда гнилая, и при распиле неизвестно где червоточина окажется. А для изготовления лыж сырье должно быть идеальным, без сучков и гнили. Только из-за этого почти 20 процентов древесины отбраковывается. В целях экономии Поскряковы разработали свой «коронный» способ распила осины, чтобы как можно меньше сырья превращалось в опилки. Первоначально на 100 пар лыж уходило 10 кубов леса, затем стало выходить 150 пар, потом 200, теперь 300. Так снизи-

свое дело



Алексей Поскряков — лыжных дел мастер и победитель конкурса «Молодой предприниматель года».

ли и себестоимость. Стоимость осиновых лыж от 900 до 2400 рублей. Разные эксклюзивные, с мехом и без него — 4000–9000 рублей.

## В чем же «фишка»?

Те, кто катается на осиновых лыжах по заснеженным просторам Сибири и не только, в первую очередь оценили легкость и особенность загиба лыж. Они длинные и пологие и при ходьбе не загибают снег. За счет этого они словно бы утюжат по снежному полотну. Кожаное крепление втискивает лямкой ботинок и со временем принимает его форму. Заднего ремешка на креплении нет: нога держится без него. Извечная проблема подножки — к ней всегда липнет снег. Поскряковы использовали микропористую резину, которая не мерзнет и в любые морозы остается мягкой. Неудобство исчезло. Вообще в поскряковских лыжах есть много простых тонкостей, которые делают их прочными и в то же время пластичными. На собственном опыте лыжные мастера протестировали и разработали свою технологию. Бизнесмены уловили и исправили недостатки заводских лыж и шагнули далеко вперед, при этом удивляясь, как до этого недодумались известные в стране лыжные предприятия? Раскрывать все «фишки» лыжного цеха не станем — производство пока не запатентовано. Нет у него и бренда, а у лыж нет броской красочной раскраски, как у других. Зато есть народное признание, которое работает за рекламу.

## В ичигах за новыми победами

Совсем скоро предпринимчивый Поскряков-младший планирует участвовать в конкурсе на получение грантов, но уже не с лыжами. Два месяца назад он открыл новое производство. На сей раз это не менее продвинутая обувь — ичиги. Выговариваются с первого раза сложно, но в использовании ничего сложного нет. Ичиги — усовершенствованный аналог унтов. Меховой сапог, внутри войлочный чулок, толстая непромерзающая подошва. Кто еще может придумать что-то подобное для сибиряков, как не сами сибиряки? Как люди узнают о том, что такая обувь появилась, — непонятно. Но идет, покупают, носят. В основном полюбилась новинка снегоходчикам, оценили люди, которые живут в частных домах.

— Даже мои однокурсыницы носят, которым добираться до университета далеко, — сказал Алексей.

Приемную комиссию конкурса «Молодой предприниматель года» Алексей покорила оригинальностью своей бизнес-идеи, нестандартным и неожиданным подходом, порядочностью и скромностью, которые все же можно было уловить за какие-то 10-15 минут выступления. Возможно, нечто подобное произойдет и в следующий раз. Ведь стоящее дело и талантливые люди не остаются незамеченными.

Наталья КУДРЯВЦЕВА.

Фото Евгения Курскова.



Объявив пиар-кампанию «Покупай кузбасское!» именно сейчас, в разгар финансово-экономической нестабильности, областная власть объяснила, что сделала это не случайно. Такой выбор обусловлен необходимостью защиты и поддержки товаропроизводителей Кемеровской области административными методами.

# ПРЕОДОЛЕТЬ КРИЗИС ПОМОЖЕТ МЕСТНЫЙ ПАТРИОТИЗМ



Какие результаты ожидаются от проведения акции? Насколько сильно может вырасти спрос на продукцию, производимую в Кузбассе? — поинтересовались мы у Ирины ФЕДЧЕНКО, начальника управления стратегического планирования администрации Кемеровской области, в недрах которого зародился этот проект.

— Считаю, что важным результатом может стать активизация маркетинговых кампаний самих производителей с акцентом на новые способы коммуникации с потребителями. «Покупай кузбасское» — инструмент для малобюджетного маркетинга, построенного на вовлечении конечного потребителя, на использовании фактора местного патриотизма.

А ваш вопрос о конкретных результатах — это примерно как у продавца удочек спросить, сколько рыбы можно этой удочкой поймать. Вот, например, кто-то уже использует лозунг для продвижения магазинов «Кузбасские продукты», «Товаропроизводители Кузбасса», хотя сами магазины задумывались и готовились к открытию задолго до начала акции. А другие по-прежнему спрашивают, а что нам с этим делать?

Мы задумывали акцию отнюдь не как про-

тектионизм, а как чисто маркетинговый, экономический инструмент для стимулирования спроса. В сегодняшних условиях изменения структуры межстранового и межрегионального торгового баланса усиливается региональная идентичность, и местный патриотизм может стать мощным стимулом для экономического и социального развития. Тем более что в Кузбассе давно и успешно продвигаются другие лозунги социальной рекламы, типа «Служу Кузбассу», «Кузбассом мы привыкли гордиться» и т.д. В нашем регионе это работает именно потому, что является результатом длительной направленной политики руководства области. Очевидно, что следует использовать этот фактор не только как стимул для поддержания объемов производства, но и для усиления стратегий продвижения качественных местных товаров на собственном рынке, повышения узнаваемости товаров на соседних рынках. В следующем году акцент в пиар-акциях сместится, т.к. особую важность получит межрегиональная торговля.

Следует также учитывать, что производство узнаваемых востребованных товаров добавляет позитивные черты имиджу региона, поэтому региональная администрация заинтересована в том, чтобы тем или иным способом помочь усилиям своих предприятий в продвижении продукции. Любопытно, что название нашей акции попало в обзор региональных антикризисных программ, подготовленный экспертами компании ФБК. И за счет этого появилось множество ссылок на акцию задолго до того, как мы ее запустили. Я видела уже несколько ссылок у московских экспертов с разных рынков — от продовольственного до инновационного. Хотя, по большому счету, активных действий еще и не предпринималось, поскольку шли длительные консультации по вписыванию в законодательство о конкуренции. Сегодня эта работа закончена, летом будем проводить активные действия с тем, чтобы осенью акция дала свой эффект.

— Что необходимо сделать предприятию или предпринимателю для участия в этой акции?

— Хочу обратить ваше внимание на то, что не мы рекламируем и продвигаем продукцию производителей, а самим производителям рекомендуется интегрировать лозунг в свои маркетинговые программы для усиления эффекта. Кроме того, мы предлагаем использовать различные малозатратные способы повышения уровня узнаваемости продукции, ло-

дущих сотрудников. Вторых, это способ провести мозговой штурм среди молодых мозгов, рассматривающих проблему со стороны, непредвзято. В-третьих, возможность провести бесплатное исследование восприятия вашей продукции. В-четвертых, это отличный информационный повод для пиара, если вы подключите к конкурсу СМИ и общественность. Я не вижу какой-либо большой проблемы в организации и самого конкурса, для которого предприятиям города Белово, например, достаточно договориться с беловским филиалом КемГУ о решении 10 практических кейсов студентами экономического факультета. В конкурсную комиссию можно пригласить кого угодно — чем более статусные люди приедут, тем больший резонанс получит конкурс. Защиту проектов решений, прошедших предварительный отбор, можно проводить в актовом зале, совмещая с дегустацией, демонстрацией образцов, презентациями самих предприятий и т.д.

Дальше, предприятия могут использовать логотип акции на своей упаковке, в образцах рекламной продукции, в щитовой рекламе, в массовых пиар-акциях, как аргумент в переговорах с торговыми предприятиями, с корпоративными заказчиками и т.д. Акция публична, и при этом никак не ограничивает конкуренцию. Более того, никто не мешает использовать лозунг для продвижения в других регионах.

— Разработкой пиар-

акции «Покупай кузбасское» занимались только специалисты управления стратегического развития? — Нет, не только. Сама идея оформилась еще в ноябре прошлого года, когда мы собирали молодых ученых и представителей бизнеса в рамках так называемого молодежного антикризисного штаба. Тогда экономический кризис еще только начал оказывать свое влияние на деятельность компаний, требовалось подготовить некие инструменты для помощи местным товаропроизводителям по преодолению его эффектов. Прогноз влияния кризиса на экономику у нас уже был. Из нескольких серьезных идей, которые родились во время обсуждения города Белово, «Покупай кузбасское» была одобрена и поддержана руководством области.

В декабре мы пригласили небольшую рабочую группу для отработки идеи и разработки логотипа. В нее вошли преподаватель экономических дисциплин, журналист, специалист по маркетингу и рекламе, дизайнер и специалисты из управления стратегического развития. К концу января все было готово, мы начали процесс согласований. В апреле распоряжение коллегии администрации Кемеровской области было подписано. Сроки реализации акции объективно сдвигаются на второе полугодие, это издержки того, что объем поручений, отчетности, совещаний и т.д. в органах власти в последние полгода увеличился в несколько раз. Действовать нам только предстоит, на сайте администрации мы будем размещать конкретные новости, связанные с акцией, а ближе к зиме я с удовольствием расскажу о том, что получилось.

— Разработкой пиар-

## «Золотой Меркурий» снова в Кузбассе

Обладателями национальной премии Торгово-промышленной палаты РФ в области предпринимательской деятельности «Золотой Меркурий-2008» стали два кузбасских предприятия.

За право обладать статуэткой «Золотого Меркурия-2008» боролись 12 предприятий из Кемеровской области. В числе 34 лидеров федерального этапа конкурса оказались два кузбасских.

В номинации «Лучшее малое предприятие в сфере строительства» победителем конкурса стало ООО «Экономный дом» (г. Ленинск-Кузнецкий, руководитель Вячеслав Телегин). В номинации «Лучшее предприятие-экспортер в области международного инновационного сотрудничества» лидировало ЗАО «Научно-производственное предприятие «Сибэкотехника» (г. Но-

вокузнецк, генеральный директор Владимир Федяев). Напомним: Виктор Федяев недавно был признан лучшим предпринимателем Кемеровской области в сфере инноваций.

Торжественная церемония вручения Национальной премии «Золотой Меркурий» состоится 25 июня в Москве.

«Это не первая победа кузбасских предприятий в конкурсе, проводимом ТПП РФ, — комментирует новость президент Кузбасской ТПП Татьяна Алексеева. — Я считаю «Золотой Меркурий» одним из самых престижных в Рос-

сии, потому что участие в нем не покупается за деньги, ТПП РФ проводит его на безвозмездной основе. И хотя победитель не получает денежной премии, он получает большее — укрепляется его репутация. Общественное признание на уровне страны очень много значит для предприятий, особенно в сегодняшние непростые времена, когда так важно улучшить конкурентоспособность, упрочить своё положение на рынке. Надеюсь, что эта победа укрепит позиции наших предприятий-победителей как внутри региона, так и за его пределами».

Кузбасский технопарк и Кузбасский ГТУ на днях заключили соглашение о стратегическом партнерстве. Одна из новостей документа – межотраслевой студенческий бизнес – инкубатор.

Подобного в Кузбассе еще не было. Разобраться с прошлым, настоящим и будущим студенческого бизнес – инкубатора «ОПОРЕ» помог профессор Валерий Блюменштейн, доктор технических наук, проректор по научной работе КузГТУ.

# Инновация как побочный продукт воспроизведения себе подобных

– Валерий Юрьевич, не считаете ли вы парадоксом тот факт, что высшая школа – «кузница» не только научных кадров, но и инновационных проектов, самой последней присоединяется к процессу коммерциализации своих же проектов?

– Я преподаю в вузе почти 35 лет. Мы готовим кадры, параллельно проводим научные исследования в рамках грантов и хозяйственных тем, получаем новый научный результат и используем его опять для подготовки кадров. Такой круговорот знаний внутри вуза. Мы – самовоспроизводящаяся система. Мы – единственная система, которая порождает себе подобных.

В прежнее время были академическая наука и фундаментальные знания; высшая школа использовала эти базисные знания и развивала их до уровня результатов прикладных исследований; отраслевые институты, в свою очередь, использовали эти прикладные результаты, разрабатывали проекты и доводили их, как сегодня говорят, до уровня коммерческого продукта. Когда сеть отраслевых институтов рухнула, получился определенный разрыв. Нам, сотрудникам высшей школы, нормативными документами последних лет предписано заниматься коммерциализацией научных знаний. В том числе и потому, что нарушена эта логичная, десятилетиями выстраиваемая цепочка, из которой «выпала» отраслевая наука. Но в большей степени потому, что руководство нашего государства считает, что у России сегодня нет иного пути развития, кроме как путь инновационный, основанный на коммерциализации научных идей, их активном внедрении в промышленность, получении скорейшего результата.

– А корифеи вузовской науки по-прежнему считают, что ее роль, как вы образно выразились, воспроизводить себе подобных – научные кадры для себя, для той же Академии наук, для промышленности...

– Понимаете, то, чем силен вузовский сотрудник, – скрупулезные научные исследования, это

методичность, дотошность, кропотливость при их проведении. Я называю себя «вузовский червяк», нам свойственно копаться, доискиваться до истины, получать новые знания. А предпринимателя сегодня не интересуют эти новые научные результаты, графики и зависимости. Он говорит: да, это здорово, но вы мне дайте это в виде коммерческого продукта, я его использую и завтра получу прибыль.

И возникают некие инфраструктурные посредники, которые должны содействовать продвижению научных знаний до уровня коммерческого продукта. К числу таких, безусловно, относится Кузбасский технопарк, с которым мы активно сотрудничаем; трое сотрудников КузГТУ состоят в экспертном совете технопарка. Я в том числе, возглавляя рабочую группу по машиностроению.

В рамках технопарка рассматриваются различные инновационные проекты. При одобрении их экспертным советом предполагается, что малое предприятие, их представляющее, становится резидентом технопарка с правом пользования различными преференциями, которые прописаны областным законом. Но между вузом и технопарком должна существовать структура, позволяющая развивать научные знания, вырастить научные результаты до уровня бизнес-идеи, далее получить первый вариант коммерческого продукта, опытный образец, полезную модель – некий прообраз, который, будучи апробирован, уже будет заявлен в технопарк.

Такой структурой как раз и является планируемый к созданию бизнес-инкубатор. Есть различные толкования его назначения, но для меня наиболее важным является одно – инкубировать. То есть создать тепличные инкубационные условия, которые позволят в благоприятном инновационном климате довести идею до уровня коммерческого продукта.

– Но в некоторых регионах России студенческие бизнес-инкубаторы действуют уже не один год...

– Да, в России в течение последних лет созда-



на сеть таких бизнес-инкубаторов, есть регионы, которые в этом вопросе ушли вперед. Наши соседи, томичи, здесь лидеры, пожалуй, российского масштаба.

Мы дружим с томским политехом, у них создана мощная инновационная инфраструктура внутри технического университета, а также в городе и области. Есть бизнес-инкубатор, есть, как они называют, инновационно-технологический пояс, то есть вуз, вокруг него сеть малых инновационных предприятий, технологические инновационные центры, которые выполняют различные посреднические – в хорошем смысле – функции, продвигая все это до уровня создания мощных малых предприятий с самостоятельным выходом на рынок.

– Почему же у нас не было создано ничего подобного раньше? Наши студенты глупее, или профессура более занята?

– Анализировать не буду, я проректор всего лишь с первого января этого года. Попытки прийти к созданию бизнес-инкубатора были. Что-то не удалось, хоть я и не уверен, удастся ли у нас. По крайней мере, пытаемся.

Мы пытаемся продвигаться в создании бизнес-инкубатора по трем направлениям.

Первое. Сотрудничать с Кузбасским технопарком. У нас есть дого-

вор о взаимодействии, понимание того, каким должен быть этот бизнес-инкубатор. Мы его назвали студенческий межвузовский политехнический бизнес-инкубатор. Студенческий – это молодежный. Межвузовский – да, поскольку большинство вузов Кузбасса готовят специалистов по техническим специальностям. Технопарк планирует создать свой бизнес-инкубатор на основе нового строительства, у него есть свое видение, пока сложно сказать, как это будет выглядеть.

Второе. У нас есть двухэтажный корпус на бывшей шахте «Центральная», в котором в свое время было общежитие, потом там был лабораторный корпус. Сейчас он черне отремонтирован и при вложении определенных ресурсов готов стать полноценным бизнес-инкубатором. Но мы бюджетная организация. Чтобы организовать что-то коммерческое, требуется разрешение Рособразования. Тогда мы создаемся, заявляемся, участвуем в различных конкурсах, пытаемся выиграть гранты на реконструкцию этого здания. Есть федеральная программа для оснащения бизнес-инкубаторов, и если все состоится, то до конца года все будет запущено.

И третий путь. Мы сотрудничаем с департаментом предпринимательства и потребительского рынка, который имеет возможность активно использовать федеральные ресурсы согласно приказу Минэкономразвития для создания бизнес-инкубаторов в научно-технической сфере. Там прописано: деньги дадим, но найдите здание, выполните такие условия, решите вопрос софинансирования. Месяца три назад мы обменялись письмами, ответили на ряд поставленных департаментом вопросов, сейчас ждем рекомендаций по дальнейшим шагам.

Такие три пути. Сказать, что сегодня вот он стоит, вот он работает, я не могу, имея в виду бизнес-инкубатор как деюре созданную структуру. Но по факту элементы этой инфраструктуры у нас уже состоялись.

Что имею в виду... Сотрудники КузГТУ в предыдущие годы выиграли семь грантов в рамках программы «Старт», так называемого фонда Бортника. Семь малых инновационных предприятий было создано учеными вместе с молодыми коллегами. Шесть из них в силу ряда причин, главная из которых – отсутствие инкубирования, льготных условий выполнения проектов (помещения, возможности не платить за аренду и свет), увы, не выжили.

– Как вы оцениваете инновационный потенциал вашего вуза?

– Могу назвать два-три десятка проектов, достойных попасть в эти тепличные условия. А вообще проектов – мы ведем учет – несколько сотен. Но я имею в виду те, у которых есть реальные перспективы в ближайшее время выйти на рынок.

– Что все-таки главное: довести проект до реализации или дать алгоритм «доведения»?

– И то, и другое. Это очевидные и банальные вещи: человек должен прийти в бизнес-инкубатор с идеей и выйти с готовым проектом и даже, может, готовым малым предприятием. Ему помогают. Эти шаги прописаны, есть фонды, которые в отличие от бизнес-инкубатора даже дают деньги. А у нас – возможность разместиться и выполнять работу. Это бесплатные консультации, тренинги и так далее, вплоть до приглашения специалистов из Томска, Новосибирска и других городов.

Во всей этой цепочке, может, сложнее всего получить ресурсы на стадии создания действующего производства. Правда, это всегда было сложным.

– Как долго ваш инкубатор будет инкубировать проекты?

– Сложно судить, если будет избран путь по линии Рособразования. Там будут свои правила. Но, скорее всего, это близко двум другим вариантам, то есть тот же трехлетний цикл. Первый год не платишь, и тебе оказывают всевозможные консультации. Второй год – оплата 20 процентов. Третий – пятьдесят. А потом ты либо состоялся, либо твоя идея была идеей фикс, и ты ничего не смог. Три года – большой срок. Важно, как ты используешь эти возможности.

– Сравните себя молодого и молодых нынешних...

– Я окончил институт в 1975 году. Сегодняшнее время намного интереснее с точки зрения выбора. Такие возможности колоссальные! Теперь нет очень многих идеологических ограничений, теперь есть возможность выбора. Я говорю студентам: идеальный вариант – когда после окончания вуза вы создадите малое инновационное предприятие. Это будет означать, что вы попали в точку, что вас научили владеть методикой, что у вас светлая голова, что вы еще и организатор, инноватор и на этом зарабатываете деньги. Это идеальный вариант... Я вижу, что каждое новое поколение умнее, подвижнее, интереснее.

– И последнее. Все-таки когда можно будет сказать, что студенческий бизнес-инкубатор действует?

– Подчеркиваю: бизнес-инкубатор еще не создан. Это идея, которая созрела и находится в стадии практической реализации.

Можно сказать: этот кабинет – центр бизнес-инкубатора, который уже вовсю действует. Но важно не приказ, не вывеска, а процесс коммерциализации, создания инновационных продуктов. Пока имеются лишь некоторые элементы создаваемой в Кузбассе и в КузГТУ научно-инновационной инфраструктуры. Хочу верить, что собственно процессы стартуют в начале следующего года.

Расспрашивал Игорь АЛЕХИН.

**- Анна Викторова, не секрет, что желающих получить льготный заем больше, чем тех, кто попадает в число счастливых. Как вы отнеслись к сообщению, что ваш бизнес-план выдержал конкурс?**

- Льготный заем даст нам возможность решить самую главную проблему – оснастить производство станками. А это решит целый комплекс задач – повысит производительность, увеличит объем производства, облегчит труд людей и, конечно, повысит зарплату. И что очень удобно, нам не пришлось искать залог, им будут станки.

Пока мы работаем вручную, вся наша механизация – это паяльник и клеевой пистолет. Так что говорить о хорошем заработке не приходится. А я считаю, что люди должны получать достойную заработную плату. Пока семерым по силам делать по 80 тысяч цветов в месяц. Продукция эта дешевая, поэтому много не наработаешь. И хотя спрос на эти аксессуары хороший, я не могу увеличить численность сотрудников. Ручной труд требует соответственно более высоких расценок. Получается замкнутый круг. Когда же мы установим станки, то сможем принять еще человек десять. Понятно, как мы благодарны областной фонду поддержки предпринимательства. Без него наши планы еще долго бы оставались только мечтами.

**- Много было бюрократических заморочек, прежде чем вы оказались в числе претендентов на льготный кредит?**

- В том-то и дело – никаких! Прежде, конечно, разработала бизнес-план...

**- Самостоятельно?**

- Самостоятельно. Когда есть специальная литература, а я по одному диплому экономист, а по другому – юрист, то особых трудностей для обоснования проекта нет. В январе ездила в Китай, друзья помогли найти фирму по производству станков, поэтому снимки и описание технологического процесса приложила к бизнес-плану. Затем сложила в коробку образцы нашей продукции и показала ее членам комиссии. Судя по всему, наши доводы оказались им убедительными. В конце мая нам сообщили, что мы выиграли конкурс.

**- А как вы пришли в бизнес?**

- Мой случай – типичный для предпринимателей среднего звена. Еще недавно работала бухгалтером на автопредприятии. Потом оно распалось, и я решила открыть собственное дело. Правда, хотелось, чтобы оно было связано с машинами. Ав-

Сколько раз, разговаривая с «аксакалами» местного бизнеса, слышала одно и то же: «Сегодня вряд ли рискнул (рискнула) бы начать собственное дело. Во – первых, все ниши уже заняты, во – вторых, если захочешь взять кредит, то обойдется это тебе в копейчку». В словах ветеранов предпринимательства, несомненно, есть доля истины, тем не менее в ряды бизнесменов малого и среднего звена то и дело вливаются новые силы. Новички, как ни странно, находят новые ниши. И хотя кредиты в банках действительно недоступны для них, тем не менее начинающие не остаются без финансовой помощи. В Кузбассе ее взял на себя Государственный фонд

поддержки предпринимательства Кемеровской области.

Получить миллионный заем на три года под минимальную ставку в пять процентов да при этом выплачивать ссуду предприниматель начинает только на второй год, а в первый вносит проценты – почти то же самое, что выиграть в лотерею. Правда, прежде чем получить льготный заем, юниорам от бизнеса надо было пройти отборочный конкурс, то есть доказать, что их проекты жизнеспособны во всех отношениях. Таких оказалось 27 человек, и в их числе директор ООО «Виола» Анна Лукина из Прокопьевска. Она возглавляет фирму по производству искусственных цветов.

альную литературу. Тем более, что в настоящее время каких только пособий нет! Так что технологию изготовления цветов из ткани на пластмассовой основе совершенствовали по ходу дела. И не поверите, у одной из работниц – Виктории Скворцовой – обнаружился настоящий талант дизайнера. Вика теперь официально наш дизайнер. Сама придумывает цветы и разрабатывает технологию их изготовления. Остальные у нее учатся. А когда приобретем станки, сможем расширить ассортимент.

**- Вы тоже делаете цветы?**

- Конечно. Ничего сложного здесь нет (на моих глазах Анна Викторова узенькую атласную ленту складывает в крохотную розочку). Кстати, иногда иду по улице и вдруг замечаю в волосах ребенка, девушки нашу продукцию. Очень приятное чувство!

**- И все же у вас серьезный конкурент в виде китайского импорта.**

- У нас есть веские аргументы, чтобы убедить торгующие предприятия брать цветы «Виолы». На первом месте у нас качество. Моя дочь – первоклассница носила целый год нашу продукцию – резинку для волос, украшенную искусственной розой. И цветок не потерял форму. Для этого мы используем дорогую органзу, которая, в отличие от китайской дешевой ткани, хорошо держит форму. При этом розничная цена наших аксессуаров в два и даже в три раза ниже, чем у конкурентов.

**- Анна Викторова, что вы имели в виду, говоря, что с появлением оборудования увеличится ассортимент? Будете делать искусственные орхидеи?**

- Орхидеи мы и так делаем. Сейчас в моде «зелень» для офисов. Так, искусственный цветок из Европы стоит триста рублей, из Китая – 150 руб. Наша «зелень» будет дешевле привозных. Но все равно это доходная услуга. Есть и другие идеи.

**- А цех уже готов для установки оборудования?**

- Есть предварительная договоренность с администрацией Прокопьевского района по поводу покупки полуразрушенного здания бывшей больницы на Ясной Поляне. Причем расплачиваться мы начнем через полгода. В городе квадратный метр стоит 400 рублей, а нам нужно не менее двухсот квадратов. Понятно, что ежемесячно отдавать 20 тысяч рублей в виде аренды – это отнимать деньги, которые могут идти на развитие производства и зарплату. Так что будем искать что-нибудь подешевле.

Дина КАЛИТИНА.  
Фото автора.

# Цветочный дебют Анны Лукиной



В какую продукцию обернется идея, которую предприниматель Анна Лукина (вторая слева) и дизайнер Виктория Скворцова (в центре) обсуждают с коллективом «Виолы»?

томобили – моя страсть. На шоссе чувствую себя очень уютно. Шутка, что женщина за рулем – то же самое, что маргашка с гранатой, – не про меня. Но автобизнес – дорогостоящее дело, без кредита не обойтись, получить его трудно, а возвращать очень затратно. Поэтому я стала искать свою нишу. И нашла.

**- По мнению многих предпринимателей, сегодня уже трудно найти пустующую нишу. Как вам удалось это сделать?**

- Нечаянно. Однажды пошла в магазин, чтобы купить дочери банты. Хотелось что-нибудь красивое и не китайское. Но в том-то и дело, все банты и цветы на резинках для волос были только китайского производства, при этом довольно дорогими

для кусочка ткани, вырезанного с помощью машины. Понятно, что себестоимость продукции основательно подсаживала вследствие расходов, связанных с таможенной пошлиной, доставкой и прочее. К тому же ребята из Поднебесной здесь оказались монополистами. Я удивилась: неужели российские производители не в состоянии сами делать такие вещи? Почему покупатель вынужден переплачивать перекупщикам? А после того как выяснила, насколько эта продукция будет востребована на рынке, решила: вот моя предпринимательская ниша, которую так долго искала. Было это летом прошлого года.

**- И вас не остановили разговоры о кризисе? Ведь в это время эконо-**

мисты уже вещали о наступлении нелегких для малого и среднего бизнеса времен.

- Мы зарегистрировали свое предприятие в сентябре, тогда разговоры о кризисе только начинались. Но в любом случае они не остановили бы меня. Продукция «Виолы» – солнечная, веселая и... недорогая. А люди даже в тяжелые времена стараются внести в свою жизнь и жизнь близких маленькие праздники. Например, вот этот мак, прикрепленный к резинке для волос, сделал изящным обычный «конский хвост» школьницы. Или этот крошечный цветок для заколки (Анна Викторова показывает крошечную розочку на шпильке для волос) придаст нежности прическе невесты. А эти розы, георгины, ромашки, подсолну-

хи можно использовать и для украшения платья, и в интерьере комнаты. Неудивительно, что в сентябре мы начали работать, а с ноября Новокузнецкая оптовая база закупает у нас цветы.

**- Вы пока делаете цветы вручную, но даже при этом требуется своя технология. А чтобы приобрести образцы, нужны средства. Обращались в банки или воспользовались своими накоплениями?**

- Даже не думала обращаться в банк, потому что я отлично знала: нам это не по карману. Честно говоря, купили в магазине китайскую розу, разобрали ее по лепестку и поняли, что ничего сложного нет в том, чтобы вырезать лепестки, листочки и собрать их в цветок. И, конечно же, искали специ-