«ЛУЧШИЙ ИСТОЧНИК ЭНЕРГИИ — ХОРОШИЕ ЛЮДИ»

О СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ ПРИБОРОВ ОТОПЛЕНИЯ, ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ И ЖЕНСКОЙ ЭНЕРГИИ ТЕПЛА, БЛАГОДАРЯ КОТОРОЙ УЖЕ ОКОЛО 33 ЛЕТ ПРЕДПРИЯТИЕ ПОДДЕРЖИВАЕТ СТАТУС ВЕДУЩЕГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ КОНВЕКТОРОВ, РАССКАЗЫВАЕТ ВЛАДЕЛЕЦ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АО «ФИРМА ИЗОТЕРМ» **ВИКТОРИЯ НЕСТЕРОВА.** БЕСЕДОВАЛА АЛЛА МИХЕЕНКО

BUSINESS GUIDE: Практически половину жизни вы посвятили компании. В сфере промышленного производства и строительной отрасли, с которой связана продукция фирмы, как правило, большинство руководителей — мужчины. Как удается лавировать в таком окружении и отличается ли чем-то стиль ведения бизнеса женщиной?

ВИКТОРИЯ НЕСТЕРОВА: В нашей сфере среди директоров и владельцев компаний действительно не так много женщин. За свои 33 года работы и более 10 лет совладения фирмой я сталкивалась с разными ситуациями, чаще всего при конфликтах дело не в гендере, а в личности человека. Среди качеств успешного руководителя я бы выделила прежде всего навык достойно и уважительно вести переговоры и в результате достигать поставленных задач. Это характерно для лидера вне зависимости от гендерной принадлежности. Но есть одно преимущество у женщин. Оно заключается в гибкости, умении вовремя взять паузу, чтобы уточнить какой-то вопрос, возможности признания своих ошибок. Такая позиция всегда выигрышная, потому что собеседник оставляет дух соперничества и пытается принять положение человека, готового помочь. Жесткие переговоры, как правило, ни к какому успешному взаимопониманию не ведут. Женщинам-руководителям нужно научиться пользоваться сильными сторонами «женской слабости» и получать удовольствие от процесса управления компанией.

BG: Восемь лет вы стоите на посту гендиректора и владельца фирмы. Как удается держать высокую планку? Какими главными принципами в управлении руководствуетесь?

В. Н.: Задача руководителя — не мешать хорошим людям работать. Это хоть и шаблонная фраза, но очень точно передающая суть. Моя роль не только в том, чтобы собрать профессионалов, умеющих работать в команде и решать сложные вопросы, но и замотивировать их, зарядить энтузиазмом и предоставить все необходимые условия. Для одних это стабильная выплата зарплаты и выполнение социальных обязательств, для других — возможность реализовывать интересные задачи и самостоятельно принимать решения. В моем окружении девять человек, отвечающих по своим направлениям: коммерческая служба, конструкторско-технологический отдел (все разработки делаем полностью самостоятельно), маркетинг, дирекция снабжения. Всего в фирме 200 человек, что вполне достаточно для компании среднего бизнеса. Моя личная ответственность в том, чтобы у всех были ресурсы для выполнения стоящих перед ними задач. Моя роль — спланировать и показать успешную стратегию развития компании, чтобы каждый работник видел перспективы на ближайшие 10 лет.

BG: «Фирма Изотерм» является производителем приборов отопления для водяных систем с 1990 года. Как изменился рынок за несколько десятков лет и насколько он сегодня является высококонкурентным?

В. Н.: Компания была организована на площадке Ижорских заводов в Колпино в рамках программы конверсии. Тогда было создано советско-шведское предприятие. Западные партнеры предоставили оборудование, технологии и помогли вывести конвекторы на рынок. В 1990 году мы были первыми в России, кто начал производить новое энергоэффективное оборудование, отличное от чугунных радиаторов. Были созданы две линейки продуктов — просто конвектор и конвектор с термоклапаном. Сегодня у нас 38 линеек продукции.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

До 2022 года мы обеспечивали конвекторами жилые комплексы премиум и люкс класса, гостиницы и бизнес-центры. Сейчас мы вышли на рынок промышленного отопления. Во время пандемии начались перебои с поставками аналогичного оборудования из Европы, поэтому строительные компании, ранее работавшие только на импорте, обратили внимание на нашу продукцию. Согласно испытаниям, которые мы проводили в Чехии и Германии, качество наших приборов отопления соответствует европейским аналогам. После событий 2022 года западных игроков в числе наших конкурентов почти не осталось, но есть и отечественные производители — около десяти компаний. Учитывая, что в Петербурге вводимых объектов нашего класса в год не так много, можно пересчитать по пальцам, то за контракты идет жесткая борьба.

BG: На какие еще рынки выходит ваша компания кроме Петербурга?

В. Н.: У нас 54 дилера от Калининграда до Владивостока. Также у нас есть партнеры во всех странах СНГ (в Белоруссии, Грузии, Казахстане, Азербайджане, Узбекистане, Армении). При этом около 40% наших продаж приходится на Москву, 15% — на Петербург, все остальное — на регионы.

BG: Какие новые разработки внедряются?

В. Н.: Флагман нашей продукции — это конвектор, который встраивается в конструкцию пола. При панорамном остеклении невозможно установить радиатор, чтобы он не испортил вид из окна. Мы предлагаем идеальное решение — отопление, которого не видно. В 2022 году был выпущен конвектор с декоративной панелью из натурального мрамора и оникса с подсветкой. Кроме того, было внедрено много других интересных дизайнерских решений, и мы продолжаем развивать это направление. Например, был опыт работы со студией Артемия Лебедева, в результате которого родилась серия «Атолл». В феврале 2023 года за серию «Делюкс» получили награду как лучший производитель дизайна приборов отопления. Сейчас в рамках продвижения промышленной продукции «Роскачество» организовало конкурс среди дизайнерских и художественных вузов. Мы подали пять заявок на разработку промышленного дизайна, и надеюсь, что к следующему году по результатам этого конкурса выпустим на рынок прибор отопления, который привлечет внимание требовательных заказчиков.

BG: Внедрение новых разработок подразумевает в том числе модернизацию производства. Какова инвестиционная политика компании?

В. Н.: Действительно, мы вкладываем достаточно инвестиций в развитие производства. За четыре с половиной года было инвестировано 227 млн рублей в приобретение нового оборудования и увеличение промышленных площадей. На ближайшие три года запланирован объем вложений в 150 млн рублей. Средства пойдут на новые разработки, оборудование и строительство нового цеха на 10 тыс. кв. м. Это собственные и привлеченные средства. В прошлом году компании удалось получить выгодный заем под 1% в Фонде развития промышленности, сейчас планируем воспользоваться промышленной ипотекой. Строительство цеха планируем начать в 2024 году.

BG: Как работаете с молодежью для привлечения на свое производство?

В. Н.: Я занимаюсь наставничеством по различным направлениям и воспринимаю это как социальную ответственность своего бизнеса. В советские времена, когда показывали фильмы «Высота», «Весна на Заречной улице», создавался образ успешного человека как трудяги, рабочего на производстве. Сегодня, если ты менеджер высокого звена и сидишь в «Москва-Сити», попивая коктейль, то значит успешный. Но времена менеджеров и банкиров закончились, сейчас начинается время производства. Наша молодежь не знает, какие есть возможности у нашей промышленности, какие предприятия и чем они занимаются. Нам нужно повысить заинтересованность и лояльность молодых людей к работе на производстве.

Просвещение о выгодах работы на производственных предприятиях нужно выводить на федеральный уровень. В свое время мною было написано обращение в РСПП о предложении ввести на телевидении передачи о промышленности, которые бы транслировались ежедневно по часу в день. Как председатель комитета по промышленности общественной организации «Деловой России» я готова заняться таким пилотным проектом в нашем регионе и могу рекомендовать как минимум десять предприятий, которые докажут, что промышленность не умерла.

Мы, в свою очередь, на заводе устраиваем экскурсии для школьников, работаем со студентами Петербургского архитектурно-строительного университета. Кроме это, я провожу открытые уроки в Финэке. Эту достаточно большую общественную нагрузку я воспринимаю исключительно как мою социальную ответственность, долг перед обществом как предпринимателя, как промышленника и, возможно, как раз как женщины. Вот здесь в образовательной и просветительской роли тоже просматривается гендерная история.

BG: В чем заключается ваша благотворительная деятельности в фонде, занимающемся помощью домам престарелых?

В. Н.: Этим направлением я занимаюсь больше 15 лет. Я сторонник помогать не столько денежно, сколько своим участием и вовлеченностью. Например, я могу организовать автобус, чтобы свозить дедушек и бабушек на спектакль на 9 Мая. Это целая эпопея и драйв. Или найти ту самую юбку, которую попросила старушка, пройдя все рынки и магазины. Для меня важно помогать пожилым людям, которые в конце жизни оказались в тяжелой ситуации, сделать их быт и условия легче, дать внимание, чтобы они не чувствовали одиночества. Когда ты видишь радостные глаза — это ни с чем не сравнимые эмоции.

BG: Где вы находите источники энергии, чтобы все успевать?

В. Н.: В людях! Нет лучшего источника энергии, чем хорошие люди. Благодаря членству в бизнес-клубах меня окружают предприниматели с сильной энергетикой, богатым опытом, способные дать совет, поделиться собственными кейсами. У меня прекрасные друзья, семья, профессиональная команда на работе. В постоянной взаимовыручке, общении, открытости и искренности людей и есть, на мой взгляд, источник энергии, сила женщин и сила нашей нации. ■